



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Hotelería y Turismo

Plan del Proyecto de Investigación:

“Delicias Artesanales”

Cárdenas Manrique Mónica Rafaela

Freire Dávalos Andrea Carolina

Miranda Villena Andrea Cecilia

Quizphe Sagasti M^a José

Reyes Ruiz Carolina Estefanía

Guayaquil, 3 de Mayo del 2011



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

PLAN DEL PROYECTO DE INVESTIGACION:

“DELICIAS ARTESANALES”

Cárdenas Manrique Mónica Rafaela

Freire Dávalos Andrea Carolina

Miranda Villena Andrea Cecilia

Quizphe Sagasti M^a José

Reyes Ruiz Carolina Estefanía

Guayaquil, 3 de Mayo del 2011



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

**PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCION
DEL TITULO DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

“DELICIAS ARTESANALES”

Cárdenas Manrique Mónica Rafaela

Freire Dávalos Andrea Carolina

Miranda Villena Andrea Cecilia

Quizphe Sagasti M^a José

Reyes Ruiz Carolina Estefanía

DIRECTOR: ANGEL CASTRO

Guayaquil, 3 de Mayo del 2011

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Agradezco y dedico este trabajo a Dios, a mi familia, a mis compañeras –amigas por esta ardua labor.

Mónica Cárdenas Manrique

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Agradezco y dedico este proyecto de tesis a mis padres y hermanas por el apoyo brindado a través de mis años de estudio.

Andrea Freire Dávalos

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

A Dios principalmente uno y trino por haberme creado y por todos los beneficios que hemos recibido de su infinita generosidad, por haber sido el mayor inspirador en cada uno de los pasos de mi vida, mi mejor amigo, mi todo y todavía más, por ilustrarme con el don de su ciencia, la inteligencia y la fortaleza para impulsarme a éste logro y sobretodo por habernos permitido llegar hasta aquí y disfrutar las mieles de la cúspide de ésta etapa.

A mis padres Héctor y Cecilia, por ser incansablemente mis guías terrenales, y estar conmigo incondicionalmente, a mi Tia Gloria que me cuida y bendice desde el cielo, y a mi hermano Andrés por creer en mí ciegamente y brindarme su apoyo en todas las etapas de mi vida, por amarme tanto y por forjar día a día en mí -sin querer- esa admiración infinita hacia él, por ser mi héroe, por ser mi pilar junto con mis padres, gracias, porque sin ustedes y sus enseñanzas no estaría donde estoy ni sería lo que he logrado ser ahora, a ustedes agradezco y dedico también ésta tesis.

A mi prestigiosa institución de educación superior Universidad Católica Santiago de Guayaquil por haber sido mi Alma Mater durante todos estos años, haberme acogido y colmar mi presuntuosa sabiduría con conocimientos y experiencias únicas, jamás vividas y nunca olvidadas.

A cada uno de los Maestros que formaron parte de mi evolución como estudiante aportando continua y tenazmente al perfeccionamiento de los conocimientos adquiridos en el peregrinar de estos años.

A mis compañeros que fueron un apoyo constante y con los que juntos pasamos horas de desvelos entre libros y trabajos.

Particularmente a mis maestras: C.C.I Eliana Álava de Piedrahita, Econ. Shirley Segura que creyeron en mis capacidades y me sostuvieron con su ánimo, compartiendo su experiencia y aportando continuamente sus conocimientos de manera desinteresada, siendo un apoyo primordial para la elaboración y progreso de ésta tesis.

A mi maravilloso Director de tesis por asesorarnos a lo largo del trabajo y acompañarnos en este camino que hoy culmina con la presentación del presente proyecto, por compartir su conocimiento con nosotros además de inspirar en mí siempre mucha admiración.

No me alcanzaría la hoja para continuar reconociendo y dedicando este trabajo, así que lo resumiré agradeciendo a todas las personas e instituciones que directa e indirectamente formaron parte de la tesis, fue mucha gente la que nos ayudo a lograr este objetivo, a todos ustedes ¡MUCHAS GRACIAS!

Andrea Miranda Villena

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Primero y antes que nada, agradezco a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradezco hoy y siempre a mi familia por preocuparse de mi bienestar, está claro que si no fuese por el esfuerzo realizado por ellos esto no habría sido posible. A mis padres y hermano. Gracias por el apoyo y alegría que me brindan me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Agradezco a Dios que me dio la vida para poder terminar mi carrera universitaria, a mis padres y hermano que siempre confiaron en mi y me dieron todo el apoyo que necesitaba.

Agradezco a mi familia y amigos que siempre estuvieron conmigo apoyándome y me ayudaron en los momentos en los que los necesitaba

Dedico este trabajo también a mis padres, familia y amigos gracias a ellos estoy terminando mi carrera universitaria y siempre estuvieron conmigo en buenos y malos momentos.

Carolina Estefanía Reyes Ruiz

INDICE

1. Resumen Ejecutivo.....	1
2. La Oportunidad.....	4
3. Análisis de la industria.....	8
3.1 Visión general de la industria y del mercado.....	8
3.1.1 La industria de Alimentos y Bebidas dentro de la economía.....	11
3.1.2 Alimentos y Bebidas en el Producto Interno Bruto.....	11
3.1.3 Desempeño económico de la industria de Alimentos y Bebidas.....	13
3.1.3.1 Producción Total.....	13
3.1.3.2 Índice de nivel de actividad económica.....	14
3.1.3.3 Índice de volumen industrial.....	15
3.1.4 El empleo en la industria de Alimentos y Bebidas.....	16
3.1.4.1 Personal ocupado y remuneraciones.....	16
3.1.4.2 Índices de empleo, remuneraciones y horas trabajadas IER.....	17
3.1.4.2.1 Índice de empleo.....	17
3.1.4.2.2 Índice de horas trabajadas.....	18
3.1.4.2.3 Índice de remuneraciones.....	19
3.1.5 El consumo de Alimentos y bebidas.....	21
3.1.5.1 Estructura del consumo de los hogares.....	21
3.2 Análisis Porter.....	23
3.3.1 Introducción.....	23
3.3.2 Rivalidad entre los competidores existentes.....	24
3.3.3 Amenazas de los nuevos competidores.....	25
3.3.4 La amenaza de aparición de productos o servicios sustitutos.....	26
3.3.5 Poder de negociación de los proveedores.....	27
3.3.6 Poder de negociación de los compradores o clientes.....	28
3.4 Análisis PEST.....	31
3.4.1 Introducción.....	31
3.4.2 Político.....	31

3.4.3 Económico.....	33
3.4.4 Social.....	34
3.4.5 Tecnológico.....	34
4. La Empresa.....	36
4.1 Introducción.....	36
4.2 Misión.....	37
4.3 Visión.....	37
4.4 Valores.....	38
4.5 Objetivos Generales.....	38
4.6 Objetivos Específicos.....	38
4.7 Listado de accionistas.....	39
4.8 Organigrama.....	40
4.9 Producto y servicio que ofrece.....	41
4.10 Ubicación macro y micro.....	60
4.11 Logo.....	61
4.12 Slogan.....	61
4.13 Equipo Gerencial.....	62
4.14 Mini Curriculum Vitae del equipo gerencial.....	63
5. Plan de marketing.....	64
5.1 Introducción.....	64
5.1.2 Análisis situacional.....	64
5.1.3 Análisis FODA.....	65
5.1.4 Análisis de competidores.....	68
5.1.5 Análisis de clientes.....	72
5.1.6 Oferta de productos y servicios.....	74
5.2 Estrategias de marketing.....	75
5.2.1 Objetivos del marketing.....	78
5.2.2 Objetivos financieros.....	78
5.2.3 Segmentación.....	79
5.2.4 Posicionamiento.....	79
5.2.5 Marketing MIX.....	80
5.2.5.1 Producto.....	80

5.2.5.2 Precio.....	82
5.2.5.3 Plaza.....	83
5.2.5.4 Promoción.....	83
5.2.6 Investigación de mercado promoción.....	83
5.3 Pronostico de ventas.....	90
5.3.1 Pronostico de gastos de marketing(mensualidades)	91
5.4 Auditoria y control de resultados.....	92
5.4.1 Implantación.....	93
5.4.2 Plan de contingencia.....	95
6. Plan operativo.....	97
6.1 Introducción.....	97
6.2 Distribución del organigrama.....	98
6.3 Descripción de los cargos.....	100
6.4 Sueldos.....	106
6.5 Horarios.....	106
6.6 Decoración del local.....	106
6.7 Planos de operaciones.....	108
6.7.1 Flujo General del proceso de producción.....	109
6.7.2 Detalle general del proceso de producción de “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”	110
6.8 Operaciones diarias.....	114
6.9 Flujo de materiales.....	117
6.10 Distribución por áreas de las instalaciones de la planta.....	118
6.11.- Manual De Procedimientos Y Reglamento.....	119
6.12.-Elementos De Protección Personal.....	121
7. Plan de desarrollo.....	123
7.1 Introducción	123
7.2 Cronograma de desarrollo.....	124
8. Plan financiero.....	129
8.1 Inversión requerida.....	129

8.2 Estados financieros proyectados a 5 años.....	130
8.2.1 Balance Inicial.....	130
8.2.2 Estado de resultados.....	134
8.2.3 Flujo de caja.....	136
8.3 Punto de equilibrio.....	138
8.4 Evaluación del proyecto.....	139
8.4.1 VAN.....	139
8.4.2 TIR.....	139
8.4.3 IR.....	139
8.5 Ratios financieros.....	140
Presupuesto de producción.....	142
Presupuesto de Compra.....	143
Presupuesto de Cobros.....	144
Presupuesto de Pagos.....	145
Presupuesto de Gastos.....	146
Depreciación.....	147
Nomina.....	148
Egresos.....	149
Nomina de sueldos.....	150
9. Análisis de riesgos.....	151
9.1.-Análisis De Riesgo Financiero.....	151
9.2.- Análisis De Riesgo Político	152
9.3.- Análisis De Riesgos Laborales.....	153
9.4.- Análisis De Riesgo Biológico.....	154
9.5.-Riesgos Asociados.....	155
10. Conclusiones y recomendaciones.....	156
11. Bibliografía	161
12. Anexos.....	165

INDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

Esquema Gráfico de las 5 Fuerzas Porter.....	23
Listado de Accionistas.....	39
Organigrama.....	40
Bocaditos de Dulce.....	42
Bocaditos de Sal.....	43
Desayunos, Artesana 1.....	44
Desayunos, Artesana 2.....	46
Desayunos, Artesana 3.....	48
Brunch Artesana 1.....	50
Brunch Artesana 2.....	51
Brunch Artesana 3.....	52
Cofee Break Artesana 1.....	53
Cofee Break Artesana 2.....	55
Cofre Ternura.....	56
Mini Cofre.....	56
Frutillas con Chocolate en Caja Carrugada.....	56
Bombones.....	57
Bombones en forma de Corazón.....	57
Corazón de Brownie con Menta.....	57
Trufas de Chocolate rellenas de Almendras.....	58
Torta Muss de Chocolate.....	58
Torta Selva Negra.....	58
Torta de Chocolate con relleno de Manjar.....	59
Torta de Vainilla.....	59
Logo.....	60
Cuadro del Equipo Gerencial.....	61
Dolupa.....	69
Café Bombon's.....	70
Dulcería La Palma.....	70

Domremi.....	71
Cuadro de Competencia de Precios.....	72
Gráfico Marketing Mix.....	80
Cuadro de Precios.....	82
Encuestas, Gráfico 1.....	86
Encuestas, Gráfico 2.....	87
Encuestas, Gráfico 3.....	87
Encuestas, Gráfico 4.....	88
Encuestas, Gráfico 5.....	89
Encuestas, Gráfico 6.....	89
Pronostico de ventas.....	90
Pronostico de Gastos en Marketing (mensualizado).....	92
Plano de operaciones.....	109
Flujo General del Proceso de Producción.....	110
Flujo de Materiales.....	118
Distribución Interna por áreas de las instalaciones del local.....	119
Cronograma de desarrollo.....	125
Cuadro de Inversión.....	130
Balance Inicial.....	131
Estado de Resultados.....	135
Flujo de Caja.....	139
Punto de Equilibrio.....	142
Evaluación del Proyecto.....	143
VAN.....	143
TOR.....	143
IR.....	143
Ratios financieros.....	144
Presupuesto de producción.....	141
Presupuesto de producción.....	142
Presupuesto de Compra.....	143
Presupuesto de Cobros.....	144
Presupuesto de Pagos.....	145
Presupuesto de Gastos.....	146

Inversion Inicial.....	147
Nomina.....	148
Egresos.....	149
Nomina de sueldos.....	150

PRESENTACION DEL PROYECTO

Este proyecto de grado se basa en la creación de una empresa de repostería a domicilio y bajo pedido para eventos, donde no solo se ofrecerán bocaditos de dulce sino también de sal, variedades de abrebocas y tentempiés junto con detalles novedosos y creativos elaborados con manualidades ya sean estas comestibles o de decoración únicamente para regalar en días especiales

En este estudio de factibilidad se conocerá a fondo el mercado para la realización de una empresa de repostería a domicilio.

A pesar de la gran expansión en el sector de alimentos en el Ecuador existe la necesidad de crear un proyecto que cubra las necesidades de toda persona que busca un servicio exclusivo y personalizado en la elaboración de dulces, desayunos, coffee breaks, para eventos además de las personas que buscan detalles innovadores y creativos para regalar en fechas especiales.

