



Facultad: Gastronomía.

RESTAURANTE DE COMIDA TIPICA MANABITA.

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Lic. En Gastronomía.**

**Profesor Guía
Hernán Dávila.**

**Autor
María Cristina Cantos Molina.**

Quito 2010.

Declaración 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 y tomando en cuenta la Guía de Trabajo de Titulación correspondiente”.

Hernán Dávila Dillon.

170686531-6

Declaración de Autoría del Estudiante.-

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

María Cristina Cantos Molina.

130907875-4

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mis papas por brindarme su apoyo y por estar a mi lado en cada momento crucial para mi vida, por el cariño y el respeto que siempre me brindaron, por la confianza que depositaron en mí y las ganas que me dieron para seguir adelante en este proyecto.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado a mi hermana MARIA FERNANDA CANTOS, ya que fue un soporte en mi vida y el apoyo que necesite para seguir adelante.

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de crear Manabis Restaurante tiene su origen en la provincia de Manabí que se encuentra en la costa de Ecuador, su gastronomía es exquisita nacional e internacional. La preparación de los distintos platos es especial, en su mayoría son a base de mariscos, plátano, maní, queso, constituyéndose así en una importante propuesta gastronómica que atrae a nacionales y extranjeros.

El proyecto se basa en la creación de un restaurante especializado en comida manabita, que se abrirá al mercado en la ciudad de Quito.

Teniendo buena acogida la comida manabita, surge la necesidad y la idea de invertir en una empresa con nuevas opciones para satisfacer las necesidades de los clientes.

Como objetivos encontramos: realizar un análisis técnico-administrativo y diseñar una propuesta para la puesta en marcha del restaurante, elaborar un plan que permita demostrar la factibilidad de la necesidad de un restaurante de comida manabita en la ciudad de Quito y diseñar un perfil financiero que nos permita saber el costo de este tipo de inversión.

Se considerara este proyecto como una microempresa, y uno de sus objetivos es analizar la demanda que existe en la ciudad sobre el tipo de comida que se va a brindar y también la oferta de los productos similares que se expendan en los diferentes restaurantes de su entorno. Estos puntos nos determinan si es factible o no la apertura del restaurante.

Nos queremos distinguir en la calidad de la comida empleando los conocimientos de las normas de higiene adecuadas y así podremos hacer la diferencia en nuestros productos desde su elaboración.

El tipo de servicio que se pretende ofrecer es de alta eficiencia ya que se capacitara al personal previamente seleccionado y con incentivos para un mejor desempeño.

Conociendo la carencia que existe en los restaurantes de una buena atención y comida, nos enfocamos en nuestro cliente, en sus necesidades y exigencias, para así buscar mejorar cada día.

Se espera que con la creación de esta microempresa se generen más fuentes de trabajo y una nueva opción para los consumidores.

ABSTRACT

The idea of creating Manabis Restaurant has its origin in the Manabi province located on the coast of Ecuador, its cuisine is exquisite and abroad. The preparation of various dishes are special, they are mostly based on seafood, plantains, peanuts, cheese, thus becoming an important gastronomic proposal that attracts domestic and foreign.

The project involves the creation of a specialty restaurant Manabi, which will open the market in the city of Quito.

Taking food manabita, the need and the idea of investing in a company with new options to meet customer needs.

Its goals are: technical analysis and administrative and design a proposal for the launch of the restaurant, develop a plan to demonstrate the feasibility of the need for a manabita food restaurant in the city of Quito and design a financial profile that allows us to know the cost of such investment.

Be deemed as a microenterprise project, and one of its objectives is to analyze the demand in the city on the type of food you provide and will also offer similar products that are sold in various restaurants in the environment . These points we determine whether it is feasible or not opening the restaurant.

We want to distinguish the quality of the meal using the knowledge of appropriate hygiene standards so we can make a difference in our products from its production.

The type of service is intended to provide high efficiency and to be trained and previously selected staff with incentives for better performance.

Knowing the gap that exists in the restaurants of good care and food, we focus on our customer, their needs and requirements, so look better every day.

It is hoped that the creation of this micro generated more jobs and a new option for those consumers.

INDICE

CAPITULO 1

PLAN ESTRATEGICO DEL PROYECTO.

1.1 INTRODUCCION AL PROYECTO POR REALIZARSE.....	1
1.2 ELABORACION Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	2
1.3 JUSTIFICACION DEL TEMA.....	3
1.4 RESUMEN EJECUTIVO.....	4
1.5 PLAN ESTRATEGICO DEL PROYECTO.....	6
1.6 VISION.....	7
1.7 MISION.....	7
1.8 FILOSOFIA.....	7
1.9 ANÁLISIS F.O.D.A.....	8
1.10 ANALISIS Y CONFORMACION JURIDICA DE LA EMPRESA.....	9
1.10.1 PATENTE MUNICIPAL EN QUITO.....	10
1.10.2 TIEMPO.....	10

1.10.3 REQUISITOS.....	10
1.10.4 PATENTE PERSONAS NATURALES.....	10
1.11 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS.....	10
1.11.1 OBJETIVOS GENERALES.....	10
1.11.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
1.11.2.1 OBJETIVO SOCIAL.....	11
1.11.2.2 OBJETIVO ADMINISTRATIVO.....	11
1.11.2.3 OBJETIVO HACIA EL CONSUMIDOR.....	11
1.11.2.4 OBJETIVO GASTRONOMICO.....	11
1.11.2.5 OBJETIVO AMBIENTAL.....	11

CAPITULO 2

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.

2.1 RECUERSOS HUMANOS. DESARROLLO DE PERFIL DE PUESTOS DE TRABAJO Y ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO.....	12
2.2 DESCRIPCION DE PUESTOS DE TRABAJO.....	15
2.3 CONVOCATORIA, RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN, HORARIOS Y CAPACITACION DEL PERSONAL.....	17
2.3.1 CONVOCATORIA.....	17

2.3.1.1 AYUDANTES COCINA.....	17
2.3.1.2 REQUISITOS.....	17
2.3.1.3 CONTRATO.....	17
2.3.1.4 SALARIO.....	17
2.3.2 RECLUTAMIENTO.....	17
2.3.3 SELECCIÓN.....	18
2.3.3.1 PRE-SELECCIÓN.....	19
2.3.3.2 ENTREVISTA.....	19
2.3.3.3 VERIFICACIÓN DE REFERENCIAS.....	19
2.3.4 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL.....	20
2.3.5 HORARIOS.....	20
2.3.5.1 HORARIO DE APERTURA Y ATENCIÓN AL PÚBLICO DE MANABIS RESTAURANT.....	20
2.4 PLANES, POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS.....	20
2.5 DESARROLLO DE POLÍTICAS INTERNAS.....	21
2.6 CREACION DE ESTANDARES DE SERVICIOS.....	23
2.7 ELABORACION DE CONTRATOS Y CONVENIOS.....	24
2.7.1 CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA.....	24
2.8 ELABORACION DE INCENTIVOS Y SANCIONES.....	27
2.8.1 SANCIONES.....	27
2.8.2 INCENTIVOS.....	27
2.9 CREACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA CARTA.....	29

CAPITULO 3

ASPECTO MERCADOLÓGICO.

3.1 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	30
3.2 DEFINICIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	30
3.2.1 MERCADO META.....	30
3.2.2 UNIVERSO.....	30
3.2.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	30
3.3 ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE QUITO.....	32
GRAFICO 1.....	33
GRAFICO 2.....	33
GRAFICO 3.....	34
GRAFICO 4.....	35
GRAFICO 5.....	36
GRAFICO 6.....	37
GRAFICO 7.....	38
GRAFICO 8.....	39
3.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	39
3.5 BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA.....	39
3.6 CREACION DE LA IMAGEN.....	41

3.6.1. ¿QUÉ ES UNA MARCA?.....	41
3.6.2. ¿CÓMO PROTEJO MI MARCA?.....	41
3.6.3. ¿QUÉ SON LAS CLASES INTERNACIONALES?...	42
3.6.4 ¿POR QUÉ ES RECOMENDABLE REALIZAR UNA BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES MARCARIOS?.....	42
3.6.5 ¿CÓMO REGISTRO MI MARCA?.....	42
3.6.6 ¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS DE FORMA Y FONDO QUE SE NECESITAN?.....	42
3.6.7 ¿CUÁL ES EL TRÁMITE, UNA VEZ PRESENTADA LA SOLICITUD DE REGISTRO?.....	43
3.6.8 ¿QUÉ ES UNA OPOSICIÓN Y CUANDO SE PRESENTAN?.....	43
3.6.9 ¿QUÉ DERECHOS ME CONFIERE EL REGISTRO DE MARCA?.....	44
3.6.10 ¿CUÁNTO TIEMPO DURA LA PROTECCIÓN DE UNA MARCA?.....	45
3.6.11 ¿DEBO NECESARIAMENTE UTILIZAR MI MARCA?.....	45
3.7 PROTECCIÓN LEGAL DE LA MARCA.....	45
3.7.1 REQUISITOS.....	45
3.8 CREACIÓN Y MANEJO DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS Y EXTERNAS (CREACIÓN DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN DEL NEGOCIO) CONOCIMIENTO DEL PROCESO DE NEGOCIOS.....	46

3.8.1 ATENCIÓN AL CLIENTE.....	49
3.8.2 CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES Y DEL MERCADO.....	50
3.8.3 CONOCIMIENTO DE LOS COMPETIDORES Y LA INDUSTRIA.....	51
3.8.4 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO.....	51
3.8.5 CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA.....	51
3.8.6 TOMA DE DECISIÓN.....	52
3.8.7 SENTIDO DEL NEGOCIO.....	52
3.8.8 NEGOCIACIÓN.....	53
3.9 MANEJO DE LA PUBLICIDAD.....	53
3.10 CONTROLES.....	53
3.11 ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS.....	54
3.12 ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	55
3.13 ESTRATEGIAS DE PLAZA.....	55
3.14 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	55
3.15 ESTRATEGIA DE SERVICIO DE MANABIS RESTAURANT.....	56
3.16 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	56
CUADRO No. 1.....	57
GRAFICO No. 9.....	57

3.17 MANEJO DEL LANZAMIENTO Y APERTURA DEL NEGOCIO.....	58
3.17.1 APERTURA.....	58

CAPITULO 4

ASPECTO FINANCIERO DEL PROYECTO.

4.1 ESTABLECER EL MONTO ECONÓMICO PARA LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	59
4.2 REALIZAR LOS RESTOS DE ADQUISICIÓN DE MAQUINA, EQUIPO DE TRABAJO (BATERIA DE COCINA), ÚTILES DE OFICINA, MYES, DECORACIÓN, ACT. DE OPERACIÓN COMO CRISTALERIA, CUBERTERÍA, MENAJE, MANTELERÍA, ETC.....	60
4.3 ESTABLECER PRESUPUESTO PARA MERCADO.....	61
4.4 ESTABLECER PRESUPUESTO DE ROL DE PAGOS.....	64
4.5 ESTABLECER PRESUPUESTO DE VENTA.....	65
4.6 DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO A TRAVES DEL NÚMERO DE CLIENTES.....	67
4.7 ESTABLECER FLUJO DE CAJA.....	68
4.8 DESARROLLO FORMATO FINANCIERO.....	71

<i>4.9 ANALISIS FINANCIERO.....</i>	<i>72</i>
<i>4.9.1 PROYECCION DE VENTAS A UN AÑO.....</i>	<i>73</i>
<i>4.9.2 CONCLUSIONES DEL ANALICIS FINANCIERO.....</i>	<i>74</i>
<i>4.10 DETERMINAR Y DESARROLLAR EL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO.....</i>	<i>77</i>
<i>4.11 FLUJO GRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....</i>	<i>78</i>
<i>4.12 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA.....</i>	<i>78</i>
<i>4.13 REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....</i>	<i>79</i>
<i>4.13.1 MAQUINARIA Y EQUIPOS.....</i>	<i>79</i>
<i>4.14 CREACIÓN DE FICHA ESTANDAR PARA ALIMENTOS.....</i>	<i>80</i>
<i>4.15 CREAR RECETA ESTANDAR.....</i>	<i>84</i>
<i>4.16 REALIZAR CUADRO DE COMPETENCIA.....</i>	<i>99</i>
<i>4.17 DETERMINAR A TRAVES DE ESTUDIO DE MERCADO, PRODUCTO Y COMPETENCIA LA COLOCACIÓN DE PRECIOS.....</i>	<i>100</i>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....102

BIBLIOGRAFÍA.....103

ANEXOS.....104

CAPITULO 1

PLAN ESTRATEGICO DEL PROYECTO.

1.1 INTRODUCCION AL PROYECTO POR REALIZARSE.

El plan que veremos es sobre la creación de un restaurante, especializado en la comida típica de la provincia de Manabí.

El establecimiento tendrá con nombre “MANABIS”, y abrirá sus puertas en la ciudad de QUITO.

Se considerara este proyecto como una empresa, y uno de sus objetivos es analizar la demanda que existe en la ciudad sobre el tipo de comida que se va a brindar y también la oferta de los productos similares que se expendan en los diferentes restaurantes de su entorno. Estos puntos nos determinan si es factible o no la apertura del restaurante.

Vamos a conocer un poco más sobre la población, gastronomía, características de la provincia de MANABI.

Nos queremos distinguir en la calidad de la comida empleando los conocimientos de las normas de higiene adecuadas y así podremos hacer la diferencia en nuestros productos desde su elaboración.

El tipo de servicio que se pretende ofrecer es de alta eficiencia ya que se capacitara al personal previamente seleccionado y con incentivos para un mejor desempeño.

Conociendo la carencia que existe en los restaurantes de una buena atención y comida, nos enfocamos en nuestro cliente, en sus necesidades y exigencias, para así buscar mejorar cada día.

Se espera que con la creación de esta empresa se generen más fuentes de trabajo y una nueva opción para los consumidores

1.2 ELABORACION Y DEFINICION DEL CONCEPTO DEL NEGOCIO.

Conociendo la buena acogida que ha tenido y que tiene la comida manabita en la ciudad de QUITO, surge la necesidad y la idea de invertir en una empresa que se encargue de cubrir las necesidades y demandas del mercado con nuevas opciones.

Así nace “MANABIS” que es un restaurante de comida típica manabita, con un ambiente familiar, y con la calidez de sus colaboradores queremos destacar la influencia de nuestra Costa.

Con la decoración queremos alardear de sus bellas imágenes y al mismo tiempo armonizar perfectamente entre comida, lugar y con muy buenos precios.

El montaje de los platos se basa en cosas típicas y costumbres de los manabitas.

1.3 JUSTIFICACION DEL TEMA.

La actual situación del país no nos permite incurrir en grandes inversiones, lo que impide que muchos empresarios inicien nuevas actividades o emprendan proyectos de grandes magnitudes.

Por esta razón, podemos considerar que las empresas son el camino para la consecución de soluciones económicas emergentes, pero con una apropiada orientación de mercadotecnia que minimice riesgos.

Entonces se hace necesario valorizar a las empresas con la misma importancia y profundidad que se le da a los grandes proyectos.

La inversión que implica es significativa en la actual situación económica que sostenemos, motivo por el cual el presente trabajo nos va a dar una orientación detallada de la manera correcta.

La provincia de MANABI se distingue mucho por sus platos a base de mariscos y con este proyecto queremos que se conozca la variedad de productos que se encuentran en la misma.

Queremos que sea un nuevo desafío para todos aquellos que se puedan considerar competencia y así se mejore la calidad en la ciudad.

1.4 RESUMEN EJECUTIVO.

La idea de crear Manabis Restaurante tiene su origen en la provincia de Manabí que se encuentra en la costa de Ecuador, su gastronomía es exquisita nacional e internacional. La preparación de los distintos platos es especial, en su mayoría son a base de mariscos, plátano, maní, queso, constituyéndose así en una importante propuesta gastronómica que atrae a nacionales y extranjeros.

El proyecto se basa en la creación de un restaurante especializado en comida manabita, que se abrirá al mercado en la ciudad de Quito.

Teniendo buena acogida la comida manabita, surge la necesidad y la idea de invertir en una empresa con nuevas opciones para satisfacer las necesidades de los clientes.

Como objetivos encontramos: realizar un análisis técnico-administrativo y diseñar una propuesta para la puesta en marcha del restaurante, elaborar un plan que permita demostrar la factibilidad de la necesidad de un restaurante de comida manabita en la ciudad de Quito y diseñar un perfil financiero que nos permita saber el costo de este tipo de inversión.

Para este gran proyecto debemos contar con un personal eficiente y altamente calificado para desarrollar con nitidez sus actividades.

Para la selección del personal utilizaremos la convocatoria, que es un medio de difusión (interno y externo) de una vacante, es decir un anuncio escrito que será publicado en los diferentes medios de comunicación.

La pre-selección: En este punto se evalúa si las ofertas recibidas cumplen con los requerimientos y exigencias del puesto descritas en la convocatoria y se obtendrá a los candidatos idóneos para el puesto, que se los identificará como preseleccionados.

Entrevista.- Esta nos sirve para demostrar las cualidades de los seleccionados y nos permitirá establecer un contacto personal y un proceso de comunicación con el aspirante, el restaurante y quien presta el servicio; esto estará a cargo

del administrador y en la cual se abordarán aspectos técnicos del trabajo relacionados con el cargo al cual aspira.

Verificación de referencias: Las referencias deben ser comprobadas cuidadosamente, en lo posible la verificación debe realizarse en forma personal, en donde es recomendable investigar sobre el tiempo que estuvo en su anterior trabajo el aspirante y porque ya no siguen en el mismo.

Una vez culminada la aplicación de estos recursos se puede seguir con el siguiente paso que es la contratación de forma legal, para finalmente establecer un programa apropiado y entrenamiento inicial.

Capacitación del personal.- Debe prepararse un paquete de orientación y entrenamiento para cada nuevo empleado que debe incluir: Una presentación escrita de usted y su negocio, cuál es su visión y misión, las políticas y procedimientos de la casa, entre otras.

El restaurant iniciará con los siguientes puestos de trabajo:

- Chef Ejecutivo.
- Primer cocinero.
- Auxiliar de cocina.
- Posillero.
- Meseros.
- Cajera.

Manabis Restaurant contará como su principal producto los alimentos y bebidas que se ofrecerán, también tendrá una galería de artesanías típicas de la costa que nos servirán para fijar las estrategias.

La carta estará constituida por platos típicos de la Provincia de Manabí como:
Entradas: Ceviches, Empanadas.

Sopas: de Gallina criolla. Viche de pescado, Viche de camarón.

Platos fuertes: Cazuela de mariscos, Langostinos montubios a la plancha, Parrilladas, Tonga Greñosa, Seco de chivo, Guatita.

Postres: Natilla montubia, Helado manabita, Queso de leche.

Los precios que se manejan en la carta están fijados de acuerdo a los costos de la materia prima, mano de obra y la utilidad que se pretende obtener, haciendo de igual forma estudios sobre los precios de la competencia.

En el estudio de la competencia se tomará en cuenta a aquellos establecimientos ubicados en el sector norte de la ciudad que posean características de cierta similitud en estilo, tipo de comida y bebidas que vayan acordes con nuestro restaurante.

Como estrategia para llegar al éxito del restaurant se buscará utilizar los medios de comunicación más conocidos por las personas como son: radio; libros y cuadernos estudiantiles, carteles, vallas y el más importante de todos, internet.



1.5 PLAN ESTRATEGICO DEL PROYECTO.

La planificación estratégica la cual constituye un sistema gerencial que pone el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias).

Con la Planificación Estratégica se busca concentrarse en sólo, aquellos objetivos factibles de lograr y en qué Manabis restaurant, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

La idea es impulsar el desarrollo gastronómico nacional, esto significa que todas las personas relacionadas con la organización se desarrollen en el proyecto, en sus expectativas, en sus necesidades.

1.6 VISIÓN.

Crecer como empresa, estandarizar mis productos para poder vender el nombre y ser una franquicia.

Ser reconocido por nuestra gastronomía, junto a nuestro excelente servicio y buenos precios.

Posicionarnos en nuestro segmento de mercado como la finalidad de ser los mejores y estar en la mente de nuestros clientes.

1.7 MISIÓN.

Manabis restaurant tiene la misión de brindar un producto de calidad que satisfaga la buena sazón por la cual es reconocida la comida manabita. Junto a un servicio cálido con personal entrenado.

Superar las expectativas del cliente, de forma que se hagan consumidores recurrentes.

1.8 FILOSOFIA.

Crear un ambiente de trabajo que permita la formación y el crecimiento profesional de nuestros empleados a fin de satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes.

