



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

TÍTULO DEL TRABAJO

SOPAS INSTÁNTANEAS PARA BEBES

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en Gastronomía

Profesor Guía

Felipe Campana

Autor

María Gabriela Bravo López

Año

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Felipe Campana

1715628036

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

María Gabriela Bravo López

1803060506

AGRADECIMIENTOS

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento depositando su confianza en mí y a mi Guía de Tesis por su paciencia y colaboración en la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios por haberme guiado, a mis padres y a mis hermanos, porque creyeron en mi brindándome todo su amor y apoyo incondicional. Por último a una persona muy especial que siempre ha estado conmigo.

RESUMEN EJECUTIVO

La Cigüeña, es una sopa instantánea para niños de seis meses a dos años de edad, en este periodo los niños es donde más necesitan una dieta rica de nutrientes y vitaminas, con la finalidad de mejorar la calidad de vida y salvaguardar un futuro saludable. Con un análisis de pre factibilidad y varios procesos, es decir el estudio del mercado, la elaboración del producto, la estructura organizacional de la empresa, el diseño del producto y todos los aspectos necesarios para crear una empresa bajo las normas constitucionales de nuestro país. La sopa instantánea, tiene tres sabores, Pollo con Verduras y Cebada, Res con Vegetales y por último Quinoa con Verduras, éstas se han desarrollado según el gusto, preferencia del cliente y el análisis del mercado nacional, la preparación de las mismas comienza, por un procedimiento básico de la elaboración de sopas y bajo medidas necesarias para mantener la seguridad y sanidad de los alimentos, luego procedemos con la técnica de liofilización, deteniendo el crecimiento de microorganismos, de esta manera el producto final es la sopa deshidratada, conservado su sabor, olor idéntico y nutrientes completos.

La empresa a constituir sería pequeña, con diecinueve trabajadores distribuidos en las diferentes áreas, el equipamiento tiene un costo elevado ya que el equipo principal es un liofilizador, y este tiene una valor económico alto, haciendo que la recuperación de la inversión sea a largo plazo es decir un año y medio, el valor de las sopas no es alto varia de los 2 dólares a 4 dólares dependiendo la sopa, pero el nicho de mercado que va dirigido es de medio a alto y se encontrará en los principales supermercados, farmacias y guarderías.

El objetivo principal es crear una empresa sólida que desarrolle productos liofilizados para niños pequeños, fácilmente aplicables a la vida cotidiana de los padres de familia, a base de alimentos propios de nuestro país creando productos 100% nacionales y con el posicionamiento en el mercado nacional.

ABSTRACT

“La Cigüeña”, it is an instant soup for children from six months to two years of age. In this period is where most children need a diet rich in nutrients and vitamins with the objective to improve the quality of life and safeguard a healthy future. With a pre-feasibility analysis and multiple processes; ergo market research, product development, organizational structure of the company, product design and all aspects required to create a company under the constitutional rules of our country. The instant soup has three flavors: Chicken with Vegetables and Barley, Beef with Vegetables and finally Quinoa with Vegetables. This options were created according to taste, the customer preference and market analysis. The preparation starts with with a basic procedure to maintain the safety and wholesomeness of food that are necessary for the preparation of the soup, and then proceed with the technique of freeze drying, stopping the growth of microorganisms, so the final product is dry soup, canned taste, odor and nutrients identical complete.

The company would be small, with nineteen workers distributed in different areas, the equipment is costly as the primary computer is a freeze, and it has a high economic value, making the payback is long term, ergo one and a half, the value is not high soups vary from \$ 2 to \$ 4 depending on the soup, but the niche market that is addressed is medium to high and you'll find in major supermarkets, pharmacies and nurseries.

The main objective is to create a solid company to develop lyophilized products for young children, easily applicable to everyday life of parents, based on our country's own food products 100% by creating national and positioning in the market.

ÍNDICE

1. PLAN ESTRATÉGICO DEL PROYECTO	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Elaboración y Definición del Concepto del Negocio	2
1.2.1 Concepto del Negocio	2
1.2.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Justificación del Tema.....	3
1.3.1 Antecedentes.....	3
1.4 Plan Estratégico del Proyecto	3
1.5 Establecimiento de la Visión	4
1.6 Establecimiento de Misión	4
1.7 Análisis Foda.....	5
1.8 Análisis y Conformación Jurídica de la Empresa.....	5
1.8.1 Conformación Jurídica.....	5
1.8.2 Constitución de la Empresa.....	7
1.8.3 Aspecto Político y Legal	7
1.9 Planteamiento de Objetivos Generales y Específicos	8
1.9.1 Objetivo General.....	8
1.9.2 Objetivos Específicos	8
1.9.3 Metodología de la Investigación.....	10
1.9.4 Plan de Investigación	10
2 DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	11
2.1 El Recurso Humano	11
2.2 Desarrollo del Perfil.....	12
2.2.1 Descripción Puestos de Trabajo.....	17
2.2.2 Convocatoria.....	18
2.2.3 Selección	20

2.2.4	Selección del Personal	20
2.2.5	Capacitación del Personal	23
2.2.6	Horarios	23
2.3	Planes, Políticas y Procedimientos	24
2.4	Desarrollo de Políticas Internas y Procedimientos	25
1.1.1	Políticas de Uniformes	26
1.1.2	Política de Prácticas en la Cocina	27
1.1.3	Política de Bodegaje	28
1.1.4	Orden de Requisición	29
1.1.5	Orden de Compra	30
2.5	Creación de Estándares de Servicio	31
2.6	Elaboración de Contratos y Convenios	32
2.6.1	Elaboración de Convenios	32
2.7	Elaboración de Incentivos y Sanciones	33
2.7.1	Incentivos – Sanciones	33
3	ASPECTO MERCADOLÓGICO	36
3.1	Investigación de Mercado	37
3.1.1	Estudio de la Demanda	37
3.1.2	Estableciendo Objetivos y Planes de Acción	38
3.1.3	Segmentación de Mercado	39
3.1.4	Estudio de la Oferta	40
3.1.5	Marketing Mix	45
3.1.6	Proceso para la Investigación de Mercado	48
3.1.7	Encuesta de Análisis de Mercadeo del Producto	50
3.1.8	Estadísticas de la Encuesta	52
3.2	Creación de la Imagen	60
3.2.1	Logotipo	60
3.2.2	Tipografía	60
3.2.3	Color	60
3.2.4	Diseño	60
3.2.5	IMAGEN DE LAS SOPAS	61

3.3	Protección Legal de la Marca.....	65
3.4	Creación y Manejo de Relaciones Públicas Interna y Externa	66
3.4.1	Relaciones Públicas Externas	66
3.4.2	Relaciones Públicas Internas	66
3.5	Manejo de Publicidad.....	67
3.6	Análisisde la Competencia	68
3.7	Manejo de Lanzamiento.....	69
4	ASPECTO FINANCIERO DEL PROYECTO.....	70
4.1	Financiero	70
4.1.1	Monto Económico para la conformación de la Empresa.....	70
4.1.2	Proesupuestos de Adquisición de Maquinaria, Equipos de Trabajo, Útiles de Oficina, Muebles y Enceres, Decoración, Activos de Operación	71
4.1.3	Establecer Presupuesto para Mercadeo	72
4.1.4	Establecer Presupuesto Rol de Pagos.....	73
4.1.5	Presupuesto de Venta	75
4.1.6	Flujo de Caja.....	76
4.1.7	Formatos Financieros	78
4.2	Costes	79
4.2.1	Determinar y desarrollar el proceso para la elaboración del Producto.....	79
4.2.2	Creación de Ficha Estándar	83
4.2.3	Receta Estándar	91
4.2.4	Cuadro de Competencia.....	96
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
6	REFERENCIAS	99
7	ANEXOS.....	100
7.1	Anexo 1	100
7.2	Anexo 2	105
7.3	Anexo 3	106
7.4	Anexo 4	118

7.5	Anexo 5	126
7.6	Anexo 6	130
7.7	Anexo 7	132

1. PLAN ESTRATÉGICO DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este proyecto gastronómico nace de la idea de generar nuevos productos e innovadores, que ayuden en el diario vivir para los padres de familia. Pensando en un producto fácil de preparar, garantizando la excelencia de la calidad con un valor nutricional adecuado que nuestros niños necesitan en sus primeros años de vida.

Las sopas “La Cigüeña”, son tres productos elaborados por el método de liofilización, comenzando un estudio de la relación de la industria alimenticia con esta técnica de conservación, convirtiéndose en una ventaja para los seres humanos, por su conservación y ya que inhibe la pérdida de las propiedades fisiológicas del producto, se convierte en una herramienta útil en la industria.

El Ecuador es un país rico en su flora y fauna, los alimentos que nos brinda son ricos en nutrientes como vitaminas y minerales, aprovechando estas propiedades nutricionales he creado las recetas de las sopas, enfocándonos en un producto que participe en el proceso de alimentación y crecimiento de los niños. Ya que ellos en sus primeros meses y años no pueden ingerir gran variedad de alimentos pero su dieta debe ser equilibrada y completa, es decir nutritiva.

Es de fundamental importancia repartir los aportes calóricos de las comidas básicas ya que estos hábitos alimentarios adquiridos a esas edades serán la guía para la época adulta.

A partir de este objetivo general, la investigación se difundió al aspecto organizacional con la conformación de la empresa y los puestos de trabajo, el aspecto mercadológico y el financiero para la creación de este proyecto desde una perspectiva real del mismo.

1.2 ELABORACIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DEL NEGOCIO

1.2.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

La idea surge en el área de alimentos y bebidas, enfocada en la elaboración de un producto, una sopa instantánea por medio del método de liofilización sin que sus propiedades nutricionales y fisiológicas se pierdan, para niños de seis meses a dos años de edad, facilitando la alimentación de los mismos y pensando en las madres de familia de hoy.

1.2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En nuestro país, la alimentación de los niños de corta edad, no es una dieta variada y en mucho de los casos no es adecuada, es particularmente importante una buena alimentación para su desarrollo y prevenir la desnutrición, el niño debe ingerir poco a poco los alimentos hasta que su estómago pueda asimilar otros alimentos que no sea la leche materna, en el mercado nacional no encontramos una variedad de productos que nos ayuden, más que leches, compotas de frutas y una sola variedad de sopa, pero no sopas nutritivas instantáneas de fácil preparación que ayuden a los padres de hoy, que no tienen el tiempo necesario para alimentar de la mejor manera a los niños de seis meses a dos años de edad. Ya que no es común encontrar en el mercado productos nutritivos, y en muchos de los casos el alimentar a nuestros niños se complica, un ejemplo muy común es en un paseo o un compromiso ya que los niños pequeños no ingieren lo mismo que un adulto, volviéndose un problema para los padres de familia.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Un estudio realizado a un grupo de madres y padres de familia, donde la mayoría laboran haciendo de la alimentación de sus hijos complicada por falta de tiempo, la conclusión es que no existe un producto innovador y nutritivo que complemente a la leche materna facilitando la alimentación de los pequeños, por tal razón la idea de una sopa instantánea nutritiva fácil de preparar, excelente calidad, y constituir la empresa en que se elabore la misma; el efecto que queremos en si es la mejoría del estado nutricional, la salud, el crecimiento, el desarrollo y la supervivencia de los niños y niñas de corta edad. Nuestro producto, será elaboradora con estándares y productos de calidad, con un equipo de trabajo profesional, y organizado que nos lleve al éxito total y llenemos las expectativas de nuestro cliente.

1.3.1 ANTECEDENTES

El seguir la carrera de Gastronomía, y cada una de las materias durante este periodo de tiempo, me ha preparado para desarrollar el proyecto a seguir, conjuntamente con la parte investigativa a profundidad de ciertos parámetros, se convirtieron en las herramientas necesarias para la elaboración del proyecto.

1.4 PLAN ESTRATÉGICO DEL PROYECTO

La Industria Alimenticia posee un espacio muy importante en la producción del Ecuador, es decir un aporte en su economía, con vocación de trabajo y el sueño de fortalecer e insertar local e internacionalmente, una exitosa industria alimenticia. Cada realidad industrial es única y diferente, la producción alimenticia surge como una necesidad de generar una política estratégica sólida, con proyección competitiva a mediano y largo plazo. Pretendiendo brindar credibilidad, basada en el análisis de la realidad del sector alimenticio, persiguiendo como propósito fundamental el aumento de la productividad y la

competitividad en la industria local. Tendríamos como alternativas, es decir sumando estrategias para lograr una industria más competitiva. Para ello, será necesario promover la asociatividad del producto con el cliente, la capacitación del personal, la productividad, el diseño, la calidad, la incorporación de tecnología etc. Llevando al crecimiento de nuestra empresa y un producto posesionado en nuestro mercado.

1.5 ESTABLECIMIENTO DE VISIÓN

Lograr la aceptación de La Cigüeña en el consumidor con un producto de alta calidad nutricional, pensando en facilitar sus tareas del hogar a las madres de familia de hoy, generando reconocimiento de la marca y posicionamiento en los próximos tres años a nivel nacional.

1.6 ESTABLECIMIENTO DE MISIÓN

Crear fidelidad en nuestros clientes a través de un producto de calidad, que cree bienestar y esté lo obtenga con un precio justo.

1.7 ANÁLISIS FODA

TABLA No. 1
ANÁLISIS FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo producto en el mercado. • Personal capacitado para operar las maquinarias. • Tecnología de punta. • Calidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser líder en el mercado a aplicar. • Aceptación de los clientes por productos para bebe. • Alianza con proveedores.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Es un nuevo producto. • Competencia posesionada. • Menor índice de natalidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores. • Inestabilidad Política. • Maquinaria de Importación

Fuente: Comercio y Mercadotecnia Internacional
Elaborado por: Gabriela Bravo

1.8 ANÁLISIS Y CONFORMACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

Para formar la empresa vamos a necesitar conocer algunos aspectos importantes y seguir normas y políticas determinadas por el Estado Ecuatoriano.

1.8.1 CONFORMACIÓN JURÍDICA

En nuestro país tenemos los siguientes tipos de empresas:

1. **Sociedad Anónima.-** Es una compañía cuyo capital está dividida en acciones negociables, está formada por la aportación de los accionistas que corresponden únicamente por sus acciones puede conformarse por dos o más personas. El capital mínimo para conformar este tipo de compañías es de 800 dólares americanos.
 - Se constituye mediante una escritura pública. Se solicita la aprobación de la constitución a la Súper Intendencia de Compañías.

- El fragmento de la aprobación de dicha compañía será publicada en el periódico de mayor circulación del domicilio de la compañía, luego de los treinta días si no hubiese ningún impedimento podrán ejercer sus actividades.
2. **Colectiva.-** Aquella que se forma entre dos personas que hacen que el comercio una razón social, es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de alguno de ellos con la agregación de las palabras y compañías.
 3. **Comandita Simple.-** Es aquella que existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitada sociales entre otro u otros simples suministradores de fondos llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita, la razón social será necesariamente el nombre de uno o varios socios responsables a los que se les agrega la palabra encomandita.
 4. **Compañía de Responsabilidad Limitada.-** Es la que se contrae entre dos o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones y hacen del comercio bajo una razón social, compañía limitada o abreviatura Cia. Ltda. o sino C. Ltda.
 5. **Mixta.-** Es aquella que forma con el concurso del capital privado y con la participación del Estado, municipalidades o personas jurídicas, el capital de este tipo se divide en acciones.

Para mi empresa elijo determinar la **Sociedad Anónima**, ya que esta empresa se maneja en acciones negociables la cual puede conformarse por dos o más personas este tipo de compañías es la más divulgada para las actividades económicas.

Los socios al momento es mis padres, y el capital mínimo para formar este tipo de compañías es accesible ya que es de 800 dólares americanos que debemos aportar.

1.8.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Mediante:

- Escritura Pública
- Solicita la aprobación de la Constitución a la Súper Intendencia de Compañías, luego publicar un extracto en el periódico de mayor circulación del domicilio de la compañía.

1.8.3 ASPECTO POLÍTICO Y LEGAL

Para el funcionamiento y como requisitos para la empresa de alimentos y fabricación tenemos a continuación algunos de estos :

- Formulario de solicitud de inscripción, (Anverso)
- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere (SOLO PERSONAS JURÍDICAS),
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil (SOLO PERSONAS JURÍDICAS),
- Copia de la Cédula de Ciudadanía,
- Copia de la última papeleta de votación
- Registro Sanitario
- Afiliación a la Cámara de Comercio
- Permiso de los Bomberos.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes R.U.C.,
- Certificado de búsqueda fonética, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI),

- Inventario valorado de los Activos Fijos Tangibles (Maquinaria, Muebles y Enseres, Equipos de Computación, etc.) que posea el establecimiento.
- Formulario de declaración de la Contribución del Uno por Mil sobre Activos Fijos Tangibles, debidamente firmado por el propietario o representante legal. (Solicitar formulario en la ventanilla de la EMQT), y dos copias originales.
- Original y dos copias adicionales del comprobante de pago por Registro y Contribución del Uno por Mil sobre los Activos Fijos Tangibles.
- Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo. (Si el establecimiento se ubica en el sector de La Mariscal o Centro Histórico, el Permiso de Uso del Suelo deberá ser actualizado).
- Copia de la Patente Municipal del año correspondiente.
-

1.9 PLANEAMIENTO DE OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

1.9.1 OBJETIVO GENERAL

- Establecer una empresa con un producto nuevo de calidad y valor nutricional en el mercado, que satisfaga las necesidades de nuestros clientes pensando en ahorrar tiempo y fácil de usar.

1.9.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.9.2.1 OBJETIVO SOCIAL

- Es esencial constituir una empresa, en el que genere empleo a personal honesto y responsable que tengan con fuentes de motivación y al mismo tiempo ayude al desarrollo del país.

1.9.2.2 OBJETIVO FINANCIERO

- Generar calidad en nuestros productos a un precio cómodo para nuestros clientes para aceptación de los mismos, recuperar lo que se invierta en el menor tiempo posible y fortalecer a nuestra empresa económicamente.
-

1.9.2.3 OBJETIVO DE MERCADEO

- Implementación de varias estrategias de mercadeo utilizando los diferentes medios en que nos convierta unas de las primeras a nivel nacional.

1.9.2.4 OBJETIVO GERENCIAL

- Ser una de las mejores empresas, no solo por un buen producto, también por calidad personal, valores éticos que nos representen sin dejar a un lado la responsabilidad social, que nos lleve al éxito.

1.9.2.5 OBJETIVO CLIENTE EXTERNO

- Satisfacer la expectativa de nuestro cliente, con un producto de excelente calidad, creando una fidelidad en el mismo, ya que es nuestra responsabilidad el desarrollo de sus niños con su alimentación de tal forma que sea sana al 100%.

1.9.2.6 OBJETIVO CLIENTE INTERNO

- Reconocer al trabajador como el principal protagonista de la empresa, en el cual será motivado y bien remunerado de acuerdo a su esfuerzo y espíritu de compromiso con nuestra empresa.

1.9.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Vamos a describir el plan de la investigación y los procedimientos que se usara para alcanzar los objetivos del proyecto, o sea, explicar las técnicas que serán utilizadas como: colecta de datos, investigación documental y bibliografía, observación, entrevistas, cuestionario, formulario, investigación de mercado.

1.9.4 PLAN DE INVESTIGACIÓN

1.9.4.1 Fuentes primarias:

Es posible que el desarrollo de la investigación propuesta dependa de la información que el investigador debe recoger en forma directa. Implica que utilizaremos técnicas y procedimientos que suministren la información adecuada. Encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, actitudes y las opiniones de los individuos.