Todos hemos sentido la necesidad de tener un proveedor cumplido y sobre todo con “buena mano” dicho coloquialmente, que elabore bocaditos bajo pedido para las celebraciones especiales o para eventos de empresas, un proveedor comprometido con su trabajo y que además brinde un detalle adicional a la elaboración de sus productos, en vista de esta necesidad nace DELICIAS ARTESANALES ECUADOR, quien busca satisfacer a todos sus cliente no solo por su compromiso con el trabajo y sus principios sino también con su plus que es la elaboración de todos sus productos de manera artesanal llegando así como su slogan lo dice a ser una *“tradición para el paladar”* .

Así que por medio, de este estudio se sabrá si esta idea es rentable o no y como cumplir con todas las exigencias que involucran la iniciación de un proyecto.

JUSTIFICACION DEL PROYECTO

□ Planteamiento del problema

El conocimiento y gusto común por el área de repostería artesanal nos ha llevado a percibir la falta de un lugar donde se combine la elaboración artesanal de dulces y bocaditos con el compromiso de entrega puntual para eventos o celebraciones familiares, así como la elaboración personalizada de detalles de manualidades comestibles para días especiales. La carencia de la elaboración de estos productos de tipo artesanal ha llevado a la visualización de este problema y por tanto tomar la decisión de la creación de “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”.

Es notorio que existen empresas dedicadas a la elaboración de dulces y bocaditos en la ciudad de Guayaquil, pero ninguno con las características y concepto que “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” ofrece, lo que hace única esta idea en el mercado.

□ Justificación del proyecto

La justificación de este proyecto se puede traducir en términos de propósito y también en términos de aporte que pueda brindar. De ahí que se detallará por separado cada uno de dichos señalamientos.

Propósito:

La importancia de este proyecto se puede ver en términos de propósito de satisfacer la necesidad del público, de poder encontrar un lugar donde existan dulces y bocaditos elaborados artesanalmente y que además los puedan elegir bajo pedido y que su entrega sea responsable y puntual. Por otra parte, es importante, no solo gustar al público sino llegar a ser la primera opción para ellos.

Otro propósito de la creación de este proyecto es continuar obteniendo experiencia en la elaboración y montaje de microempresas o planes de negocios incluyendo las áreas de marketing y finanzas y obviamente la previa aceptación de este para lograr la sustentación exitosa y por ende la obtención de nuestro título de Ingenieras.

Aporte:

Aparte de los planteamientos hechos en el punto anterior, este proyecto se justifica en la medida que se convierte en un aporte, que se ofrece como opción para empresarios que quieran llevar a cabo sus reuniones con un menú bien elaborado, con puntualidad en su entrega y con *“tradición en el paladar”* a un precio accesible y con un servicio de calidad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Demostrar la factibilidad técnica, de mercado y financiera del establecimiento de un negocio de bocaditos artesanales ecuatorianos.

Objetivos Específicos

- Identificación y cuantificación de la demanda
- Análisis de la industria, mercado y competencia de alimentos
- Desarrollar la investigación de mercado
- Determinar la factibilidad financiera

Objetivos Sociales

- Generar empleo y contribuir a la disminución del índice de desempleo actual
- Aportar con ideas creativas e innovadoras al mercado de alimentos
- Inspirar en los nuevos emprendedores y futuros profesionales del ámbito Turístico y Hotelero la creación de nuevos planes de negocio.

Objetivos Económicos

- Demostrar factibilidad en el proyecto, a través de cuadros de costos, inversión y Estados Financieros proyectados.

METODOLOGIA

La metodología está basada en el procedimiento de Investigación de Acción Participativa dividido de la siguiente manera:

Fuentes Primarias:

- Observación: entrevista con expertos.- Se realizó una reunión de 45 minutos con antiguos empleadores, actuales dueños de reconocidas dulcerías y empresas que montan eventos o solo alquilan locales, mesas, para aliar a Delicias Artesanales con estos; además se evaluó las necesidades y las debilidades que poseían, para convertirlas en oportunidades para DELICIAS ARTESANALES. De ahí no solo se conseguirá gran parte de la asesoría necesaria, sino también a los futuros aliados comerciales.
- Se Contará con la asesoría constante de la C.C.I. Eliana Álava de Piedrahita (Piedrahita, 2011) con la que se ha mantenido entrevistas y asesorías constantes de más de 1 hora de duración.
- Encuestas y/o entrevistas generales con potenciales clientes.
- Encuesta.- El objetivo de las encuestas es recolectar datos del mercado de consumidores para determinar la aceptación de una empresa de repostería artesanal bajo pedido para eventos, con calidad de servicio, puntual, comprometido con sus clientes, rápido y eficiente y con precios accesibles.
- Se visitó al Ministerio de Turismo, Municipio de Guayaquil, Cuerpo de Bomberos, Periódicos y Revistas y empresas publicitarias para obtener información acerca de precios y pagos de permisos entre otros.
- Investigaciones de campo realizadas para analizar:
 - Competencia
 - Inversiones y precios del mercado
 - Locales / alquileres
 - Leyes que rigen la economía actual y el sistema político y social actual.

Fuentes Secundarias:

Revisión bibliográfica

Folletería del Ministerio de Turismo

Libros actuales de Turismo estipulados en la bibliografía

INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos REVISTA 2011

Datos estadísticos

Banco Central del Ecuador folletos y tablas.

Adicional a la metodología de recopilación de datos también se puede dividir de la siguiente manera:

Cuantitativa:

Se realizaron 350 encuestas en diversos sectores de la ciudad de Guayaquil, predominando el sector norte por la ubicación escogida para analizar hábitos, frecuencias, comportamiento, elecciones, preferencias y gustos.

Estas encuestas se realizaron principalmente mediante encuesta personal, también se realizaron unas pocas por medio de correo electrónico y una por teléfono.

Cualitativa:

Se realizaron observaciones en la competencia indirecta de la zona y de la ciudad, y se recolectaron datos acerca de precios, productos, calidad entre otros.

Se realizaron entrevistas con expertos, así como también "Focus Groups".

CAPITULO I

1.-RESUMEN EJECUTIVO

“DELICIAS ARTESANALES”, es una empresa de catering que brinda únicamente el servicio de alimentación, además de tener productos creativos con sabor tradicional y decoración manual, dentro de una línea individual llamada “Creaciones Deliciosas”. *“DELICIAS ARTESANALES”* se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil en el sector norte y tiene como objetivo traer al paladar de los más exigentes clientes la mejor de las experiencias en cuanto a degustación de dulces, desayunos, brunchs, bocaditos y detalles especiales.

“DELICIAS ARTESANALES”, al momento no cuenta con competencia directa debido a que no existe aun empresas en el mercado que se hayan enfocado en el concepto que se especializa *“DELICIAS ARTESANALES”* es decir en realizar productos netamente de forma artesanal, además de la innovadora idea de producir “Creaciones Deliciosas” que se describen como manualidades comestibles, LA OPORTUNIDAD con la que cuenta *“DELICIAS ARTESANALES”* en el mercado, ha sido analizada y desarrollada a través de citas con expertos, conversaciones con profesionales, análisis de las aptitudes y gustos, y continuas investigaciones de mercado analizando mucho a la competencia, sus fortalezas y sus debilidades para convertirlas en oportunidades y referencias. Después del análisis de este capítulo se concluye que la creación de *“DELICIAS ARTESANALES”* es una idea innovadora con matices diferentes a las de las empresas ya establecidas en el mercado convirtiéndose así en una excelente ocasión de inversión.

“DELICIAS ARTESANALES” a través del análisis PORTER estudió a los competidores, precios, productos, productos sustitutos; el escenario de los proveedores; las posibles amenazas de la futura competencia no establecida; también se estudió los potenciales clientes y las tácticas para captar su atención. En este estudio los resultados fueron positivos ya que de los 4 puntos, 3 de ellos arrojaron un resultado de competencia baja y solo uno se noto un nivel medio; por lo que se concluye que la idea de negocio con perseverancia y buena administración tendrá resultados muy provechosos, se analizó a través del estudio PEST los contextos Políticos Sociales Económicos y Tecnológicos en los que se encuentra y a los que se enfrenta actualmente el País. La inflación, la tasa de desempleo y otros factores externos que al momento afectan a todas las empresas ya establecidas o por establecerse en el mercado.

“DELICIAS ARTESANALES” ha desarrollado un PLAN DE MARKETING, iniciado a través de: encuestas y entrevistas a expertos además de diversas las técnicas de marketing para lograr el posicionamiento adecuado en la mente de los clientes. Las estrategias que **“DELICIAS ARTESANALES”** empleará serán las siguientes: Lona publicitaria, Carta de apertura, Servicio a Oficina, Folletería, Facebook, Twitter, Crédito empresarial, Estante publicitario, Mailing, Cupones de descuento, Tarjetas de presentación, Página Web, Publicidad Rodante.

“DELICIAS ARTESANALES” en el PLAN FINANCIERO, detalla que iniciará sus actividades con una inversión inicial de \$25.000 a partir de capital propio a través del aporte de \$5000 por medio de las 5 inversionistas en la idea de negocio, después de los cálculos de venta se detalla que las ventas al primer año serán de \$91.052,50; este valor no incluye la utilidad, la utilidad del ejercicio del primer año será de 22.000 y con los resultados finales se concluye que en un lapso de dos años y medio se recuperará el valor inicial de la inversión; se considera a **“DELICIAS ARTESANALES”** un idea rentable debido a su bajo costo de inversión, su gran aceptación en el mercado y su pronta recuperación de capital invertido.

CAPITULO II

2.- LA OPORTUNIDAD

La idea de crear una empresa de catering que brinde solo el servicio de alimentación surgió por la consideración especial de que las cinco integrantes de este proyecto cuentan con un espíritu emprendedor y entusiasta, característica fundamental para el progreso paulatino de una empresa de ésta índole.

Se sabe que esta idea es un negocio viable, práctico y rentable porque requiere de poco capital y genera ganancias inmediatas, además que la eventualidad del servicio permite trabajar presupuestos personalizados para cada ocasión, otro punto a favor es que la gestión con proveedores y el contrato ocasional del personal permite que se invierta poco y se reciban ingresos en tiempo real, sin embargo, se está conscientes que siempre se debe contar con un equipamiento básico para un excelente desarrollo y satisfacción de los clientes y es este punto donde se enfatiza la inversión.

Es conocido que conquistar un paladar exigente no es una tarea fácil. Aunque la primera carta de presentación sea la sazón, no será la única, es por eso que después de descubrir las necesidades del mercado, la empresa quiere destacar entre las demás por:

Su tipo de atención al cliente.- que se caracterizará por ser detallada, minuciosa y personalizada, brindándole al cliente el mejor servicio y esforzándose por

satisfacer al máximo todas sus necesidades. Se ha elaborado guías con información nutricional, modo de preparación, ingredientes y toda la información que cualquier tipo de cliente sobretodo los más exigentes puedan necesitar; también se ha armado menús establecidos con excelentes precios y opciones para facilitar el trabajo de cierto target, adicional se cuenta con listados de diferentes productos para que el cliente pueda armar sus propios menús; y así como estas diferentes facilidades extras como descuentos, ofertas u obsequios para complacer a los clientes en todos los aspectos además del económico.

Por su modo de elaboración.- los alimentos que se ofrecerán se harán, de manera artesanal; es decir SIN maquinarias o elementos químicos que faciliten el trabajo de elaboración y que a su vez disminuyan el sabor del producto, para esto es fundamental tener la capacidad de plasmar en la mesa lo que el cliente ha establecido en su mente, no solo gráficamente sino también en su paladar, por esto y después de la investigación realizada DELICIAS ARTESANALES destacará en el sabor de sus productos por qué no hay en el mercado empresas que tengan como punto diferenciador la elaboración artesanal de los alimentos.

A través de los análisis de los expertos entrevistados se concluye que toda persona de espíritu emprendedor es un candidato perfecto, sobre todo los profesionales de turismo y hotelería, que se ha comprobado, incursionan con éxito en este campo. Además se presenta como una oportunidad para aquellos talentos de la cocina que no cuentan con un respaldo económico muy alto para invertir en una empresa.

Analizado todo esto se consideró las posibilidades y ventajas de que las cinco, jóvenes entusiastas, egresadas de la carrera de Turismo y Hotelería, con conocimientos teóricos y prácticos desarrollados a lo largo de su vida estudiantil, pudieran alcanzar el éxito esperado.

Se tiene la seguridad de que se ha formado un equipo con un equilibrio perfecto ya que como ingrediente principal y base, todas las integrantes y mentalizadoras de esta idea innovadora cuentan con el entusiasmo de alcanzar sus sueños y cumplir sus metas, trabajando arduamente día a día y proponiendo siempre nuevas ideas para la satisfacción de su mercado meta, estando abiertas a nuevas posibilidades y a cambios si los clientes así lo requirieran.

El equipo gerencial cuenta con experiencia en servicio de Atención al Cliente, además de una excelente formación académica en esta área y en la de Relaciones Públicas, posee excelentes referencias y buenas recomendaciones por su trabajo desempeñado en los distintos lugares donde han laborado, en la parte de LA EMPRESA podrán ver más detalladamente la descripción de sus Currículos Vitae, pero en breve, han realizado trabajos como elaboraciones de FERIAS GASTRONOMICAS en la UCSG y el museo PRESLEY NORTON lo que les ha dado un conocimiento más amplio en la parte de gastos y costos de alimentos, todas cuentan con una pequeña cartera de clientes que a lo largo de su vida estudiantil han ido recopilando y fortaleciendo con el cumplimiento de su trabajo, obteniendo experiencia sobre todo en la elaboración y seguimiento de eventos sociales y programas gastronómicos.