1.9 ANALISIS F.O.D.A.

<p><u>Fortalezas:</u></p> <p>Nuestra experiencia de una comida reconocida a nivel nacional.</p> <p>Ubicado en una zona estratégica de al capital.</p> <p>Calidad del producto desde su elaboración, presentación, sabor e higiene.</p> <p>El trabajo en equipo dentro del restaurante “MANABIS”.</p>	<p><u>Oportunidades:</u></p> <p>Ideas innovadoras en lo que se refiere a los platillos, su preparación y distribución.</p> <p>Crecimiento constante del mercado potencial para nuestro producto en la ciudad de Quito.</p> <p>Crecimiento y desarrollo de la zona donde está ubicado el restaurante.</p> <p>Aumento de la cultura de comer fuera de casa.</p> <p>La calidad de los restaurantes en la zona no es consistente.</p>
<p><u>Debilidades:</u></p> <p>Ninguna participación anterior en el mercado.</p> <p>Falta de experiencia en la venta del producto.</p> <p>Poca variedad de platos.</p> <p>Cientela muy homogénea.</p> <p>Los consumidores poseen bajan lealtad de consumo.</p> <p>Campaña publicitaria débil.</p>	<p><u>Amenazas:</u></p> <p>Crecimiento acelerado en el número de restaurantes.</p> <p>Incursión de otros restaurantes de cadenas reconocidas y/o del mismo tipo.</p> <p>Establecimiento de restaurantes en la misma zona.</p> <p>Aumento de restaurantes de precio bajo.</p> <p>Restringirse a una clientela de universitarios mayormente.</p> <p>Fuerte amenaza de productos sustitutos, comida chatarra, o comida casera a precios relativamente bajos.</p>

1.10 ANALISIS Y CONFORMACION JURIDICA DE LA EMPRESA.

Para la creación de Manabis restaurant, el análisis jurídico que se refiere "A 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.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

Para obtener el RUC se requiere:



- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas

Los requisitos para inscribir una empresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: 1) cambiado de actividad económica; 2) cambiada de domicilio; 3) cesada su actividad; y, 4) aumentado o disminuido el capital.

1.10.1 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.

1.10.2 TIEMPO

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

1.10.3 REQUISITOS

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

1.10.4 PATENTE PERSONAS NATURALES

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

1.11 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS.

1.11.1 OBJETIVOS GENERALES.

Realizar un análisis técnico-administrativo y diseñar una propuesta para la puesta en marcha de un restaurante de comida típica manabita en la zona norte de la ciudad de Quito.

1.11.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.-**1.11.2.1 OBJETIVO SOCIAL.**

Elaborar un plan que permita demostrar la factibilidad de la necesidad de un restaurante de comida manabita en la ciudad de Quito. Y hacer referencia al conjunto de obligaciones y compromiso que asume la empresa y que se derivan de los impactos de su actividad en el ámbito social.

1.11.2.2 OBJETIVO ADMINISTRATIVO.

Diseñar un plan financiero y fijarse una meta de crecimiento el cual requiere un campo de acción definido, permitiéndonos conocer el costo de este tipo de inversión.

1.11.2.3 OBJETIVO HACIA EL CONSUMIDOR.

Conocer al cliente sus objetivos, gustos, necesidades, preferencias para poderlos satisfacer.

1.11.2.4 OBJETIVO GASTRONOMICO.

Potenciar al proyecto como producto turístico, procurando que sea una de las principales motivaciones en la visita a la ciudad de Quito.

1.11.2.5 OBJETIVO AMBIENTAL.

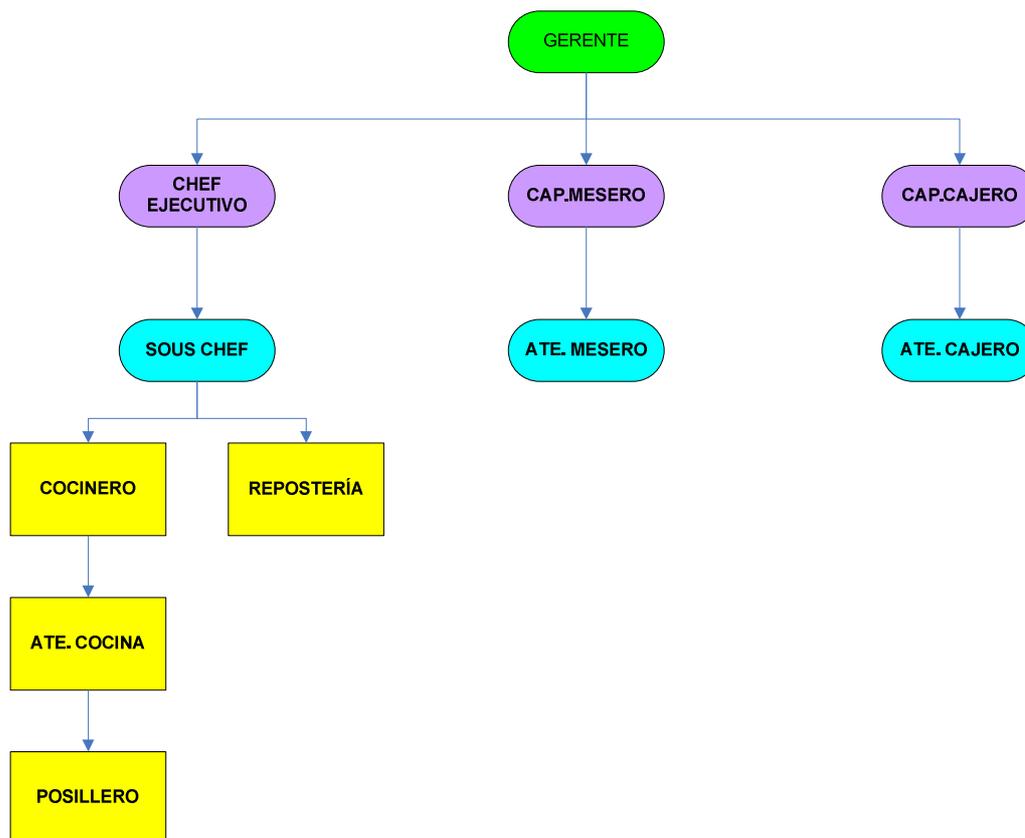
Establecer metas de protección ambiental a partir de los parámetros internacionales, comunitarios, o nacional que guarden relación con el plan.

CAPITULO 2

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.

2.1 RECUERSOS HUMANOS.

ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO



DESARROLLO DE PERFIL DE PUESTOS DE TRABAJO.

Chef Ejecutivo:

- Hombre o Mujer.
- Entre 25 – 35 años.
- Disponibilidad de tiempo.
- Conocimientos de cocina.
- Agilidad.
- Creatividad.

- Liderazgo.
- Relaciones interpersonales.
- Solución de problemas.
- Manejo de paquete office.
- Toma decisiones.
- Manejo de stress.
- Carisma.
- Conocimiento de costes y porciones.
- Experiencia laboral mínima 3 años.
- Título universitario de chef.
- Reporta directamente alimentos y bebidas.
- Cultura de presencia y orden.
- Resistencia al trabajo y la fatiga.
- No tener ningún tipo de enfermedad que interfiera con su desempeño laboral.

Sous Chef:

- Hombre o Mujer.
- Entre 23 y 35 años.
- Conocimientos de cocina.
- Conocimientos de composición de platos.
- Agilidad.
- Creatividad.
- Relaciones interpersonales.
- Carisma.
- Disponibilidad de tiempo.
- Resistencia al trabajo y la fatiga.
- Experiencia 2 años.
- Buena presencia.

- Cultura de orden y presencia.
- Puntualidad.
- Título de bachiller.
- Solución de problemas.
- Manejo de stress.

Primer Cocinero:

- Hombre o Mujer.
- Entre 23 – 35 años.
- Conocimientos de cocina fría y caliente.
- Tener conocimientos de normas de higiene.
- Relaciones interpersonales.
- Responsabilidad.
- Título de bachiller.
- Manejo de stress.

Meseros:

- Hombre o Mujer.
- Entre 20 – 35 años.
- Título mínimo de bachiller.
- Presencia.
- Carisma.
- Poseer buena memoria para recordar nombres y preferencias del cliente.
- Ser alegre.
- Manejar un lenguaje correcto.
- Empatía.
- Solución de problemas.
- Conocimiento de carta.

- Composición de platos.
- Noción de licores.
- Relaciones interpersonales.
- Predisposición y disciplina para acatar órdenes en el menor tiempo posible.
- Hablar inglés básico.

Cajera:

- Entre 18 – 25 años.
- Bachiller.
- Relaciones interpersonales.
- Carisma.
- Conocimientos básicos de contabilidad.
- Presencia.
- Inglés.
- Manejo de stress y presión.

2.2 DESCRIPCION DE PUESTOS DE TRABAJO.

Chef Ejecutivo:

- Elabora el misen place.
- Supervisa la calidad de los alimentos.
- Supervisa la aplicación de las normas de calidad.
- Supervisa el personal a cargo.
- Prepara pedidos para comandas.
- Elabora el menú/carta.
- Elabora la lista de compras para el departamento de cocina.
- Elabora recetas estándar.
- Inspecciona porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platillos.

- Cocina cuando la ocasión lo amerita.
- Elabora los horarios del personal.
- Asigna las tareas del personal.

Sous Chef:

- Elabora una lista de tareas diarias.
- Maneja información de stock diario de productos para vender.
- Cocinar.
- Comparte responsabilidades.
- Supervisa al auxiliar de cocina y asigna tareas.

Primer cocinero:

- Requisa la materia prima a ser utilizada.
- Selecciona y cocina.

Posillero:

- Realizan la limpieza de la cristalería y la cubertería a ser usada.
- Realizan el apilamiento de la vajilla en los lugares asignados.
- Realizan la limpieza de la cocina y área del posilleros.
- Clasifican desechos para llevar a la basura.

Meseros:

- Toman la orden.
- Alistan vajilla que se requiere durante su jornada.
- Montan mesas, cristalería, cubertería y mantelería.
- Realizan la limpieza del restaurante.
- Solicitan al chef el listado de productos en stock para ofrecer.
- Tienen la responsabilidad de conocer la carta y la composición de platos.
- Asignan las mesas a los clientes y entregan la carta o menú del día.

Cajera:

- Realiza reservaciones.
- Recepción de cuentas y cobros.
- Cierre de caja.

2.3 CONVOCATORIA, RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN, HORARIOS Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL.

2.3.1 CONVOCATORIA.

Es la llamada de personas que cumpla con un perfil determinado se lo hace por cualquier medio de comunicación sea periódico, revista, diario, televisión, internet.

2.3.1.1 AYUDANTES COCINA

Se necesita **personal** Manabis restaurant en el Norte de Quito ofrece vivienda. Nos interesa personas con experiencia, incorporación inmediata

2.3.1.2 REQUISITOS: Formación mínima: Graduado Universitario.

Experiencia: 1 Año

Requisitos mínimos: Disponibilidad inmediata, cambio de residencia

Requisitos deseados: Comida costeña especialmente de Manabí.

2.3.1.3 CONTRATO: Fijo.

2.3.1.4 SALARIO: A negociar.

2.3.2 RECLUTAMIENTO.

Es el conjunto de procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de nuestra organización. Es en esencia un sistema de información mediante el cual divulgamos y ofrecemos al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretendemos llenar.

Son tres tipos: interno, externo y mixto. En nuestro caso, por ser un restaurante nuevo utilizaremos el sistema externo, ya que no hemos empezado nuestras

actividades comerciales todavía. Pero en los casos posteriores a la apertura de nuestro restaurante, cuando tengamos que buscar personal para algún puesto vacante empezaremos con el sistema interno, es decir, buscaremos personal dentro de la empresa para ocupar la plaza vacante, antes de buscar externamente entre personas desconocidas.

Las ventajas del sistema que vamos a emplear en nuestro caso, es que vamos a tener una gran variedad de aspirantes, en donde vamos a encontrar gente con mucho talento.

La desventaja de este sistema de reclutamiento es que generalmente tarda más que el sistema de reclutamiento interno (si tuviéramos personal laborando con nosotros pero no es el caso). El periodo empleado en la selección e implementación de técnicas más adecuadas, con influencia de las fuentes de reclutamiento, con atracción y presentación de los candidatos, con recepción y preparación inicial, con destino a la selección, a los exámenes u otros compromisos y con el ingreso, no es pequeño; y cuando más elevado el nivel del cargo, resulta mayor ese periodo.

Es más costoso y exige inversiones y gastos inmediatos con anuncios de prensa, honorarios de agencias de reclutamiento, gastos operacionales relativos a salarios y obligaciones sociales del equipo de reclutamiento, material de oficina, formularios, etc.

2.3.3 SELECCIÓN.

En el proceso de selección utilizaremos la convocatoria, que es un medio de difusión (interno y externo) de una vacante, es decir un anuncio escrito que será publicado en los diferentes medios de comunicación y por lo que generalmente contiene lo siguiente:

- Título del puesto.
- Una síntesis de responsabilidades, obligaciones y objetivos.
- Experiencia requerida.
- Tipo de instrucción académica y especialidad requerida.
- Curriculum.
- Edad.

- Idiomas requeridos.
- Lugar de trabajo.
- Oferta de remuneración y ascensos.
- Plazo y dirección de recepción de las ofertas.

2.3.3.1 PRE-SELECCIÓN.

En este punto se evalúa si las ofertas recibidas cumplen con los requerimientos y exigencias del puesto descritas en la convocatoria y se obtendrá a los candidatos idóneos para el puesto, que se los identificará como preseleccionados y son quienes se allanarán a la siguiente instancia de selección que es la entrevista.

2.3.3.2 ENTREVISTA.

Esta nos sirve para demostrar las cualidades de los seleccionados y nos permitirá establecer un contacto personal y un proceso de comunicación con el aspirante, el restaurante y quien presta el servicio; esto estará a cargo del administrador y en la cual se abordarán aspectos técnicos del trabajo relacionados con el cargo al cual aspira.

2.3.3.3 VERIFICACIÓN DE REFERENCIAS.

Las referencias deben ser comprobadas cuidadosamente, en lo posible la verificación debe realizarse en forma personal, en donde es recomendable investigar sobre el tiempo que estuvo en su anterior trabajo el aspirante y porque ya no siguen en el mismo.

Una vez culminada la aplicación de estos recursos se puede seguir con el siguiente paso que es la contratación de forma legal, para finalmente establecer un programa apropiado y entrenamiento inicial.

2.3.4 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Debe prepararse un paquete de orientación y entrenamiento para cada nuevo empleado que debe incluir:

- Una presentación escrita de usted y su negocio. Por qué esta usted en él.Cuál es su visión y misión del negocio.
- Una copia de las políticas y procedimientos de la casa que tengan que ver con el trabajo del empleado, tales como honestidad, diligencia, puntualidad y habilidad para trabajar en equipo. Se debe construir una cultura de trabajo en equipo y de honestidad entre sus empleados, y eso empieza precisamente aquí, durante el periodo de entrenamiento de cada uno de ellos.
- Una descripción escrita del cargo que va a desempeñar junto con una lista de las tareas que se espera cumpla.
- Planos del local, menús y cualquier otro material que pueda ayudarle al nuevo empleado a conocer pronto la operación del proyecto Manabis Restaurant y a sentirse como en casa en el menor tiempo posible.
- Todos los papeles legales, como los convenios de nómina, deducciones de los salarios, beneficios de los empleados, formularios requeridos por el gobierno, exoneraciones de seguros, etc.

2.3.5 HORARIOS.

Los horarios de trabajo son las horas que una persona puede realizar un trabajo específico, y en el caso de restaurante sería desde las horas de atención desde que abre y cierra el negocio.

2.3.5.1 HORARIO DE APERTURA Y ATENCIÓN AL PÚBLICO DE MANABIS RESTAURANT.

- Lunes a Sábado, 08:00 - 20:00 h.;

2.4 PLANES, POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS.

El objetivo esencial de una nueva empresa es ofrecer una solución a un problema existente en el mercado –satisfacer una necesidad de sus clientes

potenciales. Por ello, el Plan de Proyecto Manabis Restaurant debe comenzar con la identificación de esta necesidad y con la propuesta de una solución. Ya hemos elaborado un esbozo de algunos de los elementos clave de nuestra futura empresa –la utilidad para el cliente, el mercado y el mecanismo de ingresos- en la descripción de la Idea de Negocio. Ahora tendremos que especificarlos en nuestro plan.

Considerar la Idea de Proyecto Manabis Restaurant desde una perspectiva más práctica, por lo general, implica un proceso iterativo, en el que nuevas percepciones sobre un elemento del plan pueden afectar a otras. Debemos estar abiertos a las críticas y será conveniente consultar a expertos, La tarea principal de cualquier compañía es satisfacer las necesidades de sus clientes. Ésta es la idea básica del Marketing, que no debe confundirse con las “servicio de Manabis Restaurant” o la “publicidad”, ya que éstas sólo representan la aplicación de sus ideas. Las técnicas de mercado tienen un alcance mayor: sea cual sea el tipo de empresa –investigación y desarrollo, producción y administración, servicio de Manabis Restaurant y contacto de los clientes- siempre hay que plantearse dos cuestiones clave, a saber, ¿qué ventajas supone para el cliente? y ¿qué beneficios aporta a la compañía con relación a sus competidores?

Una empresa que fundamenta sus actividades en un enfoque de Marketing siempre tratará de estar a la altura de las necesidades de sus clientes y de hacerlo mejor que la competencia. El plan de Marketing es, por consiguiente, uno de los elementos imprescindibles en nuestro Plan de proyecto Manabis Restaurant.

2.5 DESARROLLO DE POLÍTICAS INTERNAS.

Una de las razones por las que el personal no cumple correctamente con sus obligaciones por lo general, es por la falta de un reglamento interno de trabajo. Por este motivo hemos considerado necesario elaborar uno antes de que se abran las puertas del restaurante, con el fin de evitar futuros inconvenientes.

Política Internas.

- Si algún miembro del personal de la cocina sufre un accidente como un corte en la mano o algún miembro, inmediatamente será retirado del área y no podrá volver hasta no estar totalmente sano.
- No la cocina será utilizada por ningún miembro del personal para actividades que no tengan nada que ver con la función que tiene, como por ejemplo, beber y comer dentro de ésta, usarla como salón de reuniones, etc.
- No se permitirá la pérdida de tiempo en actividades que no tengan que ver con el trabajo como jugar naipes, leer el periódico, comer, beber, fumar, etc. durante las horas de trabajo.
- Se prohíbe el ingreso a la cocina a personas extrañas al personal del restaurante, amigos o personas que no estén autorizadas por la administración.
- Se tendrán dos pausas de descanso, una en la mañana y otra en la tarde (cada pausa de 15 minutos) cuando no hay o hay pocos clientes. Intercalándose en los turnos de descanso y no todos al mismo tiempo.
- Al mediodía se tendrá un descanso de 30 minutos que servirá para su almuerzo, este también será por turnos intercalados, de acuerdo a como lo designe el administrador o el jefe de cocina.
- Las pausas de descanso solamente podrán ser tomadas en un lugar asignado para esta actividad (mesa en segundo cuarto al lado de la cocina).
- No se podrá consumir comidas y bebidas del restaurante que no estén autorizadas para el personal a ninguna hora.
- No se podrá comer ningún tipo de alimento mientras se trabaja, como por ejemplo: chicles, caramelos, chupetes, etc.
- Se cumplirá a cabalidad con el horario asignado.
- Se deberá informar al administrador o jefe encargado, con mínimo un día de anticipación, si se va a faltar al lugar de trabajo.

Se prohíbe terminantemente consumir bebidas alcohólicas o cualquier tipo de drogas, durante las horas de trabajo; así como, presentarse al trabajo en estado etílico o situaciones similares

Política de Servicio de Manabis Restaurant.

- Los trabajadores deberá generar y mantener la demanda requerida.
- La función de mercadeo para lograr el objetivo descrito se centra en aplicar estrategias de producto, precio y publicidad.

Política de Uniformes.

- Los trabajadores deberán presentarse a trabajar con su uniforme completo y zapatos bien limpios, así como también deberán usarlo durante toda la jornada de trabajo.
- Las personas que trabajen dentro de la cocina deberán traer el cabello recogido (en el caso de las mujeres) y deberán usar el gorro.
- Las unas deberán estar siempre cortas y sin ningún tipo de esmalte.
- El personal que labora en la cocina no podrá usar ningún tipo de maquillaje u accesorios como son: anillos, aretes, cadenas o algo parecido.