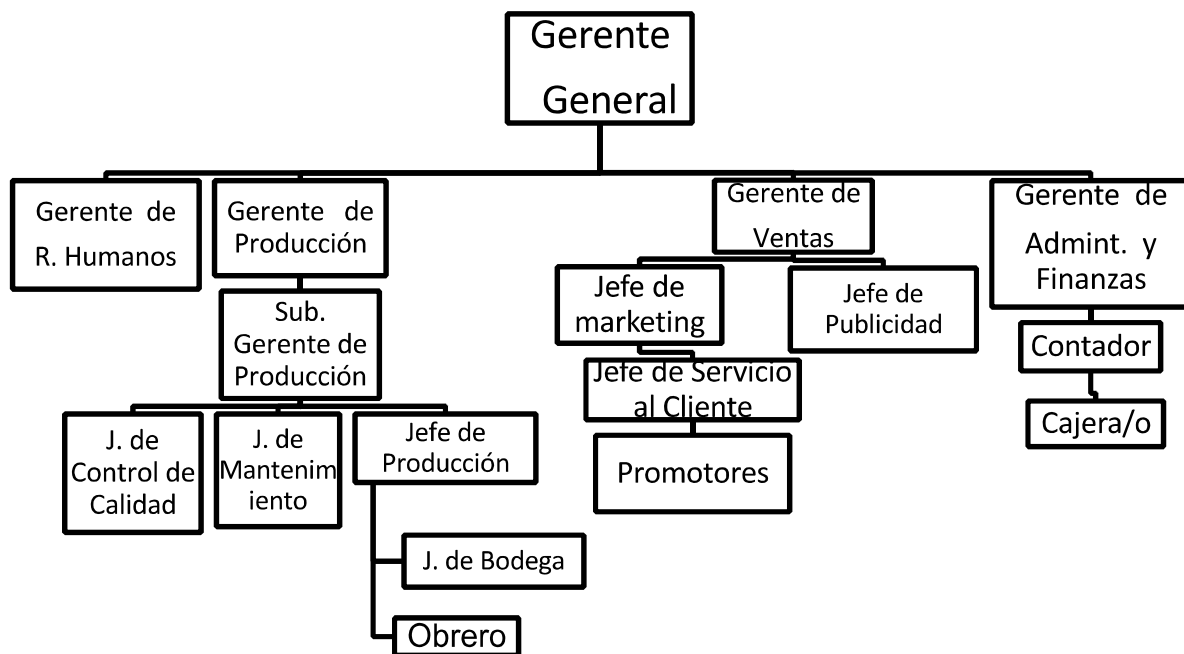
1.9.4.2 Fuentes secundarias:

- Cuestionarios, entrevistas y sondeos.
- El cuestionario supone su aplicación a una población bastante homogénea, con niveles similares y problemática semejante.
- La definición de las técnicas anteriores exige la determinación de procedimientos de codificación y tabulación de la información.

2 DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.1 EL RECURSO HUMANO

Tabla No. 2
Organigrama “Producción y Servicio”



Fuente: Plan de Negocios
Elaborado por: Gabriela Bravo

2.2 DESARROLLO DEL PERFIL

1. Gerente General

- Ser mayor de 25 años.
- Título universitario (Afines a la empresa).
- Dos idiomas mínimo.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de liderazgo
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 3 años en trabajos afines.
- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: respeto, puntualidad, perseverancia y constancia.

2. Gerente de Recursos Humanos

- Ser mayor de 25 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 3 años en trabajos afines.
- Dotes de psicología.
- Capacidad de organización.
- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia, y ética

3. Gerente de Producción

- Ser mayor de 25 años
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo)
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 3 años en trabajos afines.
- Capacidad de organización.

- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

4. Gerente de Ventas

- Ser mayor de 25 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 3 años en trabajos afines.
- Capacidad de organización.
- Buen nivel de comunicación
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia, ética.

5. Gerente de Administración y Finanzas.

- Ser mayor de 25 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 3 años en trabajos afines.
- Capacidad de organización.
- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia, ética, honradez.

6. Sub. Gerente de Producción.

- Ser mayor de 24 años
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 2 años en trabajos afines.
- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

7. Jefe de Marketing

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo.)
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 2 años en trabajos afines.
- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

8. Jefe de Publicidad

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo.)
- Dos idiomas mínimo.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 2 años en trabajos afines.
- Buen nivel de comunicación.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

9. Contador

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto trabajo.)
- Dos idiomas mínimo.
- Buen nivel de comunicación.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 2 años en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

10. Jefe de control de calidad.

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo)
- Dos idiomas mínimo.
- Buen nivel de comunicación

- Buena presencia.
- Experiencia de 2 años en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

11. Jefe de mantenimiento

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Dos idiomas mínimo.
- Buen nivel de comunicación.
- Buena presencia.
- Experiencia de 2 años en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

12. Jefe de Producción.

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Dos idiomas mínimo.
- Buen nivel de comunicación.
- Buena presencia
- Experiencia de 2 años en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

13. Jefe de Servicio de Calidad

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo.)
- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Dos idiomas mínimo.
- Buen nivel de comunicación.
- Buena presencia.
- Experiencia de 2 años en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

14. Jefe de Bodega

- Ser mayor de 22 años.
- Título universitario (afines con el puesto de trabajo).
- Capacidad de análisis.
- Capacidad de organización.
- Buen nivel de comunicación.
- Buena presencia.
- Experiencia de 2 años en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

15. Promotor

- Ser mayor de 18 años
- Título de bachiller como mínimo.
- Buena presencia.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad y eficacia.

16. Cajero

- Ser mayor de 18 años.
- Título de bachiller como mínimo
- Capacidad de análisis.
- Buen nivel de comunicación.
- Buena presencia.
- Experiencia mínima de 1 año en trabajos afines.
- Tenga valores: responsabilidad, puntualidad, eficacia y ética.

17. Obrero

- Ser mayor de 18 años.
- Título de bachiller como mínimo.
- Capacidad de análisis.
- Buen nivel de comunicación
- Buena presencia.
- Tenga valores: responsabilidad. Puntualidad y eficacia.

2.2.1 DESCRIPCIÓN PUESTOS DEL TRABAJO

Tabla No.3

“Descripción de los Puestos de trabajo”

NOMBRE DEL PUESTO	DESCRIPCIÓN
Gerente General	Sus funciones son desinar todas las posiciones gerenciales, realizar evaluaciones periódicas planificar las jornadas de trabajo, organizar la estructura de la empresa actual y a futura, coordinar y deducir el trabajo d e la empresa, además de tomar decisiones y ser siempre un buen líder.
Gerente de Recursos Humanos	Su función es decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo y dar apoyo a los demás departamentos, sin dejar a un lado al gerente general.
Gerente de Producción	Su función es coordinar la jornada con respecto la producción del producto y tenerlo listo para la venta del mismo.
Gerente de Ventas	Su función es aumentar el número y calidad de clientes, dar a conocer el producto al cliente y satisfacer sus dudas o reclamos.
Gerente de Admint. Y Finanzas	Su función es administrar los recursos monetarios de la empresa, solucionar todos los problemas financieros y contables, distribuir de manera correcta el presupuesto de la empresa.
Sub. Gerente de Producción	Realizar las compras de materiales, supervisa el proceso de elaboración y está pendiente de controlar a los trabajadores de producción.
Jefe de Publicidad	Es la persona que coordinara la publicidad de la empresa, con nuevas ideas para darle una buena imagen a la empresa y que nuestro producto sobresalga del resto.
Jefe de Marketing	Su función es desarrollar las estrategias de mercadeo para aumentar las ventas del producto, también elaborar el plan de mercadeo.
Contador	Es la persona que se encarga de llevar un control de la nómina y liquidación de los subordinados, pagos cobranzas e impuestos por pagar de la empresa y trabaja conjuntamente con su asistente.
Jefe de Control de Calidad	Es la persona encargada de revisar nuestro producto para su comercialización y dar al público un buen beneficio.
Jefe de	Es la persona que se encargaría de la maquinaria, su

Mantenimiento	desempeño, mantenimiento de la misma para la elaboración del producto.
Jefe de Laboratorio	Su función estar al día con nuevas investigaciones y estudio acerca de nuestro del producto, para estar pendiente de la competencia.
Jefe de Servicio al Cliente	Es la persona que se encargara de tratar a nuestros clientes con sus dudas o reclamos del producto. Para mejorar ante cualquier error.
Jefe de Bodega	Se encargara de la bodega, la recepción de mercadería, proveedores, inventarios y el aseo de la misma.
Promotores	Son personas encargadas de dar a conocer de manera personalizada a nuestro producto.
Cajero	Es la persona que se encargara de recibir los pagos que se realice por ventanilla de nuestros clientes. Sea una venta mayoritaria o unitaria.

Fuente: Plan de Negocios Gastronómicos
Elaborado por: Gabriela Bravo

2.2.2 CONVOCATORIA

La Cigüeña está realizando una convocatoria para el personal de su empresa, tanto administrativo como operativo se cubrirán diecinueve puestos de trabajo. Los inscritos a la convocatoria pasarán un proceso de selección y posteriormente, quienes resulten elegidos, se realizara una capacitación previa a la toma del puesto de trabajo.

Esto será publicado en diferentes medios de comunicación como es:

- Anuncios en la prensa como: Diario “El Comercio”, Diario “Hoy”, Diario “La Hora”, Diario “Últimas Noticias”, son los más importantes en Quito.
- Internet
- Agencias de empleo.
-
- Bolsas de empleo de escuelas técnicas, terciarios, facultades, etc.

El anuncio se presentara de la siguiente manera:

Anuncio para Prensa

SE NECESITA

Puesto: Sub. Gerente de Producción.

Área: Producción

Salario: A negociar

Lugar de trabajo: Quito
(dirección de la empresa)

Contrato: Fijo

Requisitos:

Edad: 24 a 35 años; sexo: ambos, título universitario, experiencia mínima de 2 años, dos idiomas mínimos, excelente presencia, con disponibilidad inmediata, y capacidad para trabajar bajo presión.

INTERESADOS: las personas que cumplan con los requisitos favor enviar hoja de vida actualizada, incluyendo fotografía en el transcurso de 25 de Marzo hasta el 29 del presente mes a la siguiente dirección: Av. República del salvador N34-377 e Irlanda

Este es el proceso donde se quiere buscar y atraer solicitantes capaces de cubrir la vacante que se está presentando anteriormente, a través de candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar los cargos. Teniendo dos tipos de reclutamiento, el interno y el externo, en nuestro caso por ser una empresa nueva, tendríamos un reclutamiento externo, es decir llenar las vacantes con personas extrañas que se presenten en forma espontánea, o puede ser a través de los anuncios que presentamos en la convocatoria. Y así formando poco a poco el personal que nos ayudara a desarrollar el proyecto y cada uno de los objetivos planteados.

2.2.3 SELECCIÓN

Analizaremos las habilidades y capacidades de los solicitantes a fin de decidir, sobre bases objetivas, cuales tienen el mayor potencial para el desempeño de los puestos que necesitamos cubrir tanto en el área administrativa como el área de producción. Aquí ya entra la selección entre las hojas de vida es importante saber qué y cómo debe ir estructurada la hoja de vida: primeramente que cumpla la función de presentar información comparable de los diferentes candidatos.

- ❖ Datos personales
- ❖ Preparación Académica
- ❖ Antecedentes Laborales
- ❖ Pertenencia a instituciones, distintos, pasatiempo

El objetivo del proceso de selección es producir información que permita predecir el desempeño del candidato en el cargo que va a ocupar. La selección va a estar a cargo del departamento de recursos humanos con visto bueno del gerente general.

Ya que de aquí depende nuestro el alcanzar tanto el éxito como el fracaso de este proyecto. A continuación los pasos a seguir para la selección del personal.

2.2.4 SELECCIÓN DEL PERSONAL

Una vez que disponemos de un grupo idóneo de solicitantes obtenido mediante el reclutamiento, se da inicio al proceso de selección que implica una serie de pasos que consumen cierto tiempo. El proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplea para decidir que solicitantes deben ser contratados. El proceso se inicia en el que la persona solicita el empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar a uno de los solicitantes.

2.2.4.1 PRESELECCIÓN

Una parte de la selección se inicia con una cita entre el candidato y la oficina de personal con la petición de una solicitud de empleo. El candidato empieza a formarse una opinión de la organización a partir de ese momento. Durante esta entrevista preliminar, puede iniciarse el proceso de obtener información sobre el candidato, así como una evaluación preliminar e informal, dejando la solicitud formal de trabajo o llamada “Hoja de Vida”, Curriculum Vitae.

2.2.4.2 ENTREVISTA

Va a consistir en una conversación formal y en profundidad, conducida para evaluar la idoneidad para el puesto que tenga el solicitante entrevistador se fija como objetivo responder a dos preguntas generales: ¿puede el candidato desempeñar el puesto? ¿Cómo se compara respecto a otras personas que han solicitado el puesto?

2.2.4.3 PROCESO DE LA ENTREVISTA

- **Preparación de entrevistador.-** se debe realizar preguntas específicas, las respuestas que se deben mostrar idoneidad del candidato y al mismo tiempo considerar las preguntas que hará el solicitante. Los entrevistadores necesitan estar en posición de explicar características y responsabilidades del puesto, los niveles de desempeño, el salario y otros puntos de interés.
- **Creación de un ambiente de confianza.-** la labor de crear un ambiente de aceptación recíproca corresponde al entrevistador. Tiene la obligación de representar a su organización y dejar una imagen agradable.
- **Intercambio de información.-** este proceso de entrevista se basa en una conversación, con el fin de ayudar a establecer confianza y adquirir información sobre el solicitante,

- **Terminación.-** cuando el entrevistador considera que se va acercando al punto en que ha completado la lista de preguntas y expira el tiempo planeado para la entrevista es hora de poner un punto final a la sesión. Puede preguntar al candidato ¿tiene alguna pregunta? Independientemente de la opinión que se haya formado el entrevistador sobre la idoneidad del candidato, no es conveniente indicarle que perspectivas tiene de obtener el puesto.
- **Evaluación.-** Inmediatamente después de que concluya la evaluación del entrevistador debe registrarse las respuestas específicas y sus impresiones generales sobre el candidato.

2.2.4.4 VERIFICACIÓN DE REFERENCIAS

Los pasos siguientes de selección consisten en gran medida en la verificación de los datos contenidos en la solicitud, así como de los datos obtenidos durante la entrevista. Teniendo certeza de la información de nuestro solicitante.

2.2.4.5 CONTRATACIÓN

Llegada la hora de contratar al solicitante idóneo señala el final del proceso de selección. Puede corresponder esta responsabilidad al futuro supervisor del candidato o al departamento de recursos humanos. Con el fin de mantener la buena imagen de la organización, conviene comunicarse con los solicitantes que no fueron seleccionados por respeto y consideración para que primero no pierdan otras oportunidades en las que si puedan ser idóneos.

2.2.4.6 INDUCCIÓN

Es el paso donde damos la información necesaria al nuevo trabajador y realizar todas las actividades pertinentes para lograr su rápida incorporación a los grupos sociales que existan en su medio de trabajo, a fin de lograr una identificación entre el nuevo miembro y la organización y viceversa.

2.2.5 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Nos da la posibilidad de mejorar la calidad de los productos o servicios e incrementar la productividad de los empleados para que así la organización siga siendo competitiva este es el principal objetivo de la empresa. Daremos al trabajador las oportunidades para desarrollar su capacidad y mucho más, a fin de que alcance las normas de rendimiento que se establezcan, así para lograr que desarrolle todas sus potencialidades, en bien de el mismo y de la organización, convirtiéndose en una herramienta motivadora.

Esta se realizara una vez ya terminado el proceso de selección, coordinando con los candidatos elegidos, en una determinada hora y día dentro de la empresa. Aquí se informara sobre los siguientes temas:

- Inducción sobre el concepto de la empresa y sus objetivos.
- Procedimiento de ventas.
- Reglamentos internos y políticas.
- Prevención de accidentes y primeros auxilios

2.2.6 HORARIOS

Es importante definir los diferentes periodos de tiempo con los que vamos a trabajar tanto para los empleados de la empresa como para nuestros clientes los horarios son los siguientes:

- Horario de la empresa para los trabajadores: Lunes a Viernes 8:30 AM a 13:00 PM y 14:00 a 17:30 PM y Sábado de 8:00 a 13:00 PM
- Horario de atención al cliente: Lunes a Viernes de 9:00 AM a 17:00 PM.
- Horario de pagos a los proveedores y trabajadores: Viernes 16:00 PM a 17:30 PM.

2.3 PLANES, POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

Es de vital importancia, planear las actividades para todo el año, se renovara cada fin de año, su gestión será fundamental en el éxito de la operación del negocio durante todo el año, ya que en este aspecto se genera los niveles de compromiso, clima laboral, relaciones humanas, etc. Un ambiente de trabajo apropiado estimula y propicia el desarrollo profesional y la amistad entre sus miembros. Es muy importante implementar el significado de trabajo en equipo, este debe tener presente siempre en el cliente interno, base fundamental en la empresa para que se pueda atender al cliente externo.

Por tal razón vamos a establecer e identificarse las siguientes acciones:

- Especificar las necesidades cualitativas y cuantitativas de los empleados que necesita la organización.
- Mecanismos de selección, contratación y desarrollo transparentes.
- Programas de capacitación concertados.
- Establecer políticas de administración personal, tipo de contratos, salarios, prestaciones participación de utilidades, opciones de adquisición de acciones.

Tabla No.3
“Cronograma de Actividades”

MES	EVENTO
Enero	Degustación centro comercial.
Febrero	SIN EVENTO
Marzo	Visitas a Guarderías
Abril	SIN EVENTO
Mayo	Preparación de artículo para revista.
Junio	Fiesta por el Día del Niño
Julio	SIN EVENTO
Agosto	SIN EVENTO
Septiembre	Degustación centro comercial.
Octubre	SIN EVENTO
Noviembre	SIN EVENTO
Diciembre	Proyecto propaganda de televisión.

Fuente: Plan de Negocios Gastronómicos
Elaborado por: Gabriela Bravo

2.4 DESARROLLO DE POLITICAS INTERNAS Y PROCEDIMIENTOS

Este es un instrumento útil para regular las obligaciones, prohibiciones y los procedimientos que se debe tomar en cuenta y deben sujetarse cada uno de los empleados sin excepción alguna, en relación con sus labores, permanencia en la empresa. Estas se encontraran en todas las áreas de nuestra empresa, indicando cada punto importante que deberá regirse nuestros trabajadores incluyendo a altos ejecutivos.



Plt/ 001

**20 de Septiembre del
2012**

1.1.1 POLÍTICA DE UNIFORMES

La imagen de la empresa se ve reflejada en una correcta uniformidad del personal, lo que nos motiva a establecer pautas necesarias para mantener los estándares dentro del personal de cada área.

1. Todo el personal tiene la obligación de utilizar el uniforme a diario en horario de trabajo, deberá ser llevado en forma correcta e impecable.
2. Será responsabilidad del empleador el uso del uniforme, el no realizar ninguna actividad en donde se vea involucrada la imagen de la empresa.
3. Los uniformes serán lavados por cuenta del personal.
4. El uniforme del personal de producción constará de: ropa protectora de color blanco que les cubra el cuerpo, llevar completamente cubierto el cabello, el calzado apropiado es decir zapatos antideslizantes.
5. El uniforme del área administración constará de: trajes ejecutivos tanto las mujeres como los hombres.
6. Parte del uniforme se constituye el name tag con su nombre y cargo, siempre será colocado en la parte izquierda de la solapa.

Gabriela Bravo

GERENCIA GENERAL



PIt/ 002

**20 de Septiembre del
2012**

1.1.2 POLÍTICA DE PRÁCTICAS EN LA COCINA

Procedimientos importantes que deben tomarse en cuenta a la hora de preparar alimentos.

1. Nunca descongele los alimentos a la temperatura ambiental, utilizar métodos como sumergiéndolos en chorro de agua potable o en el horno microondas.
2. Utilizar temperaturas correctas para mantener los alimentos calientes y fríos, deben mantenerse fuera de la zona de temperatura de riesgo es decir de 6°C a 56°C.
3. Comprobar la temperatura de los alimentos, con termómetros calibrados.
4. Si tiene una herida o una llaga, cúbralo con un curita limpia y también con un guante, así protegerá el curita y evitará que caiga en los alimentos.

Gabriela Bravo

GERENCIA GENERAL



PI/ 003

**20 de Septiembre del
2012**

1.1.3 POLITICA DE BODEGAJE

La Bodega necesita un control de sus existencias, acompañada de su respectiva política en la que establece las normas y procedimientos así como responsabilidades.

1. Al momento de recibir la mercadería es decir los alimentos, se deberá saber cuándo aceptar o rechazar una entrega, revisar que tenga, la temperatura y la apariencia correcta.
2. Ponga etiquetas y fechas a todos los alimentos.
3. Organizar los pedidos o requisiciones adecuadamente cumpliendo con las normas de sanidad, recibiendo en el tiempo requerido y en condiciones óptimas.
4. Se realizará un inventario una vez al mes, en su último día de cada mes es decir es mensual, este lo realizara la persona responsable de la Bodega en conjunto con la persona de producción, al día siguiente será presentado con copia al gerente general.
5. Mantenerla ordenada, limpia y estar pendientes de mantener en buen estado todos los alimentos. La limpieza será semanal.

Gabriela Bravo

JEFE DE BODEGA

GERENTE GENERAL



1.1.4 ORDEN DE REQUISICIÓN

HORA:

DEPARTAMENTO:

		CANTIDAD			
ÁRTICULO	UNIDAD	PEDIDO	ENTREGADO	PRECIO UNI.	IMPORTE

REQ. POR

FECHA:

APROBADO POR

FECHA:

ENTREGADO POR

FECHA:

RECIBIDO POR

FECHA:



ORDEN DE COMPRA N#

PROVEEDOR:

FECHA DE PEDIDO:

FECHA DE PAGO

DEPARTAMENTO:

TÉRMINOS DE ENTREGA:

N°	ÁRTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNI.	PRECIO T.
			COSTO T.	