El mercado meta de la empresa son personas de la ciudad de Guayaquil entre 15 y 50 años de edad, sexo indistinto, de nivel socio - económico medio – alto, que necesiten servicios de alimentos para fechas especiales como cumpleaños, fiestas, reuniones sociales entre amigos, o simplemente detalles personalizados llenos de sabor e innovación y creatividad, la empresa quiere destacar por la variedad de sus productos y la excelencia del sabor tradicional, a partir de páginas en las redes sociales como Facebook, Twitter o internet general, otra opción más es hacerlo con la cartera de clientes, enviando volantes o por el tradicional y tan efectivo marketing boca a boca, se quiere que los allegados que conocen ya del trabajo sean los primeros en recomendar a DELICIAS ARTESANALES y así poco a poco ocupar un lugar en el mercado y posicionándose en la mente de los clientes fijos y futuros.

Por estas características con las que se cuenta, y que han sido encontradas a través de distintos estudios y análisis de mercado , se concluye, sin duda, que este negocio es una gran oportunidad de inversión.

CAPITULO III

3.- ANALISIS DE LA INDUSTRIA

3.1.- VISION GENERAL DE LA INDUSTRIA Y DEL MERCADO

Para comenzar el análisis de mercado en la industria de alimentos, segmento al que pertenece la empresa, es importante relatar una breve introducción acerca de su rama general y madre que es la hotelería y el turismo y cómo a partir de ésta se dividen sus productos.

Se sabe que La Industria Turística surge para dar respuesta a las necesidades de viajar de las personas, industria que a lo largo de los años se ha desarrollado, creciendo así el número de entidades que se dedican a brindar un sinnúmero de productos y/o servicios para la satisfacción de la demanda creciente, llegando a convertirse en un sector económico importante para cualquier país que pueda potenciarlo.

Según (Figuerola, 1991) "el Turismo nace como una actividad propia de las clases aristocráticas. Sin embargo la sociedad ha ido evolucionando, se ha elevado el nivel de vida de las personas; se le ha dado un nuevo sentido a la vida, más liberal y más democrático; se han abandonado viejos prejuicios y supersticiones. Todo ello unido a que el nivel de renta que antes era preciso dedicar al turismo, se ha reducido considerablemente, ha transformado el viejo planteamiento de que el turismo es sólo para los más ricos y poderosos y ha impulsado la expansión del turismo."

Por otro lado la página web de la OMT (OMT; de la salud, organización mundial, 2010) define al turismo con las siguientes palabras: “el turismo abarca las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

En el turismo el mercado es muy diferente al resto, siendo sus principales características (Martín, 2004):

- Es sumamente sensible y cambiante.
- La seguridad personal y las relaciones humanas tienen un valor muy significativo.
- Principalmente los demandantes son hombres de ciudad y con ingresos superiores al mínimo vital.
- Como el producto no se traslada al mercado, la imagen y la confiabilidad tienen gran importancia.
- Es un mercado muy competitivo, donde la oferta es superior a la demanda aunque ambas crezcan continuamente.
- Es muy heterogéneo, disperso y extendido, en mercados, tipos de turismo, servicios, etc. ninguna empresa puede cubrirlo completamente por sí sola.

Se considera por tanto al mercado turístico como el punto de encuentro entre compradores y vendedores turísticos, pudiendo ser éstos tanto turistas como agentes de viajes, turoperadores, hoteleros y todos los prestarios de servicios turísticos.

Resumiendo así que según la Ley de Turismo decreto N° (1186) son consideradas como actividades turísticas las siguientes:

CAPÍTULO V. DE LOS COMITÉS DE TURISMO
TÍTULO SEGUNDO. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS
CAPÍTULO I. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU
CATEGORIZACIÓN

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenida en este Reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades Turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Tomando como punto de referencia esta ley se considera hablar ahora sobre la sub industria del turismo especificada en el punto B es decir la industria en el Servicio de Alimentos y Bebidas en el Ecuador.

El consumo de alimentos es de carácter masivo y la industria dedicada a la elaboración de los mismos tiene una particular relevancia dentro de la producción y desempeño económico nacional.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) ofrece información importante relacionada a ésta y otras industrias, la cual se condensa y complementa con datos relevantes de otras fuentes en el presente análisis con el objetivo de realizar un diagnóstico del sector que permita evaluar su comportamiento y su importancia estratégica dentro de la economía en su conjunto y como herramienta para afrontar la actual crisis financiera y alimentaria mundial.

VISION GENERAL

La variación mensual del índice de Precios al Consumidor en marzo fue 0,34%, este valor es superior al registrado en el mismo mes de 2010 (0,16%). La inflación acumulada se ubicó en 1,58% siendo superior a la de marzo del año pasado. La inflación anual fue 3,57%. (INEC, 2011)

A partir de la entrevista grabada con el Econ. Manuel Fuentes Vera asistente del departamento de Gestión Estadística se adjunta su criterio “La división de alimentos y bebidas no alcohólicas es la de mayor contribución para que la inflación aumente, las sequías en seis provincias del país han destruido cosechas. Además esta división se vio afectada por las festividades de Carnaval, que aumenta la demanda y presiona al alza de los precios”. (VERA, 2011)

La inflación del grupo de alimentos y bebidas en marzo fue 0,55%, la cual supera ampliamente a la inflación general (0,34%) y duplica la inflación excluida la división de alimentos y bebidas (0,25%). (PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, 2011)

El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 551,87 dólares, con un ingreso familiar de 492,80 dólares, se evidencia una restricción de 59,07 dólares, es decir, el 89,30% de la canasta básica se cubre con el ingreso familiar. Cabe destacar que el Gobierno Central decretó el aumento del salario mínimo desde enero del presente año. (PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, 2011)

El Índice de Precios del Productor se ubicó en 1.603,33; mostrando una variación mensual de -0,79%, a su vez la inflación anual del productor es de 4,56%. Mientras, el índice de intermediación es 89,85, lo cual representa una variación en el último mes de -2,42%. (INEC, 2011).

3.1.1.- LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DENTRO DE LA ECONOMÍA.

Según las Cuentas Nacionales, en el 2007 el valor agregado de la industria manufacturera sin incluir la refinación de petróleo representó el 13,99% del Producto Interno Bruto (PIB) siendo la industria de alimentos y bebidas la de mayor aporte (7,83% del PIB). (Varas Martinez, 2009) Además tiene especial importancia dentro del sector manufacturero pues contribuye con el 55,9% de su valor agregado.

3.1.2- ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PRODUCTO BRUTO INTERNO

La importancia de la industria de alimentos y bebidas dentro de la economía nacional, recuperando en cierto modo la participación relativa que tenía hasta

2001, año en el que el país experimentó una de las más fuertes crisis económicas. (PARRA, 2009)

El valor agregado de la industria de alimentos y bebidas en términos constantes fue de 1729, 2 millones de dólares, de los cuales el mayor aporte corresponde a la industria de elaboración y conservación de camarón. (INEC, 2010)

En los últimos tres años el valor agregado bruto de la industria manufacturera y la de alimentos y bebidas muestra una desaceleración de su tasa de crecimiento, después de haber experimentado un sustancial crecimiento durante el 2005. Sin embargo en promedio la tasa de variación de estos tres años (7,07% para manufactura y 9,77% para alimentos y bebidas) (INEC, 2010) supera ampliamente a las tasas presentadas en años anteriores.

Como signo de recuperación de la crisis económica, durante el periodo 2001 – 2007, la industria de alimentos experimentó una tasa de crecimiento promedio de 7,33%, mayor a la tasa de variación promedio de toda la economía (4,79%) y al crecimiento promedio de la industria manufacturera (5,21%). (INEC, 2011)

En relación al comportamiento de la industria dentro del comercio internacional, entre el 2002 y el 2008 la exportación de productos industrializados no petroleros representó en promedio el 19,3 % de las exportaciones totales. Se puede por lo tanto inferir que la exportación ecuatoriana continúa basándose en productos primarios (en promedio 75,8% de las exportaciones totales). (INEC, 2011)

Los productos alimenticios industrializados de mayor peso dentro de las exportaciones son los enlatados de pescado con una participación promedio durante el periodo 2002 - 2008 de 26,8% en relación a las exportaciones industrializadas no petroleras totales. (INEC, 2011).

3.1.3- DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

3.1.3.1 Producción total

De acuerdo a los resultados de la encuesta de Manufactura y Minería del año 2007, la elaboración de alimentos y bebidas es la principal industria del sector manufacturero. En el año de referencia su producción representó el 42,5% de la industria manufacturera, destacándose dentro de la misma la producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, aceites y grasas.

El 44,3% del consumo intermedio de la industria manufacturera corresponde al sector de alimentos y bebidas siendo la industria de elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas la de mayor importancia (50,7%). El consumo intermedio contribuye con un 59,8% a la producción total de la industria de alimentos y bebidas. La adquisición de materias primas y materiales auxiliares es el principal componente del consumo intermedio del sector pues representa el 67,2%.

Por otro lado, el 40% del valor agregado de la industria manufacturera pertenece al sector de alimentos y bebidas y al igual que en su producción y en el consumo intermedio, sobresale la participación de la industria de producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas con una participación del 71,4%.

El 47,31% de los establecimientos investigados en el sector de alimentos y bebidas son empresas grandes. Las mismas concentran el 93,9% de la producción de esta industria y su producción promedio durante el 2007 supera ampliamente a las de menor tamaño. (INEC, 2010)

3.1.3.2. Índice de nivel de actividad económica

El índice de nivel de actividad económica registrada (INA-R) para la industria dedicada a la elaboración de productos alimenticios y bebidas se ubicó en el mes de diciembre de 2008 en 93,04. Este índice es inferior al de la industria manufacturera pero superior al índice general.

La industria de alimentos y bebidas registró en febrero de 2009 el mayor índice de actividad económica durante el periodo 2003 – 2008 (133.65), alcanzando una variación mensual de 14,9% y una anual de 25,08%. Sin embargo en el año 2008, a partir de julio la actividad económica del sector presenta un deterioro, reflejado en tasas de variación anuales y mensuales negativas al final del año. Dicha disminución es atribuible a un decrecimiento del consumo de los hogares y una consiguiente baja en las ventas como consecuencia de la crisis económica mundial. (Banco Central del Ecuador, 2011)

En términos de variaciones porcentuales mensuales, dentro del sector de alimentos y bebidas la industria que en diciembre de 2010 presenta el mayor descenso es la de producción, elaboración, conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas (-10,25); mientras que para la misma fecha la industria que presentó el mayor crecimiento fue la dedicada a la elaboración de productos de molinería, almidones y sus derivados.

El resto de industrias que conforman el sector alimenticio y de bebidas presentan variaciones mensuales positivas en diciembre de 2010, sin embargo su comportamiento es muy variable presentando picos y caídas de un mes a otro a lo largo de todo el año. (Banco Central del Ecuador, 2011)

Con respecto a las variaciones anuales, a diciembre de 2010 se presentan caídas en cuatro de las cinco industrias que conforman el sector de alimentos y bebidas. La única industria que registra una variación positiva es la de elaboración

de productos de molinería, almidones y sus derivados (14,9), a pesar de haber sufrido una desaceleración de su crecimiento hasta octubre del mismo año.

3.1.3.3.- *Índice de Volumen Industrial (IVI)*

El índice de volumen industrial (IVI) para la elaboración de alimentos y bebidas en abril de 2009 fue de 121,51, el cual es inferior al índice general y al de la industria manufacturera. Sin embargo estos índices han mantenido tendencias similares en el periodo 2008 - 2010.

El índice en abril de 2010 registra variaciones porcentuales negativas. Al comparar la variación mensual y anual durante el periodo enero 2008 – abril 2009 se puede evidenciar que en enero de 2009 se presenta el mayor descenso del índice (-25,4% mensual y -7,22% anual).

Durante el año 2008, el índice de volumen industrial de alimentos y bebidas se ha mantenido en promedio por encima de los índices registrados en el periodo 2004 – 2007, con excepción de los meses de junio, julio, agosto y noviembre en los cuales el índice es inferior al mismo mes del año 2007. (Varas Martínez, 2009).

A abril de 2009, la única subdivisión que presentó un crecimiento en su volumen de producción con respecto al mes anterior fue la de elaboración de bebidas, el resto de industrias registran variaciones negativas. Sin embargo ninguna industria muestra un comportamiento estable a lo largo del tiempo. La industria de elaboración de productos lácteos presenta un mayor dinamismo, en mayo de 2008 registra un crecimiento de 46,7%, sin embargo se contrae a partir de septiembre de 2008.

En lo que respecta a variaciones anuales sobresale también la industria de elaboración de productos lácteos, mostrando crecimientos superiores al resto de industrias, especialmente en el mes de junio de 2008, en el cual incrementa su volumen de producción en 90,4%.

3.1.4.- EL EMPLEO EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

3.1.4.1 Personal ocupado y remuneraciones

Un aspecto importante a considerar es que el sector de alimentos y bebidas es una significativa fuente generadora de empleo. Según los resultados de la encuesta de Manufactura y Minería para el año 2009, la industria de alimentos y bebidas alberga al 45,4% del personal ocupado de la industria manufacturera, siendo la de producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas la de mayor aporte (53,2%).

La industria de alimentos y bebidas es fuente de empleo principalmente para obreros, el 72,8% del personal ocupado del sector pertenece a esta categoría y de éstos el 68,4% son hombres. En lo que concierne a remuneraciones, el 39% del monto pagado al personal de la industria manufacturera, corresponde al sector de alimentos y bebidas y de éste la industria de mayor participación es la de producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas (41,6%) (PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, 2011). Sin embargo al analizar la remuneración promedio anual por trabajador al interior de las industrias que componen el sector de alimentos y bebidas ésta es la de menor cuantía.