2.6 CREACION DE ESTANDARES DE SERVICIOS.

En el logro del principio de eficiencia funcional es importante la participación del personal en los anteriores procesos.

a) *Comportamiento directivo:*

- 1) Exista un coherente liderazgo directivo que fomente el compromiso de los colaboradores con un objetivo común;
- 2) Los mandos directivos promuevan y acepten la participación del personal, practicando un estilo de dirección participativo;
- 3) Animar a cada individuo a comprometerse con el resultado de su trabajo y con los objetivos de la empresa;

b) *Cultura empresarial:*

1) Que la participación sea un valor compartido en toda la empresa; 2) Que se fomente la crítica interna a todos los niveles;

3) Se promueva la creatividad y la innovación entre todo el personal;

4) Se potencie la aceptación de la formación como motor de cambio y adaptación permanente;

c) *Estructura de la organización:*

1) Misión, estrategia, políticas y programas tengan una clara orientación a la participación del personal;

2) Disponer de los cauces adecuados para canalizar la participación;

d) *Comunicación:*

1) La participación sea percibida como atractiva para el desarrollo personal y profesional de cada colaborador;

2) Exista un adecuado sistema capilar de información que prevea la realimentación;

e) *Formación:*

1) Motivar la necesidad de la participación de todo el personal mediante programas de formación;

2) Al personal que se haya potenciado y desarrollado las capacidades individuales, tanto técnicas como habilidades personales, con acciones formativas específicas;

f) *Barreras a la participación:*

- Al momento de cancelar la factura, será lo más rápido y eficiente posible.
- Parqueadero privado con guardias de seguridad.
- Asegurar la calidad de nuestra comida, con los mejores productos.
- Capacitar a los empleados, en cada una de sus áreas.
- Nuestro lema es, siempre sonrío al cliente.

2.7 ELABORACION DE CONTRATOS Y CONVENIOS

2.7.1 CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA

Comparecen a la celebración del presente Contrato, por una parte DE MANABIS RESTAURANT., representada por CANTOS MOLINA MARIA CRISTINA, en calidad de GERENTE PROPIETARIO, parte a la que en

adelante se la podrá denominar como “EL EMPLEADOR”; y, la señorita ERIKA ANDREA VELEZ ORELLANA, por sus propios derechos, a quien se lo llamará “LA TRABAJADOR”, quienes libre y voluntariamente convienen en suscribir el Contrato de Trabajo contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: MANABIS RESTAURANT es una empresa con domicilio en la ciudad de QUITO, que tiene como objeto exclusivo la Venta de comida manabita.

SEGUNDA: OBJETO DEL CONTRATO.- El empleador para el desarrollo de las tareas propias de su actividad, contrata a la Señorita ERIKA ANDREA VELEZ ORELLANA, para prestar sus servicios lícitos y personales, bajo dependencia laboral, en calidad de cajera. Por su parte El Trabajador acepta laborar para El empleador, y se compromete a cumplir con intensidad, cuidado, esmero, seriedad y la honestidad que el cargo demanda, así como con todas las disposiciones establecidas en el Código de Trabajo, el Reglamento Interno de Trabajo y las órdenes e instrucciones que impartan el empleador y sus representantes.

TERCERA: LUGAR DE TRABAJO.- Para prestar sus servicios a El empleador, las partes convienen en que el Trabajador, laborará en sus instalaciones en la ciudad de quito o en el lugar que determine la empresa.

El trabajador da expresamente su consentimiento para los cambios de ocupación o de lugar de trabajo que dispusiere el empleador, sin que este hecho, pueda ser considerado como una causa de despido intempestivo.

CUARTA: HORARIO Y DURACION LA JORNADA DE TRABAJO.- El Trabajador se obliga a laborar en los turnos y dentro de los horarios establecidos por el empleador, pudiendo este establecer reajustes o cambios de horarios de estimarlo conveniente. Igualmente se compromete a cumplir con los reglamentos, normas y procedimientos de la Empresa, como también las órdenes que le sean impartidas por sus superiores.

QUINTA.- SUELDO O SALARIO.- El Empleador pagará al Trabajador por sus servicios, el sueldo mensual de \$250.00 (Doscientos cincuenta dólares americanos). y descontará el aporte personal para el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y de ser procedente el impuesto a la Renta.

SEXTA: DECLARACIONES.- El Trabajador declara tener los conocimientos y capacidades necesarias para desempeñar las labores objeto de este Contrato y que no tiene al momento, ningún otro compromiso de carácter laboral, que demande parte de su tiempo. Así mismo se obliga a no contraer en el futuro otras obligaciones laborales o representaciones que puedan interferir en el horario de servicios al Empleador, por lo tanto se compromete a prestar sus servicios en forma exclusiva para El Empleador, y no podrá dedicarse a ninguna actividad lucrativa distinta a la del objeto de este contrato, dentro de la jornada de trabajo.

SEPTIMA: DURACION DEL CONTRATO.-Este Contrato se entenderá como de prueba los primeros noventa días contados desde la fecha de su celebración. Durante este periodo cualquiera de las partes podrá darlo por terminado libremente, vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo faltante para completar un año. El empleador podrá notificar al trabajador, su voluntad de darlo por terminado con treinta días de anticipación, en conformidad con el Art. 184 del Código de Trabajo. A falta de esta notificación, se convertirá en Contrato de Trabajo por tiempo indefinido. Así mismo cualquiera de las partes podrá dar por terminado este contrato, previo visto bueno, en los casos de los Art. 172 y 173 del Código del Trabajo y con el procedimiento determinado en el mismo Código.

OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD.- El Trabajador se compromete en virtud de lo dispuesto en el Código del Trabajo, Reglamento Interno de Trabajo, Ley de Propiedad Intelectual y más disposiciones legales vigentes, a no divulgar, a no utilizar y a no revelar ningún tipo de información técnica o administrativa, verbal o escrita, que llegare a su conocimiento o a la que tenga acceso, en virtud del

cargo que desempeñe. En caso de incumplimiento esta acción será considerada causa grave que facultará al empleador a dar por terminado el Contrato de Trabajo, previo visto bueno, solicitado a las autoridades del trabajo.

NOVENA: En todo lo que no estuviere previsto en el presente Contrato, las partes declaran incorporadas las disposiciones de legales y vigentes en la materia laboral, en especial las relativas a las obligaciones del trabajador y las prohibiciones correspondientes.

DECIMA: Por el tipo de contrato, los primeros no servicio de Manabis Restaurant días constituyen periodo de prueba, durante el mismo cualquiera de las partes puede dar por terminado de conformidad con los dispuesto en el Art. 15 del Código del Trabajo. De no notificarse su terminación, este contrato se consolidara en un CONTRATO A TIEMPO INDEFINIDO

DECIMA PRIMERA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- Para caso de controversia, las partes se someten a los Jueces competentes del lugar en que este Contrato ha sido celebrado.

En la Ciudad de Manta, al 1 día del mes de Diciembre del año 2009.

Cantos Molina Maria Cristina

C.I. 130172484-3

GERENTE PROPIETARIO

Erika Andrea Vélez Orellana

C.I. 131045643-7

EL TRABAJADOR

2.8 ELABORACION DE INCENTIVOS Y SANCIONES

2.8.1 SANCIONES:

- La impuntualidad no justificada en la entrada o salida del trabajo hasta tres ocasiones en un mes por un tiempo total inferior a 20 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, salvo que se acredite la imposibilidad.
- Los descuidos en la conservación de material que provoque deterioros leves del mismo.
- La embriaguez no habitual en el 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.
- El entorpecimiento, la omisión maliciosa y el falseamiento de los datos que tuvieren incidencia en la Seguridad Social.
- 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.
- 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, traslado a centro de trabajo de localidad distinta durante un período de hasta un año y despido disciplinarios.

2.8.2 INCENTIVOS:

- Tiempo libre.
- Almuerzos.
- Asistencias a seminarios o conferencias.
- Empleado del mes.

- Beneficios sociales.
- Oportunidades de progreso.
- Estabilidad en el cargo.
- Aumento de sueldo.
- Prolongación de vacaciones.

2.9 CREACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA CARTA.

La creación y justificación de la carta se tiene dos puntos:

1. Se entiende por establecimientos de restaurantes aquellos locales abiertos al público que tienen como actividad principal suministrar de manera habitual y mediante precio comidas y bebidas para que sean consumidos, de acuerdo con las características y especificaciones que se establecen en este Decreto. Esta actividad será compatible con la venta de comidas para llevar, siempre que se cumplan las disposiciones que regulan esta actividad.

2. Asimismo quedan incluidos en la presente normativa en lo referente a las instalaciones donde se lleve a cabo la actividad objeto de este Decreto, todos aquellos establecimientos que lleven a cabo la actividad de restaurante, de pública concurrencia la carta son comprendidos en el catálogo vigente del servicio que presta Manabis Restaurante.

CAPITULO 3

ASPECTO MERCADOLÓGICO.

3.1 DEFINICIÓN DE MERCADO

Se puede definir como mercado al sitio o lugar donde se reúnen para comprar, vender y permutar interesados con el fin de obtener algún beneficio.

Podría definirse también como el conjunto de compradores y el equipo de trabajo del restaurante interesados en un servicio o producto específico, donde el tamaño depende de la cantidad de compradores puesto que este producto o servicio, crea necesidad siendo esta una oportunidad muy clara de mercado para demandar un buen producto.

3.2 DEFINICIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado ayudará a evaluar, identificar y posteriormente satisfacer las necesidades del consumidor, sin olvidar el estudio de la demanda, el precio y la competencia. Para el desarrollo adecuado de este trabajo es necesario conocer y aplicar de manera óptima la investigación de mercado ya que de esto depende el manejo adecuado de la cafetería y comprender profundamente el estado actual de la industria a la que nos enfrentamos para aclarar nuestros objetivos propuestos y así tener una idea muy clara de a dónde vamos a llegar con el negocio para que este sea muchas más rentable.

3.2.1 Mercado Meta

El mercado meta se lo define como el mercado donde encontraremos más beneficios dentro de los diferentes segmentos de mercado, en el cual vamos a proyectar todos nuestros esfuerzos, analizando si el segmento potencial tiene el tamaño y las características adecuadas, es decir el mercado específico que queremos captar.

3.2.2 Universo

También llamado población es el total de elementos sobre el cual queremos hacer la investigación basándonos en la información relativa de la muestra. en este caso se ha tomado como base el número de habitantes de la ciudad de Quito completo, porque sabemos que aunque algunas personas no viven en la zona norte de la ciudad, si pasan la mayor parte del día, ahí por diferentes motivos, como pueden ser: trabajo, universidad, turismo, etc.

3.2.3 Tamaño de la Muestra

La buena elección del tamaño de la muestra ayudará a obtener datos más precisos sobre las características del universo que vamos a manejar. El cálculo del tamaño de la muestra tiene un 95 por ciento de confiabilidad teniendo encuesta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\frac{\alpha}{2}} * p * q}{e(N - 1) + Z_{\frac{\alpha}{2}} * p * q}$$

$$n = \frac{1619791 * (1.959963985)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (1619791 - 1) + (1.959963985)^2 * 0.5 * 0.5} = 384.06$$

n = Número de encuestas (tamaño de la muestra)

Z = Se desea para este estudio un nivel de confianza de 95% (1.959963985)

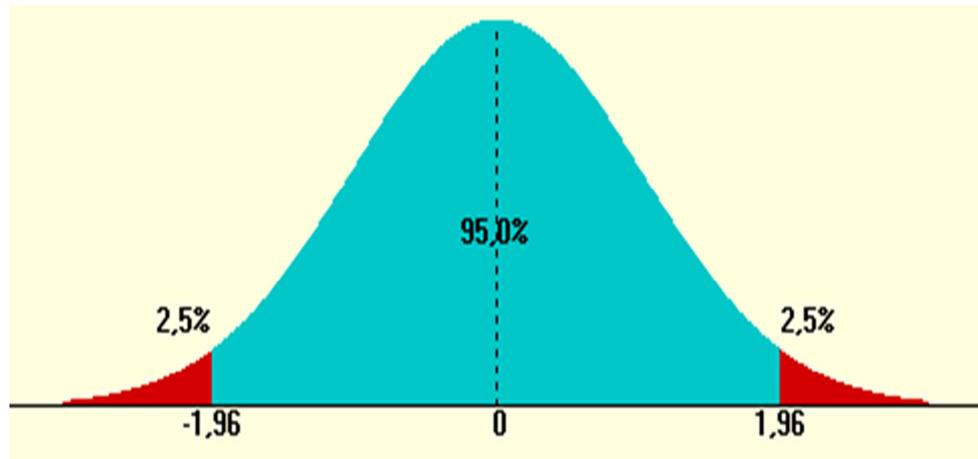
N = Universo (número de personas que habitan en la ciudad de Quito)

p = Porcentaje de casos positivos 50% (aceptación)

q = Porcentaje de casos negativos 50% (rechazo)

e = Margen de error 0.05

Población de Quito= **1.619.791**



De acuerdo a esta fórmula determinamos que tendrán que realizarse 384 encuestas.

En la parte norte de la ciudad de Quito existen 368.258 habitantes. Pero no se ha tomado en cuenta dicho valor, sino que se ha tomado la totalidad de los habitantes de Quito.

La razón es porque existen personas que no viven necesariamente en la parte norte de la ciudad, pero que por sus actividades diarias como lo son el trabajo, el estudio y también por otros compromisos se encuentran en la parte norte.

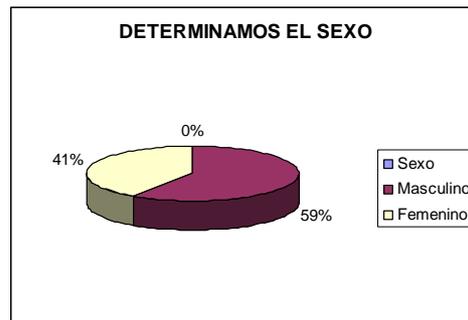
De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Quito podemos determinar lo siguiente:

3.3 ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE QUITO

Sexo:

PREGUNTAS	N. ENCUESTADOS
Sexo	
Masculino	228
Femenino	156

3.1 Determinación del sexo (Gráfico #1)



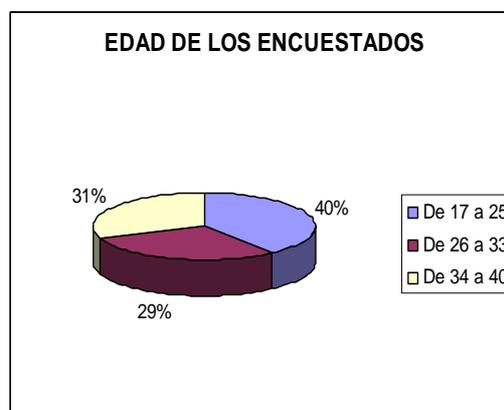
Autor: M. Cristina Cantos M.

Como podemos indicar en este cuadro que la mayoría de los encuestados fueron del sexo masculino en un 59%.

Edad:

EDAD	N. ENCUESTADOS
De 17 a 25	153
De 26 a 33	113
De 34 a 40	118

3.2 Determinación de la edad (Gráfico #2)



Autor: M. Cristina Cantos M.

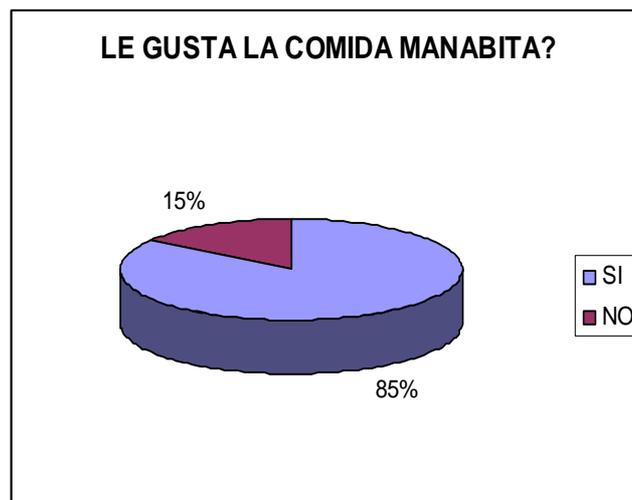
De acuerdo con este dato de los encuestados determinamos que el 40% de ellos tienen de 17 a 25 años; el 29% tienen de 26 a 33 años y; el 31% de los encuestados tienen de 34 a 40 años.

Este dato nos sirve para determinar en la segmentación de mercado a que personas nos vamos a dirigir.

¿Le gusta la comida manabita?

PREGUNTA	N. ENCUESTADOS
SI	325
NO	59

3.3 Gusto de la comida manabita (Gráfico #3)



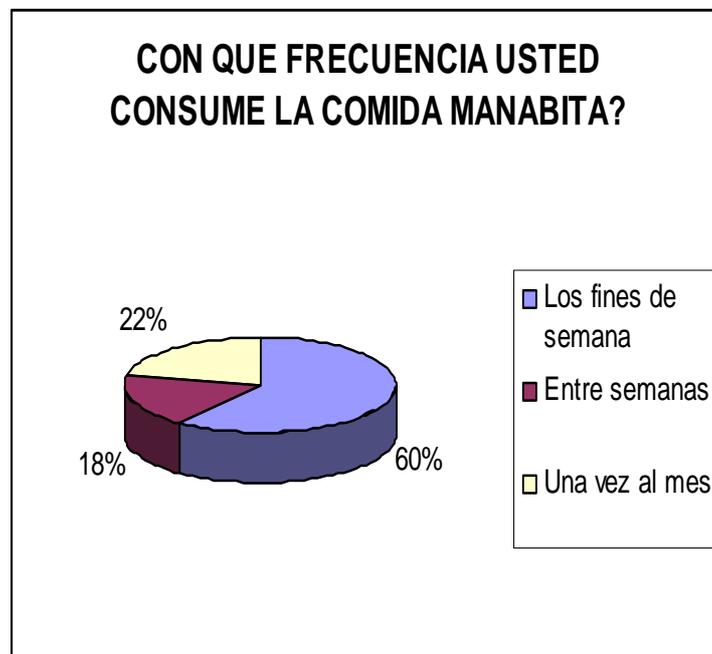
Autor: M. Cristina Cantos M.

Al 85% de los encuestados les gusta la comida manabita, por lo que podemos decir, que las personas conocen, gustan y han degustado de la comida manabita.

¿Con que frecuencia usted consume la comida manabita?

PREGUNTA	N. ENCUESTADOS
Los fines de semana	230
Entre semanas	69
Una vez al mes	85

3.4 Frecuencia de consumo de la comida manabita (Gráfico #4)



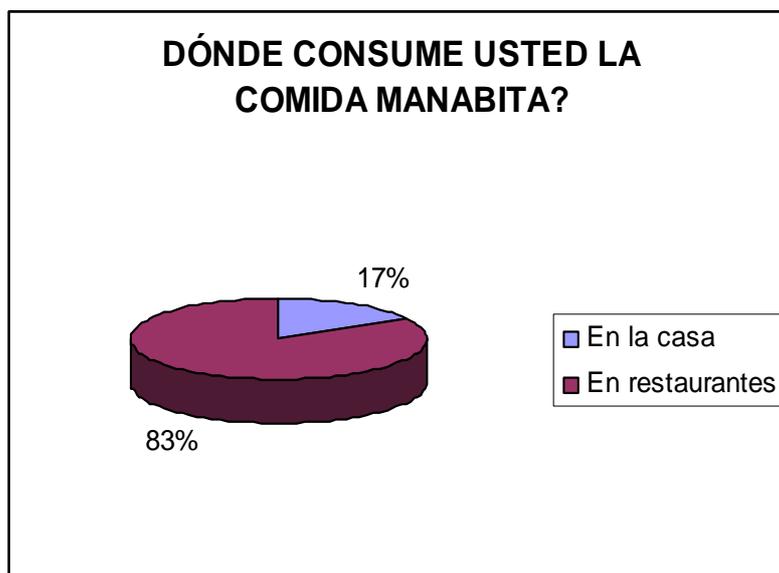
Autor: M. Cristina Cantos M.

Como resultado de este cuadro podemos determinar que el 60% de los encuestados consumen los fines de semana la comida manabita.

¿Dónde come usted la comida manabita?

PREGUNTA	N. ENCUESTADOS
En la casa	64
En restaurantes	320

3.5 Lugar de consumo de la comida manabita (Gráfico #5)



Autor: M. Cristina Cantos M.

Podemos interpretar en la siguiente pregunta que el 83% de los encuestados consumen la comida manabita en los restaurantes.

Le gustaría que en la ciudad de Quito existiera un restaurante de comida típica manabita cerca de su domicilio, oficina o centro de estudio?

PREGUNTA	N. ENCUESTADOS
Si	314
No	70

3.6 Cerca de su domicilio comida manabita (Gráfico #6)



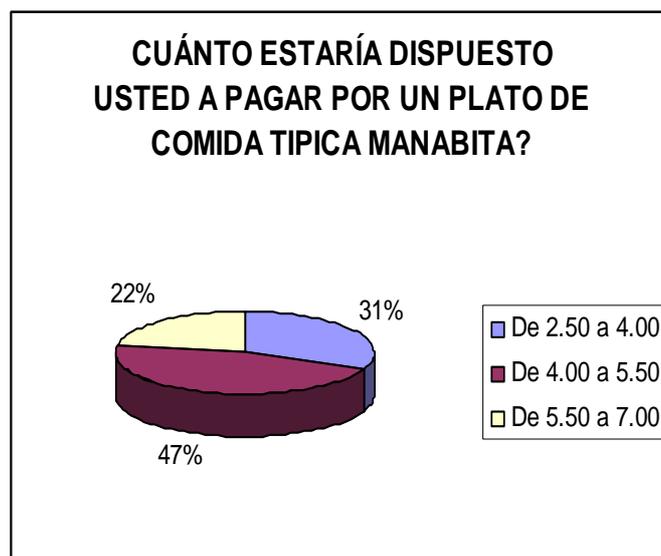
Autor: M. Cristina Cantos M.