ELABORADO POR

APROBADO POR

RECIBIDO POR

2.5 CREACIÓN DE ESTÁNDARES DE SERVICIO

Es una obligación para nosotros como empresa crear estándares de servicios que se cumplan, creando fidelidad en cada uno de ellos y haciéndonos conocer de tal manera que no duden el elegir. Pensando siempre en ¿cómo sería el servicio perfecto que quiere recibir le cliente?, por tal razón tendremos en cuenta lo siguiente:

- Hacer contacto visual y sonreír al cliente apenas entre a la oficina.
- Si lo conoce, saludar la recién llegado utilizando su nombre (preferiblemente por su apellidos) ejemplo; Buenos días Señor Pérez.
- Si está tendiendo a un cliente o una llamada telefónica, saludar al recién llegado y pedirle que le espere unos segundos.
- Indicar al recién llegado las cosas que puede hacer mientras espera su turno, por ejemplo llenar el cuestionario de sugerencias.
- Si la atención al cliente actual se prolongará, prevenir la recién llegado, en caso que tengas cosas urgentes que realizar.
- Apenas termine de atender a un cliente, limpie la mesa de trabajo o mostrador antes de recibir al recién llegado.
- Es importante mantener ordenada la oficina (limpieza de mesas de trabajo, pisos, paredes).
- Señalización interna, rótulos, carteles y similares, luces, iluminación, pintura colores, temperatura adecuada.
- Tener en lo posible una zona de espera, equipada con si es necesario con revistas, café, agua etc.

2.6 ELABORACIÓN DE CONTRATOS Y CONVENIOS

Los contratos y convenios se realizarán dependiendo las necesidades que tenga la empresa tanto con sus empleados como con sus proveedores, de tal manera que las dos partes estén al tanto y de acuerdo con el contexto del contrato o convenio y rigiéndonos a las leyes establecidas por el Ministerio de Trabajo. En la empresa tendremos algunos tipos de contrato:

- Contrato de trabajo a prueba.
- Contrato de trabajo por horas. (esté es para las promotoras).
- Contrato de trabajo a tiempo fijo.
- Acuerdo entre patrono y trabajador. (embarazo)
- Acuerdo entre empresa y proveedor.

2.6.1 ELABORACIÓN DE CONVENIOS

Se realizara alianzas estratégicas como una poderosa herramienta para nuestro negocio, para superar barreras comerciales en un nuevo mercado, empresas que sean afines a nuestro producto, sin embargo es muy importante para el éxito de la alianza estratégica, que exista un equilibrio de fuerzas entre las dos empresas, que su aliado maneje temáticas afines a la nuestra, pero que no sea competidor directo de nuestros productos o servicios. Las alianzas son excelentes para proveer recursos, herramientas o soluciones de tal manera que nos ayuda a crecer como empresa. Entre nuestras expectativas es difundir el producto en cada uno de los hogares que cuente con la presencia de nuestros consumidores potenciales sean los niños, como guarderías, supermercados, hospitales y clínicas.

2.7 ELABORACIÓN DE INCENTIVOS Y SANCIONES

Dentro del área de manejo la empresa es primordial conocer profundamente el Recurso Humano de la empresa, ya que este es el recurso competitivo más grande y su desempeño determinará el éxito o fracaso de la organización, así poder alcanzar los objetivos de la empresa con eficiencia y eficacia. No sólo se refiere a los sueldos y salarios, sino que también toma en cuenta otros aspectos como participación en los beneficios, bonificaciones y otros tipos de remuneraciones económicas. Para esto es necesario una evaluación del desempeño en la empresa esta se realizará el último mes del año.

2.7.1 INCENTIVO – SANCIONES

Sistema de recompensas incluye el paquete total de beneficios que la empresa pone a disposición de sus empleados, así como los mecanismos y procedimientos para distribuirlo. No solo se tiene en cuenta salarios, vacaciones, bonificaciones, asensos, sino también otras compensaciones menos visibles, como seguridad en el empleo, o a posiciones que implique crecimiento, desarrollo adicional y varias formas de reconocimiento del desempeño excelente.

Excelente

- Incentivo en bono anual equivalente 8% del sueldo.
- Reconocimiento en público en reunión anual con entrega de certificado a la excelencia en el desempeño.
- Capacitación costada por la empresa en instituciones externas equivalente a 1 seminario o taller al año.

Muy Bueno

- Incentivo en bono anual equivalente 5% del sueldo.
- Reconocimiento con entrega de una carta de felicitación por su muy buen desempeño.
- Capacitación costada en un 50% por la empresa en instituciones externas equivalente a 1 seminario o taller al año.

Bueno

- Obsequio (un bono alimenticio o un electrodoméstico pequeño).

En Observación

- Capacitación dentro de la empresa dirigida por su inmediato superior para el mejoramiento de su desempeño.

Sistema de sanciones incluye una serie de medidas disciplinarias que nuestros empleados deberán respetar con un comportamiento adecuado para que no se desvíen de los estándares esperados y evitar problemas, en casos extremos castigar la reincidencia (suspensión del trabajo), o incluso a separar al autor de los demás miembros (despido de la organización).



20 de Septiembre del 2012

SANCIONES

Se considerarán faltas leves:

- La impuntualidad no justificada en la entrada o salida del trabajo hasta tres ocasiones en un mes por un tiempo total inferior a 15 minutos.
- La inasistencia injustificada al trabajo de un día durante el período de un mes.
- La no comunicación previa de inasistencia al trabajo por causa justificada.
- El abandono del puesto de trabajo por períodos breves de tiempo y siempre que ello no hubiere causado riesgos a la integridad de personas o cosas, lo que puede ser falta grave o muy grave.
- La desatención y falta de corrección con el cliente, cuando no perjudiquen gravemente la imagen de la empresa.
- Los descuidos en la conservación de material que provoque deterioros leves del mismo.
- La embriaguez no habitual en el trabajo.
- El uso de celular, ya que interrumpe la jornada de trabajo.

Se considerarán faltas graves:

- La impuntualidad no justificada en la entrada o salida del trabajo hasta tres ocasiones en un mes por un tiempo total inferior a 60 minutos.
- La inasistencia injustificada al trabajo de dos a cuatro días durante el período de un mes.
- La simulación de enfermedad o accidente.
- La suplantación de otro trabajador, alterando los registros y controles de entrada y salida al trabajo.
- La desobediencia a las órdenes e instrucciones de trabajo, incluidas las de normas de seguridad e higiene, así como la imprudencia o negligencia en el trabajo, salvo que de ellas se deriven perjuicios graves a la empresa, causaren averías a las instalaciones, maquinarias o bienes de la empresa o comportasen riesgo de accidente para las personas, en cuyo caso serían faltas muy graves.
- La realización sin el oportuno permiso de trabajos particulares durante la jornada así como el empleo de útiles, herramientas, maquinaria y en general bienes de la empresa para los que no estuviera autorizado o para usos ajenos a los del trabajo encomendado, incluso fuera de la jornada laboral.
- El quebrantamiento o la violación de secretos de obligada reserva que no produzca grave perjuicio para la empresa.
- La embriaguez habitual en el trabajo.
- La falta de aseo y limpieza personal cuando pueda afectar al proceso de

Se considerarán como faltas muy graves.

- La impuntualidad no justificada en la entrada o salida del trabajo en diez ocasiones durante seis meses o en veinte durante un año debidamente advertido.
- La inasistencia injustificada al trabajo durante tres días consecutivos o cinco alternos en un período de un mes.
- El fraude, deslealtad o abuso de confianza en las gestiones encomendadas o la apropiación, hurto o robo de bienes propiedad de la empresa, de compañeros o de cualesquiera otras personas dentro de las dependencias de la empresa.
- La simulación de enfermedad o accidente o la prolongación de la baja por enfermedad o accidente con la finalidad de realizar cualquier trabajo por cuenta propia o ajena.
- El quebrantamiento o violación de secretos de obligada reserva que produzca grave perjuicio para la empresa.
- La embriaguez habitual o toxicomanía si repercute negativamente en el trabajo.
- La realización de actividades que impliquen competencia desleal a la empresa.
- El abuso de autoridad ejercido por quienes desempeñan funciones de mando.
- El acoso sexual.
- La reiterada no utilización de los elementos de protección en materia de seguridad e higiene, debidamente advertida.
- La reincidencia o reiteración en la comisión de faltas graves que el trabajador hubiese sido sancionado dos o más veces por faltas graves, aun de distinta naturaleza, durante el período de un año.

Las sanciones máximas que pueden imponerse al trabajador por la comisión de estas faltas son:

- **Por falta leve:** amonestación verbal o escrita (memorándum) y suspensión de empleo y sueldo de hasta dos días.
- **Por falta grave:** suspensión de empleo y sueldo de tres a catorce días.
- **Por falta muy grave:** suspensión de empleo y sueldo de catorce días a un mes, y despido disciplinario.

Las anotaciones se realizarán en los expedientes personales de cada empleado de las sanciones impuestas, quedarán canceladas en los plazos cuatro u ocho meses, dependiendo si el empleado sancionado, cambia de actitud.

Gabriela Bravo

GERENTE GENERAL

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El estudio de mercado es la iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, como objetivo principal es el obtener la información necesaria para enfrentar las condiciones del mercado actual, las decisiones que debemos tomar y la evolución de nuestro producto.

3.1.1 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para este estudio vamos a utilizar técnicas como determinar los hábitos y actitudes de nuestros clientes. Evaluar el nivel de satisfacción de los mismos con los productos y servicios prestados. Identificar oportunidades y debilidades de los productos de la competencia y sus sustitutos. Análisis de productos y marcas ya establecidas o posicionadas.

Desarrollar focus group con clientes futuros y medir sus grados de asimilación y sugerencias de productos. Desarrollar encuestas a sectores ya dirigidos y segmentados a aplicar el producto.

Nombre de la Empresa: La Cigüeña

Especialidad: Sopas Instantáneas para Bebés

3.1.1.1 NECESIDAD

Nosotros como empresa hemos buscado la manera de llegar al mercado basándonos en la principal necesidad del ser humano que es la alimentación, y en este caso la de sus hijos, por eso hemos escogido las sopas instantáneas, puesto que es un alimento completo rico en nutrientes.

3.1.1.2 DESEO

Elaboraremos un producto llamativo, de excelente calidad y un valor nutricional adecuado para los niños de esa edad, que ayude en el crecimiento y desarrollo de los primeros años de vida, y facilite la alimentación a las madres de familia de hoy.

3.1.1.3 DEMANDA

Como empresa sería muy gratificante llegar a satisfacer los deseos de todos nuestros clientes de acuerdo a su capacidad adquisitiva, por eso creamos tres tipos de diferentes sopas, debido a los ingredientes hemos clasificado de la siguiente manera

- Sopa de Res con Vegetales: de 7 meses a 3 años en adelante.
- Sopa de Pollo con Verduras y cebada: de 6 meses a 3 años en adelante.
- Sopa de Quinoa con Verduras: de 8 meses a 3 años en adelante.

3.1.2 ESTABLECIENDO OBJETIVOS Y PLANES DE ACCIÓN

El objetivo que tenemos con nuestra empresa es tener un lugar en el mercado, brindando un servicio de primera, tratando de siempre satisfacer, la necesidad, el deseo y su demanda, de esta manera vuelva y se convierta en un cliente fiel.

- Es importante que los retos y metas que nos propongamos, sean realizables y simultáneamente alcanzables, estrechamente con la realidad que tiene el mercado en nuestro país.
- Siempre motivarnos, comenzando desde la empresa, para que nos forme una rutina y constituir retos en los miembros que formen el plan.

- El saber nuestro producto cruce fronteras, formando parte de cada uno de nuestros clientes y de sus propias familias.
- Tener un control de calidad y hacer participar a nuestros clientes con sus sugerencias o reclamos, de esta forma nos ayudaremos en las fallas que tengamos y estas serán corregidas inmediatamente.
- Abrir varias sucursales en todo el país, comenzando por la Ciudad de Quito.

3.1.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La implementación de una segmentación socioeconómica nos permitirá diferenciar el mercado de acuerdo a los estratos sociales o actividades económicas, religión, raza y conoceremos a donde nos dirigiremos y que clientes podríamos abarcar con encuestas planificadas y numeradas conocer la demanda actual de quien podría adoptar y adquirir este producto. Aplicar un marketing indiferenciado creando productos con una sola lema y objeto el que es alimentar a los bebes con diferentes sabores y no presentaciones, así maximizaremos la satisfacción de nuestros clientes y diferenciación de calidad de los demás productos.

MERCADO: va dirigido a los padres de familia tanto padres como madres que tengan niños de 6 meses a 3 años de edad.

SEGMENTO: va dirigido a un estrato social medio a alto, es decir para los sectores centro-norte, norte y valles.

NICHO: sería todos los padres y madres de familia que trabajan o estudian y tienen complicaciones para alimentar a sus niños.

3.1.4 ESTUDIO DE LA OFERTA

3.1.4.1 ESTRATEGÍA DE INTRODUCCIÓN

Para introducción de un producto nuevo se utilizara una técnica de Impulso de Mercado es el cual se debe fabricar lo que necesitan los clientes de acuerdo a los estudios de mercadeo previos a la ejecución del producto en este caso como producto nuevo , los estudios indicados y las alianzas con guarderías, hospitales y clínicas y planes de nutrición infantil dan aspectos positivos al desarrollo de este producto a largo plazo generar alianzas entre “La Cigüeña” y el gobierno para erradicar la desnutrición por medio de nuestros productos dan una oportunidad en el mercado .

Implementación de descuentos y reducciones de precio ya sea por volúmenes, por temporadas permitirán a los distribuidores mayoristas o minoristas la adquisición de este producto.

Adoptar una penetración del producto con un precio bajo para poder competir con nuestros competidores estimulara a la aceptación rápida en el mercado, una mayor cobertura de canales de distribución para lograr la distribución en las tiendas o supermercados el uso de herramientas de apoyo como propagandas televisivas o radiales y publicidad alternativa ayudaran al crecimiento y a los potenciales clientes informarles sobre el producto .

Programar reuniones o lanzamientos en áreas como la salud para presentación del producto donde la empresa explique los objetivos de negocio beneficios y ventajas de estos , para esto la adecuada capacitación y supervisión de la fuente de ventas generan ventajas sobre nuestro productos .

3.1.4.2 SITUACIÓN COMPETITIVA

Competidores en el mercado local es Nestlé empresa ecuatoriana con una línea de productos nutricionales para bebe como Gerber papillas de frutas o compotas y colados de verduras y res, crema de pollo envasada para bebes, el Cereal Infantil Nestlé Nestum, y otros como Apina Baby con compotas de frutas, San Jorge también con compotas de frutas y como competidor indirecto las leches que ya están muy bien posicionadas en el mercado Ecuatoriano.

3.1.4.3 MACRO AMBIENTE

Los Productos “La Cigüeña” sopas deshidratadas para bebes de 3 meses a los 3 años de edad , existe una situación favorable demográficas para la elaboración de este producto ya que sus insumos y productos no son escasos en el mercado ecuatoriano como materia prima para la elaboración de estos como carne de res, pollo, cebada, verduras , quinua entre otros ya que su producción es fácil y no tiene ningún peligro de extinción .

En el aspecto tecnológico la implementación de maquinaria de punta será importada de países en desarrollo como USA ,Brasil ,Canadá y Japón no existe ninguna restricción al importar maquinaria para esta elaboración aparte de sus tasas arancelarias y impuestos exigidos por la ley .

3.1.4.4 ESTRATEGIAS

- Ubicación céntrica que ayudar para los canales de distribución tanto norte como sur del país.
- Contaremos con una página web donde estará información de nuestros productos , podrán realizar sugerencias y quejas así como información de la historia de nuestros productos

- Contaremos con una línea telefónica 1800 “La Cigüeña” para contacto con proveedores y clientes.
- Publicidad en medios masivos como radio y televisión en un plazo largo.
- Embajador de marca para dar reconocimiento a la marca y popularidad.
- Alianzas estratégicas con el sector alimenticio y salud como doctores y pediatras.
- Precio bajo para la aceptación de clientes e introducción al mercado

3.1.4.5 IMPLEMENTACION Y DESARROLLO

Nos basaremos en técnicas de Marketing como la fidelización de clientes y canales de distribución una publicidad masiva de medios ya que es un medio por el cual llega a muchos hogares y targets el contar con un embajador de marca nos ayudara al reconocimiento de esta y permitirá asimilación de este producto con los clientes .

Las alianzas estratégicas permitirá la comercialización de nuestro producto, alianzas como en el sector de la salud pediatras nutricionistas .el lanzamiento de los productos de “La Cigüeña” se la hará con un precio bajo para introducir en el mercado nacional para tener la aceptación de clientes y generar mayor acogida una vez posicionado en el mercado aumentar el precio de este en un porcentaje razonable , campañas de lanzamiento con producto de muestra en maternidades, supermercados para que reconozcan la marca y lograr posicionarla en el mercado como un producto estrella .

3.1.4.6 SITUACIÓN ACTUAL

El mercado de productos alimenticios de bebe aún no se encuentra saturado por eso es propicio la implementación de este negocio y aun mas con un producto nuevo para este mercado , encontramos como productores en el ecuadores de productos alimenticios para bebes a Nestlé con papillas de frutas como Gerber que es su línea de papillas y dos tipos de una crema de pollo y un colado de verduras y carne de res ya posicionadas en el mercado pero no existe productos de sopas deshidratadas es decir nuestro producto es diferente, eso indica que es una ventaja frente a nuestros competidores y una oportunidad en el mercado . No existe ninguna restricción al producir esta línea de productos por parte del gobierno , existe el personal capacitado para la elaboración de estos .

La maquinaria para la implementación de la fábrica de producción se encuentra fuera del país, donde tendremos que importar de países de Sudamérica en las cuales las elaboran como Argentina y Brasil.

Contamos con todos los elementos para la producción e insumos para generar los productos de alta calidad ya que eso será una ventaja frente a nuestros competidores buscar la calidad en insumos que utilicemos, a continuación mostraremos datos sobre crecimiento de este tipo de productos .

Natalidad:

A pesar de un decrecimiento de la tasa de natalidad en el ecuador debido a la situación económica indica que es un negocio rentable ya que la mayoría de las personas de un estrato social medio y alto tienen su tiempo limitado y es por eso que acuden a productos de calidad como las sopas de deshidratadas .

Tabla No.4
“Tasa de Natalidad”

Año	Tasa de natalidad
2005	22.67
2006	22.29
2007	21.91
2008	21.54
2009	20.77
2010	20,32
2011	19,96

Fuente: Comercio y Mercadotecnia Internacional
Elaborado por: Lerma Kirchner

Migración

El aumento de los controles llevados a cabo por Estados Unidos tras el 11 de septiembre de 2001, provocó que los ecuatorianos eligieran nuevos destinos. Entre 2000 y 2008 más de un millón de ecuatorianos migraron a Europa, principalmente a España e Italia.

El Ecuador además de ser uno de los grandes emisores de migrante, también es receptor de personas procedentes de Colombia, Perú y Cuba en los últimos tiempos. También se habla de las consecuencias sociales, se considera que aspectos positivos, como la mayor participación masculina en el hogar, mayor poder adquisitivo y mejora en la calidad de vida de los familiares de migrantes, por otra parte se ha generalizado la idea de que existe una conexión directa entre migración y consecuencias negativas depresión, drogadicción, embarazos prematuros, deserción escolar, entre otras que afectan principalmente a los hijos de emigrantes.

3.1.5 MARKETING MIX

3.1.5.1 PRECIO

Este juega un papel muy importante a la hora de decidir un producto por otro, es decir hay que tomar una decisión con una estrategia al definir si va a ver un precio bajo o un precio alto, es decir este debe ir ligado a producto con su calidad percibida, pero principalmente a las tendencias de los consumidores y sus necesidades. Tomando en cuenta:

Coherencia interna, es decir el costo de producción en sí de la sopas, abarcando materia prima, maquinaria, etc.

Coherencia externa, esa relacionada con la el precio que tiene la competencia, y fijar un precio aceptable como producto nuevo al mercado, tomado en cuenta que cada sobre contiene 70 gr de peso neto y este rinde 5 porciones.