Cabe destacar que a pesar de que la industria de alimentos y bebidas concentra la mayor parte del monto total de remuneraciones pagadas en el sector manufacturero, la remuneración anual promedio por trabajador en la industria

alimenticia se encuentra por debajo del promedio de la industria manufacturera con una diferencia de USD 1 102.

3.1.4.2. Índices de Empleo, Remuneraciones y Horas Trabajadas – IER.

3.1.4.2.1. Índice de Empleo

El índice de empleo del sector de alimentos y bebidas en abril de 2009 se ubicó en 124,16. Como se observa en el gráfico 3.2.1, éste índice se ha comportado de manera similar al de las industrias manufactureras pero inferior al índice general.

A partir de enero de 2009 se evidencia un deterioro del índice de empleo. Su tasa de variación anual a pesar de ser positiva, cae a partir de esta fecha, después de haber presentado un crecimiento sostenido durante el 2008. Es posible asumir que algunas empresas de la industria hayan disminuido su demanda de empleo como consecuencia del impacto que la crisis económica mundial ha tenido en el aparato productivo nacional.

Sin embargo en términos de variaciones mensuales, en abril de 2009 el índice de empleo muestra una menor desaceleración especialmente si se compara con la caída registrada en enero de 2009 (-3,71%). (PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, 2011)

Al comparar la evolución del índice desde enero de 2003, se puede apreciar que el empleo generado por la industria de alimentos y bebidas se ha mantenido en continuo crecimiento, especialmente durante el 2008. Como se mencionó anteriormente, los efectos de la crisis en este sector de la economía se empiezan a notar a inicios del 2009.

Al desagregar el índice de empleo de acuerdo a las industrias que componen el sector de alimentos y bebidas, se destaca el valor que alcanza la de elaboración de productos de molinería, almidones y sus derivados; el cual entre enero de 2007 y abril de 2009 pasa de 102,86 a 223,49, mientras el resto de industrias se mantienen estables.

Durante este mismo periodo, en promedio el índice de empleo de la industria de elaboración de productos de molinería, almidones y sus derivados muestra una tasa de variación mensual de 3,28% destacándose el crecimiento presentado en febrero de 2007. La variación anual por otro lado muestra una tasa de crecimiento promedio de 47,42%, cuyo pico más alto se encuentra en el mes de septiembre de 2007. (INEC, 2010)

3.1.4.2.2 Índice de Horas Trabajadas

El índice de horas trabajadas de la industria de elaboración de alimentos y bebidas se ubicó en el mes de abril de 2009 en 128,86. Históricamente este índice se ha mantenido a la par del índice de horas trabajadas de todo el sector manufacturero e inferior al índice general.

El índice muestra una variación mensual negativa en abril de 2009, sin embargo se observa una recuperación en relación al mes de enero de 2009. Por otro lado, la variación anual indica un incremento en el índice de horas trabajadas, el mismo que se mantiene en niveles similares al de los tres meses anteriores. De cualquier modo, en los dos casos se evidencia una desaceleración de la tasa de variación del índice a partir de diciembre de 2008 (PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, 2011).

Durante el 2008 el índice de horas trabajadas se ha mantenido superior a los índices registrados entre los años 2003 – 2007, lo cual demuestra el dinamismo

del sector reflejado en una creciente demanda de horas de trabajo. Aunque a inicios del presente año el crecimiento se da en menor magnitud.

La industria de elaboración de productos de molinería, almidones y sus derivados presenta un índice de horas trabajadas superior al resto de industrias que conforman el sector de elaboración de productos alimenticios y bebidas. A partir de enero de 2007 muestra una tendencia creciente. En promedio durante el periodo enero 2007 – abril 2009 sus tasas de variación mensual y anual fueron superiores a las otras industrias del sector e incluso a las del sector manufacturero y del índice general.

Esta industria registra en abril de 2009 una ligera recuperación en la tasa de crecimiento anual y mensual del índice de horas trabajadas, la misma que venía disminuyendo a partir del mes de septiembre del año anterior.

3.1.4.3. Índice de Remuneraciones

El índice de remuneraciones de la industria de alimentos y bebidas se ubica a abril de 2009 en 188,6, el mismo es inferior al índice general pero superior al índice de remuneraciones de la industria manufacturera. El índice ha experimentado una tendencia creciente, sin embargo durante los dos últimos meses presenta una ligera caída. (Banco Central del Ecuador, 2011)

En relación a la variación porcentual del índice de remuneraciones del sector de alimentos y bebidas, en marzo de 2009 se registra una disminución en relación al mes anterior pero un incremento en relación al año anterior, sin embargo el ritmo de crecimiento ha disminuido a partir de julio de 2008. (Vega Loor, 2009).

Entre el periodo enero 2003 – abril 2008, se puede apreciar un constante crecimiento del índice de remuneraciones del sector alimenticio. Durante el 2008 se observa claramente que el índice supera a los años anteriores, lo cual es congruente con el comportamiento de los índices de empleo y de horas trabajadas. Se podría decir que el crecimiento del índice de remuneraciones responde entonces en mayor medida a un incremento del número de horas trabajadas y de plazas de empleo.

Dentro del sector de alimentos y bebidas, la industria de producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas y aceites y grasas presenta a abril de 2009 el mayor índice de remuneraciones. Sin embargo históricamente no se distingue una industria que supere claramente al resto, por el contrario con excepción de la industria de bebidas, el resto mantienen índices similares. Por su parte la industria de bebidas presenta el menor índice de remuneraciones. (Vega Lóor, 2009)

La industria que presenta en promedio durante el periodo enero 2007 – abril 2009 la mayor tasa de variación mensual y anual es la de elaboración de molinería, almidones y sus derivados (2,46% y 30,75% respectivamente). Al consolidar los resultados de los índices de empleo, horas trabajadas y remuneraciones se puede inferir que en relación a generación de puestos de trabajo, ésta es la industria que ha mostrado el mayor dinamismo. (Varas Martínez, 2009)

3.1.5.- EL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

3.1.5.1.- Estructura de consumo de los hogares

Según la Encuesta de Condiciones de Vida, Quinta ronda; a nivel nacional el consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas representa el 27,8% del gasto de consumo de los hogares.

En el área rural el consumo en este rubro tiene mayor representatividad que en el área urbana (38,53% vs. 24,97%). La participación del consumo de alimentos está estrechamente vinculada con el nivel de renta del hogar, es de esperarse por lo tanto que los hogares de menores ingresos destinen una mayor cantidad proporcional de su presupuesto familiar al consumo de esta categoría de productos.

Se distingue además que la proporción de gasto en alimentos y bebidas es superior en la región Amazónica y en la Costa. A nivel nacional¹¹ la provincia que destina mayor proporción de su consumo total a este rubro es Los Ríos (36,6%), mientras que Pichincha muestra una menor proporción de gasto destinado a alimentos y bebidas (21,2%). (Banco Central del Ecuador, 2011)

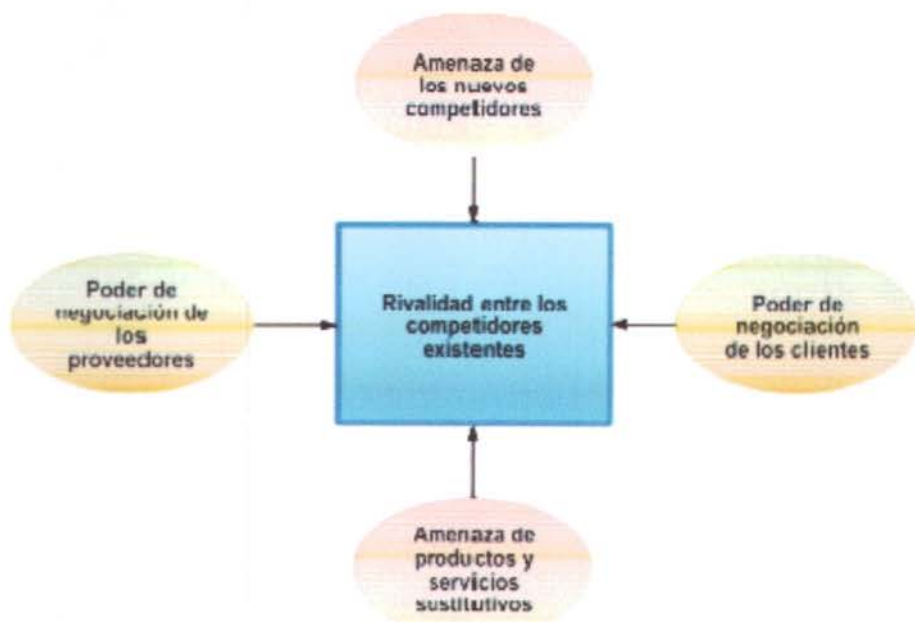
Los productos alimenticios de mayor consumo a nivel nacional son: arroz, carne de res, pan, leche líquida y pescado fresco. Al analizar el gasto mensual en consumo de productos alimenticios según área se observa que en los hogares rurales el consumo de arroz adquiere más importancia, mientras que en la zona urbana lo es la carne de res.

A manera de conclusión se puede inferir que la industria de alimentos y bebidas es la más importante dentro del sector manufacturero. En relación a la producción nacional su importancia ha ido en aumento durante los últimos años.

Durante el 2008 los indicadores de desempeño, actividad económica y empleo de este sector han superado los índices registrados en años anteriores; sin embargo desde finales del 2008 se empieza a notar una desaceleración en su crecimiento dejando entrever el impacto de la crisis financiera internacional en la economía doméstica. La industria que sobresa en cuanto a volumen industrial es la de productos lácteos y en relación a generación de empleo se destaca la industria de elaboración de productos de molinería, almidones y sus derivados. Finalmente cabe destacar la importancia del sector no solo desde el lado de la oferta, el consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas es de carácter masivo y dentro de la estructura de gasto de los hogares es el de mayor aporte, por tal motivo constituye la cuarta parte de la ponderación de la canasta del IPC, siendo históricamente la división de mayor participación en la inflación. Este sector de la economía por lo tanto merece especial atención, desarrollarlo permitirá dinamizar la economía, generar valor agregado y responder a las necesidades de empleo en el contexto de la actual crisis económica y financiera.

3.3.- ANALISIS PORTER

3.3.1.- INTRODUCCION



Esquema Gráfico de las 5 Fuerzas Porter

El Análisis de Porter de las cinco fuerzas es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor Michael Porter de la Harvard Business School en 1979.

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos.

A partir de este concepto y del análisis realizado, comenzamos a detallar las 5 Fuerzas Porter del sector de Alimentos y Bebidas, a la que pertenece la empresa.

3.3.2.-RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

“La rivalidad entre los competidores actuales lleva a las empresas a utilizar estrategias en precios, publicidad, nuevos productos, mejora en el servicio, etc. Todo esto para mejorar su posición en el sector”. (Piedrahita, 2011)

Este punto a pesar de ser esencial por el riesgo de la competencia se lo considera indispensable en el lanzamiento de cualquier nuevo producto al mercado por tanto además de utilizarlo como estrategia para disminuir la rivalidad entre competidores y se lo tomará como una filosofía de progreso ya que siempre es bueno ofrecer al cliente novedades y tenerlo siempre satisfecho; sin embargo se tiene a favor que empresas con el mismo concepto, ya establecidas, no existen.

El servicio y productos destacan por ser diferenciadores, y según la investigación de mercado no existe competencia establecida por que podemos resumir que el grado de rivalidad entre los competidores existente es **bajo**.

3.3.3.- AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES

De acuerdo a la entrevistas con varios expertos pero recalcando el aporte de la C.C.I. Eliana Álava de Piedrahita, se concluye que el sector (alimentos) existe la posibilidad de que entren nuevas empresas ya que si las empresas funcionan bien existen altos beneficios, por lo que hay un incentivo al entrar en ellas; sin embargo en esta subárea, con el concepto y productos, no existen ideas similares o empresas ya establecidas

A partir de esta conclusión se decide investigar las barreras de entrada para la competencia en el sector alimenticio, con productos sustitutos a los de DELICIAS ARTESANALES y se estipula, a continuación, que la posibilidad de nuevos entrantes está condicionada por:

1. Barreras de entrada:

- Ventajas de coste de las empresas instaladas como GINO'S EVENTOS o FIESTA, que como se menciona en el punto anterior a pesar de que DELICIAS ARTESANALES no se dedica exactamente a producir el mismo servicio, cuenta con características similares que podrían quitarle clientes, a pesar de esto las estrategias innovadoras estipuladas en el plan de marketing hace confiar en que este detalle no debe preocupar.
- Diferenciación constante de los productos, se sabe que todo negocio que esté dispuesto a innovaciones y cambios constantes en el servicio o producto, como ofertas, descuentos, paquetes o productos nuevos siempre llevara una ventaja ante las demás. En este punto se quiere destacar siempre, creando servicios y productos nuevos para mantener siempre atentos a los clientes y ganar su fidelidad.
- Altas necesidades de capital que en algunas empresas se imponen antes de iniciar sus actividades.

- Limitaciones impuestas por los gobiernos factor externo que en este campo aun no aplica.
2. La reacción esperada de los competidores ya existentes.
- Si existe recursos para defenderse, los competidores pueden bajar los precios, impedir que se obtengan la cuota de mercado y expulsarla.

Analizando se concluye que manteniendo estas barreras de entrada elevadas se evitara el aumento de nuevos competidores de productos sustitutos, a pesar de que por el concepto innovador y rentable el nivel de entrada de nuevos competidores es **medio**.

3.3.4.- LA AMENAZA DE APARICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTIVOS

En el sector existe la amenaza de entrada de productos sustitutos por lo que en el mercado se producirá que los precios bajen para hacer frente a la competencia efectuada y por lo tanto baje también la rentabilidad del sector en ciertas temporadas.