Esta pregunta es una de las más importantes, porque por medio de esta podemos determinar la factibilidad de la puesta en marcha del restaurante y obtuvimos que el 82% de los encuestados estar de acuerdo con la idea de que en la ciudad de Quito, existe un restaurante de comida típica manabita cerca del lugar donde pasan mayor tiempo.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un plato en un restaurante de comida típica manabita?

PREGUNTA	N. ENCUESTADOS
De 2.50 a 4.00	120
De 4.00 a 5.50	180
De 5.50 a 7.00	84

3.7 Gusto de la comida manabita (Gráfico #7)



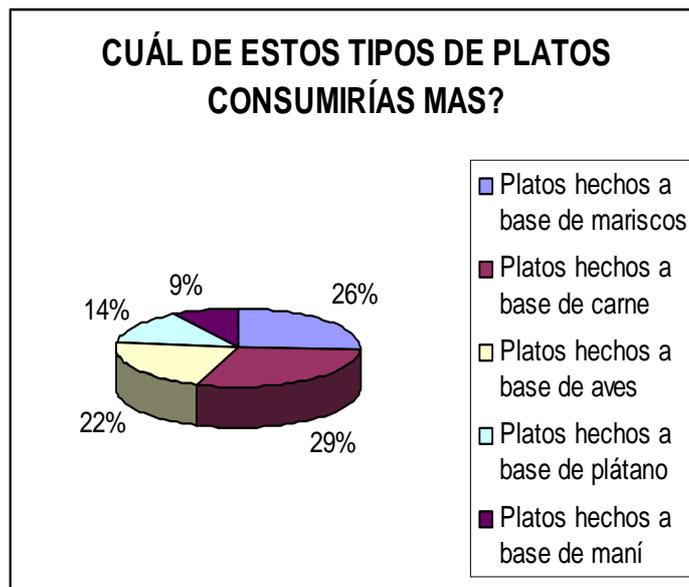
Autor: M. Cristina Cantos M.

El 47% de los encuestados determinaron que están dispuestos a pagar de \$4.00 a \$5.50 dólares por un plato de comida típica manabita.

¿Cuál de estos tipos de platos consumirías más?

PREGUNTA	N. ENCUESTADOS
Platos hechos a base de mariscos	115
Platos hechos a base de carne	98
Platos hechos a base de aves	85
Platos hechos a base de plátano	52
Platos hechos a base de maní	34

3.8 Tipos de platos de consumo masivo (Gráfico #8)



Autor: M. Cristina Cantos M.

El 29% de los encuestados respondieron que estaban dispuestos a consumir en mayor cantidad platos hechos a base de carne.

3.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este punto se analizará la competencia directa e indirecta que exista en el mercado, aclarando que no existe en el mercado un establecimiento con iguales características a las de Manabis Restaurant.

En consecuencia se tomará en cuenta a aquellos establecimientos ubicados en el sector norte de la ciudad que posean características de cierta similitud en estilo, tipo de comida y bebidas que vayan acordes con nuestro restaurante.

3.5 BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA

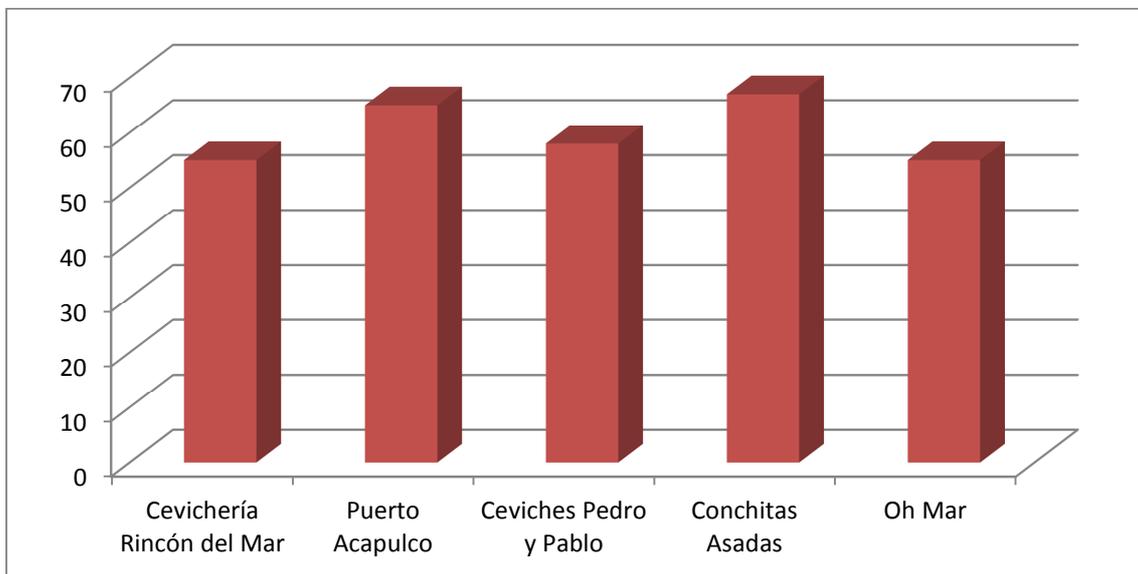
Para realizar el balance de la oferta y la demanda necesitamos los datos de la capacidad de cada uno de los establecimientos considerados como competencia.

3.1 Competencia Directa (cuadro #1)

COMPETIDORES	MAX DIARIA	No. DIAS	MAX. ANUAL
Cevichería Rincón del Mar	55	365	20075
Puerto Acapulco	65	365	23725
Ceviches Pedro y Pablo	58	365	21170
Conchitas Asadas	67	365	24455
Oh Mar	55	365	20075
TOTAL	300		109500

Autor: M. Cristina Cantos M.

3.9 Competencia Directa. (Gráfico #9)



Autor: M. Cristina Cantos M.

3.6 CREACION DE LA IMAGEN.



3.6.1. ¿Qué es una marca?:

Marca es todo signo, nombre comercial, lema comercial (slogan), que pueda tener una capacidad distintiva en el mercado y que permita al consumidor identificar los diversos productos y servicios ofertados por los distintos competidores.

A modo de ejemplo puede constituir marca, las palabras o combinación de palabras, las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos. De igual manera se podrán solicitar los sonidos y olores, las letras y los números, también se podrá solicitar como marca un color delimitado por una forma, o una combinación de colores, la forma de los productos, sus envases, envolturas y cualquier combinación de signos.

3.6.2. ¿Cómo protejo mi marca?

Un signo distintivo adquiere protección exclusiva y excluyente únicamente a través del registro de la misma ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para proteger productos o servicios encasillados en una determinada clase internacional.

3.6.3 ¿Qué son las clases internacionales?

Las clases internacionales, se refieren a los productos y/o servicios que se ofertan en el mercado, los mismos que han sido agrupados por números “clases internacionales”, de acuerdo a lo que se denomina la Clasificación Internacional de Niza. (Adjunto sírvase encontrar dicho documento para su mejor referencia).

3.6.4 ¿Por qué es recomendable realizar una Búsqueda de Antecedentes Marcarios?

Previo a solicitar el registro de una marca, se recomienda realizar una búsqueda de antecedentes marcarios, lo cual como su nombre lo indica es una figura que busca e identifica todas las marcas que han sido previamente registradas o solicitadas por otros titulares y evita posteriores conflictos en el mercado.

3.6.5 ¿Cómo registro mi marca?

Se presenta una solicitud de registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), en la cual se indique la marca que se pretende registrar así como los productos o servicios que se vayan a comercializar con dicha marca en el mercado.

Dicha solicitud de registro deberá ser presentada de ser el caso, junto con el poder correspondiente que legitime la intervención del abogado que lleva el trámite. Una vez presentada la solicitud de registro, la autoridad correspondiente le asignará un número de trámite y hará constar la fecha de su presentación.

3.6.6 ¿Cuáles son los requisitos de forma y fondo que se necesitan?

Requisitos de fondo: Distintividad, susceptibilidad de representación gráfica.

Requisitos de forma:

- Identificación del peticionario (nombre, domicilio, nacionalidad)

- Descripción clara y completa de la marca a registrarse
- Indicación expresa de los productos o servicios y la clase internacional
- Reproducción de la marca cuando esta contenga elementos gráficos
- Comprobante de pago de tasa oficial

3.6.7 ¿Cuál es el trámite, una vez presentada la solicitud de registro?

Dentro de quince días aproximadamente, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud de registro la oficina nacional competente realizará un examen de forma de la solicitud de la marca, con el fin de verificar que ésta cumpla con los requisitos necesarios.

Si del examen de forma se verifica que la solicitud no cumple con los requisitos, se notificará al solicitante para que éste la complete durante el plazo de sesenta días.

En el caso de que la solicitud cumpla con todos los requisitos legales, se ordenará su publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial para que durante el plazo de 30 días posteriores a su publicación, prorrogables una sola vez por un período igual, cualquier persona que se vea afectada o que tenga legítimo interés presente oposición.

3.6.8 ¿Qué es una oposición y cuando se presentan?

Un escrito de oposición es una demanda administrativa que se presenta ante la autoridad marcaria competente para evitar el registro de un signo distintivo.

Se podrán presentar oposiciones a la solicitud de registro de una marca, siempre y cuando la misma afecte el derecho previo de un tercero. Es decir, en el caso de que la marca solicitada sea similar o idéntica a un signo previamente

registrado o solicitado con anterioridad y que pretenda proteger productos o servicios idénticos o similares.

En el caso de recibir oposición la oficina nacional competente notificará al solicitante para que se de contestación a la misma en el plazo de 30 días. A petición del solicitante, se podrá solicitar una prórroga adicional, para presentar las pruebas que sustenten la contestación.

Es importante indicar que podrá presentar oposición al registro de una marca quien primero haya solicitado el registro de un signo similar o idéntico en cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela).

3.6.9 ¿Qué derechos me confiere el registro de marca?

El título de registro emitido por la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, otorga al propietario un derecho al uso exclusivo y excluyente de la misma frente a terceros. En este sentido le permite al propietario ejercer cualquier acción legal para impedir que un tercero realice sin su consentimiento entre otras cosas lo siguiente:

- a) Aplicar o colocar la marca similar o idéntica sobre un producto para la cual se ha registrado la marca, o sobre productos vinculados a los servicios para la cual esté registrada.
- b) Suprimir o modificar la marca con fines comerciales después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca
- c) Fabricar etiquetas, envases, envolturas u otros que reproduzcan o contengan la marca registrada.
- d) Usar en el comercio un signo idéntico o similar respecto a cualesquiera de los productos o servicios, cuando dicho uso cause confusión o riesgo de asociación.

3.6.10 ¿Cuánto tiempo dura la protección de una marca?

El registro de una marca tiene la duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por periodos sucesivos de diez años.

La renovación de un signo distintivo puede ser solicitada por su titular o por quien tuviere legítimo interés. La renovación se podrá realizar dentro de los seis meses anteriores al vencimiento del registro, sin embargo de vencerse dicho término, existe un plazo de gracia de seis meses contados a partir de la fecha del vencimiento del registro para que se solicite la renovación.

La renovación de una marca se realizará siempre en los mismos términos del registro original de la misma.

3.6.11 ¿Debo necesariamente utilizar mi marca?

Las marcas deben ser usadas, ya que en caso contrario pueden ser canceladas por un tercero interesado en la misma.

Una acción de cancelación es procedente cuando la marca no ha sido utilizada por su titular, un licenciataria u otra persona autorizada para ello en al menos uno de los países miembros de la Comunidad Andina durante los tres (3) años consecutivos precedentes a la fecha de presentación de la acción.

Adicionalmente, cabe señalar que las acciones de cancelación pueden ser parciales, cuando la marca no ha sido usada para uno o algunos de los productos o servicios que protege, caso en el que a través de una acción de este tipo, un tercero puede lograr la reducción o limitación de los productos que constan en el registro original.

3.7 PROTECCIÓN LEGAL DE LA MARCA.

3.7.1 REQUISITOS:

a) Declaración de protección

1. Nombre, domicilio, residencia y nacionalidad de o los solicitantes e indicación de su legítimo interés.
2. Identificación de la indicación geográfica.

3. Área geográfica de producción, extracción o elaboración del producto, con su delimitación geográfica y política.
4. Descripción detallada del o los productos y reseña de las calidades, reputación y otras características esenciales.

b) Autorización de uso

1. Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante
2. Identificación de la indicación geográfica.
3. Certificación del lugar o lugares de explotación, producción o elaboración.
4. Certificación de las características del producto que se pretende distinguir.
5. Documento que acredite el derecho del solicitante.

3.8 CREACIÓN Y MANEJO DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS Y EXTERNAS (CREACIÓN DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN DEL NEGOCIO) CONOCIMIENTO DEL PROCESO DE NEGOCIOS

Los aprendices del equipo de trabajo del restaurante deben aprender los pasos que intervienen en el servicio de Manabis Restaurant así como las diferentes técnicas de servicio de Manabis Restaurant que se pueden aplicar en distintas situaciones. Los Pasos básicos de servicio de Manabis Restaurant son:

Prospección

Planeación de visitas

Acercamiento al prospecto del cliente

Presentación de servicio de Manabis Restaurant

Satisfacción de objeciones

Cierre de la venta y seguimiento

Prospección

El personal novato debe aprender a buscar a los clientes potenciales que necesitan el producto y no son capaces de comprarlo. Estos se denominan prospectos. Los el equipo de trabajo del restaurante en entrenamiento rápidamente aprenden el valor de la prospección debido a que evita que desperdicien tiempo tratando de vender el producto a personas que no los necesite o que no pueda costearlos.

El gerente debe entregar una lista de prospectos a los nuevos el equipo de trabajo del restaurante. Pero durante el periodo de capacitación se debe enseñar a los nuevos el equipo de trabajo del restaurante el sistema que los el equipo de trabajo del restaurante experimentados utilizan para generar prospectos a través de los diferentes canales comerciales que posee la empresa.

Planeación de la visita (Pre acercamiento)

Los nuevos el equipo de trabajo del restaurante necesitan saber cómo planear las visitas de servicio de Manabis Restaurant para asegurarse que la presentación en si sea eficaz. Deben aprender a recopilar información de tal manera que puedan responder las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los objetivos de la visita de servicio de Manabis Restaurant? ¿Cuáles son las necesidades de los clientes? ¿Cómo pueden los productos de mi empresa satisfacer esas necesidades? ¿Cómo satisface esas necesidades los productos de mi competidor? ¿Qué objeciones pueden seguir, y como se pueden manejar? ¿Qué clase de ayudas audiovisuales o materiales de apoyo se requieren?

El proceso de planeación ayuda al el equipo de trabajo del restaurante a clasificar a los prospectos y proporciona información que se puede utilizar para adaptar la presentación de servicio de Manabis Restaurant al prospecto.

Acercamiento al prospecto

De acuerdo con la situación particular de servicio de Manabis Restaurant, existen varias maneras eficaces de acercarse a los clientes en perspectiva, que van desde una referencia de un conocido mutuo hasta el envío de una muestra al prospecto. Pocos clientes potenciales están dispuestos a hablarle a un el equipo de trabajo del restaurante, incluso si pueden requerir el producto o

servicio, por lo que resulta esencial que el acercamiento proporcione algún inventivo o que proporcione una garantía que la presentación de servicio de Manabis Restaurant resultara beneficiosa.

Presentación de Servicio de Manabis Restaurant

Por lo general, la presentación de servicio de Manabis Restaurant consta de dos fases principales: La apertura y la presentación en sí. Los nuevos el equipo de trabajo del restaurante deben comprender cada una de ellas para convertirse en el equipo de trabajo del restaurante eficaces.

La fase de la apertura de la presentación de servicio de Manabis Restaurant representa solo un porcentaje muy pequeño del tiempo total de la presentación, pero es muy importante. En general, el equipo de trabajo del restaurante tendrá alrededor de 30 segundos para asegurar la atención y el interés del cliente potencial. A menos que la apertura sea eficaz. El resto de la presentación de servicio de Manabis Restaurant probablemente fracasará.

La apertura generalmente comienza con una charla informal preliminar concebida para establecer un canal de comunicación. Esto tiene particular importancia si el equipo de trabajo del restaurante o el cliente en perspectiva no se han reunido antes. Los el equipo de trabajo del restaurante en entrenamiento deben aprender a moverse con rapidez de la charla informal a un análisis de los beneficios de su producto. Los beneficios deben ser específicos, cuantificables y muy deseables por el cliente potencial. Al presentarlos pronto, el equipo de trabajo del restaurante estimulará el interés y comenzara a desarrollar el deseo por el producto.

La presentación es si, es el corazón de la venta. Una buena presentación se construye en torno a una poderosa demostración que muestre todos los puntos de venta y los motivos de compra, de tal manera que se despierte el interés del prospecto y su deseo de comprar.

Se debe enseñar a los nuevos el equipo de trabajo del restaurante a utilizar las pruebas de cierre de servicio de Manabis Restaurant a los largo de toda la presentación para determinar si el cliente potencial está listo para comprar. Muchas veces se puede evitar que el equipo de trabajo del restaurante pierda la venta por sobrevendré. La prueba de cierre de servicio de Manabis

Restaurant consiste en preguntar cosas tales como “¿Qué color prefiere usted?” ó ¿Desearía pagar esto en efectivo o cargar a una cuenta?”. Los clientes potenciales listos para comprar responderán en forma favorable. Los que no lo están evitarán este tipo de preguntas o negaran cualquier interés en comprar. Si se obtienen una respuesta favorable al cierre de prueba, el equipo de trabajo del restaurante cierra la venta de inmediato.

Satisfacción de objeciones

Los el equipo de trabajo del restaurante en entrenamiento deben comprender que las objeciones que lanza el cliente en perspectiva son una buena señal: significa que éste tiene un cierto interés en el producto. Si se les puede resolver con éxito, el cliente potencial normalmente realizará la compra. Las objeciones pueden declararse o estar ocultas y pueden estar relacionadas con el producto en sí mismo, con su precio o con la oportunidad de la compra. El el equipo de trabajo del restaurante debe aprender a identificar la objeción real. Una vez que se determina ésta, el equipo de trabajo del restaurante puede trabajar para superarla al señalar las ventajas que compensan lo que el cliente ve como desventaja. Por ejemplo, si el cliente presenta una objeción respecto al precio, el equipo de trabajo del restaurante puede señalar la calidad implícita y la larga duración que el producto debe tener.

3.8.1 Atención al cliente

El cierre se da cuando el equipo de trabajo del restaurante pregunta por el pedido, A menudo, los nuevos aprendices piensan que el cierre es la parte más sencilla a recordar de la venta. Sin embargo, muchos el equipo de trabajo del restaurante no preguntan por el pedido porque suponen que el cliente automáticamente comprará el producto después de completarse las primeras etapas del proceso de venta. Si no pregunta por el pedido, pueden no obtenerlo y se desperdiciará todo el esfuerzo del el equipo de trabajo del restaurante.

Existen varias estrategias populares para los cierres. El cierre de suposición implica que el cliente comprará al hacerse preguntas tales como: “¿A qué dirección desea que le envíe esto?” ó ¿Cuándo podemos enviar esto, hoy o mañana?”. En el cierre de acción física, el equipo de trabajo del restaurante

sugiere al cliente, mediante una acción física como darle una pluma al cliente para que firme el contrato, que ha llegado el momento de colocar el pedido. El cierre de trampa se presenta cuando la objeción del cliente potencial se utiliza para cerrar la venta.

Seguimiento

Resulta muy importante para los aprendices saber que la venta no se ha terminado sino hasta que se obtiene el pedido. Un buen el equipo de trabajo del restaurante hace seguimiento a la venta con una llamada para asegurarse de que se hayan respondido todas las preguntas, que se haya entregado el producto en un plazo específico y en buenas condiciones y que el cliente esté satisfecho. El seguimiento de la venta sirve para garantizar al cliente que ha tomado una buena decisión y éste por lo general aprecia que le atienda un el equipo de trabajo del restaurante que se esfuerce por satisfacerle. Un buen seguimiento conduce a una clientela leal, la cual puede aumentar en forma sustancial las servicio de Manabis Restaurant futuras de la organización y del el equipo de trabajo del restaurante. Finalmente, al hacer el seguimiento de los clientes, los el equipo de trabajo del restaurante a menudo pueden generar servicio de Manabis Restaurant de artículos complementarios o referenciales de nuevos clientes potenciales.