Sopa de Pollo con Cebada y Verduras	
Precio de Venta por sobre	4,37
Costo promedio por sobre	1,01

Sopa de Res con Vegetales	
Precio de Venta por sobre	4,59
Costo Promedio por sobre	1,06

Sopa de Quinoa con Verduras	
Precio de Venta por sobre	3,68
Costo Promedio por sobre	0,85

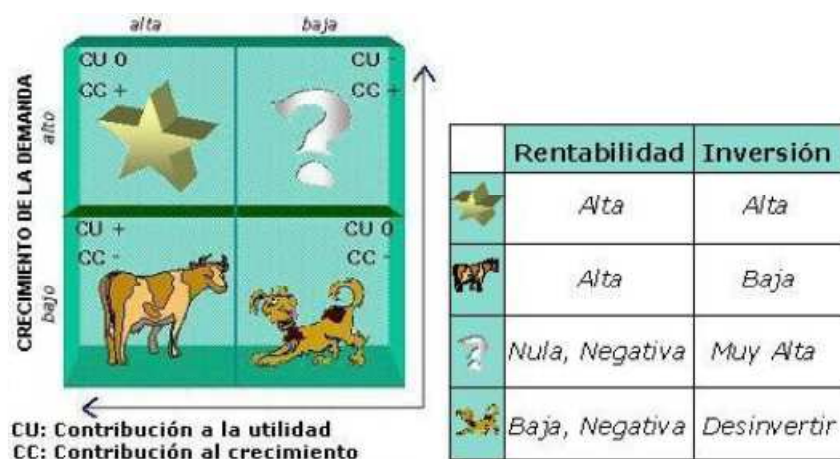
3.1.5.2 PRODUCTO

Descripción del Producto

Son tres sabores diferentes de sopas, elaborados con alimentos de primera calidad, el empaque es una bolsa termo formada que llevan el logotipo y el gráfico indicando el sabor de la sopa, el contenido neto es 70 gr cada una y rinde cinco porciones, al reverso indica los pasos para la elaboración de la misma y el valor nutricional.

Cartera de Productos

Gráfico No.1
Participación Relativa del Mercado



Fuente: Estrategia Magazine
Elaborado por: Gabriela Bravo

- **SOPA DE POLLO CON VERDURAS Y CEBADA** es un producto “Estrella” debido a que ha logrado sobresalir en el mercado quiteño por varias razones, sin embargo lo más importante es su precio muy por debajo de la competencia y tiene un mercado creciente.

- **SOPA DE RES CON VEGETALES** es un producto “Vaca Lechera”, tiene una alta participación en el mercado pues es el más conocido, su mercado no tiene un crecimiento rápido, pero genera márgenes de utilidad altos.
- **SOPA DE QUINUA Y VERDURAS** es un producto “Perro”, pues para el mercado ya no crece, cuenta con una posición débil en un comienzo, queremos probar analizando su participación en el mercado se puede decir que esta aprueba.

3.1.5.3 PLAZA

Se cree conveniente que la mejor ubicación y basándose en las leyes de la ubicación del sector industrial y respetando los decretos nacionales y permisos de funcionamiento nos ubicamos en el sector norte de Quito en la panamericana norte km 17 Calderón parroquia de Quito, así podremos cubrir la zona tanto Norte como Sur de la ciudad ya que es un lugar céntrico y nos da oportunidad de ventaja de canales de distribución. Debiendo lograr que el producto llegue al lugar adecuado y en las condiciones adecuadas.

Los canales de distribución que hemos elegido son los principales supermercados de Quito, en toda la ciudad y valles; también en las principales cadenas Farmacéuticas, en guarderías que se encuentre en el centro-norte, norte y valles; convirtiéndose en un producto fácil de adquirir.

3.1.5.4 PROMOCIÓN

- **Descripción de la campaña de publicidad**

-

La Cigüeña S.A cuenta con una buena campaña de publicidad y promoción orientada en comerciales de radio, materiales POP (afiches) en los diferentes puntos de ventas y principalmente en los supermercados y farmacias. Los días

domingos ya que es un día familiar realizaremos varias demostraciones en los principales centros comerciales.

- **Slogan**

Todas las campañas publicitarias deben enfatizar el Eslogan de la Marca, "**Primero Tú Bebe**" demostrando, que para nosotros primero son los niños es decir que no hay sabor y calidad que se pueda comparar. Es un compromiso con los niños y sus padres, dar una alimentación sana.

- **Anuncios de Radio**

Se utilizara este medio por su cobertura a nivel nacional y ventaja de costo, en las estaciones de radio de música variada y música suave, para llegar aun público variado.

3.1.6 PROCESO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Nos basaremos en una encuesta, para recaudar la información necesaria que nos ayudara con el aspecto de mercadeo.

3.1.6.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la presente investigación utilizamos la fórmula que se aplica cuando se desconoce el tamaño de la muestra exacta de la población.

N= es el total de personas que van a encuestar del segmento.

Q2= es el total de personas del segmento el cual se lo divide para el 100% del total para sacar de 28415

Z2= se obtiene de una tabla de probabilidad de una distribución normal y se conoce como el número de errores estándares asociados con el nivel de confianza.

E2= es el margen del error predecible que el investigador de mercado quiere respecto que la medida población está alejada de la media muestra.

Fórmula

“Tamaño de la muestra”

$$N = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

3.1.6.2 RECOLECCIÓN DE DATOS

Se realizara a una muestra de la población objetivo para nuestro proyecto que será calculada mediante la fórmula de probabilidad, la encuesta se realizara personalmente, por teléfono o vía correo electrónico. A continuación daremos a conocer la encuesta y los resultados

3.1.7 ENCUESTA DE ANÁLISIS DE MERCADEO DEL PRODUCTO

NOMBRE:

EDAD:

FECHA:

Solicitamos de su atención y tiempo para llenar el siguiente cuestionario a presentar, gracias por su colaboración.

1. ¿Usted consume compotas o sopas instantáneas para bebés?

SI

NO

2. ¿En qué parte de la ciudad vive?

Norte

Centro

Sur

Valles

3. Usted es:

Madre Soltera

Madre Ejecutiva

Madre Ama de casa

Padre Soltero

4. ¿Dónde realiza las compras de los alimentos para su bebé?

Tienda cercana

SUPERMAXI

MI COMISARIATO

TÍA

SANTA MARÍA

5. ¿Le agradaría la idea que exista una sopa instantánea para bebés?

SI

NO

6. Nombre la (s) marca (s) preferida al momento de elegir una sopa:

MAGGI

GALLINA BLANCA

KNORR

GERBER

7. ¿Qué edad cree usted que es adecuada para alimentar a su bebe con una sopa instantánea?

6 meses

8 meses

1 año

8. ¿Si existiera sopas instantáneas para bebés cuál sería su elección?

Vegetales

Su opción:

Pollo

Carne

9. Al momento de cancelar sus compras lo realiza con:

Efectivo

Cheques

Tarjeta de crédito

10. ¿Cuánto pagaría por una sopa instantánea para bebés? Marque el precio

0.85

1.80

2.20

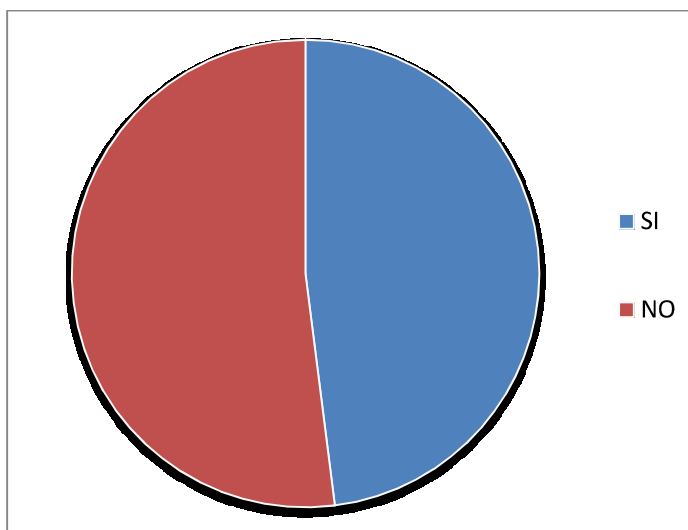
Su opción:

3.1.8 ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA

PREGUNTA # 1

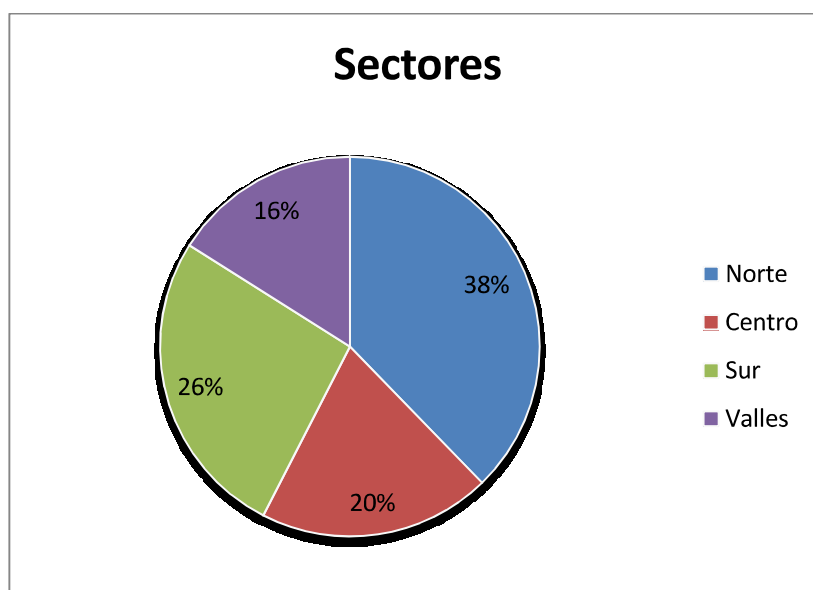
¿Usted consume compotas o sopas instantáneas para bebés?

Grafico No.2



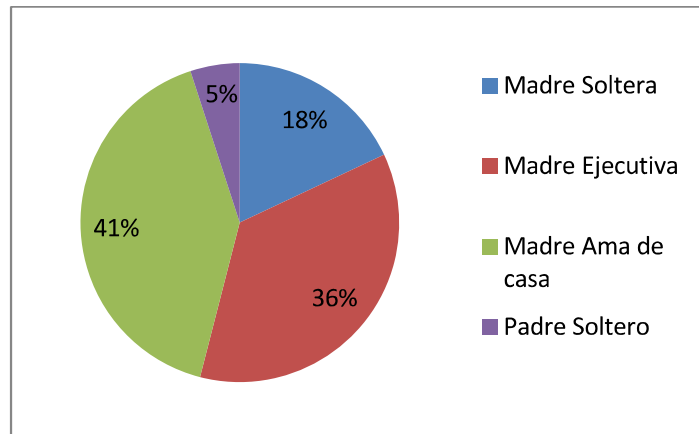
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

Según los resultados la mayoría de los entrevistados no consumen sopas instantáneas para bebés ya que no son muy común en el mercado.

PREGUNTA # 2**¿En qué parte de la ciudad vive?****Grafico No.3**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

La mayoría de los que realizaron la encuesta viven en el norte de la ciudad, le sigue el sur, el centro y el norte de la ciudad de Quito, convirtiéndose una buena plaza el norte.

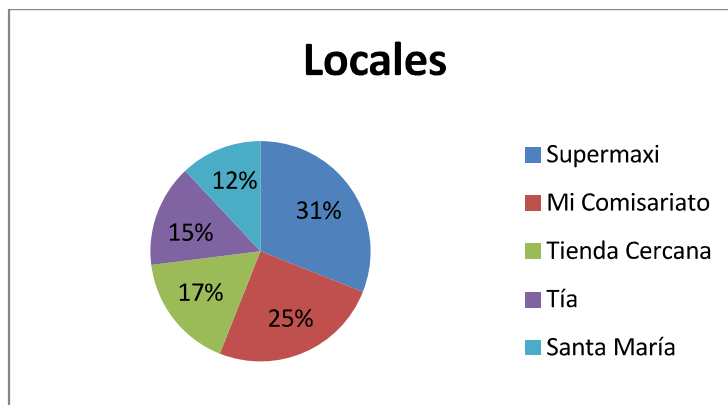
PREGUNTA # 3**Usted es:****Grafico No.4**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

La mayoría son madres amas de casa que cocinan ellas mismo y un porcentaje alto también son las madres ejecutivas que no tienen tiempo de realizar la comida para sus bebés, las madres y padres solteros que muchas veces comparten el caso de las madres ejecutivas.

PREGUNTA # 4

¿Dónde realiza las compras de los alimentos para su bebe?

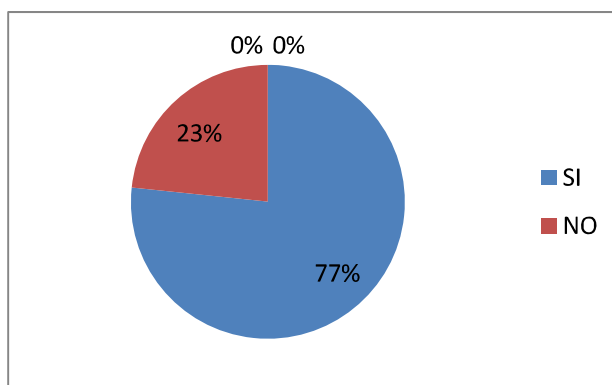
Grafico No.5

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

El Supermaxi es el supermercado más concurrido en Quito seguido por los demás ya que confían el estado de los productos que encuentran ahí.

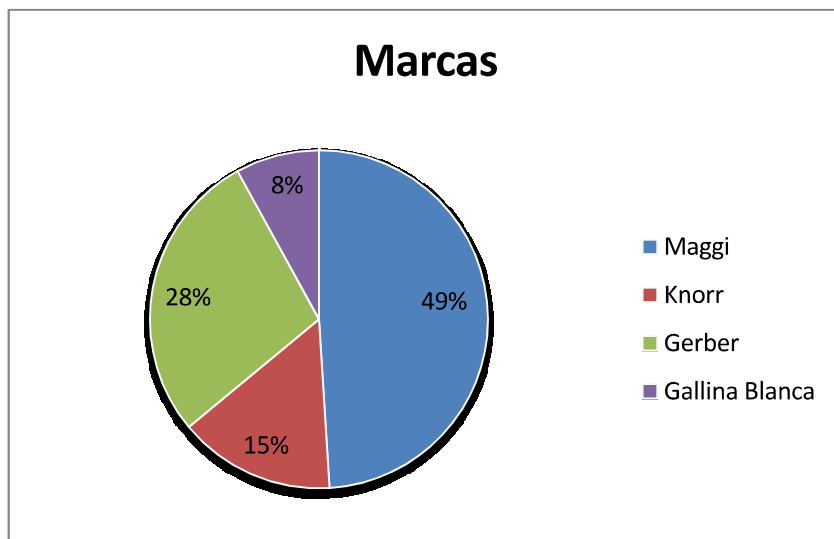
PREGUNTA # 5

¿Le agradaría la idea que exista una sopa instantánea para bebés?

Grafico No.6

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

La mayoría le gusta la idea de una sopa instantánea para bebés, facilitando la alimentación de sus hijos.

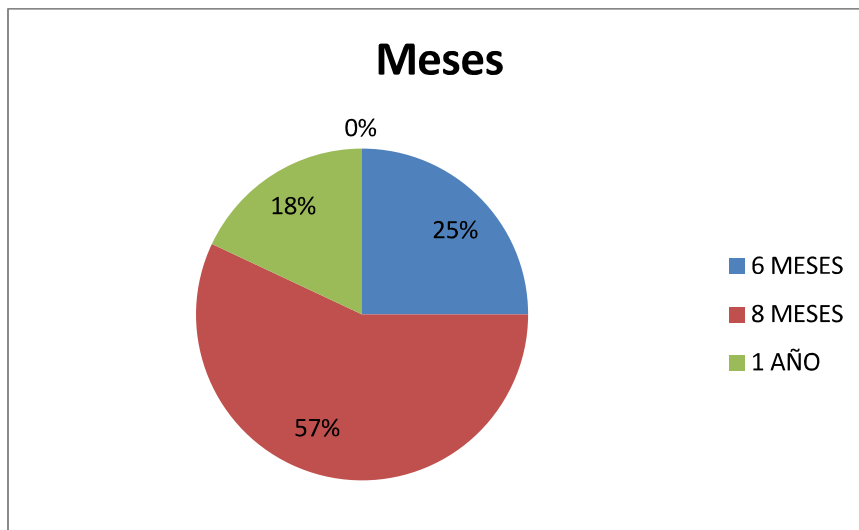
PREGUNTA # 6**Nombre la (s) marca (s) preferida al momento de elegir una sopa:****Grafico No.7**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

Maggi es la marca más reconocida en productos de sopas en el Ecuador, seguida por las otras excepto que son productos para bebés Gerber con sopas exclusivamente para bebés.

PREGUNTA #7

¿Qué edad cree usted que es adecuada para alimentar a su bebe con una sopa instantánea?

Grafico No.8

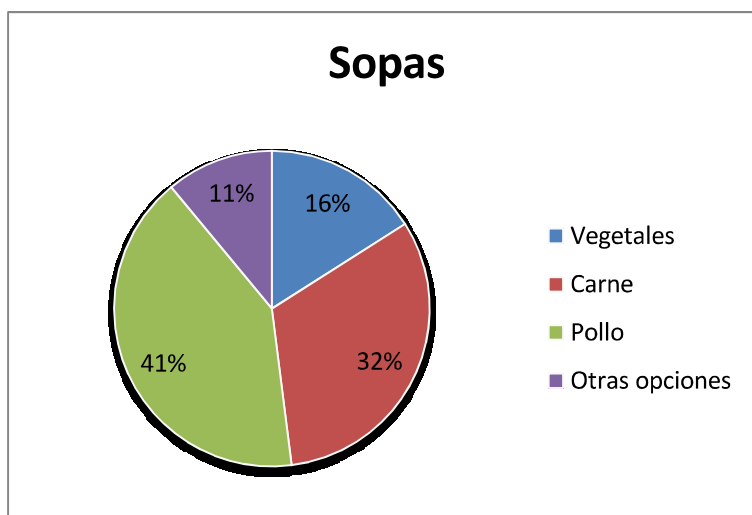
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

La edad adecuada para alimentar a nuestros niños con otros alimentos que no sea la leche materna y frutas es desde los 6 meses de edad.

PREGUNTA # 8

¿Si existiera sopas instantáneas para bebés cuál sería su elección?

Grafico No.9



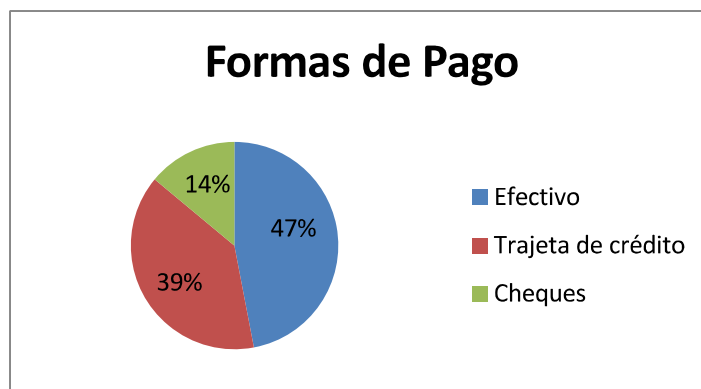
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bravo

La sopa a base de pollo es la más escogida ya que al pollo se le considera en una dieta blanda, por tal razón los padres comienzan por darle ese sabor, seguido por la carne de res y al final los vegetales.

PREGUNTA # 9

Al momento de cancelar sus compras lo realiza con:

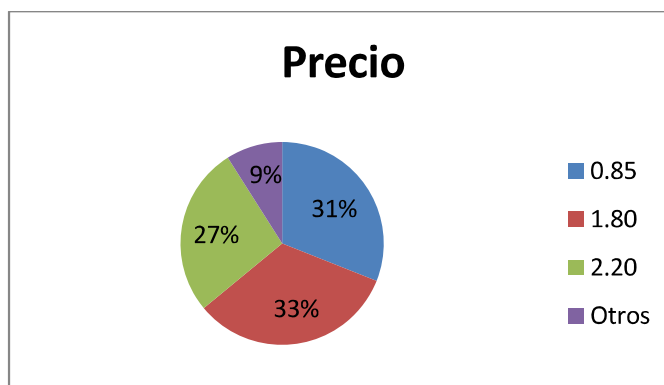
Grafico No.10

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

El efectivo es la forma de pago más concurrente pero la tarjeta de crédito es también utilizada al momento de cancelar las compras.

PREGUNTA # 10

¿Cuánto pagaría por una sopa instantánea para bebés? Marque el precio

Grafico No.11

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Gabriela Bravo

El precio que tiene mayor elección es un estimado en relación con la competencia el valor que pagarían por una sopa instantánea.

3.2 CREACIÓN DE LA IMAGEN

Es la personalidad de la empresa, lo que simboliza y la idea principal que queremos transmitir a nuestro cliente interno como externo, dicha imagen estará impresa en todas las partes que involucren a la empresa y posicionarla en nuestro mercado.

3.2.1 LOGOTIPO



3.2.2 TIPOGRAFÍA

El tipo de letra que emplearemos se llama LOBSTER, he empleado este tipo de letra ya que las puntas de las letras son redondas dando una impresión de suavidad ya que nuestro producto está hecho para bebés.

3.2.3 COLOR

Los colores elegidos son los pasteles es decir el azul, el celeste, etc. Ya que estos nos expresan profundidad, tranquilidad; adaptado hacia el público que queremos dirigir en este caso a los más pequeñitos de nuestros hogares.

3.2.4 DISEÑO

El diseño elegido es una cigüeña ya que es un símbolo de la llegada de un bebé, siempre que están presentes están relacionadas con bebés o niños pequeños, las sopas tiene dos presentaciones, una en sobre y la otra en envase redondo, llevan el logotipo y el sabor de cada una con los colores antes indicados y la letra elegida.