Que los nuevos productos reemplacen a los ya existentes en el mercado dependerá de la relación entre las prestaciones y el precio de los nuevos productos y de los ya existentes. Es decir que para proteger el producto, DELICIAS ARTESANALES deberá intentar diferenciarlo de los otros modificando su imagen ante el público, mejorando la relación prestaciones, precio e intensificando su política comercial. (Piedrahita, 2011)

Los productos sustitutos pueden reducir la rentabilidad del sector porque obligan a protegerse bajando los precios, la estrategia ante este punto será la diferenciación tanto en el servicio como en el sabor del producto, característica que siempre se mantendrá.

Según la experta entrevistada para desarrollar todo este punto (Piedrahita, 2011) la C.C.I Eliana Álava de Piedrahita, para defenderse de estos productos sustitutivos, una buena idea sería lanzar una línea de productos propios reemplazables a estos.

Según la investigación en este punto el nivel de amenaza de productos sustitutos es media.

3.3.5- PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

En el sector de alimento y bebidas es probable y común que los proveedores aumenten su poder de negociación sobre las empresas de un sector amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios, con lo que la rentabilidad del sector comprador disminuirá. (Piedrahita, 2011)

Las condiciones que hacen poderosos a los proveedores tienden a ser reflejo de las que hacen poderosos a los compradores.

- Cuantos menos sean los proveedores mayor es su poder. En este caso existen numerosas cadenas distribuidoras de alimentación por lo que el poder de los proveedores es poco.
- Cuanto más importante es el producto para el cliente mayor es el poder del proveedor. Como para el negocio la preparación de los productos es esencial para desarrollar la actividad de la empresa el poder de los proveedores es mayor.
- Cuando no tiene sustitutivos mayor es el poder de los proveedores. Como la empresa tiene productos sustitutivos el poder de los proveedores es grande.
- Los proveedores de productos diferenciados tienen más poder. Como los productos de DELICIAS ARTESANALES están diferenciados del resto de los del mercado, los proveedores tienen más poder.

- Si el proveedor puede hacer una integración vertical hacia delante tienen mayor poder. Es decir, cuando un proveedor asume las funciones de su cliente. En este caso los proveedores no tienen ningún poder ya que no asumen las funciones de los clientes.

En conclusión, analizando los anteriores puntos el poder de negociación de los proveedores es muy **bajo** ya que existen muchos proveedores para la empresa, por lo que si no gustan las condiciones de unos se podrá elegir otros.

3.3.6.- *PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES O CLIENTES*

En este punto del análisis se sabe que los compradores pueden forzar la competencia entre las empresas del sector, exigiendo bajadas de precios, mejoras en la calidad o mayores servicios por parte de los vendedores.

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” mantendrá y aumentará siempre su nivel de producción y satisfacción del cliente, en un crecimiento continuo, para que el poder de estos sobre el producto no sea manipulable.

Por esto y a través del estudio realizado se concluye lo siguiente:

- Para el target de la empresa hay muchos clientes que compran parte de la producción por tanto se considera que el poder de ellos será mayor. Ante este punto es importante que la selección del precio sea estratégico para que el poder de ellos frente al producto se mantenga equilibrado y no se supere.
- Se sabe que el producto que se ofrece es fundamental para el cliente pero también se conoce que existen muchos competidores directos o

sustitutivos, se está al tanto de que el cliente tendrá mucho poder y la estrategia ante esto será la diferenciación del producto, es decir su calidad, sabor y modo de preparación.

- El producto está diferenciado de los demás, por tanto los clientes percibirán características diferentes y es posible que sean fieles a alguno en particular, por lo cual no se fijarán tanto en los precios y por ende el poder de los clientes disminuye. Situación que nos conviene.
- Otro punto a favor es que se conoce que si el cliente ve la posibilidad de fabricar el producto que compra, su poder negociador aumentará, y presionará en precios, al menos hasta que ese precio iguale el coste de fabricarlo él mismo; el producto se caracteriza por su forma artesanal de ser fabricado con recetas caseras y toques secretos que enamoran al cliente apenas lo prueba y que logrará su fidelidad ante el mismo

La conclusión de este punto es que es **bajo** ya que no existe competencia establecida con los mismos productos a la que los clientes puedan recurrir.

CONCLUSION: A partir de este análisis se concluye que a pesar que en los puntos de “productos sustitutivos” y “amenaza de nuevos competidores” el nivel de riesgo salió medio, este mercado es muy atractivo porque: no tiene competencia establecida, se tiene a favor el poder de negociación con los proveedores y el poder de negociación con los clientes.

3.4.-ANALISIS PEST

3.4.1.- INTRODUCCION

Todas las empresas, cualquiera que fuese su actividad económica o su razón social, sin excepción, están limitadas y estructuradas bajo unos lineamientos y parámetros del entorno, que cumplen funciones de regulación, pueden llegar a ser limitantes o pueden generar oportunidades. Las empresas también pueden ser motores de desarrollo e influencia dentro de la sociedad y dentro de su entorno y así mismo la sociedad y el entorno pueden ser influencia para la empresa y en ocasiones la determinan.

Con el fin de conocer la influencia de la empresa en el entorno y viceversa hemos desarrollado el análisis PEST; el cual consiste en analizar la empresa bajo la perspectiva de cuatro variables: lo político, lo económico, lo social y lo tecnológico.

3.4.2.- POLÍTICO:

En esta parte del análisis algunos de los puntos políticos que afectan a la realización del proyecto y que han sido estudiados son los siguientes:

En la actualidad Ecuador se encuentra en un proceso de renovación jurídica y política, con pocas seguridades al respecto. El ámbito político en Ecuador desde los años 80 ha sido siempre de gobiernos de derecha, pero al llegar a los años 2000 , fue resurgiendo la tendencia socialista, ahora llamado socialismo del siglo XXI , recordando el concepto de socialismo: El socialismo es un orden social basado en la socialización de medios y producción y su control administrativo .

Los marcos legales se han cambiado según los intereses políticos de los gobernantes de turno sin olvidar que los poderes del estado en su totalidad está en manos del partido Alianza País, lo cual hace que no existan muchos criterios, esto crea inestabilidad y duda sobre los principios legislativos, lo cual podemos ver en la próxima consulta popular, directamente no afecta al negocio. Las preguntas de la actual consulta popular a realizarse no nos afectan en mayor proporción.

A nivel político también se describe la empresa “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”, debe cumplir con las normas que exige el gobierno actual y bajo las cuales todas las empresas sea cual sea su razón social deben ceñirse.

Entre esas normas y formalidades legales se encuentra:

1. RUC, el registro único de proveedores que lo entrega el SRI (persona natural o persona jurídica)
2. Patente municipal, (persona natural o persona jurídica). Necesitará el RUC
3. Permiso de letrero
4. Permiso de funcionamiento bomberos, que lo entrega el Cuerpo de Bomberos. Necesitará la patente y el RUC. Por cierto, el enlace va al archivo donde se puede ver todos los permisos que el Cuerpo de bomberos ha entregado en este año.
5. Certificado de salud de cada uno de sus empleados que participan en producción y movilización del producto. Solo necesita ir el empleado con su cédula y las muestras que le pedirán para los respectivos exámenes. A Algunas empresas privadas y públicas le pedirán un Certificado de Actividades Complementarias, dicho certificado solo lo entrega el Ministerio de Trabajo y Empleo.
6. Llene ambas copias del "Formulario para Usuarios" y ambas copias de Requisitos para Personas Naturales en las Actividades Complementarias de (Limpieza Mensajería, Alimentación).

Estas formalidades legales afectan a “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”, ya que la legalidad de la empresa depende del correcto diligenciamiento de estas normas; sin éstas, la empresa probablemente no podría funcionar, su gestión se vería afectada y no podría tener una imagen legal y formal frente al gobierno.

Por otro lado, es importante mencionar que el impuesto del IVA afecta a la empresa de una forma negativa, ya que ésta empresa no cuenta con un flujo de caja estable diariamente sino depende del comportamiento del sector en el que se desempeña. A diferencia de los restaurante u hoteles, esta empresa debe facturar cada contrato en el momento que sus cliente lo requieran, con la gran posibilidad de que sus clientes no paguen inmediatamente esa factura; lo que significa, que la empresa debe asumir el pago del IVA correspondiente a toda la facturación del mes así lo haya o no descontado. En ocasiones esto podría convertirse en un obstáculo de crecimiento económico para la empresa.

3.4.3.-ECONÓMICO:

A nivel económico “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” se ve afectada por los cambios y la inestabilidad de la economía del país, debido al cambio de algunos de los indicadores económicos como: la inflación anual marcada en un 4.23% a mayo del 2011 y la mensual establecida en un 0.35% en junio del 2011, el PIB per cápita marcado en \$3.715 para el año 2009, la tasa de interés activa en un 8.37% para junio del 2011, y la tasa de interés pasiva en un 4.58% para junio del 2011; el cambio en los productos de la canasta familiar, la canasta familiar en sí misma y los factores climáticos. Estos factores son tal vez los más significativos para la empresa ya que, estos son los que determinan el buen desempeño de la empresa.

Por un lado, la canasta familiar determina la mortalidad de los productos básicos alimenticios, tanto de abarrotes como de víveres, determina el precio de los productos y la estabilidad del mismo; el clima incide en las cosechas, las cosechas en la oferta de los productos y la oferta de los productos incide en el precio y lo determina, lo que significa que cuando hay escases de algún producto (por lo general estos eventos ocurren en más de un producto a la vez) la empresa tiene dos posibilidades suprimir o disminuir el uso de dicho producto o aumentar los costos de producción afectando así la disponibilidad de sus clientes y corriendo el riesgo de perder contratos; en primera instancia “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” siempre correrá por la opción #1 es decir, suprimir o disminuir el uso de dicho producto en caso de que sea necesario, logrando mantener los mismos estándares de calidad.

Estos indicadores pueden llegar a afectar el desempeño de la empresa no sólo internamente sino también externamente, ya que de estos indicadores dependen la mayoría de las actividades económica del país, el costo de vida y la capacidad de compra de los clientes directos e indirectos de la empresa.

3.4.4.-SOCIO-CULTURAL:

A nivel social, “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” se ve afectada internamente en cuanto a la alteración de las políticas laborales y económicas del país que logren afectar a sus colaboradores (tal vez el activo más importante con el que cuenta la empresa) y en general a la totalidad de sus recursos humanos.

Externamente “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”, afecta a la sociedad, en cuanto a que su razón empresarial está dirigida y/o enfocada hacia la prestación de un servicio, que busca a su vez satisfacer determinadas necesidades de una población en específico. El compromiso y la responsabilidad más

importante de “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”, está con la sociedad y en especial con aquellas personas hacia las cuales está dirigido el servicio.

3.4.5.- *TECNOLÓGICO:*

Aunque el servicio de alimentos en Ecuador, tiene un proceso tecnológico lento a comparación de otros países de Latino América, “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” tiene entre sus metas implantar poco a poco nuevas herramientas tecnológicas NO para la elaboración ni manipulación de alimentos sino mas bien y primordialmente para la prestación del servicio, debido a que como el nombre lo indica DELICIAS ARTESANALES es una empresa de elaboración de alimentos de manera artesanal y muy tradicional y este es el punto diferenciador ante las demás empresas.

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” quiere convertirse en una empresa innovadora y que siempre estará a la vanguardia tanto en los productos (incluyendo nuevos platos y sabores), como en el servicio. No obstante la empresa entiende que los avances tecnológicos entran a los mercados a gran velocidad, por lo tanto esto exige estar en constante contacto con dichos cambios y realizar las innovaciones pertinentes y necesarias con las exigencias y necesidades tanto de los clientes como del mercado.

Adicional DELICIAS ARTESANALES también desarrollara bases de datos, publicidad a través de redes sociales por medios electrónicos y sistemas informativos.

De esta forma, “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” garantizará convertirse poco a poco en la pionera en innovación y en recursos tecnológicos para la atención al cliente, y tendrá un factor diferencial muy importante frente a su competencia.

CAPITULO IV

4.- LA EMPRESA

4.1.- INTRODUCCION:

El nombre de la empresa es “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”, después de realizar varias combinaciones junto con expertos en el área de marketing se concluyo que este nombre va de la mano con el concepto que se venderá, que es recordarles a los clientes apenas escuchen el nombre el tipo de elaboración de los productos.

El logo será “TRADICION PARA EL PALADAR” que ha sido escogido por la manera en la que DELICIAS ARTESANALES ECUADOR elaborará sus productos, ya que serán hechos a mano y por personal altamente capacitado para brindar productos de máxima calidad.

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” se constituye en la ciudad de Guayaquil y sus oficinas estarán ubicadas en Kennedy Norte mz. 401 villa 22 donde se ubicaran las instalaciones de cocina, bodega y garaje para el furgón de compras y logística, adicional del área de recepción y atención al cliente.

Los productos que “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” ofrece son bocaditos de sal, dulce y tortas para eventos o reuniones sociales, adicional desayunos y brunchs para eventos y unipersonales, según como el cliente lo requiera, detalles creativos e innovadores para fechas especiales hechos de chocolate y con manualidades.

La diferenciación que ofrece “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” son sus productos creativos e innovadores, adicional de la forma de servicio que será bajo pedido y a domicilio.

4.2.- MISION:

La misión de “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” es lograr la plena satisfacción de los clientes a los cuales se brindará una gama de productos seleccionados, como bocaditos de sal y dulce, desayunos, coffee breaks, creativos y diferenciadores en los que se evidenciará el profesionalismo, calidad y máxima eficiencia.