3.8.2 CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES Y DEL MERCADO

En la actualidad, los capacitadores de servicio de Manabis Restaurant dan más importancia al cliente que nunca antes en sus programas de capacitación. Los clientes están muy bien informados y son profesionales, además de que tienen mayores demandas y expectativas que en el pasado. En consecuencia, un programa eficaz de capacitación de servicio de Manabis Restaurant debe ir más allá de los aspectos básicos. Ya no es suficiente con solo enseñar a los el equipo de trabajo del restaurante a superar las objeciones de los clientes; se les debe capacitar para lograr tener una participación cooperativa con ellos. Debe subrayarse la importancia de integrar este tipo de participantes ya que muchas empresas internacionales ahora prefieren este tipo de relación.

3.8.3 CONOCIMIENTO DE LOS COMPETIDORES Y LA INDUSTRIA

Debe concientizarse a los aprendices de servicio de Manabis Restaurant respecto a las tácticas de la industria y a las técnicas de competencia y deben comprender la manera en que éstos pueden afectar la demanda de los productos de la empresa. Los aprendices deben saber casi todo de los productos de la competencia como saben de los propios. Sólo mediante estos conocimientos pueden los el equipo de trabajo del restaurante comparar marcas y superar las objeciones de los clientes respecto a la compra de una marca sobre otra. Un conocimiento detallado de los productos de la competencia también puede ayudar a los el equipo de trabajo del restaurante a diseñar las presentaciones de servicio de Manabis Restaurant para resaltar las ventajas del producto de s empresa.

3.8.4 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

Una parte considerable del programa inicial de capacitación de servicio de Manabis Restaurant debe dedicarse a enseñar al nuevo el equipo de trabajo del restaurante hacer acerca de los productos y servicio que la ofrece. No sólo deben aprender los el equipo de trabajo del restaurante acerca de los productos y la manera en que los utilizan los clientes, sino también deben creer en los méritos y la utilidad de los productos para solucionar los problemas de los clientes. Una vez que se comunica a los nuevos el equipo de trabajo del restaurante cuales son los productos y cuales son sus usos, se les debe permitir verlos y utilizarlos para que obtengan tanto entendimiento técnico de los mismos como sea posible. Aparte de eso, es muy beneficioso para os el equipo de trabajo del restaurante conocer y utilizar los productos de la competencia. Los el equipo de trabajo del restaurante pueden competir con mayor éxito cuando pueden comunicarle al cliente las ventajas de sus productos frente a los productos de la competencia.

3.8.5 CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

Se debe enseñar a los nuevos el equipo de trabajo del restaurante las políticas de la organización y las políticas específicas de las servicio de Manabis

Restaurant. Entre los conocimientos básicos se cuentan los privilegios de estacionamiento. El comedor, las prácticas de oficina, el cheque de salario, la cuenta gasto y los canales de comunicación. Los aprendices también deben aprender las políticas específicas de la organización respecto a las prácticas de servicio de Manabis Restaurant, tales como cuantas llamadas de servicio de Manabis Restaurant al día, como manejar las devoluciones y cómo redactar los pedidos.

En general, los conocimientos sobre la empresa no son difíciles de enseñar. Lo común es que se utilicen conferencias y materiales impresos para explicar las políticas y procedimientos, además de las razones para ellos. Sin embargo una vez que se cubren las políticas de la empresa, el programa de capacitación debe moverse a otros temas. Con demasiada frecuencia, los capacitadores en servicio de Manabis Restaurant se exceden en el tratamiento de las políticas, trayendo como resultado el aburrimiento y una baja en la moral y en el entusiasmo de los capacitados.

3.8.6 TOMA DE DECISIÓN

En este módulo los nuevos el equipo de trabajo del restaurante deben obtener la capacidad para seleccionar e implantar alternativas de solución que den respuestas oportunas y de calidad, a los diferentes problemas o situaciones de trabajo que se le presenten. Supone la capacidad para asumir las consecuencias de la decisión. Considerando su impacto en el equipo de trabajo y de la organización.

3.8.7 SENTIDO DEL NEGOCIO

En esta sesión el capacitado debe adquirir la habilidad y tendencia para orientar la mayor parte de sus acciones a la captación de clientes, al mercado y comercialización de la cartera de productos y servicios que maneja y a la satisfacción de las necesidades de

los clientes, teniendo presente la orientación del negocio y las premisas de éxito y excelencia.

3.8.8 NEGOCIACIÓN

Al culminar este módulo el equipo de trabajo del restaurante novato debe adquirir la habilidad para llegar a acuerdos satisfactorios para las partes involucradas en un proceso determinado, desarrollando estrategias a corto, mediano y/o largo plazo, en beneficio de ambas partes. Implica identificar los intereses de las partes y las áreas comunes para llegar a acuerdos válidos y aceptables para ambos.

3.9 MANEJO DE LA PUBLICIDAD

La publicidad de nuestro restaurant, es una labor de la empresa, quien hasta la fecha se ha limitado a los medios escritos y radiales, la televisión local, sin embargo a través del cable llega alguna promoción

En el interior de nuestro local y directamente a nuestro clientes le haremos las promociones de los platos manabitas, poster de las playas de Manabí, los periódicos se encargan de anunciar los especiales de precios, obviamente el restaurant es de un producto que se encuentra en su etapa de madurez con su misma calidad, precio, higiene y servicio.

3.10 CONTROLES

Los planes de marketing tienen que ser monitoreado y controlado de manera continua, la mayoría de empresas no poseen un adecuado de control, de ahí que debemos establecer los sistemas de monitoreo que nos permitan la de los planes establecido, además se debe establecer y facultar a los responsable de realizar el control en las diferentes aéreas del plan diseñado, este control puede ser; del plan anual, la rentabilidad la eficacia y estratégico

El control del plan anual permite a la empresa asegurarse de que las metas establecidas se alcancen, durante el desarrollo de las actividades del negocio y

Se incluye el Control de las ventas,

La participación en el mercado,

Gastos de marketing,

Supervisión de calidad; dos veces al año, los productos e ingredientes de origen nacional serán comparados con las especificaciones internacionales en los platos de comida de calidad, también participarán los proveedores para

involucrarlos con los estándares de calidad exigidos y las eventuales acciones correctivas de sus productos. De esta manera, nos aseguramos que nuestros consumidores sientan en todo el mundo, el mismo sabor único que tiene la comida.

Gastos de financiamientos, en nuestro restaurant el control de estas partidas se realiza diariamente, pues los gerentes disponen de un formulario donde se registran las ventas reales y se comparan con el presupuesto de cada turno

La responsabilidad de este control es del gerente y el propósito es determinar si están obteniendo los resultados presupuestados.

3.11 ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS

Para comenzar debemos recordar que producto es todo aquello que se puede ofrecer en el mercado con la finalidad de satisfacer un deseo o necesidad.

Manabis Restaurant contará como su principal producto los alimentos y bebidas que ahí se servirán, también tendrá una galería de artesanías típicas de la costa que nos servirán para fijar las estrategias en este sentido:

- Primero se debe dotar al restaurante de cualidades o atributos que le permitan ocupar un lugar importante en el mercado. Manejando conceptos de calidad de productos y servicios, brindando un ambiente confortable y de tranquilidad.
- Dentro del área de alimentos y bebidas se utilizará una carta que como pudimos averiguar en el estudio de mercado en su mayoría satisfacerla las necesidades de los clientes, esta carta no es muy extensa y cubre su mayor parte las expectativas de los clientes en cuanto a calidad y precio.
- Con la carta se pretende dar a conocer un poco sobre los productos que contiene la comida manabita.
- Se busca complementar el servicio con la exposición de una galería que servirá también para la ambientación del restaurante, para así, transmitir la sensación de tranquilidad que tanto se busca en una ciudad tan ajetreada como es Quito.

- El tipo de servicio que brindamos es personalizado, ya que con este tipo de servicio se logra mayor contacto con el cliente y que éste tenga una sensación de que ha recibido un servicio cálido y familiar.

3.12 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

- Los precios que se manejan en la carta están fijados de acuerdo a los costos de la materia prima, mano de obra y la utilidad que se pretende obtener en cada uno de ellos, haciendo de igual forma estudios sobre los precios de la competencia.
- Estos precios no incluyen IVA (12%) ni el (10%) de servicio.
- Básicamente los pagos se realizarán en efectivo.
- En caso de tener un consumo mayor a 100 dólares, se realizará un descuento del 5 por ciento.

3.13 ESTRATEGIAS DE PLAZA

- No se utilizará una estrategia de carácter exclusivo, por esta razón se ha considerado como segmento de mercado estudiantes de universidades, ejecutivos y familias que deseen degustar un típica y exquisita comida cien por ciento manabita; que cuenten con una capacidad económica estable, es decir de clase media en adelante.

3.14 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Por medio de las estrategias de promoción se buscará captar un segmento de mercado que permita posicionar al restaurante en la mente del consumidor.
- Se buscará utilizar los medios de comunicación más conocidos por las personas como son: radio; libros y cuadernos estudiantiles; volantes, carteles; vallas y el más importante de todos, internet.

- Este modo de difusión permitirá que el restaurante sea conocido en todo el ámbito nacional.

A continuación detallaremos las estrategias de promoción a utilizar:

- Firmar convenios con universidades y/o empresas interesadas en que sus clientes reciban el mejor servicio con un descuento del 5% al 10%, de acuerdo al número de personas.
- Los cumpleaños que festejen en el restaurante con mínimo 3 personas, recibirán un descuento especial del 10% o, una bebida y postre de cortesía por parte de la casa.
- Por presentar 5 facturas del restaurante recibirá un postre gratis y por 10 facturas recibirá el 10% de descuento en su próxima visita.

3.15 ESTRATEGIA DE SERVICIO DE MANABIS RESTAURANT

- Como estrategia para vender de mejor manera nuestro servicio se efectuarán capacitaciones constantes tanto al personal de servicio como al de la cocina.

3.16 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para realizar el análisis de la competencia necesitamos los datos de la capacidad de cada uno de los establecimientos considerados como competencia.

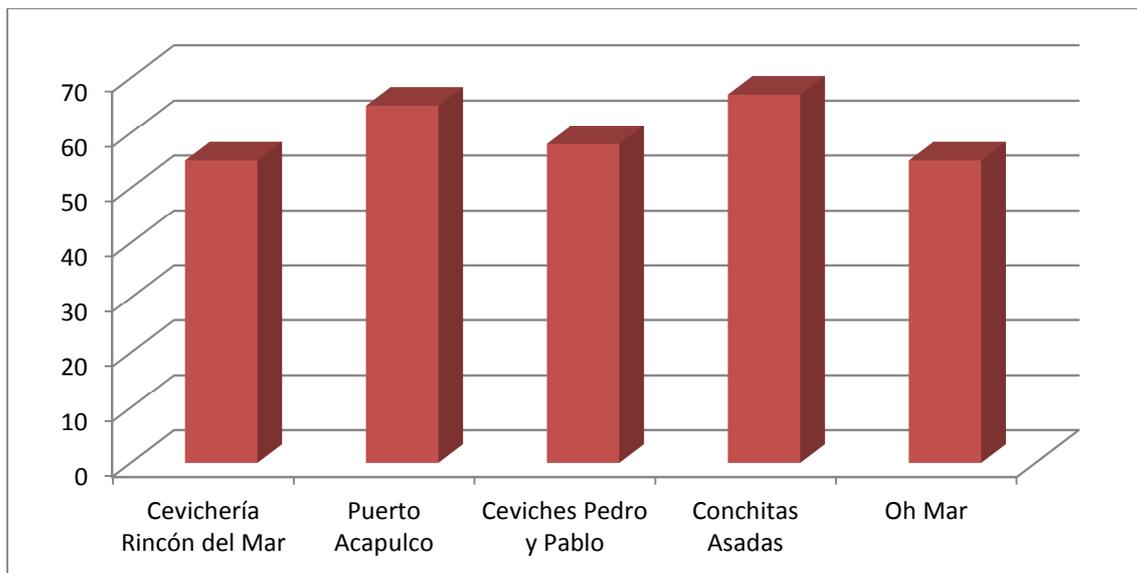
3.1 Análisis de Competencia (cuadro #1)

COMPETIDORES	MAX DIARIA	No. DIAS	MAX. ANUAL
---------------------	-------------------	-----------------	-------------------

Cevichería Rincón del Mar	55	365	20075
Puerto Acapulco	65	365	23725
Ceviches Pedro y Pablo	58	365	21170
Conchitas Asadas	67	365	24455
Oh Mar	55	365	20075
TOTAL	300		109500

Autor: M. Cristina Cantos M.

3.9 Tipos de platos de consumo masivo (Gráfico #9)



Autor: M. Cristina Cantos M.

3.17 MANEJO DEL LANZAMIENTO Y APERTURA DEL NEGOCIO.

El manejo y la apertura se dará cuando todo esté listo en la parte legal y logística de Manabis restaurant.

3.17.1 APERTURA

Vamos a crear expectativa en el mercado, distribuyendo panfletos y volantes, haciendo uso además de la prensa radial y escrita que indiquen que algo grande llega al Norte de Quito;

Se hará una promoción relacionada con la expectativa agregando que lo que llega está relacionado con comida al instante, con buena calidad y bajo precios. En esta etapa vamos a introducir en nuestra promoción los platos de comida manabita.

Ya llegamos a la fecha cercana a la apertura, nuestra promoción ya va indicando que somos Manabis Restaurant, que ofrecemos una variedad de comida costeña, para los diferentes gustos, con higiene y buen servicio, y que estamos en el Sector del Inca.

Inauguración

- a) La inauguración se hará con música.
- b) Haremos un brindis con buen vino etc.
- c) Haremos una promoción de 2 por 1 durante las primeras dos horas de servicios en el día inaugural

Productos a Vender

Los productos que vendemos en nuestro restaurant, tienen el precio fijo y estos son los mismos en los restaurantes de la zona, sin embargo en algunos se ha añadido algo típico de Manabí, como son los patacones fritos.

CAPITULO 4

ASPECTO FINANCIERO DEL PROYECTO.

4.1 ESTABLECER EL MONTO ECONÓMICO PARA LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA.

MONTO ECONOMICO	
MANABIS.....100% COMIDA CRIOLLA MANABITA	
MONTO ECONOMICO	12.050,00
CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO	<u>800,00</u>
Total Monto Económico	12.850,00
Cristina Cantos Molina	
<hr/>	
FIRMA SOCIO	

4.2 REALIZAR LOS RESTOS DE ADQUISICIÓN DE MAQUINA, EQUIPO DE TRABAJO (BATERIA DE COCINA), ÚTILES DE OFICINA, MYES, DECORACIÓN, ACT. DE OPERACIÓN COMO CRISTALERIA, CUBERTERÍA, MENAJE, MANTELERÍA, ETC.

MONTO ECONOMICO PARA LA CONFORMACION DE LA CIA MANABIS.....100% COMIDA CRIOLLA MANABITA	
<u>INVERSION</u>	
<u>ACTIVOS</u>	
Instalaciones	3.730,00
Escritorio y Muebles Oficina	800,00
Muebles, sillas. Mesas restaurante	1.500,00
Equipos de Oficina y Audio	500,00
Útiles de Oficina	350,00
Uniformes de Trabajo	450,00
Gastos de Constitución	320,00
Batería Cocina	1.500,00
Capital conformación CIA	800,00
<u>ACTIVOS DE OPERACIÓN</u>	
Cristalería	800,00
Cubierta	600,00
Menaje	1.000,00
Mantelería	500,00
TOTAL	12.850,00

4.3 ESTABLECER PRESUPUESTO PARA MERCADO.

FECHA	DOCUMENTO	DETALLE	EGRESOS	SALDOS	CLIENTE
25/04/2009	316638	supermaxi	\$ 13,36	\$ 13,36	viveres
05/05/2009	3799	supermaxi	\$ 82,51	\$ 95,87	viveres
05/05/2009	55967	kiwi	\$ 11,16	\$ 107,03	mantenimiento
04/05/2009	9202	casa comercial pazmiño	\$ 425,60	\$ 532,63	registradora
05/05/2009	s/n	mariscos	\$ 111,59	\$ 644,22	mantenimiento
05/05/2009	9206	casa comercial pazmiño	\$ 6,16	\$ 650,38	mantenimiento
07/05/2009	3322463	pronaca	\$ 20,23	\$ 670,61	viveres
06/05/2009	3319681	pronaca	\$ 94,40	\$ 765,01	viveres
05/05/2009	s/n	mercado maní/quesio/gallina	\$ 25,14	\$ 790,15	viveres
08/05/2009	s/n	gasolina mercado y valle	\$ 20,00	\$ 810,15	movilización
08/05/2009	s/n	copias propaganda día de la madre	\$ 8,50	\$ 818,65	Publicidad
08/05/2009	8725226	megamaxi	\$ 80,11	\$ 898,76	Viveres
08/05/2009	850552	megamaxi	\$ 44,69	\$ 943,45	Viveres
08/05/2009	s/n	anticipo sueldo padrino	\$ 10,00	\$ 953,45	Roles
08/05/2009	142803	gasolina	\$ 10,00	\$ 963,45	movilización
09/05/2009	s/n	compras varias limpieza	\$ 42,87	\$ 1.006,32	Mantenimiento
11/05/2009	60089	gasolina	\$ 10,00	\$ 1.016,32	movilización
11/05/2009	15409	plásticos desechables	\$ 25,90	\$ 1.042,22	Desechables
11/05/2009	3329482	pronaca	\$ 204,02	\$ 1.246,24	Pollos
11/05/2009	7465	aki	\$ 10,40	\$ 1.256,64	Frutas
05/05/2009	156155	santa maría	\$ 73,17	\$ 1.329,81	Viveres
05/05/2009	40268	Jiménez	\$ 102,46	\$ 1.432,27	Vajilla
30/04/2009	22046	peña durini	\$ 15,46	\$ 1.447,73	Mantenimiento

	s/n	caña guadua	\$ 10,00	\$ 1.457,73	Mantenimiento
--	-----	-------------	----------	-------------	---------------

27/04/2009	808	ferreteria el colibrí	\$ 1,77	\$ 1.459,50	Mantenimiento
01/05/2009	s/n	supermaxi	\$ 110,00	\$ 1.569,50	Camarón
06/05/2009	s/n	compras varias limpieza	\$ 3,82	\$ 1.573,32	Limpieza
10/05/2009	s/n	tienda sal y queso	\$ 11,87	\$ 1.585,19	Víveres
11/05/2009	s/n	gas y servilletas	\$ 3,80	\$ 1.588,99	Varios
10/05/2009	s/n	movistar hipatia/Jennifer	\$ 6,00	\$ 1.594,99	Roles
01/05/2009	s/n	paseo compras esmeraldita roles hipatia	\$ 30,00	\$ 1.624,99	Roles
08/05/2009	s/n	carne	\$ 58,60	\$ 1.683,59	Carne
08/05/2009	s/n	legumbres mercado	\$ 76,40	\$ 1.759,99	Legumbres
08/05/2009	s/n	verdes mercado	\$ 5,50	\$ 1.765,49	Legumbres
08/05/2009	s/n	camarón	\$ 37,50	\$ 1.802,99	Mariscos
08/05/2009	s/n	tomate	\$ 9,00	\$ 1.811,99	Legumbres
14/05/2009	41156	almacenes ximenez	\$ 75,90	\$ 1.887,89	Equipamiento
14/05/2009	1249744	empresa electrica mayo/09	\$ 24,79	\$ 1.912,68	Luz
19/05/2009	1376747	anticipo sueldo hipa luz mayo/09	\$ 5,27	\$ 1.917,95	Roles
13/05/2009	92577	supermaxi	\$ 43,49	\$ 1.961,44	Víveres
13/05/2009	3333341	pronaca	\$ 34,00	\$ 1.995,44	Mariscos
12/05/2009	19370	santa maría	\$ 27,07	\$ 2.022,51	Víveres
12/05/2009	18481	supermaxi	\$ 44,02	\$ 2.066,53	11/05/2009
13/05/2009	5146316	agua/mayo/09	\$ 45,49	\$ 2.112,02	Agua
10/05/2009	s/n	anticipo suehps cumpleaños vero 50%	\$ 7,74	\$ 2.119,76	Roles
12/05/2009	s/n	camarón	\$ 9,00	\$ 2.128,76	Mariscos
12/05/2009	s/n	compra dos tanques de gas	\$ 5,00	\$ 2.133,76	gas
15/05/2009	s/n	el delfín	\$ 30,00	\$ 2.163,76	Camarón
20/05/2009	154722	santa maría	\$ 8,48	\$ 2.172,24	Víveres
20/05/2009	363010	supermaxi	\$ 129,83	\$ 2.302,07	Víveres
05/05/2009	s/n	delfín pescadería	\$ 111,59	\$ 2.413,66	Víveres
14/05/2009	8898	supermaxi	\$ 81,56	\$ 2.495,22	Víveres