3.2.5 IMAGEN DE LAS SOPAS SOPA DE POLLO CON VERDURAS Y CEBADA (2 PRESENTACIONES)



SOPA DE RES Y VERDURAS



SOPA DE QUINUA CON VERDURAS



ROTULO



Medidas: 3 metros x 1 metro.

Materiales: Caja de luz, impresión de lona full color.

TARJETA DE PRESENTACIÓN



HOJA VOLANTE



REVERSO DE LA SOPA

12 cm

15,5 cm

La Cigüeña
el alimento de tu bebe

Modo de Preparación:

1. Vierta el contenido del sobre en 1 litro de agua o leche caliente.
2. Mezcla el contenido con ingredientes que más le encantan si desea.
Deja hervir semi tapada a fuego lento 15 a 20 minutos revolviendo de vez en cuando.
3. Servir y disfrutar de este mágico momento.

Información Nutricional:

Tamaño porción 1 Plato = 1/5 sobre (12 g en 200 ml de agua)
% de Ingesta Diaria recomendada para niños de 6 a 36 meses según PDRI.

Energía	190 kcal [590 kJ]	
Energía de las grasas	55 kcal [230 kJ]	
Grasa Total	0 g	
Sodio	213 mg	
Carbohidratos disponibles	11 g	
Proteínas	1 g	
Hierro	1.1 mg	10 %
Ácido Fólico	5.0 µg	10 %
Zinc	0.3 mg	10 %

No contiene colorantes, preservantes ni sabores artificiales.

Ingredientes:
Quinoa, manteca, cebolla, tomate, zanahoria, arveja, papa nabo, apio, fende de vegetales, sal.

Conserve en un lugar fresco y seco.
Elaborado por La Cigüeña S.A. Quito, Industria Ecuatoriana.

3.3 PROTECCIÓN LEGAL DE LA MARCA

La protección de la marca se adquiere única y exclusivamente por su registro, su vigencia es de 20 años y podrá ser renovada por períodos iguales indefinidamente con un costo de \$116.

PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR UNA MARCA EN ECUADOR:

El procedimiento para el registro de una marca en Ecuador consta de los siguientes pasos:

1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD O BUSQUEDA DE ANTERIORIDAD DE LA MARCA.- se realiza una búsqueda de la marca solicitada en la base de datos del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (I.E.P.I), para constatar si existen marcas idénticas o similares registradas en el Ecuador. Con los resultados de esta búsqueda emitimos un informe sobre los mismos y sabemos si es factible registrar nuestra marca.
2. SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA.- De ser satisfactoria la búsqueda y el estudio emitido procedemos a presentar la solicitud de registro ante el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (I.E.P.I) con las formalidades legales pertinentes: formulario de solicitud de registro con todas las características de las marcas y fundamentalmente el Poder de Abogado debidamente notariado y legalizado en el Consulado del Ecuador o mediante el Arreglo de La Haya (Apostilla).
3. EMISIÓN DE TÍTULO DE PROPIEDAD DE LA MARCA.- Una vez que el trámite siga su curso (publicación de solicitud en la Gaceta, publicación de prórrogas y oposiciones y análisis de registrabilidad por parte del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (I.E.P.I) se nos notifica con la aceptación de la marca y emisión de título respectivo el cual hacemos llegar al cliente.

3.4 CREACIÓN Y MANEJO DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNA Y EXTERNA

3.4.1 RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS

- Premiaremos a nuestros clientes estrella es decir dependiendo del monto de facturación durante el año, con viajes, electrodomésticos etc.
- Demostrar siempre al cliente, que gracias a ellos existimos y q siempre serán nuestra fuente de inspiración para el crecimiento de la misma.
- Mantenernos atentos y estar dispuestos a realizar entrevistas, en aparecer en las principales revistas, es decir en cualquier medio de comunicación.
- Ayudar mediante el programa de alimentación social, en hospitales públicos y sectores a niños que sufran desnutrición de bajos recursos creando una imagen social positiva para nuestra empresa.
- Involucrarnos en programas en bienestar de la humanidad y conservación del medio ambiente alrededor del Ecuador, como un aporte a nuestra imagen social.

3.4.2 RELACIONES PÚBLICAS INTERNA

- Todos los días jueves se realizará una reunión con todos los gerentes o jefes de cada área para analizar la semana y planear la siguiente.
- Cualquier tipo de problema o novedad, se hará enterar al supervisor o jefe de cada área y este será registrado.
- Colocaremos una cartelera con las fechas de cumpleaños de cada uno de los trabajadores y otra con las novedades del mes es decir charlas, programas o eventos culturales.
- Cada mes se escogerá al empleado del mes, y así acumulara puntos y estos al finalizar el año se sumaran y el que tenga mayor puntaje se llevara una remuneración económica, incentivando y reconociendo su esfuerzo de cada día.

3.5 MANEJO DE PUBLICIDAD

También conocidos como relaciones públicas u comunicación interactiva es un marketing directo enfocado a tele marketing, catálogos páginas web ,vallas publicitarias revistas, cine, diarios entre otros, o publicidad alternativa donde se da a conocer la marca y el producto que se está dando a conocer . Informar al público de un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el fin de motivar al público hacia una acción de consumo.

“La Cigüeña” para la publicidad y dar a conocer la marca e incrementar el volumen de ventas a creído conveniente seguir las siguientes técnicas que tendrán como resultado difundir su marca y darse a conocer a los clientes . Aquí se quiere cumplir los objetivos ya planteados como recordar la marca o hacer conocer e producto, este mensaje es dirigido a futuros clientes potenciales como madres de familia, hogares con bebes, que sepan elegir y disfrutar de nuestro producto. La publicidad es masiva donde daremos a conocer a todos los futuros clientes sobre nuestros productos con utilización de campañas, como publicidad en radio las cuáles serán las más importantes y sintonizadas como radio Disney , La Bruja, Exa , entre otras así podremos cubrir las necesidades y clientes q tengan mayor afinidad con este medio más barato y accesible a todos las personas.

Presentación del producto con un embajador de marca, promoviendo la adquisición del producto y dando apoyo a la imagen de esta misma que serán llevado a cabo en lugares más solicitados para familias u hogares con bebes . Producto gratuito a clientes con stands en centros comerciales y supermercados de distribución de los productos. Publicidad alternativa por medio de vallas publicitarias, entrega de flyers o productos 2 x 1. También con la creación de una página web

La campaña tendrá tres facetas la más fuerte durara tres meses a partir del lanzamiento después descenderemos unos quince días y nuevamente

retomaremos la campaña fuerte durante 2 meses y después relativamente a un ritmo normal.

1. Elaboración de tarjetas o papelería corporativa \$600 25.000 tarjetas durante tres meses.
2. Flyers virtuales en internet. \$200 con base de datos para 25000 personas.
3. Elaboración de página web \$900.
4. Radio dependiendo la emisora \$2500 a \$3000 con 300 menciones.
5. Hoja volantes (tamaño A5) 150 cada mes \$500, las impulsadoras repartidor de los volantes en los principales puntos \$200 cada mes cada una.
6. Valla publicitaria 2 unidades c/u \$800

3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Este contiene varios puntos importantes, ya que entender a la competencia es parte fundamental del crecimiento de la empresa y nuestras estrategias de promoción y el éxito en las ventas están influidos por la capacidad que se tenga para hacer distinguir a nuestro producto de los demás si conocemos los competidores y lo que están haciendo, se podrá establecer una diferencia con ellos, debemos identificar el número de competidores en el área del mercado donde pensamos establecer nuestro negocio en relación con el mercado potencial.

Al identificar a los competidores, es importante saber si estos pueden ser directos o indirectos, los directos venden el mismo producto o servicio que nosotros, es decir nuestro competidor directo es GERBER de NESTLÉ, ya que tiene productos similares como Crema de Pollo con Fideos, Colado de Verduras y Carne de Res o Colado de zanahorias este sería mi competidor directo al que debo poner más énfasis en el análisis.

Por otro lado los competidores indirectos son los que venden productos o servicios al mismo mercado aunque no exactamente el mismo producto. Es decir mis competidores indirectos serían, nuevamente GERBER con sus compotas de frutas, SAN JORGE, con sus compotas de frutas también, ALPINA BABY de igual manera tiene compotas de frutas, ORGNICS son compotas de frutas orgánicas y como último competidor indirecto tenemos a NESTUM de NESTLÉ con cereales infantiles a modo de papilla y CERELAC es decir que intervienen en la alimentación de los bebés. Al tener los resultados de nuestro análisis, es decir ya sabemos cuántos son a que se dedican cual es su segmento de mercado, nos va ayudar siempre hacer algo más o algo mejor que los competidores, está es la razón principal de nuestro análisis.

3.7 MANEJO DEL LANZAMIENTO

Una vez realizado todos los permisos legales, adecuaciones a nuestra empresa y la elaboración de nuestros primeros productos, realizaremos el lanzamiento de la siguiente manera, los realizaremos en los tres principales centros comerciales, en Quicentro Shopping del Sur, El CCI, y el Condado, ya que tenemos espacio suficiente para ubicarnos con promotoras mediante juegos, demostraciones de la preparación de nuestras sopas, entrega de pequeñas muestras de nuestros productos a los padres de familia para que las prueben, charlas sobre una buen alimentación a partir de los 6 meses de vida y al mismo tiempo se familiaricen. Lo realizaremos en el mes de mayo del 2013, ya que son los meses de mayor rentabilidad para nosotros como producto. Entregaremos un producto que satisfaga plenamente las necesidades de nuestros clientes, y de ser posible llenar todas sus expectativas, ayudando a reforzar a la marca e incidiendo siempre en el profesionalismo y calidez que nos debe de representar como empresa.

4 ASPECTO FINANCIERO DEL PROYECTO

4.1 FINANCIERO

4.1.1 MONTO ECONÓMICO PARA LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA.

COMPOSICIÓN DE LA EMPRESA	
Gastos legales	1738,24
Gastos de abogados	650,00
TOTAL	2388,24

COSTOS – INVERSIÓN	
Maquinaria y equipos de trabajo	40 708,58
Muebles y encerres	10 101,75
Decoración	2 567
Publicidad y mercadeo	5 955
Uniformes	560
Gastos de composición de la empresa	2 388,24
TOTAL	62 280,57

4.1.2 PRESUPUESTOS DE ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS DE TRABAJO, ÚTILES DE OFICINA, MUEBLES Y ENCERE, DECORACIÓN, ACTIVOS DE OPERACIÓN

4.1.2.1 EQUIPOS DE COCINA

CONCEPTO	CANTIDAD	P. Unitario	P. Total
Liofilizador	1	20955,19	20955,19
Empacadora al vacío	1	12300	12300
Refrigerador	1	1503,07	1503,07
Cocina seis quemadores de acero	1	2217,6	2217,60
Balanza eléctrica	1	156,14	156,14
Tabla de picar 12x18	8	15,12	120,96
Bowls	12	15,49	185,88
Cuchillos	6	12,82	76,92
Espumadera	6	14,52	87,12
Sartén	3	57,98	173,94
Coladores Estañado 20cm	4	4,84	19,36
Cucharón	6	16,07	96,42
Cucharas de mesa	6	1,15	6,90
Pelador	3	2,4	7,20
Caldero de 60cm	6	218,52	1311,12
Caldero de 45 cm	4	89,16	356,64
Licuada	1	95	95
Generador 5500w	1	1039,12	1039,12
		TOTAL	40 708,58

4.1.2.2 MUEBLES Y ENCERES

CONCEPTO	CANTIDAD	P. Unitario	P. Total
Fax	1	98,55	98,55
Mesa de reunión	1	170	170
Archivadores metálicos	8	140	1120
Sillones Gerenciales	5	125	625
Sillones semi ejecutivas	8	85	680
Sillas para visita	18	23	414
Computador	6	403,7	2422,2
Counter grande	1	220	220
Estaciones de trabajo	5	180	900
Escritorios 120 x 60	8	100	800
Impresora grande	1	312	312
Decoración	1	2340	2340
		TOTAL	10 101,75

4.1.3 ESTABLECER PRESUPUESTO PARA MERCADEO

Papelería Corporativa	600
Flyers virtuales	200
Página web	900
Radio	2500
Hojas Volantes	500
Lanzamiento	1255
Vallas Publicitarias	1600
Promotoras	400
TOTAL	5955

4.1.4 ESTABLECER PRESUPUESTO ROL DE PAGOS

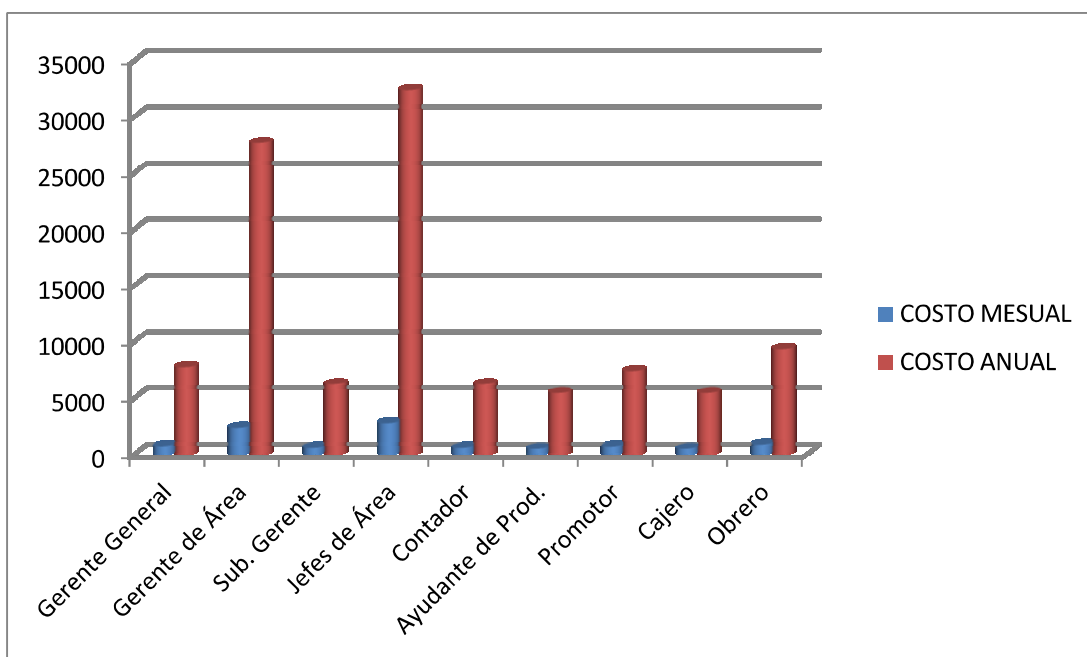
Nº	Cargo	CI	Sueldo Base	Aporte Patronal	Decimo Cuarto	Decimo Tercero
1	Gerente General		450,00	50,18	24,33	37,50
4	Gerente de Área		400,00	44,60	24,33	33,33
1	Sub. Gerente		350,00	39,03	24,33	29,17
6	Jefes de Área		300,00	33,45	24,33	25,00
1	Contador		350,00	39,03	24,33	29,17
1	Ayudante de Producción		300,00	33,45	24,33	25,00
2	Promotor		185,00	20,63	24,33	15,42
1	Cajero		300,00	33,45	24,33	25,00
2	Obrero		250,00	27,88	24,33	20,83
	TOTAL AL MES		2.885,00	321,68	219,00	240,42
	TOTAL AL AÑO		34.620,00	3.860,13	2.628,00	2.885,00

Fondo de Reserva	lece	Secap	Vacaciones	Capacit.	Seguro Accidentes	Horas Extras
4,18	2,25	2,25	18,75	4,00	5,00	38,93
3,72	2,00	2,00	16,67	4,00	5,00	38,93
3,25	1,75	1,75	14,58	4,00	5,00	38,93
2,79	1,50	1,50	12,50	4,00	5,00	38,93
3,25	1,75	1,75	14,58	4,00	5,00	38,93
2,79	1,50	1,50	12,50	4,00	5,00	38,93
1,72	0,93	0,93	7,71	4,00	5,00	38,93
2,79	1,50	1,50	12,50	4,00	5,00	38,93
2,32	1,25	1,25	10,42	4,00	5,00	38,93
26,81	14,43	14,43	120,21	36,00	45,00	
321,68	173,10	173,10	1.442,50	432,00	540,00	

Costo Mes	Costo Mes	Costo Anual	Costo Anual	%
	Total			
637,37	637,37	7.648	7.648	7%
574,58	2.298,33	6.895	27.580	26%
511,79	511,79	6.142	6.142	6%
449,00	2.694,03	5.388	32.328	30%
511,79	511,79	6.142	6.142	6%
449,00	449,00	5.388	5.388	5%
304,59	609,18	3.655	7.310	7%
449,00	449,00	5.388	5.388	5%
386,21	772,43	4.635	9.269	9%
	8.932,93			
	107.195,19		107.195,19	

Gráfico 12

Costo Mensual y Anual del Rol de Pagos



Fuente: Plan de Negocios Gastronómicos
Elaborado por: Gabriela Bravo

Total	24.245,90	48492%	2.127,44	2.099,69	2.099,41	2.090,69	1.924,44	2.052,07	1.976,36	1.976,36	1.976,36	1.976,36	1.976,36	1.976,36	1.976,36
Costos Veritas															
Publicidad	2.808,00	5616,0%	200,00	200,00	200,00	234,00	234,00	400,00	320,00	200,00	200,00	200,00	180,00	120,00	120,00
Recomendaciones	603,00	1206,0%	80,00	45,00	45,00	73,00	73,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
	0,00	0,0%													
	0,00	0,0%													
Total	3.411,00	6822%	280,00	245,00	245,00	307,00	307,00	445,00	365,00	245,00	245,00	245,00	225,00	165,00	165,00
RESULTADO INGRESO															
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
13.813,45	15.660,39	14.690,51	14.947,06	15.287,00	15.305,32	13.543,06	15.318,29	15.870,16	16.586,00	15.583,39	15.100,39	181.705,01			
%	7,60%	8,62%	8,08%	8,41%	8,42%	7,45%	8,43%	8,73%	9,13%	8,68%	8,31%	100,00%			
RESULTADO GASTO															
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
15.198,79	15.079,04	15.084,76	15.110,04	14.971,79	15.305,32	15.061,71	15.061,71	14.095,71	14.961,71	14.941,71	14.881,71	179.764,00			
%	8,45%	8,39%	8,39%	8,41%	8,33%	8,39%	8,37%	7,84%	8,32%	8,31%	8,28%	100,00%			
RESULTADO UTILIDAD															
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
-1313,24	581,35	-39,25	-11,98	315,21	0,00	-15,66	266,58	1.774,45	1.624,29	641,68	218,68	1.941,01			
%	-7,37%	29,95%	-2,61%	16,24%	0,00%	-1,17%	13,73%	91,42%	83,68%	33,06%	11,27%	100,00%			

NOTA

ESTO QUIERE DECIR QUE YO TENGO QUE VENDER MAS DE 60 UNIDADES DIARIAS PARA GENERAR UTILIDADES Y SI SE VENDE MENOS DE 60 UNIDADES SE PRODUCIRA PÉRDIDAS

4.1.7 FORMATOS FINANCIEROS

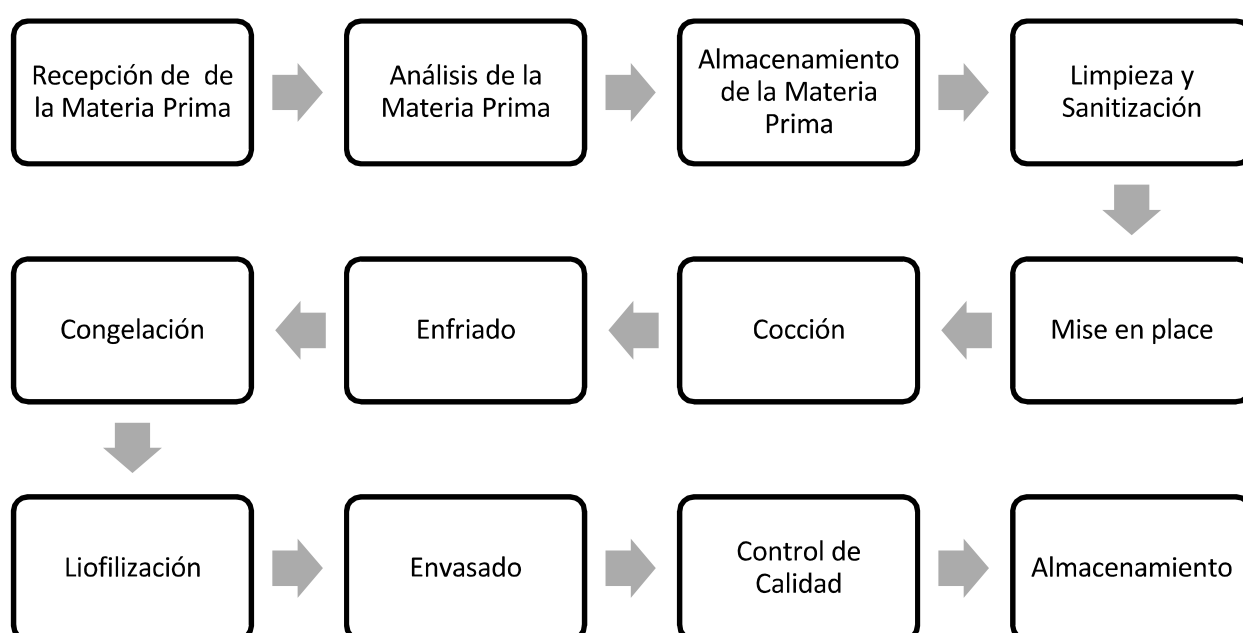
CUENTA	MAYO 2012
ACTIVOS CIRCULANTES	
Efectivo y Equivalentes	10.000,00
Cuentas por cobrar	5.287,00
Inventarios	235,43
Gastos pagados por anticipado	0,00
ACTIVOS FIJOS	
Inmuebles Plantas y Equipos	50.809,00
TOTAL ACTIVOS	66.331,43
PASIVOS CIRCULANTES	
Documentos por Pagar	235,21
Cuentas por pagar	5.000,00
Impuesta a la renta por pagar	720,74
PASIVOS FIJOS	
Gastos Fijos	9.971,79
Deuda a largo plazo	2.600,00
TOTAL PASIVOS	18.527,74

4.2 COSTES

4.2.1 DETERMINAR Y DESARROLLAR EL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO.

Tabla No. 5

“Proceso de Elaboración”



Fuente: Plan de Negocios Gastronómicos
Elaborado por: Gabriela Bravo

El proceso de elaboración de las sopas liofilizadas consta de once pasos donde los productos son sometidos a transformación, conservación y envasado, controlando temperaturas y tiempos adecuados para evitar contaminación cruzada.