4.3.- VISION:

Ser la empresa líder nacional en la elaboración de dulces artesanales en Guayaquil, logrando satisfacer siempre todas las necesidades de los clientes.

4.4.- VALORES:

- **CALIDAD EN NUESTROS PRODUCTOS.-** trabajaremos siempre con productos de alta calidad para brindar un completo y excelente servicio sin que esto afecte el bolsillo del cliente.
- **RESPONSABILIDAD EN NUESTRO TRABAJO.-** se cumplirá siempre con los clientes derribando con honestidad cualquier barrera que impida el normal desarrollo de la labor establecida.
- **PUNTUALIDAD EN LA ENTREGA DE NUESTROS PRODUCTOS.-** seremos puntuales y responsables en los contratos y ventas con las que nos hayamos comprometidos.
- **EFICIENCIA.-** en nuestros servicios y productos.
- **ETICA PROFESIONAL.-** con nuestro personal altamente capacitado operativa y éticamente así como en valores personales y empresariales que demuestren siempre el respeto hacia el cliente.

4.5.- OBJETIVO GENERAL

Lograr la rentabilidad anual del 15%, acumulando ganancias para ampliar las instalaciones, cumplir con las expectativas de los clientes y lograr la realización de la visión.

4.6.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

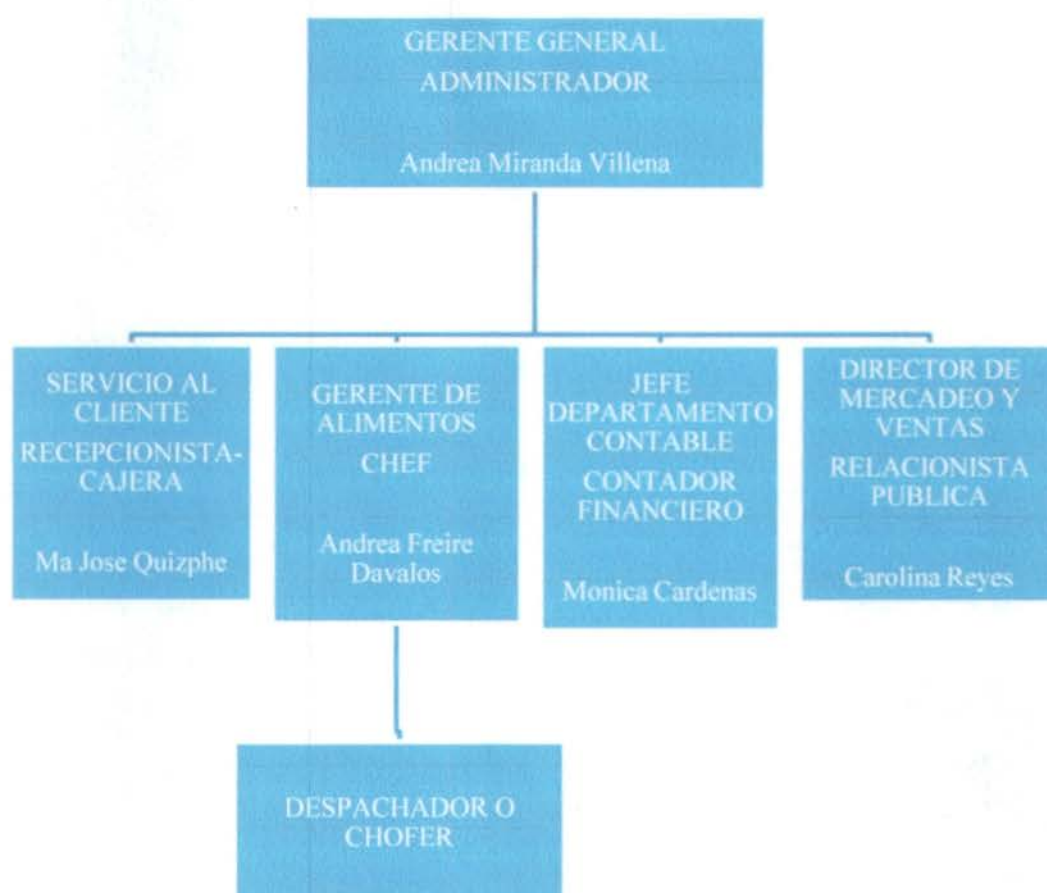
- Lograr la satisfacción de los clientes en un 90% durante el primer año
- Contar con una variada gama de ofertas accesibles al presupuesto de los clientes, enfocándonos en su satisfacción a partir del estudio de sus necesidades en el primer año actividades.
- Lograr ventas mayores a **\$ 90.000** en el primer año
- Reinvertir 16.30% de las utilidades para la ampliación de la empresa.

4.7.- LISTADOS DE ACCIONISTAS

“DELICIAS ARTESANALES” está constituida con una inversión inicial de \$25.000 dividida en el siguiente porcentaje de aporte de capital:

NOMBRE DEL SOCIO CAPITALISTA	PORCENTAJE DE APORTE	APORTE EN MILES
CARDENAS MANRIQUE MONICA RAFAELA	20%	\$ 5.000,00
FREIRE DAVALOS ANDREA CAROLINA	20%	\$ 5.000,00
MIRANDA VILLENA ANDREA CECILIA	20%	\$ 5.000,00
QUIZPHE SAGASTI MARIA JOSE	20%	\$ 5.000,00
REYES RUIZ CAROLINA ESTEFANIA	20%	\$ 5.000,00

4.8.-ORGANIGRAMA



4.9.- PRODUCTO O SERVICIO QUE OFRECE:

DELICIAS ARTESANALES es una empresa de repostería que elaborará productos de manera artesanal es decir sin utilizar maquinaria industrial que facilite el trabajo ni que disminuya el sabor tradicional de los bocaditos, se enfocara en crear productos de calidad con materia prima de calidad para llegar a lo que consideramos primordial en la política de la empresa que es la atención al cliente.

Por consiguiente se ofrecerán los siguientes productos o servicios:

- Desayunos
- Desayunos especiales (personales)
- Coffee break
- Brunch
- Bocaditos de sal
- Bocaditos de dulce
- Chocolatería y bombones
- Canastas decoradas para días especiales.
- Dulces creativos varios (tortas y mas)

Se concreta que todos estos servicios serán a elección del cliente y bajo previo pedido y la firma responsable de un contrato que lo pueden observar en anexos.

Los precios variaran dependiendo de la cantidad del pedido.

Los precios de los productos no incluyen el costo de transportación.

Las multas por cancelaciones o cualquier tipo de revocación están detalladas en el contrato en los anexos.

***DETALLE DE LOS PRODUCTOS:**

BOCADITOS DE DULCE

50pax

- Suspiros (\$5,50)
- Yemitas acarameladas en celofán (\$5,50)
- Orejitas (\$5,50)
- Alfajores de manjar (\$7,00)
- Bolitas de nuez (\$7,00)
- Bastones de canela (\$7,00)
- Aplanchaditos (\$7,00)
- Empanaditas de manjar (\$7,00)
- Trufas de chocolate negro (\$7,50)
- Trufas de chocolate blanco y coco (\$7,50)
- Caracoles azucarados (\$7,50)
- Mini suspiros de manjar (\$8,00)
- Marmoleados, masa de menta con masa de chocolate (\$8,00)
- Tartaletas de manjar con nuez o coco (\$8,00)
- Dulces de Moka (\$8,50)
- Tartaletas de durazno (\$8,50)
- Tartaletas de frutilla (\$8,50)
- Negritos en salsa de chocolate (\$9,00)
- Relampaguitos (\$9,00)
- Caracoles de hojaldre con crema (\$9,00)

BOCADITOS DE SAL

50 PAX

- Empanaditas de queso (\$10,50)
- Conitos de queso (\$10,50)
- Canapes de queso crema y hierbas (\$10,50)
- Empanaditas de carne (\$11,50)
- Empanaditas de choclo y queso (\$11,50)
- Patacones rellenos (\$11,50)
- Miniquiche de brócoli (\$12,50)
- Bollitos de espinacas (\$12,50)
- Bombones de queso con nueces(\$12,50)
- Deditos de pollo con maní (\$13,50)
- Yuquitas rellanas de queso con ají de choco (\$13,50)
- Tartelas de pollo con salsa de champiñones (\$14,00)
- Brochetas de lomo y res(\$ 18,00)
- Brochetas de langostinos (\$18,50)
- Miniquiche de cangrejo (\$20,00)
- Hayacas (\$23,00)
- Humitas grandes (\$23,00)
- Quimbolitos (\$23,00)
- Tamal lojano (\$23,00)

DESAYUNOS:

ARTESANA 1 (10pax, \$2.50 por pax)

***Bebidas**

- Café
- leche
- Infusiones aromáticas
- 2 variedades de jugos naturales (naranja y pina)
- Agua

***Acompañantes**

- Azúcar morena
- Azúcar blanca
- Azúcar dietética
- Panela
- Canela

***Variedades de panes:**

Canastas de 3 tipos de panes

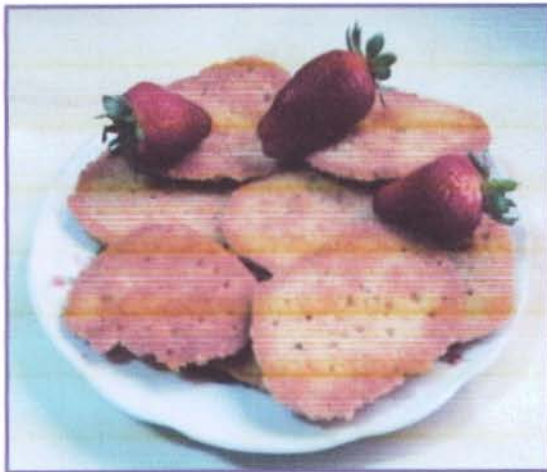
- Croissant
- Pan De dulce con frutas
- Briollos

***Acompañantes**

- Dulce de piña, frutilla o mora.
- Mantequilla
- Queso mozzarella
- Natilla

***Huevos**

- Huevos revueltos con jamón o champiñones



ARTESANA 2 (10pax, S3.50 por pax)

***Bebidas**

- Café
- Leche
- Chocolate
- Infusiones aromáticas
- 3 variedades de jugos naturales (naranja, melón y pina)
- Agua

***variedad de Panes**

Canastas con 5 variedades de panes

- Pan de dulce con nueces
- Croissant con queso
- Pan de banano
- Briollos
- Rosas de agua

Huevo revueltos

Jamón

Queso

Tomate

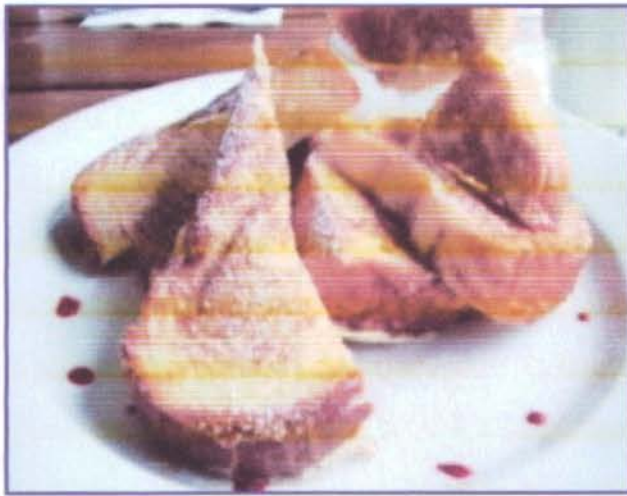
Cebolla

Pimiento

Hiervas frescas

Acompañantes

- Dulce de frutilla, pina o mora
- Dulces de higo con queso
- Mantequilla
- Frutas frescas (manzana y mandarina)



ARTESANA 3 (10pax, \$4.50 por pax)

***Bebidas**

- Café
- Leche
- Chocolate
- Infusiones aromáticas
- 3 variedades de jugos naturales (pina, papaya y naranja)
- Agua

***Variedades de panes**

Canastas con 5 variedades de panes

- Pan integral
- Pan de dulce
- Croissant
- Pan de canela
- Enrollados de queso

Canastas con variedades de galletas

Bandeja de variedad de quesos

Bandeja de variedad de fiambres

***Huevo revueltos**

Jamón

Queso

Tomate

Cebolla

Pimiento

Hiervas frescas

Tocino

Champiñones

Acompañantes

- Dulce de frutilla, pina o mora
- Dulces de higo con queso
- Mantequilla
- Frutas frescas de temporada con cascara



BRUNCH

ARTESANA 1 (\$5.50 por 10 PAX)

***Bebidas calientes y frías**

- Café
- leche
- Infusiones aromáticas
- Jugo de naranja
- Jugo de sandía

Mesa de panes, quesos y jamones

- Mini sándwich de pollo
- Empanaditas de verde con queso
- Muffin de manzana
- Muffin de chocolate

*** Frutas**

- Ensalada de frutas con yogurt.