22/05/2009	192699	santa maría	\$ 31,58	\$ 2.526,80	Víveres
24/05/2009	2394	supermaxi	\$ 86,79	\$ 2.613,59	Víveres
23/05/2009	15541	pika	\$ 3,60	\$ 2.617,19	Tarrinas
22/05/2009	s/n	carne	\$ 53,40	\$ 2.670,59	Víveres
21/05/2009	433722	supermaxi	\$ 43,22	\$ 2.713,81	Víveres
24/05/2009	562520	supermaxi	\$ 86,79	\$ 2.800,60	Víveres
22/05/2009	33520854	pronaca	\$ 90,11	\$ 2.890,71	Víveres
16/05/2009	334261	pronaca	\$ 181,38	\$ 3.072,09	Víveres
22/05/2009	10390	supermaxi	\$ 42,33	\$ 3.114,42	Víveres
23/05/2009	3353888	pronaca	\$ 174,65	\$ 3.289,07	Víveres
23/05/2009	14152	supermaxi	\$ 156,51	\$ 3.445,58	Víveres
23/05/2009	s/n	compra plantas Gaby Polanco CARLOS	\$ 42,50	\$ 3.488,08	Víveres
26/05/2009	3357477	pronaca	\$ 27,26	\$ 3.515,34	Víveres
26/05/2009	139817	pilsener	\$ 25,70	\$ 3.541,04	Víveres
16/05/2009	s/n	mercado	\$ 202,20	\$ 3.743,24	Víveres
26/05/2009	7221	Jr distribuidora	\$ 5,00	\$ 3.748,24	Limpieza
01/05/2009	565341	megamaxi	\$ 54,49	\$ 3.802,73	Víveres
26/05/2009	193390	santa maría	\$ 52,44	\$ 3.855,17	Víveres
26/05/2009	652131	supermaxi	\$ 42,52	\$ 3.897,69	Víveres
22/05/2009	s/n	mercado	\$ 214,85	\$ 4.112,54	Víveres
27/05/2009	208228	santa maría	\$ 4,97	\$ 4.117,51	Víveres
28/05/2009	s/n	harina tienda	\$ 2,00	\$ 4.119,51	Víveres
29/05/2009	782433	supermaxi	\$ 161,51	\$ 4.281,02	Víveres
29/05/2009	s/n	carnes mercado	\$ 193,60	\$ 4.474,62	Víveres
29/05/2009	s/n	mercado legumbres	\$ 86,20	\$ 4.560,82	Víveres
29/05/2009	s/n	flyper pescadería	\$ 62,50	\$ 4.623,32	Víveres
29/05/2009	154184	santa maría	\$ 40,47	\$ 4.663,79	Víveres
18/05/2009	s/n	gas	\$ 5,00	\$ 4.668,79	Víveres

21/05/2009	s/n	gas	\$ 2,50	\$ 4.671,29	Víveres
26/05/2009	s/n	gas	\$ 5,00	\$ 4.676,29	Víveres
29/05/2009	s/n	harina tienda	\$ 5,00	\$ 4.681,29	Víveres
29/05/2009	s/n	ventas	\$ 5,00	\$ 4.686,29	Víveres

4.4 ESTABLECER PRESUPUESTO DE ROL DE PAGOS.

MANABIS.....100% COMIDA CRIOLLA MANABITA
ROL DE PAGOS

#	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A RECIBIR	RECIBI CONFORME
			SUELDO	OTROS INGRESOS	TOTAL INGRESOS	IESS PERSONAL	OTROS GASTOS	TOTAL GASTOS		
1	Álvarez Ponce Gabriel	Gerente	\$ 400,00	\$ 0,00	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 0,00	\$ 37,40	\$ 362,60	
2	Caicedo Lourido Andrea	CHEF	\$ 350,00	\$ 0,00	\$ 350,00	\$ 32,73	\$ 0,00	\$ 32,73	\$ 317,28	
3	Mendoza Macías Lourdes	Ayudante de Chef	\$ 240,00	\$ 0,00	\$ 240,00	\$ 22,44	\$ 0,00	\$ 22,44	\$ 217,56	
4	López Bono Diana	Cap. Mesero	\$ 350,00	\$ 0,00	\$ 350,00	\$ 32,73	\$ 0,00	\$ 32,73	\$ 317,28	
5	Andrade Arteaga Daniel Zúñiga Rojas Carlos	Ate. Mesero	\$ 240,00	\$ 0,00	\$ 240,00	\$ 22,44	\$ 0,00	\$ 22,44	\$ 217,56	
6	Marín Echeverría Galindo	Cap. Cajero	\$ 350,00	\$ 0,00	\$ 350,00	\$ 32,73	\$ 0,00	\$ 32,73	\$ 317,28	
7	Manuel José Solórzano Mejía Roberto	Ate. Cajero	\$ 240,00	\$ 0,00	\$ 240,00	\$ 22,44	\$ 0,00	\$ 22,44	\$ 217,56	
8	Eduardo	Cocinero	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 0,00	\$ 28,05	\$ 271,95	
9	Procel Quiroz María José Rodríguez Álvarez Álvaro	Repostería	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 0,00	\$ 28,05	\$ 271,95	
10	Estaban	Ate. Cocina	\$ 240,00	\$ 0,00	\$ 240,00	\$ 22,44	\$ 0,00	\$ 22,44	\$ 217,56	

11	Sotomayor Lee Juan Carlos	Posillero	\$ 240,00	\$ 0,00	\$ 240,00	\$ 22,44	\$ 0,00	\$ 22,44	\$ 217,56
	TOTAL		\$ 3.250,00	\$ 0,00	\$ 3.250,00	\$ 303,88	\$ 0,00	\$ 303,88	\$ 2.946,13

4.5

ESTABLECER PRESUPUESTO DE VENTA.

PROYECCIONES DE PERSONAS QUE CONSUMEN CADA PRODUCTO Y EL TOTAL DE CONSUMO POR PRODUCTO O PLATO A LA CARTA			
		MENSUAL	
	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
<u>PARA PICAR O CON CAFÉ ASUSTADO</u>			
EMPANADAS DE VERDE CON CARNE O CON QUESO	\$ 1,20	444	\$ 532,80
CEVICHE DE CAMARÓN Y PESCADO	\$ 4,50	180	\$ 810,00
<u>LAS SOPAS CAZUELAS Y CEVICHE</u>			
CALDO DE GALLINA CRIOLLA CON YUCA	\$ 3,60	683	\$ 2.458,80
BICHE DE PESCADO	\$ 3,30	628	\$ 2.072,40
BICHE DE CAMARÓN	\$ 3,50	359	\$ 1.256,50
<u>LOS FUERTES, BISTEC, GALLINAS Y CHANCHOS</u>			
GUATITA(PANZA DE RES CON SALSA DE MANI, PAPAS, AGUACATE Y ARROZ)	\$ 3,80	268	\$ 1.018,40
LA TONGA GREÑOSA(ENVUELTO CAMPESINO CON BISTEC DE GALLINA CRIOLLA, CREMA DE MANI, ARROZ Y YUCA)	\$ 4,30	560	\$ 2.408,00
CAZUELA MANABADE VERDE CON PESCADO	\$ 3,30	675	\$ 2.227,50
CAZUELA MANABA DE VERDE CON CAMARÓN	\$ 3,50	182	\$ 637,00
<u>Y PARA LOS MAS ANIÑADOS</u>			
PARRILADA PUERTO CAYO (PULPO,CAMARÓN, PESCADO, CALAMAR Y CONCHAS ASADAS CON PATACONES Y ENSALADAS)	\$ 11,30	97	\$ 1.096,10
SECO DE CHIVO COSTEÑO (PURA CARNE DE CHIVO AROMATIZADO CON ESPECIAS MONTUBIAS, ARROZ Y AGUACATE)	\$ 4,95	496	\$ 2.455,20
LANGOSTINOS MONTUBIOS A LA PLANCHA(EXQUISITOS LANGOSTINOS MARINADOS EN SALSA DE MARISCOS A LA PLANCHA)	\$ 10,30	366	\$ 3.769,80

<u>LOS POSTRES</u>			
NATILLA MONTUBIA	\$ 1,20	483	\$ 579,60
HELADO MANABITA	\$ 1,20	189	\$ 226,80
QUESO DE LECHE	\$ 1,20	671	\$ 805,20
<u>EXTRAS</u>	\$ 0,90	325	\$ 292,50
PORCION DE ARROZ	\$ 0,70	394	\$ 275,80
PORCION DE PATACONES	\$ 0,70	145	\$ 101,50
PORCION DE YUCA FRITA			
<u>LOS RESBALATIVOS</u>			
JARRA DE LIMONADA	\$ 2,50	335	\$ 837,50
VASO DE LIMONADA	\$ 0,80	206	\$ 164,80
AGUA CON GAS	\$ 1,00	656	\$ 656,00
AGUA SIN GAS	\$ 0,80	542	\$ 433,60
GASEOSAS	\$ 1,30	506	\$ 657,80
GASEOSAS LIGHT	\$ 1,50	329	\$ 493,50
CAFÉ TÉ O AROMÁTICAS	\$ 1,00	593	\$ 593,00
CERVEZA BOTELLA	\$ 1,50	340	\$ 510,00
VINO BLANCO CHARDONAY	\$ 19,00	533	\$ 10.127,00
VINO TINTO CABERNET SAUVIGNON, MALBEC O CARMENIERE	\$ 19,00	184	\$ 3.496,00
TOTAL:			\$ 40.993,10

4.6

DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO A TRAVES DEL NÚMERO DE CLIENTES.

		p	q	desv estándar			
BELISARIO QUEVEDO	4104,61434	0,08901586	0,91098414	0,004444807	18,2442189	0,0926724	380,384452
MARISCAL SUCRE	438,990494	0,00952029	0,99047971	0,004634686	2,03458302	0,01033476	4,5368629
I♦AQUITO	4202,48739	0,09113841	0,90886159	0,004439626	18,6574721	0,09477154	398,276191
RUMIPAMBA	2265,20042	0,0491249	0,9508751	0,004541081	10,2864585	0,05225057	118,358005
JIPIJAPA	3404,27222	0,07382769	0,92617231	0,004481706	15,2569486	0,07749841	263,825694
COCHAPAMBA	9686,09038	0,21006008	0,78993992	0,004138992	40,090646	0,20364239	1972,49856
CONCEPCION	2731,82909	0,05924457	0,94075543	0,004516852	12,3392681	0,06267791	171,225345
KENNEDY	11291,4332	0,24487479	0,75512521	0,004046756	45,6936719	0,23210323	2620,7781
SAN ISIDRO DEL INCA	7432,63824	0,16118997	0,83881003	0,004265101	31,7009524	0,16102653	1196,85194
NAYON	522,880792	0,0113396	0,9886604	0,004630427	2,42116153	0,01229841	6,43060121
ZAMBIZA	30,6107175	0,00066385	0,99933615	0,00465536	0,14250392	0,00072386	0,02215774
TOTAL	46.111	1	10	0	197	1	7.133

4.7

ESTABLECER FLUJO DE CAJA.

MANABIS,,,,,, 100% COMIDA CRIOLLA
MANABITA

	Abr-09	May-09	Jun-09	Jul-09	Ago-09	Sep-09	Oct-09	Nov-09	Dic-09	Ene-10	Feb-10	Mar-10
FLUJO DE CAJA	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12

INGRESOS

SALDO INICIAL												
Otros Ingresos	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Venta Menú												
Ceviche de Pescado	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 424,00	\$ 424,00	\$ 424,00	\$ 424,00	\$ 424,00
Ceviche de Camarón	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 424,00	\$ 424,00	\$ 424,00	\$ 424,00	\$ 424,00
Empanada de queso	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
Empanada de carne	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
Caldo de gallina criolla	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00
Biche de pescado	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00
Biche de camarón	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
Cazuela de pescado	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00
Cazuela de camarón	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Parrillada Puerto Cayo	\$ 361,60	\$ 361,60	\$ 361,60	\$ 361,60	\$ 361,60	\$ 361,60	\$ 361,60	\$ 497,20	\$ 497,20	\$ 497,20	\$ 497,20	\$ 497,20
Tonga greñosa	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80
seco de chivo	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20	\$ 178,20
Guatita	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00	\$ 76,00
Natilla montubia	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60
Helado Manabita	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60
Queso de leche	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60
Cazuela de mariscos	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00
Langostinos a la plancha	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60	\$ 123,60
TOTAL INGRESOS	\$ 3.959,00	\$ 4.442,60										

EGRESOS

<u>Compras de Ingredientes</u>												
Pescado	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Limón	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00
Naranja	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Sal	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Tomate	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00
Cebolla	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Pepino	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00
Cilantro	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
salsa de tomate	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50
Mostaza	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50
Platano	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
canguil	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Aceite	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
Camarón	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
mantequilla	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00	\$ 58,00
Queso	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Huevo	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Achiote	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
cebolla paitaña	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
culantro de pozo	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
pimiento rojo	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Magui	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50
Arroz	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00

Naranja	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
pimienta de olor	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
Papa	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Yuca	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Aguacate	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
panela en bloque	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Calamar	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Pulpo	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
langostinos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Otros Pagos													
Sueldos Trabajadores	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00	\$ 686,00
Internet	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
Teléfono	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00
Luz	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00
Agua	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Arriendos	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Gastos de adec. y mant.	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL EGRESOS		\$ 3.334,00	\$ 3.334,00	\$ 3.515,00	\$ 3.550,00								
FLUJO NETO	-\$ 4.500,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 444,00	\$ 892,60								
FLUJO ACUMULADO	-\$ 4.500,00	-\$ 3.875,00	-\$ 3.250,00	-\$ 2.625,00	-\$ 2.000,00	-\$ 1.375,00	-\$ 750,00	-\$ 306,00	\$ 586,60	\$ 1.479,20	\$ 2.371,80	\$ 3.264,40	\$ 4.157,00

4.8

DESARROLLO FORMATO FINANCIERO.

MANABIS.....100% COMIDA CRIOLLA MANABITA
BALANCE GENERAL

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVO DISPONIBLE</u>		<u>PASIVO EXIGIBLE</u>	
Caja	1.500,00	Otras cuentas por pagar	2.500,00
Bancos	8.500,00	TOTAL PASIVO	2.500,00
<u>ACTIVO EXIGIBLE</u>		<u>PATRIMONIO</u>	
Cuentas por Pagar	600,00	Capital	17.650,00
<u>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</u>		TOTAL PATRIMONIO	17.650,00
Maquinaria	4.800,00		
Decoración	1.600,00		
Utiles de Oficina	350,00		
Muebles y Enseres	2.200,00		
Menaje	600,00		
TOTAL ACTIVO	20.150,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	20.150,00
_____		_____	
FIRMA CONTADOR		FIRMA GERENTE	

4.9 ANALISIS FINANCIERO.

TASA INT ACTIVA	9,10%
INFLACION	4,47%
TASA REAL	4,43%

31/12/2009	4,47%	INFLACIÓN

VAN	\$ 418,90
VAN REAL	\$ 1.617,76
TIR	10,77%
PERIODO DE REC	4,8
BENEFICIO/COSTO	1,92

meses

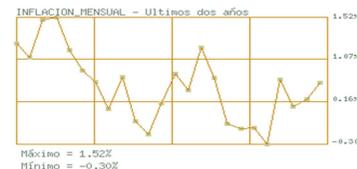
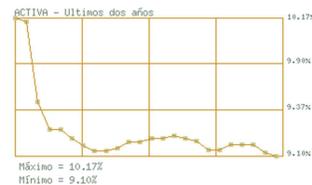
Febrero-28-2010	9.10 %	TASA ACTIVA
Enero-31-2010	9.13 %	TASA ACTIVA

EL proyecto es viable dado que la TIR=10.77% > que la tasa de interés activa = 9.10%, dada por el Banco Central del Ecuador.

*El flujo de caja es una proyección que normalmente se hace a un año sea cual sea el mes de inicio, se basa en los gastos e ingresos proyectados y que la entidad o persona pudiera obtener en ese tiempo, también se proyecta una variable de precios.

*Las ventas de los ceviches se mantienen así mismo hasta el séptimo mes, aumentando después la venta en 5 platos más por día, solo se venden los sábados, su precio se mantiene

$$Tasa Real = \frac{tasa\ nominal - tasa\ inflación}{1 + tasa\ inflación}$$



4.9.1 PROYECCIÓN DE VENTAS A UN AÑO.

AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
VENTAS		491.917,20	565.704,78	650.560,50	748.144,57	860.366,26	989.421,20	1.137.834,38	1.308.509,53	1.504.785,96	1.730.503,86
EGRESOS											
GASTOS GENERALES		\$ 120.000,00	\$ 138.000,00	\$ 158.700,00	\$ 182.505,00	\$ 209.880,75	\$ 241.362,86	\$ 277.567,29	\$ 319.202,39	\$ 367.082,74	\$ 422.145,16
DEPRECIACIONES		\$ 100.000,00	\$ 100.000,00								
UTILIDAD ANTES DE IMP		\$ 271.917,20	\$ 327.704,78	\$ 391.860,50	\$ 465.639,57	\$ 550.485,51	\$ 648.058,33	\$ 760.267,08	\$ 889.307,15	\$ 1.037.703,22	\$ 1.208.358,70
IMPUESTOS 40%		\$ 108.766,88	\$ 131.081,91	\$ 156.744,20	\$ 186.255,83	\$ 220.194,20	\$ 259.223,33	\$ 304.106,83	\$ 355.722,86	\$ 415.081,29	\$ 483.343,48
UTILIDAD NETA		\$ 163.150,32	\$ 196.622,87	\$ 235.116,30	\$ 279.383,74	\$ 330.291,30	\$ 388.835,00	\$ 456.160,25	\$ 533.584,29	\$ 622.621,93	\$ 725.015,22
DEPRECIACIONES		\$ 100.000,00	\$ 100.000,00								
INVERSION	-\$ 800.000,00										
FLUJO NETO	-\$ 800.000,00	\$ 263.150,32	\$ 296.622,87	\$ 335.116,30	\$ 379.383,74	\$ 430.291,30	\$ 488.835,00	\$ 556.160,25	\$ 633.584,29	\$ 722.621,93	\$ 825.015,22
VAN	\$ 3.743.097,96										
TIR	42,87%										

4.9.2 CONCLUSIONES DE ANÁLISIS FINANCIERO.

De acuerdo a las proyecciones para los siguientes 10 años la empresa es rentable porque su TIR es superior a la tasa activa referencial dada por el Banco Central del Ecuador y su VAN es positivo.

Conformación de la empresa que tipo de empresa ¿Porque se formo esta empresa?

La conformación de la microempresa Manabis Restaurant es de Compañía Limitada, el motivo de la creación de la empresa es porque satisfacer la necesidad de la comida criolla manabita en el Sector del Inca en la parte Norte de la Capital.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, estructura jurídica creada en virtud de la Ley 2005-27 publicada en el Registro Oficial no. 196 del 26 de Enero del 2006 constituye una nueva alternativa para quienes en forma individual, es decir, sin el concurso de socios, buscan formalizar e institucionalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica.

Tradicionalmente, la atención de este objetivo ha venido siendo cubierto a través de la figura comúnmente conocida de la sociedad anónima, estructura jurídica que por su naturaleza, busca ser el vehículo a través del cual, no una sino varias personas juntan sus capitales en sociedad para realizar una actividad de naturaleza civil o mercantil.

Ni el control que sobre las comunes sociedades anónimas ejerce la Superintendencia de Compañías ni el cumplimiento de los requisitos que durante su vida exige cumplir la Ley de Compañías, engorrosos e innecesarios para quien ostenta el dominio de una en forma unipersonal, disuadieron su utilización, y aquellas trabas como el requerimiento que para su constitución concurren no menos de dos socios, era fácilmente solucionado con la transferencia de las acciones de uno o de todos los fundadores al interesado final inmediatamente después de culminado su proceso de constitución; hecho

que ahora no es factible con las nuevas reformas que a la Ley de Compañías introdujo la Ley antedicha sobre empresas unipersonales, pues en virtud de ellas las compañías anónimas no pueden subsistir con menos de dos accionistas, salvo aquellas cuyo capital pertenezca a una entidad del sector público.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, constituye entonces, una alternativa para quienes buscan formalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica pero sin el requerimiento de socios. Así pues, esta clase de empresa no requiere para su conformación de la concurrencia de varias personas, con una sola basta; si bien su constitución requiere de solemnidades no está sujeta al control de la Superintendencia de Compañías, su único propietario no necesita aprobación de ningún órgano interno de la compañía para enajenar o disponer de los bienes de la misma, su responsabilidad está limitada al monto del capital destinado para la realización de actos de comercio, y la representación legal es ilimitada, bastando la sola firma del gerente-propietario o del apoderado que este designe, para obligar a la empresa.

Ésta figura está basada en el principio de “una actividad una empresa”, por lo tanto la persona natural deberá asegurarse que en el acto constitutivo de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada su objeto social este concretado en forma clara y precisa a una sola actividad. Pero el principio anteriormente señalado no debe ser mal interpretado ya que, por ejemplo, en el evento de constituirse una compañía cuyo objeto social no sea la actividad inmobiliaria esto no quiere decir que la empresa sea incapaz de adquirir un inmueble para su funcionamiento o que para financiar el mismo, no pueda contratar un crédito; ya que por mandato legal estos actos y contratos pueden ser realizados siempre y cuando sean actos ocasionales o aisladamente celebrados.