4.2.1.1 Recepción de materias primas

En cuanto los alimentos se bajen del camión y antes de firmar la entrega, se debe revisar de arriba abajo cada producto adquirido, es importante que la persona que esté encargada de la recepción de la mercadería deba saber cuándo aceptar y rechazar una entrega, es decir que revise que tengas las si los alimentos llegan insalubres o no es el producto que pedimos, deberá ser devuelto al proveedor.

4.2.1.2 Análisis de la Materia Prima

Cuando reciba todos los alimentos, revisar que tengan las etiquetas, la temperatura y la apariencia correcta. Use todos los sentidos (tacto, olfato, etc.)

4.2.1.3 Almacenamiento de la Materia Prima

Las entregas deben almacenarse inmediatamente después de inspeccionarse. Alimentos cocidos y listos para comerse). Practique PEPS; primeras entradas, primeras salidas para la rotación del inventario. De manera que los alimentos antiguos salgan primero.

Es importante mantener secas y limpias las áreas de almacenamiento y compruebe la temperatura de los alimentos almacenados en los refrigeradores.

4.2.1.4 Limpiar y Sanitizar

Es importante limpiar y sanitizar, para evitar que las personas enfermen, la clave es recordar hacerlo consistentemente y a fondo. Primero limpie la superficie con un detergente; rocíe la superficie con sanitizante y límpiela; permita que se seque al aire. Debe limpiarse y sanitizarse cada vez que se utiliza, cuando se interrumpe una tarea o cuando se empieza a trabajar con otro alimento.

4.2.1.5 Mise en Place

Debemos planear y organizar la producción, nuestras herramientas y equipo, comienza la transformación de los productos es decir, alistar los ingredientes, lavar cortar, procesar y medir nuestra materia prima según nos indique la receta estándar.

4.2.1.6 Cocción

Es la técnica que vamos a utilizar para la elaboración de la sopa, con todos los ingredientes de la receta estándar.

4.2.1.7 Enfriamiento

Es muy importante bajar la temperatura de los alimentos calientes tan rápido como sea posible para evitar la zona de temperatura peligrosa. Colocar ollas o cacerolas de alimentos calientes en un lavado limpio para preparar alimentos o en una olla más grande llena de agua helada. Revuelva los alimentos para enfriarlos más rápido.

4.2.1.8 Congelación

La sopa después de haberla enfriado será congelada hasta que alcance a una temperatura - 50C° aproximadamente.

4.2.1.9 Liofilización

Es el proceso en el que se congela la sopa en una cámara de vacío, para realizar la separación del agua por sublimación. De esta manera se elimina el agua desde el estado sólido al gaseoso del ambiente sin pasar por el estado líquido.

4.2.1.10 Envasado

Es un método para conservar alimentos, consiste en calentarlos a una temperatura que destruya los posibles microorganismos presentes, es decir sellar los productos en bolsas herméticas, es el método más seguro de envasar en condiciones a presión y temperaturas altas de unos 116 – 121 °C. Finalmente se pone las etiquetas impresas con el nombre de la entidad certificadora, el número de la resolución que la acredite como tal y la identificación del lote al que corresponde el producto. Para este proceso vamos a requerir de la máquina de una empacadora al vacío, es decir consiste en extraer el aire del interior del empaque y es sellada mediante la barra selladora, con lo cual ganaremos tiempo de conservación retardando el proceso natural de la descomposición de nuestro producto.

4.2.1.11 Control de calidad

Resulta de suma importancia conocer e instrumentar el control de calidad en forma integral, de manera que abarque desde la provisión de la materia prima, hasta la entrega y la venta de los productos. Este control de calidad integral es total y tiene como criterio para el logro de la calidad deseada el cumplimiento de los requisitos propuestos por el consumidor, la prevención de la comisión de errores que reduzcan la calidad del producto, la intención de fabricar productos sin defectos y, reducir al mínimo costo del incumplimiento relacionado con la calidad, es decir, tratar de evitar las devoluciones, repeticiones del trabajo, los cambios etcétera.


4.2.1.12 Almacenamiento

El producto terminado, debe ser almacenado en un lugar seco a temperatura ambiente y debe estar limpio.

4.2.2 CREACIÓN DE FICHA ESTÁNDAR

Es importante la elaboración de estas fichas en ella se establecerá el tipo de producto que debemos comprar normalmente.


FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Cebada Perlada	
GRUPO DE ALIMENT.	Cereal	
EMPAQUE	Funda plástica bien sellada.	
PESO	500 gr	
COLOR	Blanco	
ESPECIFICACIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Debe estar limpio. • El empaque debe estar seco. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Cebolla Perla	
GRUPO DE ALIMENT.	Vegetal	
EMPAQUE	Granel	
PESO	150 a 200 gr c/u	
COLOR	Blanco amarillento	
ESPECIFICACIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Tiene una estructura globosa. • Ya debe estar lavada. • Sin cascara 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Papa Nabo	
GRUPO DE ALIMENT.	Tubérculo	
EMPAQUE	Granel	
PESO	150 a 200 gr c/u	
COLOR	Blanco con púrpura	
ESPECIFICACIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Sin hojas. • Deben estar limpios. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Mantequilla	
GRUPO DE ALIMENT.	Abarrotes	
EMPAQUE	Funda plástica	
PESO	1 Kg	
COLOR	Uniforme Amarillo	
ESPECIFICACIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Textura firme y sabor dulce. • Bloques del peso indicado, pasteurizada. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Champiñones	
GRUPO DE ALIMENT.	Hongo	
EMPAQUE	Paquetes	
PESO	500gr	
COLOR	Blanco	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Champiñones deben ser enteros. • Debe estar limpios. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Sal	
GRUPO DE ALIMENT.	Abarrotes	
EMPAQUE	Funda plástica	
PESO	1 kg	
COLOR	Blanco	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • La funda debe estar bien sellada e intacta. • Fecha de caducidad al día. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Res	
GRUPO DE ALIMENT.	Cárnicos	
EMPAQUE	Al vacío	
PESO	5 kg.	
COLOR	Rojo cereza brillante	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Debe ser fresca. • Textura firme, cuando se toca vuelve a su posición original. • Carne fileteada. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Apio	
GRUPO DE ALIMENT.	Vegetal	
EMPAQUE	Atados	
PESO	400 g	
COLOR	Verde	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Tallo grueso, hueco y estirado. • Deben estar limpios. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Hoja de laurel	
GRUPO DE ALIMENT.	Condimentos	
EMPAQUE	Funda plástica	
PESO	125 g	
COLOR	Verde oscuro	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Hojas secas de laurel. • Que estén enteras las hojas. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Tomillo	
GRUPO DE ALIMENT.	Condimentos	
EMPAQUE	Atados	
PESO	125 g	
COLOR	Verde	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Debe estar fresco el tomillo. • Debe estar limpio. 		


FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Clavos de olor	
GRUPO DE ALIMENT.	Condimentos	
EMPAQUE	Funda plástica	
PESO	180 g	
COLOR	Café	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • La funda bien sellada e intacta. 		



FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Tomates enlatados	
GRUPO DE ALIMENT.	Abarrotes	
EMPAQUE	Lata	
PESO	250 gr	
COLOR	Rojo	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Latas limpias, bien selladas y en buenas condiciones. • Fechas de caducidad a tiempo. 		



FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Ajo	
GRUPO DE ALIMENT.	Hortaliza	
EMPAQUE	Funda plástica	
PESO	250 gr	
COLOR	Blanco	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Limpio y fresco. • Funda bien sellada e intacta. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Alverja	
GRUPO DE ALIMENT.	Guisante	
EMPAQUE	Al granel	
PESO	500 gr	
COLOR	Verde	
ESPECIFICACIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Limpio y fresco. 		

FICHA ESTÁNDAR		Foto
PRODUCTO	Quinoa	
GRUPO DE ALIMENT.	Cereal	
EMPAQUE	Funda plástica	
PESO	300 gr	
COLOR		
ESPECIFICACIONES: <ul style="list-style-type: none">• Limpio y fresco.• Funda bien sellada.		



4.2.3 RECETAS ESTÁNDAR

Es una lista detallada de todos los ingredientes necesarios para la preparación de un plato, debe incluir cantidades, la unidad, métodos de cocción y porciones necesarias para la elaboración; la otra indica el costo que tiene la receta. Indicaremos los dos tipo de recetas:

Recetas estándar (preparación): indicaremos la preparación de cada sopa.

SOPA DE POLLO CON HONGOS Y CEBADA			
Nº RECETA: 1			
Nº DE PORCIONES: 25	TC: 30 min	P.P: 240 CC	TP: 20 minutos
CANTIDAD	U/MEDIDA	INGREDIENTE	OBSERVACIÓN
0,18	Kg	Mantequilla	
0,3	Kg	Cebolla Perla	Brunoise
1	Kg	Champiñones frescos	Brunoise
0,24	Kg	Cebada Perlada	Remojada
5	lt.	Fondo de pollo	
0,15	Kg	Zanahoria	Brunoise
0,15	Kg	Papa nabo	Brunoise,
	c/n	Sal	
PREPARACIÓN: sofreír la mantequilla con la cebolla, e incorporamos la cebada y añadimos el fondo de pollo hasta cubrir la cebada, cocinar durante 20 minutos, e incorporar la zanahoria y el papa nabo por último el champiñón y finalmente ratificamos la sal.			
			
Foto			

SOPA DE VERDURAS Y QUINUA			
N° RECETA: 3			
N° DE PORCIONES: 25	TC: 30 min	P.P: 240 cc	T.P: 20 minutos
CANTIDAD	U/MEDIDA	INGREDIENTE	OBSERVACIÓN
0,12	Kg	Mantequilla	
0,65	Kg	Cebolla Perla	Brunoise
0,454	Kg	Tomate enlatados	
0,454	Kg	Zanahoria	Brunoise
0,15	Kg	Alverja	Precocida
0,3	Kg	Papa nabo	Brunoise
0,454	Kg	Apio	
6	Kg	Fondo de Vegetales	
0,25	Kg	Quinua	Cocinada
	c/n	Sal	
PREPARACIÓN: Sofreír la mantequilla con la cebolla perla y los tomates añadimos el fondo de vegetales e incorporamos el apio, la zanahoria, la alverja, el papa nabo y la quinua cocida y como último paso rectificamos la sal.			
			
Foto			

SOPA DE RES Y VERDURAS			
N° RECETA: 2			
N° DE PORCIONES: 25	TC: 30mi	P.P: 240 CC	TP: 20minutos
CANTIDAD	U/MEDIDA	INGREDIENTE	OBSERVACIÓN
0,18	Kg	Mantequilla	
0,3	Kg	Cebolla Perla	Brunoise
1	U	Diente de ajo	Brunoise
0,3	Kg	Tomate enlatados	
2.7	Kg	Res	Macedonia
6	Kg	Fondo Oscuro	Añadir
0,57	Kg	Zanahoria	Brunoise
0,3	Kg	Cebolla Puerro	Macedonia
0,15	Kg	Apio	
0,17	Kg	Papa nabo	Brunoise
1	U	Hoja de laurel	
	c/n	Tomillo	
12	U	Clavos de olor	
	c/n	Sal	

PROCEDIMIENTO: Sofreír la cebolla con el ajo y los tomates, añadimos la carne de res e incorporamos el fondo oscuro, cocinando unos 10 minutos añadimos la zanahoria, cebolla puerro, el apio, el papa nabo, la hoja de laurel, el tomillo, los clavo de olor y dejamos cocinar por 20 minutos y por último rectificamos la sal.



Foto

Recetas Estándares (incluido el costo). Para poder sacar el costo de la receta hemos utilizado las fórmulas de costo de materia prima, costo de venta o PVP, para sacar el costo total una variante es el costo potencial en alimentos y está varía, desde el momento de recibimiento de la mercadería hasta su venta, realizando un análisis previo, tomamos en cuenta que el 30% es nuestro costo potencial, refiriéndonos a que nuestra producción implica todas las pautas de un restaurante con excepción del personal de servicio. Quedando de la siguiente forma y empleándolos en nuestras recetas:

C. RECETA / # PORCIONES = COSTO DE LA PORCION

Y por último usamos la fórmula de PVP



PVP= _____

SOPA DE VERDURAS Y QUINUA				
N° RECETA: 1				
N° DE PORCIONES: 10				
CANTIDAD	U/MEDIDA	INGREDIENTE	C. KG	C.R
0,15	Kg	Alverja	3,65	0,54
0,65	Kg	Cebolla Perla	1,86	1,2
0,454	Kg	Zanahoria	2,2	1
0,454	Kg	Apio	1,29	0,58
6	Kg	Fondo de Veg.	0,15	0,9
0,25	Kg	Quinoa	3,72	0,93
0,12	Kg	Mantequilla	8,16	0,98
0,3	Kg	Papa nabo	1,65	0,49
0,454	Kg	Tomate enlatad.	4,25	1,92
	c/n	Sal		
			C.T RECETA	8,54
			CR /# P= 0,85+ PVP (2,83)	\$3.68

SOPA DE POLLO CON CEBADA Y VERDURAS				
N° RECETA: 2				
N° DE PORCIONES: 12				
CANTIDAD	U/MEDIDA	INGREDIENTE	C. KG	C.R
0,24	Kg	Cebada Perlada	1,62	0,38
0,3	Kg	Cebolla Perla	1,86	0,55
0,15	Kg	Zanahoria	2,2	0,33
0,15	Kg	Papa nabo	1,65	0,24
0,18	Kg	Mantequilla	8,16	1,46
5	Lt	Fondo de pollo	0,2	1
1	Kg	Champiñones	8,27	8,27
	c/n	Sal		
			CT. RECETA	\$12,23
			# P/CR= 1,01+ PVP (3.36)	\$4,37

SOPA DE RES Y VERDURAS				
N° RECETA: 3				
N° DE PORCIONES: 20				
CANTIDAD	U/MEDIDA	INGREDIENTE	C. KG	C.R
2.7	Kg	Res	5,2	14,04
0,3	Kg	Cebolla Perla	1,86	0,55
0,15	Kg	Apio	1,29	0,19
6	Kg	Fondo Oscuro	0,25	1,5
1	U	Hoja de laurel	33,33	0,06
	c/n	Tomillo	8,2	0,1
12	U	Clavos de olor	26	0,12
0,18	Kg	Mantequilla	8,16	1,46
0,17	Kg	Papa nabo	1,65	0,28
0,3	Kg	Cebolla Puerro	1,76	0,52
0,57	Kg	Zanahoria	2,2	1,25
0,3	Kg	Tomate enlatados	4,25	1,27
1	U	Diente de ajo	3,47	0,01
	c/n	Sal		
			CT. RECETA	\$21,35
			# P/CR= 1,06 + PVP (3.53)	\$4,59

4.2.4 CUADRO DE COMPETENCIA

4.2.4.1 COMPETENCIA DIRECTA			
NOMBRE		NOMBRE	
			
PRODUCTOS	P.V.P	PRODUCTOS	P.V.P
Sopas		Sopas	
Crema de Pollo con Fideos	1,76	Sopa de Pollo con hongos y cebada	2,11
Colado de Zanahoria	0,92	Sopa de Quinoa y verduras	1,47
Colado de Verduras Pollo y Arroz	1,28	Sopa de res y verduras	3,69
Colado de Verduras Y Carne de Res	1,28		

4.2.4.2 COMPETENCIA INDIRECTA		
NOMBRE	PRODUCTOS	P.V.P
GERBER	Colado de Manzana	0,85
	Colado de Pera	0,85
	Colado Frutas Mixtas	0,90
	Colado de Durazno	0,85

SAN JORGE		
	Compota de Mango	0,45
	Compota de Manzana	0,45
	Compota de Albaricoq.	0,45
	Compota Frutas M.	0,59
	Compota de Guayaba	0,45
	Compota de Pera	0,45
	Compota de Melocot.	0,45
ALPINA BABY		
	Compota de Manzana	0,95
	Compota de Pera	0,95
	Compota de Durazno	0,95
	Compota de Mango	0,95
	Compota de Ciruela	1,25
	Compota de Manzana-Ciruela	1,25
	Compota de Banano	0,95
	Compota Frutas Mixtas	1,25
ORGNICS FOR BABY		
Compota de bananas	3.23	
		
NESTUM		
	Nestum Avena	5,23
	Nestum Arroz	5,23
	Nestum 5 Cereales	6,12
	Nestum Plus Avena y Ciruela	6,12
	Nestum Trigo Miel	5,23
	Nestum 8 Cereales	7,20
	Nestum Trigo Leche	5,23

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La Cigüeña es un producto nuevo y novedoso para el mercado ecuatoriano que puede posicionarse, generar rentabilidad y reconocimiento de marca, por ser la única sopa deshidratada para bebés.
- La calidad de la alimentación depende de varios factores tanto lo económico como lo cultural, pero es nuestra labor es guiar adecuadamente al cliente que es lo que en verdad le conviene para beneficio de la salud de sus hijos.
- Una sopa instantánea para bebés facilitaría la labor diaria de los padres de familia, el alimentarlos con un producto de excelente calidad y un nivel nutricional adecuado.
- No existen limitantes para este negocio por parte del gobierno, se debe cumplir con todos los requisitos, permisos y políticas. Es decir tener en regla todos los documentos que nos exigen.
- En nuestro mercado, no ha sido explotado el tema de sopas instantáneas para bebés, teniendo como un solo competidor a Gerber, podemos desarrollar un producto innovador y fácil de adaptar al mercado ecuatoriano.
- La inversión económica para este proyecto es alta, ya que el liofilizador es una máquina costosa, pero al mismo tiempo muy útil, ya que se puede realizar varios proyectos con ella, creando nuevos productos para la empresa.
- La recuperación de la inversión va hacer a largo plazo, es decir de un año a año y medio, viendo sus ganancias a partir de ese tiempo.
- Mi recomendación es realizar varias pruebas al liofilizador, ya que puede variar en tiempo y capacidad.
- Es preferible capacitar al personal que se va a encargar del liofilizador y la máquina al vacío para evitar problemas y gastos infructuosos.

6 REFERENCIAS

LIBROS

Guía ServSafe del Empleado. (Copias) **INICIANDO CON LA SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS**. Sección 1, pág. 1- 34

Behar, Moisés, **NUTRICIÓN** ,1972 pág. 38

Chiriboga, Galo, **ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN**, 1996_ p. 45

Lerma Kirchner, Alejandro E, **Comercio y Mercadotecnia Internacional** (3a, ed.). México, 2004 pág.2-7

ARTÍCULOS DE PERIÓDICO

UIDE, **PLAN DE NEGOCIOS**, El Comercio, Fascículo 4, 10 de Enero de 2012 pág. 7

DOCUMENTOS DE INTERNET

Trámites Ciudadanos. Recuperado el 17 de Diciembre del 2011 de, **<http://ww.tramitesciudadanos.gov.ec>**

Bsc Jorge Rivera Universidad de los Andes, Alimentos Liofilizados, Revista de Alimentación, 2010. Recuperado el 24 de Enero del 2012, **<http://www.revistadealimentacion.com>**

7 ANEXOS

7.1 ANEXO 1 CONFORMACIÓN JURIDICA DE LA EMPRESA

REGISTROS

Para poder constituir nuestra empresa vamos a necesitar los siguientes registros.