ARTESANA 2 (\$7.50 por PAX)

*Bebidas calientes y frías

- Café
- leche
- Infusiones aromáticas
- Jugo de naranja
- Jugo de sandía

Mesa de panes, quesos y jamones

- Croissant de jamón y pina
- Mini hayacas
- Torta de choclo rellena de carne
- Muffin de manzana
- Tostadas francesas

*Frutas

- Fruta fresca de temporada con cascara
- Avena con fruta fresca



ARTESANA 3 (\$8.50 por PAX)

*Bebidas calientes y frías

- Café
- Leche
- Infusiones aromáticas
- Jugo de naranja
- Jugo de sandía

Mesa de panes, quesos y jamones

- Croissant de chocolate
- Quiche lorraine
- Muchines con miel
- Mini bolones de chicharrón
- Rollo de canela
- Muffin de nueces
- Pan tostado integral
- Galletas de avena

* Frutas

- Fruta fresca de temporada con cascara
- Avena con fruta fresca



COFEE BREAK

ARTESANA #1:

***Bebidas**

- Café
- Leche
- Infusiones aromáticas
- Jugo de naranja
- Jugo de sandía

***Sándwiches**

- Croissant de jamón y queso
- Mini sándwich de atún
- Mini sándwich de pollo
- Triple mini sándwich de espinaca, pollo y queso
- Mini sándwich de langostinos al curry

*** Dulces**

- Muffin de manzana o chocolate
- Dulce de higo con queso

*** Frutas**

- Ensalada de frutas con yogurt.



ARTESANA 2:

*Bebidas

- Café
- Leche
- Infusiones aromáticas
- Jugo de naranja
- Jugo de sandía

*Antojitos típicos

- Mini bolones de queso
- Mini empanaditas de verde con queso
- Mini muchines
- Mini deditos de yuca
- Mini empanaditas de morocho

* Dulces

- Mini muffin de manzana
- Mini muffin de chocolate
- Dulce de higo con queso



CHOCOLATERIA

Cofre ternura (Hecho de chocolate y con 5 rellenos a escoger)



Mini cofre



Frutillas con chocolate (negro o blanco) en caja carrujada



BOMBONES



Bombones en forma de corazón (con o sin rellenos)



Corazón de brownie con menta



Trufas de chocolate rellenas de almendras



Torta muss de chocolate



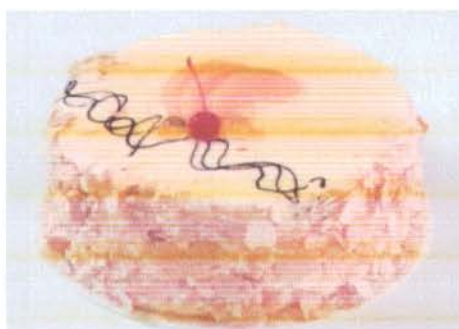
Torta selva negra



Torta de chocolate con relleno de manjar



Torta de vainilla



4.10.- UBICACIÓN MACRO Y MICRO:

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” está ubicado en:

PAIS: Ecuador

PROVINCIA: Guayas

CIUDAD: Guayaquil

PARROQUIA: Tarqui

CIUDADELA: Kennedy norte mz. 401 villa 22

4.11.- LOGO:



4.12.- SLOGAN:

“TRADICION PARA EL PALADAR”

4.13.- EQUIPO GERENCIAL:

EQUIPO GERENCIAL	CARGO
CARDENAS MANRIQUE MONICA RAFAELA	Jefe del Departamento Contable
FREIRE DAVALOS ANDREA CAROLINA	Gerente de Alimentos
MIRANDA VILLENA ANDREA CECILIA	Gerente General
QUIZPHE SAGASTI MARIA JOSE	Servicio al Cliente
REYES RUIZ CAROLINA ESTEFANIA	Directora de Mercadeo y Venta

4.1.4. MINICURRICULUMS DEL EQUIPO GERENCIAL:

ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA

21 años, egresada de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, cuenta con experiencia en el área administrativa y de logística desarrollada a lo largo de su carrera universitaria en diferentes pasantías en el área de Turismo, organización de ferias y eventos gastronómicos y hoteleros, en trabajos fijos remunerados con duración de 2 años en el desempeño de su cargo y excelentes recomendaciones.

MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI

María José Quizphe Sagasti 22 años, egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil cuenta con experiencia en el área de atención al cliente y recepción en el Banco DelBank, asistente administrativa en la fundación de niños Intervida Ecuador, soporte en el área de logística que lleva a cabo la empresa Servicios de Marketing para la consultoría del Ministerio de Turismo.

ANDREA FREIRE DAVALOS

Edad 22 años. Ha realizado Curso de Tortas y Bocaditos en la Escuela de Gastronomía Artesanal Molinari. Experiencia como ayudante de cocina en el Hostal Manso Boutique durante el lapso de 1 año y con ascenso a supervisora de cocina. Pasantías realizadas en atención al cliente en eventos realizados en Tennis Club de Guayaquil, Centro de Convenciones, Cámara de Comercio y otras.

MONICA CARDENAS MANRIQUE.

Edad: 23 años, Egresada de la carrera de Administración Hotelera y Turística, tiene experiencia en asesoría y organización de eventos en el Hotel “Marcelius”, cursos de Repostería con la Marca “Wilton”, Pastillajes y técnicas de decoración.

CAROLINA ESTEFANIA REYES RUIZ.

Edad: 22 años. Experiencia en organización de Eventos como el Miss Ecuador y Miss Continente Americano. Tiene tres años de experiencia en el área además de las relaciones públicas contando con una cartera de clientes muy extensa que ayudaría primordialmente al momento de que “DELICIAS ARTESANALES” empiece a tomar terreno comercial.

CAPITULO V

5.- PLAN DE MARKETING

5.1.- INTRODUCCION

El plan de marketing es una herramienta que permite la aplicación de los diferentes conceptos y métodos que comprende el mercado para dar a conocer un producto y lograr su acogida.

El plan de marketing de “Delicias Artesanales” tiene como fin posicionarla como la primera opción en el mercado al momento de buscar productos de repostería artesanal y a domicilio, definiendo las estrategias a utilizar para lograr los objetivos ya planteados.

Para poder llevar a cabo esta tarea, se ha definido el mercado-meta y la demanda que presentan los mismos.

5.1.2.- ANALISIS SITUACIONAL

Permite tener un conocimiento del mercado en que se va a desarrollar la empresa, la repuesta de los competidores y la acogida de los clientes: por medio del estudio del aspecto económico, tecnológico y el análisis de la industria de alimentos y bebidas.

Económico: realizando el debido análisis sobre la economía del mercado, se llegó a la conclusión que la empresa se ve afectada por los cambios y la inestabilidad de la economía del país, debido al cambio de algunos de los indicadores económicos como: la inflación marcada en un 3.33% anual, el cambio en los productos de la canasta familiar y los factores climáticos.

Industria de Alimentos y Bebidas: la importancia de esta industria dentro del Ecuador es cada día mayor, siendo la principal industria en el del sector manufacturero, representando el 42,5 % de la industria manufacturera.

Tecnología: con el creciente uso de Internet y la tecnología móvil en los llamados teléfonos inteligentes, en la actualidad cada vez más personas utilizan las diferentes redes sociales, como Facebook y Twitter, las cuales tienen una mayor tendencia de uso en Guayaquil, lo cual permitirá a la empresa usar estos diferentes medios para dar a conocer sus servicios y productos.

5.1.3.-OBJETIVOS DEL MARKETING

Se ha dividido en dos objetivos principales, con sus respectivas metas y actividades

1.- Incrementar en un 40% nuestras ventas por estrategias en promoción

ACTIVIDAD

Elaboración de la evidencia física: es decir folletería, cupones, camisetas, llaveros, stickers magnéticos, menús a los cuales se repartirán alrededor de las instalaciones de la empresa.

Promoción eficiente como marketing personalizado y ofrecer los mejores servicios y competitivos.

2.- Profesionalismo y eficiencia que hable bien de nosotros

ACTIVIDAD

Capacitación constante y entrenamiento al personal.

Maximización de atención, calidad de envases y presentación del producto.

5. 1.4.- ANALISIS FODA

El análisis es una herramienta analítica que nos permite trabajar con toda la información que se posea sobre la empresa, es útil para examinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de este.

Este análisis permite realizar un cuadro de la situación actual de la empresa, permitiendo de esta manera un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones coherente con los objetivos ya formulados.

Este tipo de análisis simboliza un esfuerzo para examinar las ventajas y las desventajas de las características particulares de la empresa y el entorno en el cual la empresa se va a desenvolver.

A continuación se detalla el análisis FODA:

FORTALEZAS

Haciendo un análisis interno, de la Empresa, se concluye que la fortaleza de esta corresponde al sector de la producción y distribución de los productos, ya que se ofrece a los clientes:

- Una variedad a escoger en productos de repostería, coffee breaks, desayunos y brunchs, además de manualidades comestibles y detalles para días especiales.
- Productos elaborados de forma artesanal y de excelente calidad.
- Servicio de entregas a domicilio a empresas y clientes en general.
- Los postres artesanales no contienen conservantes ni productos artificiales ya que son elaborados bajo pedido, permitiendo al cliente tener la seguridad de consumir un producto que no afecte su salud.
- Los productos denominados como “Detalles”, tienen la característica de que son elaborados de forma personalizada.
- La elaboración de los productos se basa en cumplir con los gustos y preferencias de cada uno de los clientes, logrando identificar sus requerimientos.

OPORTUNIDAD

- No existe una empresa de repostería que realice entregas a domicilio y con la oferta de un producto de excelente calidad, elaboración artesanal y personalizado

- Los consumidores tienden a ser atraídos por un producto, postre, dulce nuevo por lo que siempre habrá la ocasión que ellos degusten del producto por curiosidad.
- En la actualidad las personas desean rescatar las tradiciones, lo cual la empresa realiza al ofrecer productos artesanales y con una preparación tradicional.

DEBILIDADES

- No se puede entregar pedidos antes de 24 horas.

AMENAZAS

- Es un negocio accesible para cualquier empresario por lo tanto la competencia se incrementará.
- La competencia ofrece un producto al instante, ya que ellos no realizan ventas bajo pedido.

5. 1.5.- ANALISIS DE COMPETIDORES

El análisis de la competencia permite identificar ventajas y desventajas de los mismos frente a la empresa. Para realizar este análisis se muestra un breve detalle de cada empresa competidora.

COMPETENCIA DIRECTA

En base al estudio de mercado se llegó a la conclusión de que la empresa no tiene una competencia directa, ya que el concepto y servicio que se va a ofrecer no se encuentra actualmente mercado.

COMPETENCIA INDERECTA

Dolupa S.A: es una empresa que ofrece la fabricación de tortas, postres y dulces. Sus precios varían de acuerdo a la cantidad de porciones de las tortas y oscilan entre \$15.00 a \$40.00. Su red de distribución consiste en locales propios de la empresa, en supermercados y comisariatos, abarcando toda el área residencial de la ciudad. Se da a conocer a través de publicidad en periódicos, redes sociales y folletería física.



D' Matilde: negocio dedicado a la elaboración de dulces, bocaditos y buffet para todo tipo de eventos. Los precios de las tortas oscilan entre \$15.00 y \$40.00 dólares, variando de acuerdo a la cantidad de porciones. Se encuentran ubicados en el sector norte de la ciudad.

Café Bombon's: ofrece tortas frías, pasteles, desayunos, panadería, productos de dulce y sal, manjares y conservas. Su local se encuentra ubicado en Urdesa.



Domremi: Consta de dos locales, ubicados respectivamente en Urdesa y el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil. Ofrecen la fabricación de tortas, postres y dulces con servicio a domicilio para las aéreas aledañas a su local ubicado en Urdesa.



Dulcería La Palma: dulcería tradicional de la ciudad, ofrece desayunos y variedad en dulces. Su local está ubicado en Urdesa y en la parte céntrica de la ciudad.



COMPETENCIA INDIRECTA

EMPRESA	UBICACION	PRODUCTOS	PRECIOS
DOMREMI	URDESA	TORTAS/BOCADITOS DE DULCE	\$15.00 - \$40.00
DOLUPA	URDESA	TORTAS/BOCADITOS DE DULCE Y SAL	\$15.00 - \$40.00
D' MATILDE	URDESA	TORTAS/BOCADITOS DE DULCE Y SAL	\$15.00 - \$40.00
CAFÉ BOMBON'S	URDESA	TORTAS/BOCADITOS DE DULCE Y SAL	\$15.00 - \$40.00
DULCERIA LA PALMA	URDESA	BOCADITOS DE DULCE Y SAL	\$5.00 - \$15.00

***PRECIO DE TORTAS VARIA DE ACUERDO AL TAMAÑO**

***PRECIO DE BOCADITOS ESTA DADO EN DOCENAS**

5. 1.6.- ANÁLISIS DE CLIENTES

PERFIL GENERAL

Personas de la edad de 15 años en adelante, de sexo masculino y femenino que cuenten con un nivel socio-económico medio alto, que gusten de dulces artesanales tradicionales. De preferencia ubicados en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

Que producto compran:

Los clientes adquirirán tortas, bocaditos de sal y dulce, coffee breaks, desayunos y brunchs, y los productos denominados “Detalles”, todos los productos son elaborados artesanalmente, es decir, libres de conservantes y productos químicos, los cuales serán llevados a domicilio.

Forma de escoger el servicio y producto:

- Perciben la calidad del servicio y del producto ofrecido por la empresa.
- Perciben la puntualidad al momento de realizar la entrega de los productos.
- Perciben la facilidad que se brinda al realizar entregas a domicilio.

Por qué prefieren un producto en particular

- Calidad
- Forma de elaboración
- Presentación
- Precios

Consumo del producto y servicio

- Reuniones laborales
- Eventos sociales
- Reuniones familiares
- Reuniones sociales.
- Detalles personalizados para días especiales

5. 1.7.- OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

La empresa ofrece productos elaborados de manera artesanal, es decir sin utilizar maquinaria industrial que facilite el trabajo ni que disminuya el sabor tradicional de los bocaditos, esta se enfocará en producir productos de calidad con materia prima de calidad para llegar a lo que se considera primordial en la política de la empresa que es la atención al cliente.