En el caso del ejercicio de actividades comerciales múltiples, la ley permite a una misma persona natural crear tantas empresas unipersonales como requiera, con la salvedad, de que las mismas por mandato legal no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas con un grado de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de acuerdo con la ley. Esta disposición constituye una de las más grandes desventajas de ésta clase de empresa, pues si bien su finalidad es evitar o prevenir la utilización indebida de la figura para defraudación de terceros, con lo cual se pretende, además, proteger la transparencia del mercado, se impide innecesariamente por otro lado, lo práctico de sinergias entre empresas entre un mismo dueño o de distintas personas pertenecientes a un mismo grupo familiar.

De otro lado el texto de la Ley ofrece muchas ventajas, las que lamentablemente en nuestro medio se convierten en desventajas, debido, por un lado, a la inseguridad jurídica existente y por otro, a prácticas comunes de nuestra banca privada. Así las empresas unipersonales de responsabilidad limitada por mandato legal deberán someter su constitución, cambio de denominación, y demás actos societarios a la aprobación de un Juez de lo Civil, hecho que indudablemente hace menos atractivo el uso de ésta clase de empresas, dada la lentitud y corrupción imperante en nuestras Cortes. De otro lado, la muy común práctica bancaria de que los accionistas de una compañía garanticen a título personal las obligaciones de éstas, le resta practicidad a las empresas unipersonales de responsabilidad limitada. En efecto por prohibición legal expresa, el gerente propietario de una empresa de este tipo no puede caucionar las obligaciones de ella, lo cual acarrearía que la compañía no pueda acceder a crédito de la banca privada.

Adicionalmente, la Ley establece que las empresas unipersonales de responsabilidad limitada de propiedad de una misma persona natural no pueden garantizarse unas o otras, resultado de lo cual cada una de ellas

deberá tener su patrimonio individual sólo afectado por las obligaciones por ésta contraída y la quiebra de una de ellas no acarrea la quiebra de las demás.

Con relación al capital de ésta clase de empresas, su monto mínimo a la fecha es el doble del capital requerido para la constitución de una compañía anónima, y de conformidad con el Art. 20 de la Ley los aportes a la empresa deben, a diferencia de las compañías anónimas, realizarse en un ciento por ciento de su valor al momento del otorgamiento de la escritura pública correspondiente y en efectivo o numerario, hecho que limita la utilización de ésta clase de empresas como vehículos de planificación patrimonial para la simple tenencia de activos. La figura de capital autorizado no está prevista en ésta clase de empresas y los aumentos de capital solo están permitidos por nuevos aportes en dinero o por la capitalización de las reservas o utilidades de la empresa. No estando permitido el aumento de capital por compensación de créditos.

En conclusión la Ley ofrece ventajas para los comerciantes ávidos de formalizar el ejercicio de su actividad comercial sin las complicaciones y formalidades que requiere una sociedad anónima; sin embargo su verdadera utilidad como vehículo a través del cual desarrollar una actividad comercial, está sujeta a un análisis “caso a caso” de las circunstancias y necesidades que rodean a la actividad que se desea desarrollar o al comerciante que ve en ella la forma a través de la cual hacer el comercio.

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

Proceso de producción es el conjunto de actividad que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio.

Las preguntas fundamentales que usted debe responder para establecer su proceso de producción son:

- Qué actividad es necesarias para elaborar el producto debemos establecer

- Cual debe ser la manera lógica y secuencial que deben seguir mis [actividades](#).
- Cuales son los tiempos requeridos para desarrollar cada actividad.
- Elabore un flujo de su proceso de producción, y establezca aspectos de control de calidad en ese flujo, identificando los pasos más problemáticos del proceso.

4.11 FLUJO GRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El diagrama de flujo, es el orden y combinación de las diferentes actividades de producción, es una secuencia lógica de las operaciones expresada en forma gráfica.

Elabore un diagrama de flujo del procedimiento de manufactura de su producto y/o servicio, desde la llegada del insumo necesario para la producción, hasta que se obtenga el producto final, empacado y dispuesto para la venta.

4.12 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA

En este punto debemos definir la capacidad de producción de acuerdo a la capacidad instalada y en qué porcentaje va a utilizar esta capacidad.

Este porcentaje debe traducirse a unidades y volúmenes. **La capacidad instalada** se refiere al nivel máximo de producción que puede conseguir una empresa con base en los recursos con los que cuenta, refiriéndose primordialmente a maquinaria e instalaciones físicas.

4.13 REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO.

4.13.1 Maquinaria y equipos.

El proceso productivo permite establecer las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones necesarias para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.

- Desglosar el proceso en actividades.

- Hacer un listado de todo el equipo / maquinaria requerido para cada.
- Elaborar un listado de las herramientas que se necesitan en cada actividad.
- Determinar los insumos requeridos en el proceso.
- Establecer el espacio necesario para llevar a cabo cada actividad.
- Determinar cualquier otro requerimiento especial de instalaciones que viabilicen el desarrollo de cada actividad.

4.14 CREACIÓN DE FICHA ESTANDAR PARA ALIMENTOS.

FICHA ESTANDAR DE ALIMENTOS.

FICHA ESTANDAR DE ALIMENTOS	1	
PROVEEDOR:	Costa Sur	√
FECHA DE ENTREGA:	01/12/2009	√
CLASIFICACION DEL PRODUCTO:		
Frutas, verduras, vegetales, hortalizas, carnes, mariscos.	Frutas	√
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Melón	√
FECHA DE CADUCIDAD DEL PRODUCTO:	30/12/2009	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO:	20	C
PESO DEL PRODUCTO:	2	kg
RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS:	Ninguna	
OBSERVACIONES:	Ninguna	



FICHA ESTANDAR DE ALIMENTOS	2	
PROVEEDOR:	Hno. Tapia	√
FECHA DE ENTREGA:	01/12/2009	√
CLASIFICACION DEL PRODUCTO:		
Frutas, verduras, vegetales, hortalizas, carnes, mariscos.	Verduras	√
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Pimiento	√
FECHA DE CADUCIDAD DEL PRODUCTO:	30/12/2009	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO:	25	C
PESO DEL PRODUCTO:	0,75	kg
RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS:	Ninguna	
OBSERVACIONES:	Ninguna	



FICHA ESTANDAR DE ALIMENTOS	3	
PROVEEDOR:	Carlos Suárez	√
FECHA DE ENTREGA:	01/12/2009	√
CLASIFICACION DEL PRODUCTO:		
Frutas, verduras, vegetales, hortalizas, carnes, mariscos.	Hortalizas	√
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Frejoles	√
FECHA DE CADUCIDAD DEL PRODUCTO:	30/12/2009	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO:	32	C
PESO DEL PRODUCTO:	0,50	kg
RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS:	Ninguna	
OBSERVACIONES:	Ninguna	



FICHA ESTANDAR DE ALIMENTOS	4	
PROVEEDOR:	Avícola Fernández	√
FECHA DE ENTREGA:	01/12/2009	√
CLASIFICACION DEL PRODUCTO:		
Frutas, verduras, vegetales, hortalizas, carnes, mariscos.	Carnes	√
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Chuleta de chancho	√
FECHA DE CADUCIDAD DEL PRODUCTO:	30/12/2009	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO:	0	C
PESO DEL PRODUCTO:	2,00	kg
RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS:	Filete	
OBSERVACIONES:	Ninguna	



4.15 CREAR RECETA ESTANDAR.

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		ceviche de pescado		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
115	gr.	pescado	0,0088	1,012
5	unidad	limón	0,0450	0,225
12	ml	naranja (1/4)	0,0021	0,025
5	gr.	sal	0,0004	0,002
40	gr.	tomate	0,0014	0,054
20	gr.	cebolla	0,0020	0,040
10	gr.	pimiento	0,0033	0,033
10	gr.	pepino	0,0006	0,006
7	gr.	cilantro	0,0034	0,023
3	gr.	salsa de tomate	0,0026	0,008
3	gr.	mostaza	0,0048	0,014
168	gramos	verde/PATACON 42 GR. C/U	0,0006	0,104
		ACOMPANANTE		-
1	porción	canguil	0,0288	0,029
1	porción	aceite	0,015625	0,016
1	porción	chifles	0,0560	0,056
				1,647

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		ceviche de camarón		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
150	gr.	camarón	0,0088	1,320
100	ml.	jugo de camarón		-
20	gr.	cebolla	0,0020	0,040
10	gr.	pimiento	0,0033	0,033
40	gr.	tomate	0,0014	0,054
1	unidad	limón	0,0450	0,045
10	gramos	sal	0,0004	0,004
12	ml.	naranja	0,0021	0,025
5	gramos	cilantro	0,0034	0,017
5	gramos	cebollín	,00960	0,048
10	gramos	pasta de maní	0,005044053	0,050
168	gramos	verde/PATACON 42 GR. C/U	0,0006	0,104
0		0 ACOMPAÑANTE		-
1	porción	canguil	0,0288	0,029
1	porción	aceite	0,015625	0,016
1	porción	chifles	0,0560	0,056
				1,841

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Empanada de queso		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
170	gramos	plátano	0,0006	0,105
10	gramos	mantequilla	0,0059	0,059
50	gramos	queso	0,0033	0,165
30	gramos	menestra de plátano	0,0006	0,019
15	gramos	cebolla blanca	0,0025	0,037
0,125	unidad	huevo duro	0,1500	0,019
30	ml	aceite	0,0025	0,075
5	ml	achiote	0,0046	0,023
5	gramos	cebollin	0,0096	0,048
5	gramos	cilantro	0,0034	0,017
5	gramos	culantro de pozo		-
3	gramos	sal	0,0004	0,001
				0,568

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Empanada de carne		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
170	gramos	plátano	0,0006	0,105
5	gramos	mantequilla	0,0059	0,029
3	gramos	sal	0,0004	0,001
30	gramos	carne molida	0,0058	0,175
15	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,030
40	gramos	menestra de verde	0,0006	0,025
5	gramos	pimiento	0,0033	0,017
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
1	gramos	orégano	0,0090	0,009
20	ml	achiote líquido	0,0046	0,093
5	gramos	cilantro	0,0034	0,017
5	gramos	culantro de pozo		-
5	gramos	cebollín	0,0096	0,048
1	gramos	comino molido	0,0256	0,026
0	0	0		0,588

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Caldo de gallina criolla		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
1	unidad	presa de gallina	1,2000	1,200
10	gramos	cebolla paitena	0,0020	0,020
10	gramos	ajo	0,0026	0,026
4	gramos	comino	0,0256	0,102
120	gramos	yuca	0,0007	0,079
3	gramos	maggy gallina	0,0200	0,060
3	gramos	ranchero	0,0200	0,060
10	gramos	pimiento verde	0,0033	0,033
5	ml	achiote	0,0046	0,023
5	gramos	sal	0,0004	0,002
3	gramos	cilantro	0,0034	0,010
3	gramos	perejil	0,0034	0,010
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		1,798

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Biche de pescado		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
60	gramos	pescado	0,0088	0,528
50	gramos	yuca	0,0007	0,033
20	gramos	maní para licuar	0,005044053	0,101
2	porciones	choclo	0,0250	0,050
42	gramos	maduro	0,0006	0,026
10	gramos	cebolla paitena	0,0020	0,020
3	gramos	perejil	0,0034	0,010
3	gramos	cilantro	0,0034	0,010
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
5	gramos	sal	0,0004	0,002
1	gramos	orégano	0,0090	0,009
1	gramos	comino	0,0256	0,026
1	gramos	pimienta	0,0244	0,024
16	gramos	camote	0,0013	0,021
60	gramos	Haba costena	0,0026	0,158
84	gramos	verde	0,0006	0,052
10	gramos	maní para bolas	0,005044053	0,050
1	unidad	achogcha	0,0600	0,060
60	gramos	Habichuela	0,0026	0,158
20	ml	achiote	0,0046	0,093
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		1,618

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Biche de camarón		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
60	gramos	camarón	0,0088	0,528
50	gramos	yuca	0,0007	0,033
20	gramos	maní para licuar	0,005044053	0,101
2	porciones	choclo	0,0250	0,050
42	gramos	maduro	0,0006	0,026
10	gramos	cebolla paitena	0,0020	0,020
3	gramos	perejil	0,0034	0,010
3	gramos	cilantro	0,0034	0,010
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
5	gramos	sal	0,0004	0,002
1	gramos	orégano	0,0090	0,009
1	gramos	comino	0,0256	0,026
1	gramos	pimienta	0,0244	0,024
16	gramos	camote	0,0013	0,021
60	gramos	Haba costena	0,0026	0,158
84	gramos	verde	0,0006	0,052
10	gramos	maní para bolas	0,005044053	0,050
1	unidad	achogcha	0,0600	0,060
60	gramos	Habichuela	0,0026	0,158
20	ml	achiote	0,0046	0,093
50	gramos	jugo de camarón		-
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		1,618

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Cazuela de pescado		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
170	gramos	verde	0,0006	0,105
30	gramos	maní	0,005044053	0,151
1	gramos	pimienta	0,0244	0,024
10	gramos	pimiento verde	0,0033	0,033
10	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,020
1	gramos	comino	0,0256	0,026
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
4	gramos	sal	0,0004	0,001
20	ml	achiote	0,0046	0,093
100	gramos	pescado	0,0088	0,880
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		1,520

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Natilla montubia		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
32	gramos	maizabrosa	0,0008	0,026
125	cc	leche	0,0007	0,088
14,375	gramos	choclo desgranado	0,0022	0,032
32	gramos	panela en bloque	0,0036	0,114
1	unidades	clavo de olor	0,0017	0,002
1	gramos	canela en polvo	0,0229	0,023
15	gramos	leche condensada	0,0085	0,128
				0,412

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Cazuela de camarón		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
170	gramos	verde	0,0006	0,105
30	gramos	maní	0,005044053	0,151
1	gramos	pimienta	0,0244	0,024
10	gramos	pimiento verde	0,0033	0,033
10	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,020
1	gramos	comino	0,0256	0,026
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
4	gramos	sal	0,0004	0,001
20	ml	achiote	0,0046	0,093
100	gramos	camarón	0,0088	0,880
20	ml	jugo de camarón		-
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		1,520

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Parrillada Puerto Cayo		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
8	unidades	conchas	0,1200	0,960
100	gramos	camarón	0,0088	0,880
100	gramos	pescado	0,0088	0,880
100	gramos	calamar	0,0088	0,880
100	gramos	pulpo	0,0088	0,880
336	gramos	verde/PATACON 42 GR. C/U	0,0006	0,208
5	gramos	comino	0,0256	0,128
5	gramos	sal	0,0004	0,002
5	gramos	pimienta	0,0244	0,122
30	gramos	harina	0,0026	0,077
20	gramos	pimiento rojo y verde	0,0033	0,066
15	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,030
0,25	unidad	aguacate	0,4000	0,100
20	gramos	tomate	0,0014	0,027
10	gramos	ajo	0,0026	0,026
5	ml	vinagre de guineo		-
30	gramos	mantequilla	0,0059	0,176
15	gramos	pepinillo	0,0006	0,009
				5,452

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Tonga granosa		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
1	unidad	presa de gallina criolla	1,2000	1,200
120	gramos	yuca	0,0007	0,079
40	gramos	maní en pasta	0,005044053	0,202
1	unidad	hoja de verde		-
40	gramos	tomate riñón	0,0014	0,054
10	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,020
3	gramos	maggy	0,0200	0,060
10	gramos	ajo	0,0026	0,026
1	gramos	orégano	0,0090	0,009
10	gramos	pimiento	0,0244	0,244
2	gramos	sal	0,0004	0,001
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		2,068

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Seco de chivo Costeño		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
300	gramos	chivo sin hueso	0,0084	2,517
0,5	unidad	naranjilla	0,0814	0,041
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
2	gramos	maggy de carne	0,0200	0,040
12	gramos	panela molida	0,0021	0,025
40	ml	vinagre de guineo		-
5	gramos	sal	0,0004	0,002
2	gramos	pimienta de olor	0,0244	0,049
2	unidades	clavo de olor	0,0017	0,003
20	ml	achiote	0,0046	0,093
10	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,020
10	gramos	tomate	0,0014	0,014
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		2,988

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Guatita		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
140	gramos	panza de res	0,0042	0,588
10	gramos	cebolla paiteña	0,0020	0,020
20	gramos	pasta de maní	0,005044053	0,101
5	gramos	ajo	0,0026	0,013
120	gramos	papa	0,0012	0,149
20	ml	achiote	0,0046	0,093
5	gramos	pimiento	0,0033	0,017
5	gramos	sal	0,0004	0,002
2	gramos	pimienta	0,0244	0,049
1	gramos	orégano	0,0090	0,009
5	gramos	tomate	0,0014	0,007
0,25	unidad	aguacate	0,4000	0,100
84	gramos	maduro	0,0006	0,052
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
0	0	0		1,372

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Helado manabita		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
125	cc	leche	0,0007	0,088
1	gramos	canela	0,0229	0,023
1	unidad	clavo de olor	0,0017	0,002
2	unidad	anís estrellado	0,0244	0,049
0,125	unidades	huevo	0,1500	0,019
5	gramos	maicena	0,0027	0,013
1,25	ml	extracto de vainilla	0,0100	0,013
12,5	ml	crema de leche	0,0081	0,101
30	gramos	azúcar	0,0018	0,054
10	gramos	coco rayado	0,0065	0,065
0	0	0		0,425

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		Queso de leche		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
30	gramos	arroz	0,0012	0,035
125	cc	leche	0,0007	0,088
5	gramos	polvo de canela decoración	0,0229	0,114
30	gramos	azúcar	0,0018	0,054
1,25	ml	extracto de vainilla	0,0100	0,013
0,625	ml	esencia de coco	0,0100	0,006
0	0	0		0,309

PAX :1		RECETA STANDART		
NOMBRE DEL PLATO:		LANGOSTINOS MONTUBIOS A LA PLANCHA		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	V/U	V/T
3	unidades	langostinos	1,5000	4,500
150	gramos	arroz cocinado	0,0012	0,173
336	gramos	verde/PATACON 42 GR. C/U	0,0006	0,208
5	gramos	comino	0,0256	0,128
5	gramos	sal	0,0004	0,002
5	gramos	pimienta	0,0244	0,122
30	gramos	harina	0,0026	0,077
20	gramos	pimiento rojo y verde	0,0033	0,066
15	gramos	cebolla paitena	0,0020	0,030
0,25	unidad	aguacate	0,4000	0,100
20	gramos	tomate	0,0014	0,027
10	gramos	ajo	0,0026	0,026
5	ml	vinagre de guineo		-
30	gramos	mantequilla	0,0059	0,176
15	gramos	pepinillo	0,0006	0,009
				5,645

4.16 REALIZAR CUADRO DE COMPETENCIA.

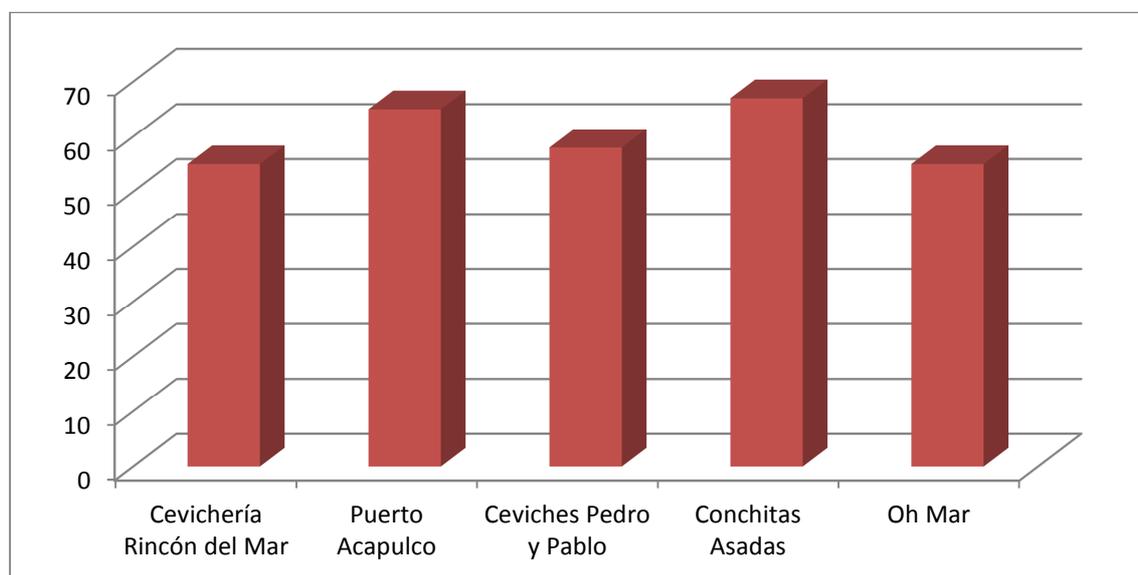
Para realizar el análisis de la competencia necesitamos los datos de la capacidad de cada uno de los establecimientos considerados como competencia.