1. RUC



Se necesita:

- Papeleta de votación y copia.
- Planilla de luz o agua del domicilio a realizar la empresa
- Llenar los formularios
- Cédula de identidad
- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria."
- Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.
- El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas

2. CÁMARA DE COMERCIO



Personas Naturales:

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía.

PROCESO

Luego de ser revisada en Afiliaciones, la documentación es ingresada al sistema, cuando el solicitante realiza el pago queda escrito como socio activo.

Será entregado un certificado el que debe ser legalizado por un juez de lo civil el cual los documentos habilitan la petición de una matrícula del Registro Mercantil.

3. MUNICIPIO



Generales:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia de RUC.
- Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.

* Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos (cuando aplique).

Específicos:

• Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar Publicidad Exterior.

* Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).

* En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.

* Dimensiones y Fotografía de la Fachada del Local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE).

* Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la Publicidad (PUBLICIDAD NUEVA).

• Requisitos adicionales para los establecimientos que requieren de un certificado ambiental

* Certificado Ambiental Vigente.

4. Patente Municipal en Quito

“Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

5. REGISTRO SANITARIO

Requisitos:

- Carta de la empresa solicitante del trámite de copia certificada de R.S, suscrita por la persona natural o jurídica que consta como solicitante del registro sanitario.
- Copia legible del Registro Sanitario respectivo.
- De ser posible el Registro Sanitario original.

- Comprobante del depósito en la cuenta No. 060014382-7, Banco Internacional, a nombre del Ministerio de Salud Pública.

Debe averiguar en cuáles oficinas debe realizar el trámite, su costo es de \$10 por cada copia certificada de Registro Sanitarios.

Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados. Es decir, hay una gran diferencia con el Permiso Sanitario, que sirve para el funcionamiento del local que expende alimentos. Requieren Registro Sanitario: “Los alimentos procesados y aditivos alimenticios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, que se expendan al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas.”

6. BOMBEROS



Permiso que extiende el cuerpo de bomberos anual, basándose en el artículo número 35 facultades especiales de los primeros jefes del cuerpo de bomberos estableciéndose en la ley de defensa contra incendios.

Requisitos:

- 1.-Informe del inspector
- 2.-La aprobación del jefe
- 3.-Copia del ruc.

4.-Copia de la cedula de identidad

5.-Permiso de año anterior

Procedimientos:

1.-Inspeccion del inspector

2.-Examinar el material de construcción

3.-Examinar el sistema eléctrico

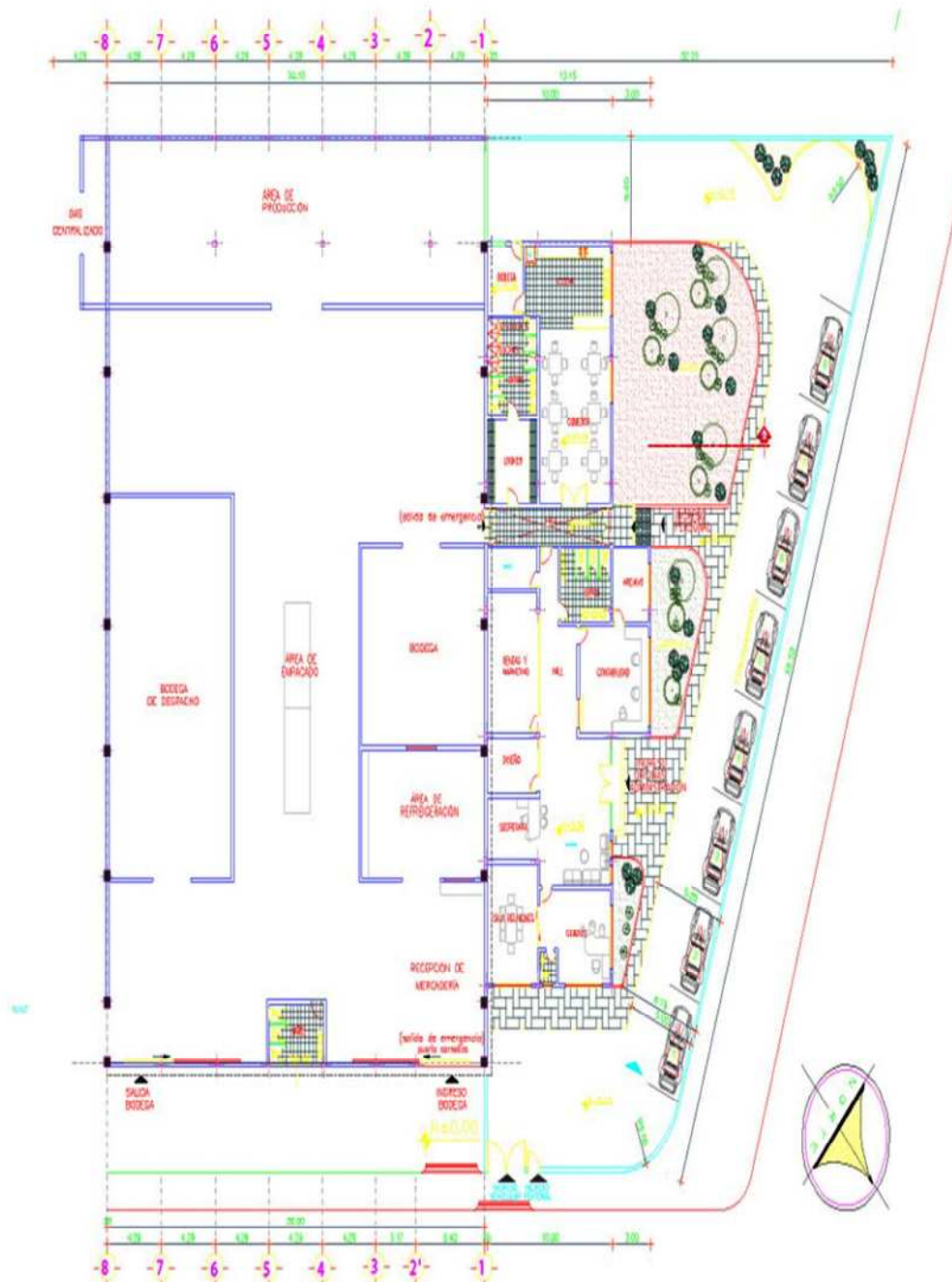
4.-Examinar el sistema de GLP (si lo tuviera) gas de licuado de petróleos

5.-Examinar los equipos contra incendios (extintores, detector de humo y alarmas)

6.-Se llena el informe y se harán las observaciones necesarias y las recomendaciones del caso


7.2 ANEXO 2

PLANOS INTERNOS DEL LOCAL



7.3 ANEXO 3

COTIZACIONES DE LOS EQUIPOS



TECMY EQUIPOS
PAZMIÑO VITERI GERARDO RAUL


Dirac. Fábrica: Quito-Conocoto Psje. Club de Abogados No. 228 y J. R. Aguilera
Dir.: Ulloa 555 y Marchena (Detrás del Mercado Sta. Clara)
Telf.: 3216-734 • Quito-Ecuador

PROFORMA No.
0007262

www.tecmyequiposec.com
e-mail:
ventas@tecmyequiposec.com

RUC. 1801226638001


Asadero de Pollos a Gas, Carbón y Leña, Cocinas Industriales, Self Service, Baños de María, Planchas para Carnes y Hamburguesas
Freidoras de Papas, Hornos para Panadería y Amasadoras, Cortadoras de Hueso y todo Trabajo sobre medida en Acero Inoxidable
para Hoteles y Restaurantes.



Fecha: Quito Enero 31 - 2012 Guía de Remisión: _____

Cliete: MARÍA GABRIELA SIANO LOPEZ RUC./C.I.: _____

Dirección: _____ Telf.: 222421721

CANT.	CONCEPTO	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Cocina 21 Quemadores 1000 Acero		1730,00
1	Cocina 2 Quemadores 1000 Acero		660,00
<p>PRECIOS DE CONTRATO</p> <p>CHUZO 15 DIAS LABORABLES</p>			
SON:		SUBTOTAL	
<p><small>GRAPHICOLOR Telf. 6036-284 • del 7201 al 7700 • Imp. 01-2012</small></p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  BASILIO AROJAS </div>		DESCUENTO	
		IVA %	
		IVA 0 %	
		VALOR TOTAL	

FIRMA CLIENTE

FIRMA AUTORIZADA



**COMISARIATO
HORNOS ANDINO**
AV. LIZARABURU-CIUDADELA RIOBAMBA NORTE
TELEFONOS: 032 961607 / 2940584 TELEFAX: 2960706
www.hornos-andino.com
Riobamba - Ecuador

COTIZACION
Nº 0909

Nombre: MARIA GABRIELA BRAVO

Fecha: _____

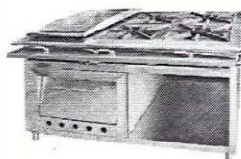
CANT.	DETALLE	P. Unit.	TOTAL
1	COCINA 4 Q MAS PLANCHA		1000.00
1	COCINA 6 Q + PLANCHA Y HORNO		1980.00
	PRECIOS NO INCLUYE		
	IVA NI TRANSPORTE		
	Total:		



POR HORNOS ANDINO

RECIBI CONFORME

COT



TECMY EQUIPOS

PAZMIÑO VITERI GERARDO RAUL

PROFORMA No.
0007269

RUC. 1801226638001

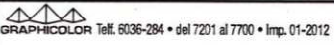
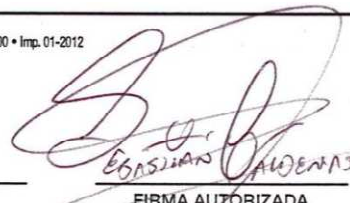
Direc. Fábrica: Quito-Conocoto Psje. Club de Abogados No. 228 y J. R. Aguilera
Dir.: Ulloa 555 y Marchena (Detrás del Mercado Sta. Clara)
Telf.: 3216-734 • Quito-Ecuador

www.tecmyequiposec.com
e-mail:
ventas@tecmyequiposec.com

Asadero de Pollos a Gas, Carbón y Leña, Cocinas Industriales, Self Service, Baños de María, Planchas para Carnes y Hamburguesas
Freidoras de Papas, Hornos para Panadería y Amasadoras, Cortadoras de Hueso y todo Trabajo sobre medida en Acero Inoxidable
para Hoteles y Restaurantes.



Fecha: 01-02-2012	Guía de Remisión: _____
Cliente: MARIA BRAVO	RUC./C.I.: _____
Dirección: _____	Telf.: 222 4474

CANT.	CONCEPTO	V. UNITARIO	V. TOTAL
3	MESAS TRABAJO. 150 x 65 x 85	460,00	1380,00
1	BALANZA ELECTRONICA. LPCB-20 TORRETE		175,00
<p>CONTADO</p> <p>VALOR 8 Dias</p>			
SON:		SUBTOTAL	
		DESCUENTO	
<p style="text-align: center;">  GERARDO PAZMIÑO VITERI FIRMA AUTORIZADA </p>		IVA %	
		IVA 0 %	
FIRMA CLIENTE		VALOR TOTAL	



MENAJE PROFESIONAL HOTELERO

PROFORMA
CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución No 636 del 29/12/2011
RUC 1711733356001

CLIENTE: 000000000000 BRAVO MARIA GABRIELA

FECHA: Quito, 31 de January de 2012

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos "JIMENEZ", Herminia Sánchez e Hijos Cia. Ltda. y a la vez hacemos votos por el éxito de su labor.

De acuerdo a su solicitud, le presento nuestra mejor oferta de productos solicitada por usted.

Cant.	DETALLE	Cod	Precio	Desc.	P. Unit.	P. Total
10.00	CALDERO RECORTADO 60 CM.	UM039	204.5300	12%	179.9864	1,799.86
5.00	CALDERO RECORTADO 45 CM.	UM037	83.4600	12%	73.4448	367.22
Son: Dos Mil Cuatrocientos Veinte Y Siete Dólares Con 14/100					Subtotal:	2,167.08
					12 % IVA:	260.06
					TOTAL:	2,427.14

FORMA DE PAGO: CONTADO

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 5 DIAS LABORABLES

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA SALVO VENTA PREVIA

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

Esperando una respuesta afirmativa, por la atención que se digne dar a la presente, le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

SR. DIEGO AGUIRRE
VENTAS 086829361

Marchena 0e3-54 y Ulloa C.C. Sta Clara Telf. 2549728 /2904543 Telefax 2544984 ventas@jimenez.com.ec

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
 SUCURSAL SANTA CLARA
 Carreón OE3 61 y Antonio de Ulloa
 Una cuadra al Sur del Mercado Santa Clara
 Teléfono: 02222-438
 Ruc: 1792144566001

PROFORMA
005-001-000001672
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 Según Resolución No.825
 del 22/12/2009

FECHA: 01/FEB/2012 PEDIDO No: 005-001-000001672
 CLIENTE: BRAVO LOPEZ MARIA PAGO: CONTADO
 RUC: 1803060506 VENDEDOR: CARLOS QUISPE
 DIRECCION: MIRAFLORES
 CIUDAD: PICHINCHA-QUITO
 TELEFONO: 2224474
 OBSERV.:

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
10,00	7861026910635	UM.EC CALDERO RECORTADO 60CM. 164.40 LTR	218,52	0,00	2.185,20
1,00	7861141329893	MOTEX BALANZA COMERCIAL ELECTRONICA DE S	156,14	0,00	156,14
5,00	7861026910611	UM.EC CALDERO RECORTADO 45CM.	89,16	0,00	445,80
5,00	7891112053052	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLERO PROF	12,82	0,00	64,10
12,00	7861141332077	GENER LAVACARA ACERO INOXIDABLE 36CM	2,80	0,00	33,64
6,00	4891342621307	SUNNE TABLA PICAR BLANCA 46X32CM	15,12	0,00	90,71
6,00	4891342846175	SUNNE CUCHARON PROFESIONAL 16oz 50cl 12c	16,07	0,00	96,43
3,00	0144002011081	GENER SARTEN 40CM ACERO INOXIDABLE	70,15	0,00	210,46
1,00	7806810243025	ILKO PELADOR PARA VERDURAS MANGO NEGRO C	2,40	0,00	2,40
6,00	7806810281065	ILKO COLADOR ESTANIADO MANGO METALICO	4,84	0,00	29,04
6,00	4891342846366	SUNNE ESPUMADERA PROFESIONAL 16cm	14,52	0,00	87,14
6,00	7891116002322	TRAMO COSMO CUCHARA DE MESA SOPERA - 1 U	1,15	0,00	6,90

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 dias

TOTAL A PAGAR: tres mil ochocientos dieciseis con 93/100

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

Forma de pago: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA. - MATRIZ

SUBTOTAL 1	3.407,96
DSCTO.	-0,01
SUBTOTAL 2	3.407,96
IVA 0%	0,00
IVA 12%	408,96
TOTAL USD	3.816,93

RECIBIDO POR:

ELABORADO POR:



PROFORMA

QUITO, 02 DE FEBRERO DEL 2012

CLIENTE: MARIA GABRIELA BRAVO

De mis consideración.

Nos es grato presentar la siguiente cotización:

ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GENERADOR EP5000CX (A GASOLIN HONDA	1	2102.63	<u>2102.63</u>
GENERADOR 120-220V-60HZ EF-5200DFW	1	1307.06	<u>1307.06</u>
REFRIGERADORA WD2020L SAT PLATA WHIRLPOOL	1	1503.07	<u>1503.07</u>
REFRI SIBERIANA 104 BLANCO 4" FROST ECASA	1	290.09	<u>290.09</u>
FAX KX-FP205 PANASONIC	1	98.55	<u>98.55</u>

Nota: Somos contribuyentes especiales
 Precio incluye el 12 % del I.V.A.
 Precio puede modificar sin previo aviso
 Puede cancelar con cheque certificado por la empresa

Saludos cordiales

ALMACENES JUAN EL JURI
 10 de Agosto y Cuero Caicedo
 RUC: 3190307510001

ANDRES SUIN

Almacenes Juan Eljuri
 10 de Agosto y Cuero Caicedo
 2-543-740 2-550-946 2-907-001
 Correo: almquito@eljuri.com

SIN FIRMA AUTORIZADA

Créditos Económicos

COTIZACIÓN

094149 Pag. 01/01

Fecha: 31/ENE/2012 **Telfs.:** 2224474 **Cel.:** _____
Nombre: MARIA GABRIELA BRAVO **C.I.:** 1803060506
Dirección / Trabajo: QUITO

Modelo	Cantidad	Descripción	PVP
NRD512XZS5	1	REF. PNS 18'ACERO, 3PTAS, INVERTE	\$ 2.729,49
SMCRF43FB	1	REFR.SMC 4.3'BLANCO, FROST	\$ 373,86
			\$
SUB-TOTAL			\$ 3.103,35
DESCUENTO			\$
TOTAL 1			\$ 2.327,52 (*)

Regalo: _____

Observaciones: EFECTIVO

Almacén: ALMACEN CENTRO-QUITO

Vendedor: REASCOS JORGE

Vigencia de la oferta: Cotización sujeta a cambio sin

¡El crédito más económico y las cuotas más chiquitas!

(*) DIRECTO AFILIADO CLUB COMEPRECIOS

	Competencia 1	Competencia 2	Créditos Económicos
TOTAL	1 \$	1 \$	1 \$ 2.327,52
(-) Cuota inicial	2 \$	2 \$	2 \$
(-) Saldo a financiar (1-2)	3 \$	3 \$	3 \$
(+) Intereses Tasa %	4 \$	4 \$	4 \$
(-) Saldo a financiar Includo intereses	5 \$	5 \$	5 \$
	X \$	X \$	X \$
CUOTAS	CUOTAS DE	CUOTAS	CUOTAS DE
2+3+4	\$	2+3+4	\$

*VER CONDICIONES DE CRÉDITO AL REVERSO

Precio Final a Crédito ➔

PRECIOS INCLUYEN IVA

Precios sujetos a cambios sin previo aviso. *Somos Contribuyentes Especiales.

*VER CONDICIONES DE CRÉDITO AL REVERSO

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
 SUCURSAL SANTA CLARA
 Camion OE3 01 y Antonio de Ulloa
 Una cuadra al Sur del Mercado Santa Clara
 Telefonos: 02222438
 RUC: 1792144566001

PROFORMA

005-001-000001672

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 Segun Resolucion No.826
 del 22/12/2009

FECHA: 01/FEB/2012 PEDIDO No: 005-001-000001672
 CLIENTE: BRAVO LOPEZ MARIA PAGO: CONTADO
 RUC: 1803060506 VENDEDOR: CARLOS QUISPE
 DIRECCION: MIRAFLORES
 CIUDAD: PICHINCHA-QUITO
 TELEFONO: 2224474
 OBSERV.:

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
10,00	7861026910635	UM.EC CALDERO RECORTADO 60CM. 164.40 LTR	218,52	0,00	2.185,20
1,00	7861141329893	MOTEX BALANZA COMERCIAL ELECTRONICA DE S	156,14	0,00	156,14
5,00	7861026910611	UM.EC CALDERO RECORTADO 45CM.	89,16	0,00	445,80
5,00	7891112053052	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLENO PROF	12,82	0,00	64,10
12,00	7861141332077	GENER LAVACARA ACERO INOXIDABLE 36CM	2,80	0,00	33,64
6,00	4891342621307	SUNNE TABLA PICAR BLANCA 46X32CM	15,12	0,00	90,71
6,00	4891342846175	SUNNE CUCHARON PROFESIONAL 16oz 50cl 12c	16,07	0,00	96,43
3,00	0144002011091	GENER SARTEN 40CM ACERO INOXIDABLE	70,15	0,00	210,46
1,00	7806810243025	ILKO PELADOR PARA VERDURAS MANGO NEGRO C	2,40	0,00	2,40
6,00	7806810281065	ILKO COLADOR ESTANIADO MANGO METALICO	4,84	0,00	29,04
6,00	4891342846366	SUNNE ESPUMADERA PROFESIONAL 16cm	14,52	0,00	87,14
6,00	7891116002322	TRAMO COSMO CUCHARA DE MESA SOPERA - 1 U	1,15	0,00	6,90

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 dias

TOTAL A PAGAR: tres mil ochocientos dieciseis con 93/100

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

Forma de pago: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA. - MATRIZ

SUBTOTAL 1 3.407,96

DSTO. -0,01

SUBTOTAL 2 3.407,96

IVA 0% 0,00

IVA 12% 408,96

TOTAL USD 3.816,93

RECIBIDO POR:

ELABORADO POR:

Eco muebles

muebles médicos, de peluquería y oficina

Christian Wladimir
Martínez Saavedra
RUC: 1711849214001

PROFORMA Nº 0005552

Fecha: 02/02/2012 Fecha de entrega: _____
 Cliente: Muna Gabriela Bravo RUC: _____
 Dirección: _____ Telf.: _____
 Forma de pago: Efectivo Tarjeta Cheque
 Abono: _____ Saldo: _____

Cant.	Detalle	V. Unit.	V. Total
5	Estaciones de trabajo de 2,20 x 1,80 con teclado, cajonera y pasacable	275/1375	250/1250
8	Estaciones Modelo Sdagio de 1,50 x 1,50 con cajonera, pasacable y teclado	190/1520	175/1400
1	Counter mixto	220	210
5	Sillones Gerenciales cod. 6037	125/625	115/575
8	Sillas de malla baja base cromada	105/840	95/760
1	Mesa de reuniones de 1,90 x 0,90	170	160
18	Sillas Grafikus tapizada en cuerna negra	29/522	27/486
8	Archivador Verticales de 4 gavetas	140/1120	130/1040

Son: _____

SUBTOTAL

IVA %

TOTAL

Muna Fernanda

FIRMA AUTORIZADA

FIRMA DEL CLIENTE

La garantía cubre defectos de fábrica.
Salida la mercadería no se acepta reclamos.