Cuadro No. 3

COMPETIDORES	MAX DIARIA	No. DIAS	MAX. ANUAL
Cevichería Rincón del Mar	55	365	20075
Puerto Acapulco	65	365	23725
Ceviches Pedro y Pablo	58	365	21170
Conchitas Asadas	67	365	24455
Oh Mar	55	365	20075
TOTAL	300		109500

Autor: M. Cristina Cantos M.

Gráfico N. 9



Autor: M. Cristina Cantos M.

**4.17 DETERMINAR A TRAVES DE ESTUDIO DE MERCADO,
PRODUCTO Y COMPETENCIA LA COLOCACIÓN DE PRECIOS.**

PROYECCIONES DE PERSONAS QUE CONSUMEN CADA PRODUCTO Y EL TOTAL DE CONSUMO POR PRODUCTO O PLATO A LA CARTA			
		MENSUAL	
PARA PICAR O CON CAFÉ ASUSTADO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
EMPANADAS DE VERDE CON CARNE O CON QUESO	\$ 1,20	444	\$ 532,80
CEVICHE DE CAMARON Y PESCADO	\$ 4,50	180	\$ 810,00
<u>LAS SOPAS CAZUELAS Y CEVICHE</u>			
CALDO DE GALLINA CRIOLLA CON YUCA	\$ 3,60	683	\$ 2.458,80
BICHE DE PESCADO	\$ 3,30	628	\$ 2.072,40
BICHE DE CAMARON	\$ 3,50	359	\$ 1.256,50
<u>LOS FUERTES, BISTEC, GALLINAS Y CHANCHOS</u>			
GUATITA(PANZA DE RES CON SALSA DE MANI, PAPAS, AGUACATE Y ARROZ	\$ 3,80	268	\$ 1.018,40
LA TONGA GREÑOSA(ENVUELTO CAMPESINO CON BISTEC DE GALLINA CRIOLLA, CREMA DE MANI, ARROZ Y YUCA	\$ 4,30	560	\$ 2.408,00
			\$
CAZUELA MANABADE VERDE CON PESCADO	\$ 3,30	675	2.227,50
CAZUELA MANABA DE VERDE CON CAMARÓN	\$ 3,50	182	\$ 637,00
<u>Y PARA LOS MAS ANIÑADOS</u>			
PARRILADA PUERTO CAYO (PULPO,CAMARÓN, PESCADO, CALAMAR Y CONCHAS ASADAS CON PATACONES Y ENSALADAS	\$ 11,30	97	\$ 1.096,10
SECO DE CHIVO COSTEÑO (PURA CARNE DE CHIVO AROMATIZADO CON ESPECIAS MONTUBIAS, ARROZ Y AGUACATE)	\$ 4,95	496	\$ 2.455,20
LANGOSTINOS MONTUBIOS A LA PLANCHA(EXQUISITOS LANGISTINOS MARINADOS EN SALSA DE MARISCOS A LA PLANCHA	\$ 10,30	366	\$ 3.769,80
<u>LOS POSTRES</u>			
NATILLA MONTUBIA	\$ 1,20	483	\$ 579,60
HELADO MANABITA	\$ 1,20	189	\$ 226,80
QUESO DE LECHE	\$ 1,20	671	\$ 805,20
<u>EXTRAS</u>	\$ 0,90	325	\$ 292,50
PORCION DE ARROZ	\$ 0,70	394	\$ 275,80
PORCION DE PATACONES	\$ 0,70	145	\$ 101,50
PORCION DE YUCA FRITA			
<u>LOS RESBALATIVOS</u>			
JARRA DE LIMONADA	\$ 2,50	335	\$ 837,50
VASO DE LIMONADA	\$ 0,80	206	\$ 164,80
AGUA CON GAS	\$ 1,00	656	\$ 656,00
AGUA SIN GAS	\$ 0,80	542	\$ 433,60
GASEOSAS	\$ 1,30	506	\$ 657,80
GASEOSAS LIGHT	\$ 1,50	329	\$ 493,50

CAFÉ TÉ O AROMÁTICAS	\$ 1,00	593	\$ 593,00
CERVEZA BOTELLA	\$ 1,50	340	\$ 510,00
VINO BLANCO CHARDONAY	\$ 19,00	533	\$ 10.127,00
VINO TINTO CABERNET SAUVIGNON, MALBEC O CARMENIERE	\$ 19,00	184	\$ 3.496,00
TOTAL:			\$ 40.993,10



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

- Con este proyecto quiero hacer conocer más a la provincia de Manabí y su gastronomía.
- Se quiere enseñar la variedad de platos que existen en la provincia, de todo tipo especialmente mariscos.
- Un plan de negocio que demuestra la demanda que existe en la ciudad de Quito por la comida costeña.
- Se realizó un estudio de mercado y un análisis de la competencia para demostrar que el proyecto se puede ejecutar.
- De cierta manera el proyecto del restaurante si es viable porque el análisis financiero nos indica que la TIR es mayor que la tasa de interés act. Dada por el banco central del Ecuador.
- Recomendamos visitar el restaurante.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Nacional de Estadística y Censos. Índice de Actividad Económica.
http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/iae. Fecha Consulta
01/02/2010.

Banco Central de Ecuador. www.bce.fin.ec. Fecha Consulta: 04/02/2010

Banco Central del Ecuador. Indicadores Financieros
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa . Fecha
Consulta: 04/02/210.

Banco Central de Ecuador. Índice Inflación Mensual.
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_mensual.
Fecha Consulta 03/02/2010

ANEXOS.

CONFORMACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA.

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

En la ciudad de _____ a los ___ días del mes de _____ del año dos mil ____, comparecen los señores _____, todos mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de

_____, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen a través de este acto, una empresa civil de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se regirá de conformidad a los presentes estatutos:

SEGUNDA: DENOMINACION Y OBJETO.-

La empresa que constituimos se denominará _____ y tendrá como objetivo principal

TERCERA: DOMICILIO.-

La Empresa " _____ " tendrá el domicilio principal en la ciudad de _____, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades del país o del exterior.

CUARTA: PLAZO.-

El plazo por el cual se constituye la empresa es de _____, tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estos estatutos.

QUINTA: CAPITAL.-

El capital de la empresa es de _____ y que (el o los socios) han aportado de

la siguiente manera:

Luis Torres Rodríguez 31

FUNDACION AVANZAR

NOMBRE DEL

SOCIO

CAPITAL O BIEN

QUE APORTA
PORCENTAJE QUE REPRESENTA DEL CAPITAL
TOTAL

QUINTA: SEGURIDAD DEL APORTE.-

Si alguno de los socios decidiera separarse de la empresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del _____% del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el _____% de lo que entregó como capital.

SEXTA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.-

Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes.

SEPTIMA: ADMINISTRACION.-

Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno (políticas) de la empresa y la administración (ejecución) corresponde al Gerente y/o Responsable, nombrado por los socios.

En calidad de Responsable y Representante de la Empresa, nombramos al Sr(a):

En calidad de Técnico encargado de la producción y/o servicio, estará el Sr(a):

En calidad de Contador nombramos al Sr(a)

En calidad de Vendedor nombramos al Sr.(a)

OCTAVA: DERECHO A VOTO

Los socios tendrán derecho a un solo voto, independientemente del capital que haya aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría simple de votos. (mitad más uno)

32 Luis Torres Rodríguez

Creación y Formalización de la Empresa

NOVENA: REMUNERACIONES.-

Los socios que participen en calidad de técnicos y/o administrativos de la empresa

se fijarán una remuneración (simbólica o mínima) _____ durante los seis

primeros meses, luego de lo cual podrán elevarse las remuneraciones, teniendo en

cuenta la capitalización y rentabilidad de la empresa.

DECIMA: GANANCIAS Y/O PÉRDIDAS.-

Las utilidades de la empresa se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados, después de dos años de funcionamiento y solamente en el

%, luego de realizar las deducciones para el fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales. El otro _____% será repartible en los _____ años posteriores.

DECIMA PRIMERA: RESERVA LEGAL.-

La empresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el 20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas, en un 5% cada año.

DECIMA SEGUNDA: FISCALIZACION.-

Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año, y extraordinariamente la mayoría

de socios podrán solicitar la designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la Empresa.

DECIMA TERCERA: TERMINACION DE ACTIVIDADES.-

Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la empresa.

En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha.

Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias, en la ciudad y fecha señalados.

Sra. _____

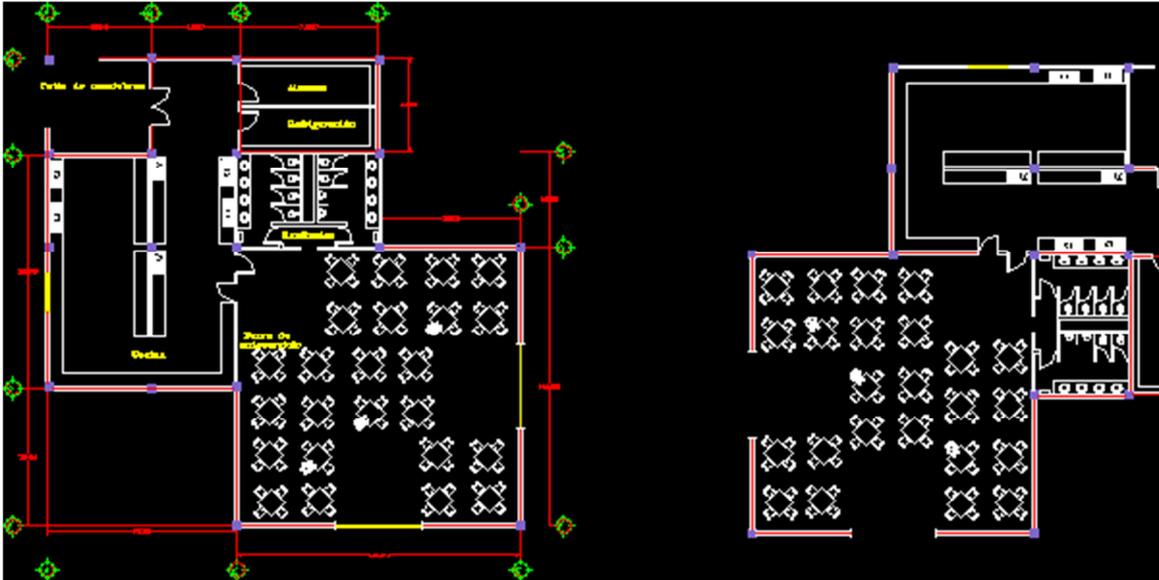
Sra. _____

Sr. _____

Sr. _____

NOTA: Es imprescindible hacer reconocimiento de firma y rúbrica ante uno de los Jueces de lo Civil o hacerlo ante un Notario Público

PLANO INTERNO DEL LOCAL.



COTIZACIÓN DE LOS EQUIPOS.

PRESUPUESTO DE ADQUISICION DE MAQUINARIAS MANABIS.....100% COMIDA CRIOLLA.....	
<u>INVERSION</u>	
<u>ACTIVOS</u>	
Maquinarias	4.800,00
Batería de cocina	
Útiles de Oficina	350,00
Muebles y Enseres	2.200,00
Decoración	1.600,00
<u>ACTIVOS DE OPERACIÓN</u>	
Cristalería	
Cubierta	
Menaje	600,00
Mantelería	
TOTAL	9.550,00

CONTRATOS DE LOS EMPLEADOS.

CONTRATO DE TRABAJO

En el Distrito Metropolitano de Quito, a los dos días del mes de abril del 2015, comparecen por una parte el señora **MARIA CRISTINA CANTOS**, con RUC No 1709296501001, a quien en adelante y para los fines legales de esta Contrato se le dominará **EL EMPLEADOR**, y por otra parte la señora, **ZAMBRANO MARIA BELEN** con CC. 171805888-2 a quien en adelante y para los fines legales de este contrato se le denominara **EL EMPLEADO**; las partes libre y voluntariamente convienen en celebrar el presente Contrato de Trabajo de conformidad con lo que se expresa en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- La señora **MARIA CRISTINA CANTOS**, es propietario de un restaurante, cuya actividad económica es la preparación de comida manabita; por lo tanto, se ve en la necesidad de contratar los servicios de un operario artesanal, para facilitar las labores que se realizan en dicho restaurante.

SEGUNDA: OBJETO.- La señora **MARIA CRISTINA CANTOS**, una vez recibido y entrevistado a varios postulantes, en base a los méritos demostrados y a las referencias recibidas el señor **LUIS GUILLERMO AYALA CARAPAZ**, decide contratar sus servicios, para desempeñar el trabajo requerido, el mismo que es aceptado por el trabajador quien se compromete para con el empleador a prestar sus servicios lícitos y personales en la actividad del restaurante propiedad del empleador.

TERCERA: TIEMPO DE DURACION DEL CONTRATO.- El presente contrato tendrá una duración de doce meses en razón de la actividad a realizarse. Dejando expresa constancia que cualquiera de las partes pondrá darlo por terminado en cualquier momento y antes de plazo estipulado, previa notificación a la otra parte con 15 días de anticipación.

CUARTA: LUGAR DE EJECUCION.- El operario desempeñará la actividad para la que es contratado en las instalaciones del establecimiento, ubicado en las calles 6 de Diciembre, Sector EL INCA, cantón Quito, Provincia Pichincha.

QUINTA: CONDICIONES GENERALES.- La señora **MARIA CRISTINA CANTOS**, se compromete a prestarle al EMPLEADO todas las facilidades que sean necesarias para el desempeño de sus funciones y cumplir con todas sus obligaciones que en calidad de empleador tiene para con sus empleados.

SEXTA: HORARIO.- El trabajador cumplirá con una carga de ocho horas diarias de trabajo de lunes a sábado.

SEPTIMA: REMUNERACION.- La remuneración que percibirá el trabajador es de **USD. \$ 170.00** (Ciento setenta dólares americanos con 00/100), con todos los beneficios de ley.

OCTAVA: JURISDICCION Y TRAMITE.- Para el caso de cualquier controversia las partes renuncian domicilio y se someten a los jueces competentes de la ciudad de Quito y al tramite establecido por la ley, firmando para constancia de todo lo estipulado en el presente contrato por triplicado.

MARIA CRISTINA CANTOS

MARIA BELEN ZAMBRANO

.....

.....

EL EMPLEADOR

EL EMPLEADO

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO (SOLICITUDES)

ESTABLECIMIENTOS DE COMIDAS Y BEBIDAS

RESTAURANTES Y CAFETERÍAS.- Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado a continuación por cada categoría para 30, y multiplicado por el número total de mesas de cada establecimiento, hasta un tope máximo del valor fijado para cada categoría.

Para el cálculo del número de mesas se considerará el número de plazas total del establecimiento dividido para 4.

RESTAURANTES VALOR A PAGAR POR MESA MÁXIMO

LUJO \$ 18.00 \$ 540

PRIMERA \$ 16.00 \$ 480

SEGUNDA \$ 14.00 \$ 420

TERCERA \$ 8.33 \$ 250

CUARTA \$ 7.33 \$ 220

RESTAURANTES - BAR RESTAURANTES O BAR (INCLUYE BARES ESCOLARES) BOITE GRILL-CAFETERIAS-HELADERIAS - FUENTES DE SODA – SODA BAR - PICANTERIA - Solicitud para permiso de funcionamiento.

- Planilla de Inspección.

- Permiso de funcionamiento original del año anterior

- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo. (Restaurantes, bar – restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)

- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos (ver página Web).

- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.



Ministerio de Salud Pública

SOLICITUD PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Año:

SEÑOR DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA

Yo,....., solicito a usted, se sirva concederme el

Correspondiente PERMISO DE FUNCIONAMIENTO para el establecimiento:.....

.....

.....

Ubicado en.....

Teléfono:.....

Lugar Calle Número

He recibido el listado correspondiente a los requisitos previos y dejé expresa constancia de que me comprometo a lo siguiente:

1. No admitir empleado alguno, sin previa obtención del Certificado de Salud
2. Proporcionar a todos mis empleados, prendas reglamentarias de trabajo y cuidar de que éstas se encuentren limpias
3. Tener todos los útiles de manejo que obliga los reglamentos Sanitarios
4. Participar inmediatamente en caso de cambio de local

De usted muy atentamente,

.....

PARA USO DE VIGILANCIA SANITARIA

El local cumple con los requisitos reglamentarios para funcionar como:

CLASIFICACION DEL LOCAL:

.....

CATEGORIA:

TASA:

ZONA: Urbana ()

: Rural ()

Visto Bueno,

.....

SUPERVISOR

Permiso de Funcionamiento Anterior N°.....

Número de Certificado de Salud.....

Cédula de Ciudadanía Responsable N°.....

Otros.....

UNIFORME.

Diseño chef (negro todo)

El resto de cocina son iguales (todo negro con chaqueta blanca).

- Tela antiinflamatoria.
- Zapatos negros.
- Antideslizantes.
- Medias negras.
- Chef toga
- El resto de empleados champiñones y mallas.

Costo \$75 chef

Costo \$ 60 los demás empleados de cocina.





CONTRATO DE ARRENDAMIENTO.

Consta por el presente documento que se otorga por triplicado, el contrato de Arrendamiento contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- Comparecen por una parte el **Sra. MARIA CRISTINA CANTOS MOLINA**, al que en adelante se le designa como el "Arrendador" y por otra parte la **Sra. LINGYING HUANG** y a quien se le puede designar como la "Arrendataria" ambas partes convienen en celebrar el siguiente contrato de arrendamiento.

SEGUNDA.- El arrendador, Ing. Luis Mariano Cantos Molina, propietario del local comercial ubicado en la Av. 16 y calle 13 de la ciudad de Manta da en arrendamiento a la **Sra. LINGYING HUANG**, un local comercial designado con el # 2.

TERCERO.- El local comercial en arriendo solo podría destinarse para restaurante quedando prohibido a destinarlo a cualquier otro objeto que no sea el expresado en esta cláusula.

CUARTA.- El canon de arrendamiento lo fijan los contratantes en la suma de **\$650.00 (SEISCIENTOS CINCUENTA DOLARES AMERICANOS)** pagaderos dentro de los primeros cinco días de cada mes de la fecha del contrato de arrendamiento (del 16 AL 20 de cada mes). El único comprobante de pago será el recibo suscrito por el arrendador. Dentro de este valor no está considerado el IVA.

QUINTA.- La arrendataria señora **LINGYING HUANG**, acepta el precio o canon de arrendamiento estipulado mutuamente por las partes contratantes, y por lo tanto renuncia al derecho sobre la fijación del precio del arrendamiento del local

Comercial arrendado por parte de la Oficina de Registro de Arrendamiento de la Municipalidad de Manta, sea ese mayor o menor del estipulado en este contrato, y además cualquier otra ley que pudiera expedirse sobre el precio o renta de los arrendamientos de los predios urbanos.

SEXTA.- El tiempo de duración de este contrato es de **UN AÑO**, una vez terminado el contrato este puede ser renovado si las partes de Común acuerdo lo estimaren conveniente a sus respectivos intereses.

SEPTIMA.- El local comercial que recibe se encuentra en perfectas condiciones con todos sus servicios eléctricos y sanitarios, e1 mismo que los recibe en perfecto estado.

OCTA VO.- Queda terminantemente prohibido a la arrendataria subarrendar el local comercial o transferir sus derechos, así como tampoco podría darle otro destino que el convenido, no podría hacerle modificaciones en el inmueble sin el consentimiento del **arrendador** y cualquier mejora que se efectuó quedando a beneficio del arrendador sin que este tenga que pagar valor alguno.

NOVENO.- El arrendador podría dar por terminado este contrato antes del vencimiento del plazo a mas de las causales que contempla la ley de inquilinato, por las siguientes razones. '

a.- Falta de pago de dos mensualidades.

b.- Modificaci6n del local sin el consentimiento del arrendador.

c.- Cambio de destinaci6n del local.

d.- Infringimiento de la prohibici6n de introducir materiales que pongan en peligro

e1 inmueble.

DECIMO.- Pago de servicios adicionales:

El pago de energía eléctrica y agua potable será cancelado por cuenta de la arrendataria, quien entregara al arrendador al término de este contrato los recibos correspondientes. .

UNDECIMO.- Toda acci6n judicial del presente contrato, será ventilada por la vía verbal sumaria ante los jueces respectivos, para cualquier citaci6n o notificaci6n judicial o extrajudicial el arrendatario señala como domicilio desde ahora en Manta.

Para constancia de las estipulaciones que anteceden, firman este contrato por Triplicado la Sra. LINGYING HUANG como arrendataria Y EL Lcda. María Cristina Cantos como arrendador, en Manta el 16 de Febrero del 2009.

Lcda. María Cristina Cantos

C.I # 172127962-6

LINGYING HUANG

C.I. # 130172484-3