Dirección: Av. América N29-75 y Cristobal de Acuña (esquina) Telefax: 2558454 Telf. 2545735
Quito - Ecuador

Martin Christ Gefrier Trocknungsgeraet. GmbH - Postf. 17 13 - 37507 Osterode

Udla Universidad de las Americas
Av. Granados
343 Quito
ECUADOR

Quotation

Reference No. 2012-90303 (A)
Project No.
Process
Please quote in all communications!

Date 17.02.2012
Our VAT No. DE811290005
Contact / ext. Sabrina Pauly / - 8391

Customer No. D109036
Your VAT No.

Kind of shipment by Airfreight
Term of delivery Ex works

Phone +49 (0) 5522 / 5007-8391
Fax +49 (0) 5522 / 5007-9391
E-Mail s.pauly@martinchrist.de

Valid until 31.03.2012

Pos.	Art.-No.	Description	Quantity	Unit price	Total price
1	101581	Freeze dryer BETA 1-8 LDplus 230 V, 50 Hz aircooled, refrigerator 0.51 kW, CFC and H-CFC-free refrigerant, without vacuum pump, bench top unit, integrated base plate for direct mounting of acrylic chambers or accessories with a diameter of 300 mm, stainless steel worktop, ice condenser and ice condenser chamber with drain valve for defrosted water, ice capacity max. 8 kg, ice condenser performance max. 6 kg/24 h, ice condenser temperature approx. -60 °C, ice condenser chamber 11 litres, with hot gas defrosting, vertical lay-out, suitable for freeze drying in round flasks, wide neck closed filter bottles and/or on unheated shelves, equipped with process controller LD-plus (Lyo-Display-plus); graphical LC-display showing the most relevant process data (ice condenser temperature, process and section time, vacuum in combination with vacuum measuring sensor A VSP 62 MV, part no. 125478), comfortable and intuitive operation, conversion of temperature and vacuum according to the vapour pressure above ice, vacuum control possible in combination with electromagnetic pressure control valve part-no. 125910	1 pc(s)	7.640,00	7.640,00
2	125478	Vacuum sensor A VSP 62 MV with integrated measuring device for direct connection to freeze dryers with LD-controller, measuring range 1000-0.001 mbar, measuring method: Pirani. Complete with connection cable, two centric and clamping rings and a T-piece DN 25/25 This vacuum sensor is a wearing part whose life definitively depends on the correct handling of the freeze dryer (guarantee: 6 months),	1 pc(s)	544,00	544,00
3	125317	Vacuum pump DUO 10 230V, 50/60 Hz with a suction capacity of 10 m³/h (166.7 l/min) at 230 V / 50 Hz and 12 m³/h (200 l/min) with 220 V - 240 V, 60 Hz, incl. small flange connections	1 pc(s)	3.003,00	3.003,00

Amount carried over 11.187,00

Pos.	Art.-No.	Description	Quantity	Unit price	Total price
4	125502	Exhaust filter ONF 25L with automatic oil recirculation incl. necessary joining elements	1 pc(s)	721,00	721,00
5	125704	Vacuum hose incl. standard flange connections DN 25/25 ISO-KF for external connection of the vacuum pumps 125317 and 125318	1 pc(s)	177,00	177,00
6	125910	Electromagnetic pressure control and stop valve incl. standard flange connections DN 25/25 ISO-KF and connection cable, for freeze dryers ALPHA LDplus/LSC, BETA and GAMMA LSC for connection into the suction pipe of the vacuum pump.	1 pc(s)	612,00	612,00
7	125932	Valve to release vacuum with tubing connection and tubing bend with standard flange connections DN 25/25 ISO-KF for freeze dryers with LDplus controller	1 pc(s)	164,00	164,00
8	120901	Flange connection for using acrylic chambers Ø 457 mm in combination with freeze dryers Alpha 1-4/2-4 LDplus/LSC and Beta 1-8/2-8 LDplus	1 pc(s)	793,00	793,00
9	120916	5 shelves with rim Ø 360 mm, unheated Made of aluminium, distances between the shelves 70 mm, for freeze dryers ALPHA 1-4/ 2-4 LDplus, BETA 1-8/2-8 LDplus (Process B), only in combination with flange part no. 120901 and acrylic chamber part no. 121517	1 pc(s)	636,00	636,00
10	121517	Acrylic chamber, diameter 457 mm interior height 460 mm Acrylic chamber with transparent splinter shield foil, for accommodation of racks for shelves, connection to a lifting device feasible, without connections for rubber valves. External dimensions: Ø 457mm x 500mm height	1 pc(s)	1.665,00	1.665,00
				Sub total EUR	15.955,00
				Total EUR	15.955,00

The above quoted prices are for delivery ex works Osterode, without packing charges, without commissioning, start-up and after-sales-service of the equipment on site.

Time of delivery:
6-8 weeks from receipt of the advance payment

Warranty:
24 months from the date of delivery. Warranty only includes the replacement of defective parts without freight charges and without any labour, this is covered by our local agent. Consumables and wearing parts (e. g. sealings, bursting disks) are not included.

This document is made according to our General Terms and Conditions of Delivery.

Term of payment:

100 % Advance payment

Martin Christ Gefriertrocknungsanlagen GmbH

COMERCIAL KYWI S.A. AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.I. 1110650908 DEL 27/ENE/2012
 RUC 1790041220001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368
 Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
 QUITO Telf: 023987900

PROFORMA DOLARES
 DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

18

Senor(es): MARIA GABRILA BRAVO
 Codigo: 888885-000000
 Direccion: QUITO
 Ciudad : QUITO

Telf. :

RUC : 1803060506

Vend: BRAULIO MENESES

Fecha de Emision 01/FEB/2012

PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
669555	GENERADOR 5500W TRUPER GASOLINA	1	1.039,12	1.039,12



SUBTOTAL	\$1.039,12
DESCUENTO	\$0,00
TOTAL	\$927,79

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar. 0	TOTAL A PAGAR
\$927,79	\$0,00	\$927,79	\$111,33	\$0,00	\$1.039,12

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 mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.

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

QUITO , 01 de FEB 2012
 MARIA GABRILA BRAVO

Ident: 172

FIRMA : 
 ESTABLECIMIENTO

FIRMA : _____
 CLIENTE

7.4 ANEXO 4 CONTRATOS DE LOS EMPLEADOS

2 CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

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

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

3 PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

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

SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

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

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

TERCERA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$...,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

4 CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá una duración de _____ (Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

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

QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

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

SEXTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

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

SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE

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

OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

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

NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-

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

EL EMPLEADORA EL TRABAJADOR (a)

C.C.

5 CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA

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

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

PRIMERA.- ANTECEDENTES.-

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

SEGUNDA.- OBJETO.

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

TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar de las..... hasta las..... de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR, y se pagará conforme lo establecido en los Arts. 52 y 55 del Código de Trabajo.

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

CUARTA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$...,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA.- DURACIÓN.- El tiempo de duración del presente Contrato será por un período probatorio de noventa (90) días en el que, cualquiera de ellas lo puede dar por terminado libremente; vencido dicho período se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el año.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

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

SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

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

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

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

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

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR (a)
C.C.

6 CONTRATO DE JORNADA PARCIAL

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

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

PRIMERA.- ANTECEDENTES.-

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

SEGUNDA.- OBJETO.

El EMPLEADOR contrata los servicios personales de la señora/a.....para que trabaje en calidad dey realice funciones inherentes al cargo.

TERCERA.- HORARIO.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades.

CUARTA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$...,00)(En este caso el sueldo debe ser proporcional a la jornada laboral tomando como base mínima el sueldo básico unificado).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA.- DURACIÓN.-

El tiempo de duración del presente Contrato tiene una duración de, (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

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

SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

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

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

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

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

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

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-

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

EL EMPLEADOR**ELTRABAJADOR (a)****C.C.**

ACUERDO ENTRE PATRONO Y TRABAJADORA

(Embarazo)

OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

1. Conceder la licencia a la mujer que se encuentre embarazada, dentro de las dos semanas anteriores y las diez semanas posterior al parto.
2. No podrá dar por terminado el contrato de trabajo por causa del embarazo de la mujer trabajadora.
3. No podrá dar por terminado el contrato, en caso de que la mujer permanezca ausente de su trabajo hasta por un año a consecuencia de enfermedad, según el certificado médico, se origine en el embarazo o el parto, y la incapacite a trabajar.
4. No podrá reemplazarla definitivamente del periodo de doce semanas señaladas en el Código de Trabajo.
5. No podrá despedir intempestivamente ni solicitar el desahucio, desde la fecha que inicie el embarazo
6. Pagar todas las remuneraciones establecidas por el Código de Trabajo

OBLIGACIONES DE LA MUJER EMBARAZADA

1. La mujer embarazada deberá justificar la ausencia al trabajo, mediante la presentación de un certificado médico otorgado por un Facultativo Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y a falta de éste, por otro profesional, certificado en el caso de despido que debe constar la fecha probable del parto o la fecha que tal hecho se ha producido.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADORA

C.C.

ACUERDO ENTRE EMPRESA Y PROVEEDOR

1. Debe mantener el compromiso con la empresa, es decir ser rápidos, eficaces y tener la capacidad para resolver problemas de última hora.
2. Se determinara la forma de pago y el tiempo de entrega ya que es muy importante que el proveedor sea rápido y eficaz, es decir capaces de entregar en el tiempo pactado y en buenas condiciones.
3. Es importante tomar en cuenta las características específicas de cada producto que necesitamos, las condiciones que requerimos para no tener ningún inconveniente, es decir no se recibirá mercadería en mal estado o que no sea lo que requerimos.
4. Los descuentos, promociones serán beneficio para la empresa, por tal razón serán informadas al gerente general.
5. La relación del jefe de bodega con el proveedor será estrictamente profesional, para evitar cualquier tipo de malos entendidos.

GERENTE GENERAL



ELPROVEEDOR

C.C.

ANEXO 5

7.5 ANEXO 5
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO SOLICITUDES

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p><i>República del Ecuador</i> <i>Instituto Ecuatoriano de</i> <i>Propiedad Intelectual –IEPI–</i> <i>Dirección de Documentación y</i> <i>Estadística</i></p>  <p>IEPI INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</p>	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°:</p>
<p>A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:</p>	
<p>Solicitante :</p> <p>Abogado patrocinador : Matrícula N°:</p>	
<p style="text-align: center;">Tipo de signo</p> <p> Marca de fábrica <input type="checkbox"/> [] Marca de servicios <input type="checkbox"/> [] Nombre Comercial <input type="checkbox"/> [] Lema Comercial <input type="checkbox"/> [] </p>	
<p>Registrada <input type="checkbox"/> [] En tramite de registro <input type="checkbox"/> []</p> <p>Clase Internacional N°: y sus clases relacionadas según el caso</p>	
<p>Denominación:</p>	
<p>Recaudos anexos:</p> <p><input type="checkbox"/> [] Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro si:</p>	<p>_____</p> <p style="text-align: center;">Firma solicitante</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">Firma abogado patrocinador</p> <p>Casillero IEPI : Casillero judicial : Estudio jurídico : Teléfonos : Correo electrónico:</p>

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

* Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI



MUNICIPIO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Nombre o Razón Social: _____		No. RUC _____										
Denominación o Nombre Comercial: _____		No. de Patente actual _____										
No. Licencia de Funcionamiento (renovación) _____		No. Predio _____										
PERSONA NATURAL		PERSONA JURÍDICA - U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD										
Nombre completo: _____		Nombre completo del Representante Legal: _____										
No. C.I. _____		No. C.I. Representante Legal: _____										
PARA ARTESANO:		No. Resolución: _____										
Acuerdo Ministerial No. _____		Fecha de Resolución: _____										
Calificación Artesanal No. _____		(dd/mm/aa)										
Fecha de Resolución: _____		Capital Suscrito _____										
(dd/mm/aa)												
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA												
Actividad Económica _____												
Marque con una X en el material que utiliza <input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables <input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado. <input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado. <input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación: _____ Dimensiones del local (m2) _____		<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">CANTIDAD</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Pequeña</th> <th style="text-align: center;">Mediana</th> <th style="text-align: center;">Grande</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> </td> <td style="text-align: center;"> </td> <td style="text-align: center;"> </td> </tr> </tbody> </table>		CANTIDAD			Pequeña	Mediana	Grande			
CANTIDAD												
Pequeña	Mediana	Grande										
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO												
Calle Principal _____		Calle Secundaria _____										
Edificio _____		Letra - Número _____										
Piso _____		Oficina / Departamento No. _____										
Parroquia: _____		Sector o Referencia para ubicación _____										
Teléfono 1: _____		Teléfono 2: _____										
		E-mail: _____										
INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR												
En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información:												
Local propio <input type="checkbox"/>		Local arrendado <input type="checkbox"/>										
Leyenda _____	Largo _____	Ancho _____	Altura sobre el nivel de la acera _____									
		Tipo de Material _____										
UBICACIÓN DEL RÓTULO		TIPO DE RÓTULO										
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral	Rótulo									
			Mural									
			Vallas									
			Bandera									
			Paneles Estéticos									
			Módulos									
			Otro (especifique)									
CRUCES DE UBICACIÓN												
N												
O												
E												
S												
Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento, así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.												
FIRMA: _____		FUNCIONARIO RESPONSABLE: _____										
NOMBRE: _____		FECHA: _____										
C.I. _____		No. TRÁMITE: _____										

Anexo N° 7										(CÓDIGO)	
SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO (FORMULARIO UNIFICADO)											
A: INFORMACIÓN RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: (No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde. libre de tachaduras).											
1	MOTIVO DE PRESENTACIÓN:		GRUPO DE RIESGO:			3	CÓDIGO CIU	4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO PRINCIPAL :		
	1 ERA VEZ		A	B	C				ACCESORIA (S):		
	RENOVACION										
5 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:											
6 PROVINCIA:			7 CANTON:			8			DISTRITO:		
9 DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (OTRAS SEÑAS ESPECIFICAS):											
10 TELÉFONO:			11 N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		12		13 APDO. POSTAL:		CORREO ELECTRÓNICO:		
14 NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:								15 CÉDULA DE IDENTIDAD O JURÍDICA:			
16 LUGAR DE NOTIFICACIÓN PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO EMPRESA O NEGOCIO :											
17 TELÉFONO			18 N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		19		20 APDO. POSTAL:		CORREO ELECTRÓNICO:		
21 RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO					22 CÉDULA JURÍDICA						
23 NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE, O SU RERESANTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:								24 CEDULA DE IDENTIDAD			
25 LUGAR DE NOTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAN EN CASO DE PERSONA JURIDICA:											
26 TELÉFONO			27 N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		28		29 APDO. POSTAL:		CORREO ELECTRÓNICO:		
30 N° TOTAL DE EMPLEADOS:		31 N° HOMBRES:		N°MUJERES:		32		No .TOTAL DE CLIENTES U OCUPANTES:			
33 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):					34 HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:						
35 AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS :											
36 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : (Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario)											
37 GENERA DESECHOS PELIGROSOS: () SI () NO CANTIDAD POR MES :											
B: INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y AFINES:											
38 NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE SERVICIOS DE SALUD O AFINES):								39 No. CEDULA:			
40 LUGAR DE NOTIFICACION RESPONSABLE TÉCNICO:											
41 TELÉFONO:			42 N° FAX PARA NOTIFICACIONES:		43		44 APDO. POSTAL:		CORREO ELECTRÓNICO:		
45 PROFESIÓN DEL RESPONSABLE TÉCNICO:			46 ESPECIALIDAD DEL RESPONSABLE TÉCNICO:					47 REGISTRO DEL COLEGIO PROFESIONAL:			
48 N° PERSONAL PROFESIONAL:					49 N° PERSONAL TÉCNICO						
50 FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O AFINES):											
51 FIRMA DEL PROPIETARIO DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:								AUTENTICACION:			

C: LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD <i>(Deben llenarse conforme lo señala el instructivo)</i> .			
52	FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:	53	NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD
54	SELLO	55	Nº DE SOLICITUD
D. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD			
<ol style="list-style-type: none">1. DECLARACIÓN JURADA ()2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ()3. COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD ()4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA Y CÉDULA JURÍDICAS VIGENTES ()5. LISTADO DEL PERSONAL PROFESIONAL Y TÉCNICO EN CIENCIAS DE LA SALUD Y AFINES A LA SALUD ()			

7.6 ANEXO 6

Hombre y Mujer (Área Administrativa)



Hombre y Mujer(Área de Producción)

- Zapatos Antideslizantes



- **Gorro para Cocina**



- **Chaqueta y Pantalón**



7.7 ANEXO 7

7.7.1 CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

En la ciudad de Quito,..... 20..., comparecen, por una parte el señor, con cédula de identidad No., en calidad de ARRENDADOR, y por otra parte el Sr....., con cédula de identidad No., en calidad de ARRENDATARIO, quienes por sus propios derechos, legalmente capaces convienen en celebrar el presente contrato de arrendamiento, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- Para efectos de este contrato, el ARRENDADOR, es propietario del inmueble que se describe a continuación:

Tipo de inmueble:.....Ubicación:No. del Distrito Metropolitano de Quito

Área aproximada:Servicios que contiene: sala comedor, cocina, baño social, bodega, alacena, 1 dormitorio con baño independiente, 2 dormitorios con baño compartido, lavandería, cuarto de máquinas, calefón, extractor de olores, parqueadero para 2 vehículos, línea telefónica, medidores eléctricos y agua con sus respectivas acometidas e instalaciones, lámparas colgantes, derecho a áreas y servicios comunales

SEGUNDA.- El arrendador da en arriendo al arrendatario, el inmueble descrito en la cláusula primera, para que sea utilizado como vivienda, prohibiéndole de antemano hacer uso para actividades reñidas con la moral, las buenas costumbres y las expresamente prohibidas por las Leyes.

TERCERA.- Este contrato tendrá una duración de dos años, contados a partir de la presente fecha, pudiendo renovarse sucesivamente por períodos iguales. Para dar por terminado el contrato se deberá cruzar una notificación por escrito con un plazo de no menos de 90 días antes de su expiración, caso contrario se entenderá automáticamente renovado.

CUARTA.- El canon de arrendamiento se fija en la cantidad de DOCIENTOS CINCUENTA DOLARES USA mensuales, pagaderos por adelantado durante los primeros 5 días de cada mes. Este canon sufrirá un incremento anual equivalente al índice inflacionario promedio del año inmediatamente anterior.

QUINTA.- El arrendatario declara que recibe el inmueble en perfectas condiciones, debiendo responder por sus elementos en caso de pérdida, rotura o deterioro, salvo el desgaste por uso normal. Para el cumplimiento de esta cláusula el arrendatario deposita en poder del arrendador en calidad de garantía la cantidad de DÓLARES USA.

SEXTA.- El arrendador podrá dar por terminado el presente contrato antes de su vencimiento, por falta de pago de dos mensualidades consecutivas, por modificar el inmueble sin autorización, por dar uso indebido, así como por subarrendamiento.

SÉPTIMA.- Los pagos por servicios correrán a cargo del arrendatario de la siguiente forma:

Agua: planilla completa
Energía eléctrica: planilla completa
Teléfonos: planilla completa
Expensas: las vigentes en su totalidad

OCTAVA.- De existir alguna diferencia entre el canon de arrendamiento acordado en este contrato con el fijado por la oficina de Inquilinato del Distrito Metropolitano de Quito, las partes contratantes renuncian a fuero o reclamo por cualquier diferencia, así como a cualquier acción judicial por este concepto, dando prioridad al acuerdo mutuo por ser Ley para las partes.

Las partes aceptan el contenido del presente contrato en su integridad y en fe de lo cual firman por triplicado, sometiéndose a las autoridades y jueces competentes de este Distrito Metropolitano de Quito.

ARRENDADOR

ARRENDATARIO