Los productos a ofertar son:

Desayunos

Desayunos especiales (personales)

Coffee break

Brunch

Bocaditos de sal

Bocaditos de dulce

Chocolatería y bombones
Canastas decoradas para días especiales.
Dulces creativos varios

5.2.- ESTRATEGIAS DE MARKETTING

Las estrategias están sujetas a la tendencia del mercado oferta y demanda de personas de la edad de 15 años en adelante, de sexo masculino y femenino que cuenten con un nivel socio-económico medio alto y que gusten de dulces artesanales tradicionales. De preferencia ubicados en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

DEMANDA

Ciudadela Kennedy Norte (Familias, residentes y trabajadores).
Ciudadela Guayaquil (Familiares, residentes y trabajadores).
Colegios e Institutos de educación.
Oficinas ubicadas en todo el sector norte como Torres del Norte, WTC, Banco del Pichincha, Interagua, Consultora Vera y Asociados entre otros.
Oficinas ubicadas dentro del Edificio World Trade Center.
Ministerio del Litoral.

ESTRATEGIAS

Un mes antes de la apertura ya empezara a circular la imagen de la empresa.

Lona publicitaria: Se colocará una lona publicitaria anunciando la marca, esto creará expectativa en el consumidor.

Carta de apertura: se enviará una invitación a los clientes donde se detallará el servicio y el producto que se ofrece. Esta será enviada a los hogares, oficinas e instituciones, serán personalizadas, ya que si el cliente ve su nombre se sentirá especial y tendrá un mayor interés en el producto.

Servicio a Oficina: se tendrá un servicio exclusivo específicamente para el Ministerio del Litoral, Torres del Norte y Edificio World Trade Center, ya que la PEA (POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA) está llena de compromisos laborales y sociales pero tiene muy poco tiempo de salir de su área de trabajo.

Folletería: Se hará folletos con distintos combos y servicios, los cuales serán enviados a los lugares de trabajo ya mencionados anteriormente, facilitando comodidad al cliente.

Facebook: Esta red social muy conocida a nivel mundial permite dar a conocer no solo a personas, sino también a compañías y empresas. Por este medio se publicará los productos, creando álbumes con fotos de los productos que se oferta, detallando su elaboración y costos; también se utilizará este medio para que los clientes, puedan realizar pedidos.

Twitter: esta red social permitirá estar al tanto de todas las inquietudes de los clientes, la opinión que ellos tengan la empresa y también permitirá ofertar los productos diariamente.

Crédito empresarial: Se hará acuerdos financieros con empresas y clientes frecuentes, se otorgará Boucher y créditos con las Asociaciones de Empleados, para que sean descontados de su sueldo; lo cual permitirá tener clientes seguros y poder poner a disposición de ellos los servicios para eventos ya sea dentro de la empresa o fuera de la misma.

Estante publicitario: Los diferentes estantes publicitarios serán colocados en distintos locales comerciales alrededor y fuera de la zona de las oficinas para que se mas fácil para el cliente lograr contactarnos.

Mailing: Es la contratación de una empresa que facilite su base de datos y así se enviará a los clientes las volantes por medio de correos electrónicos.

Cupones de descuento: Los cupones de descuento se difundirán en los diarios el Universo y Expreso.

Tarjetas de presentación: Se tendrá tarjetas de presentación de la empresa donde los clientes podrán encontrar los números telefónicos de contacto, los nombres de cuenta en Facebook y twitter.

Página Web: En la actualidad es elemental que las empresas tengan una página web, ya que es un acceso rápido a la información de la empresa. La página web tendrá información la empresa, como misión, visión y valores; también tendrá los productos y servicios que se ofrecen con sus respectivos precios y la debida información sobre números de teléfono y medios de contacto con la empresa.

Publicidad Rodante.- En el pequeño furgón adquirido por la empresa llevará impreso en los laterales publicidad de DELICIAS ARTESANALES encabezada por el logo y adicional con fotos de los productos esta demás mencionar que llevará la dirección del local y los teléfonos impresos también.

5.2.1.-OBJETIVOS FINANCIEROS

La empresa persigue objetivos financieros claros donde se busca un rendimiento de la inversión a un largo plazo y con beneficios desde el primer año de la apertura como empresa.

Se establece los siguientes objetivos financieros para la empresa:

Obtener una tasa de rendimiento sobre la inversión en los próximos 5 años del 15 % después de impuestos.

5.2.3.- SEGMENTACION

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos pequeños e internamente homogéneos, lo cual permitirá a la empresa enfocar correctamente el marketing de la empresa.

La segmentación del mercado para la empresa será por el perfil demográfico y perfil socioeconómico.

Perfil demográfico

Edad: 15 años en adelante

Sexo: Masculino y femenino

Perfil socioeconómico:

Clase media – media alta

Estudiantes, profesiones en general y PEA

Ciclo de vida: todos los estados civiles en general

5.2.4.-POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es el lugar que ocupa el producto en la mente del consumidor, la cual logrará diferenciar a la empresa de la competencia y logrando que sea la primera opción a elegir.

El posicionamiento se basará en convertirse en una empresa que llevará los diferentes productos que ofrece a oficinas para eventos empresariales y ocasiones especiales; es decir, que con solo 24 horas de anticipación se podrá hacer coffee breaks, brunchs, a domicilio/oficina, tortas, bocaditos de sal y dulce, detalles y desayunos.

5.2.5.-MARKETING MIX

El marketing mix es la combinación de los elementos y técnicas sobre las cuales se diseña el producto, fijar su precio, distribuirlo y comunicarlo permitiendo a la empresa actuar de forma planificada.

Los elementos del marketing son: Producto, Promoción, Precio y Plaza.



5.2.5.1.- PRODUCTO

Es todo bien o servicio cuya misión principal es la de satisfacer las necesidades de las personas.

5.2.5.2.- MARCA

Permitirá que los clientes identifiquen a la empresa en el mercado, logrando la diferenciación con los competidores.

La marca se basará en dos aspectos:

Servicio: Se recalcará el servicio a domicilio que tiene la empresa.

Producto: Se recalcará que es un producto elaborado de manera artesanal.

Los productos a ofertar son:

Desayunos

Desayunos especiales (personales)

Coffee break

Brunch

Bocaditos de sal

Bocaditos de dulce

Chocolatería y bombones

Canastas decoradas para días especiales.

Dulces creativos varios

5.2.5.3.- PRECIO

Después de haber realizado el análisis de los precios de la competencia y el análisis financiero de la empresa, se fijó los precios para los productos y servicios que se ofrece.

Los precios son fijados de la siguiente manera:

- Precio de bocaditos de dulce y sal está fijado por el ciento de bocaditos.
- Precio de los desayunos, coffee break y brunch está dado por persona.
- Precio de la bombonería esta por docena de bombones.

PRODUCTO	PRECIO
BOCADITOS DE DULCE x100	\$5,50 - \$9,00
BOCADITOS DE SAL x100	\$10,50 - \$23,00
TORTAS x1	\$ 10,00 - \$18,00
DESAYUNOS x1	\$2,50 - \$4,50
COFEE BREAK x1	\$6,00 - \$9,00
BRUNCH x1	\$5,50 - \$8,50
DETALLES x1	\$5,00 - \$10,00
BOMBONERIA x1	\$3,00 - \$35,00

5.2.5.4.- PLAZA

La empresa se encuentra alrededor del casco empresarial del sector Norte de la ciudad de Guayaquil, en Cdla. Kennedy norte mz. 401 villa 22.

Es la principal estrategia ya que el mercado es el empresarial y educativo, los mismo que cuentan con gran afluencia de público.

5.2.5.5.- PROMOCION

Es el conjunto de acciones diversas de tipo comercial que sirve para realizar las políticas generales de marketing dirigida al desarrollo de las ventas a corto plazo.

Publicidad

La publicidad es dada a través de medios de comunicación conocidos en el mercado, por lo cual la publicidad de la empresa será dada a través de dos medios de comunicación escrita en la ciudad, se sacará anuncios sobre el servicio y producto La Revista, que es un folleto de circulación dominical del diario El Universo; y también a través de la sección Expresiones del diario Expreso.

Promoción de ventas

Se realizará incentivos a corto plazo para incrementar la compra del producto, entre los incentivos estará que por cada Desayuno, Brunch y Coffee break se dará el 1% adicional. Otro incentivo será que también en los medios de comunicación ya nombrados anteriormente se publicará cupones de descuento para las Tortas y Detalles.

Relaciones públicas

El departamento de relaciones públicas tendrá como meta perseguir y construir buenas relaciones con los clientes a partir de una publicidad favorable, creando una buena imagen corporativa para evitar rumores y acontecimientos desfavorables.

Venta personal

El departamento de servicio al cliente y ventas se encargará de ofrecer personalmente los productos y servicios con el fin de cerrar ventas y establecer relaciones con los clientes.

Marketing directo

Se establecerá una promoción por contacto directo como teléfono, correo electrónico, Facebook y twitter con consumidores individuales seleccionados con dos objetivos: obtener una respuesta inmediata y fomentar una relación duradera con los clientes.

5.2.6.-INVESTIGACION DE MERCADO

La finalidad de la investigación de mercado es informar, persuadir y recordar la disponibilidad del producto y servicio a los consumidores potenciales para estimular su demanda.

Para realizar la investigación del mercado se ha realizado encuestas a los clientes potenciales, entrevistas a expertos y observación de la competencia.

ENCUESTAS

Con el análisis de las encuestas realizadas se llegó a la conclusión que los productos y servicios a ofertar tiene una gran demanda en el mercado. Para mayor comprensión de las encuestas se analiza cada una de las preguntas con su respectivo grafico estadístico.

Adicional se describe que fueron realizadas 400 encuestas durante los meses noviembre y diciembre del 2010; repartidas en un 15% en sectores como sur y noreste y en un 70 % en el sector norte que es la prioridad del estudio de la empresa y formuladas tanto a personas particulares como a expertos, jefes de áreas de alimentos

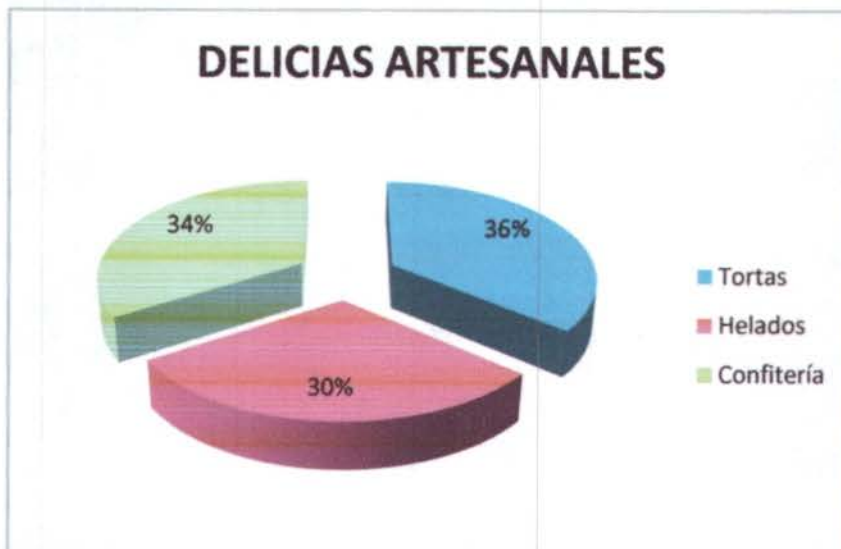
de diversas empresas, chefs profesionales, madres de familia, adolescentes y estudiantes universitarios

Las encuestas cuentan con un total de 6 preguntas, todas cerradas para facilitar su tabulación; la misma se realizó haciendo el conteo individual por pregunta y dividiendo para 100 para sacar el porcentaje respectivo, ésta tabulación se la realizó en el mes de Enero al dar por finalizada la realización de las encuestas.

Se detalla entonces a continuación el resultado individual por pregunta de las encuestas realizadas:

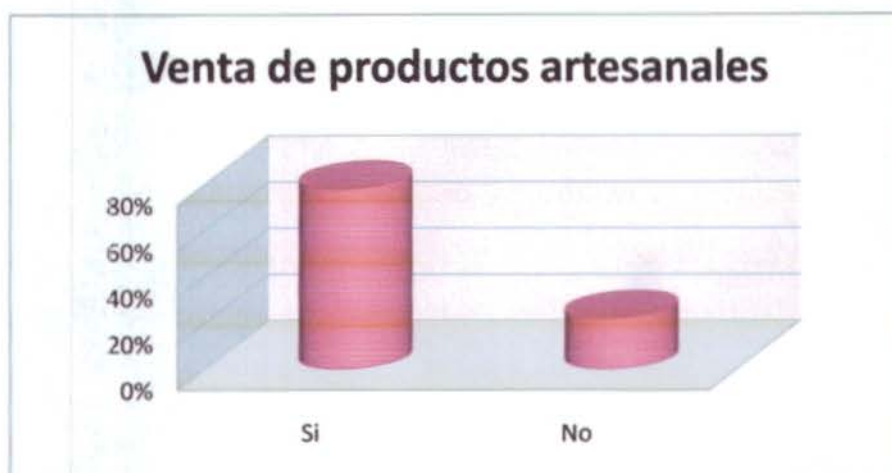
1.- ¿Que se le viene a la mente si escucha Delicias Artesanales?

El 34% de los encuestados respondió a Confiterías, el 36% Tortas y el 30% a Helados; se nota la percepción de los clientes respecto al nombre de la persona y el producto a ofrecer.



2.- ¿Le resultaría interesante que exista en el mercado una empresa que venda productos artesanales?

El 78% de los encuestados respondió afirmativamente, mientras que el 22% restante respondió negativamente, lo cual indica que la venta de productos de manufactura artesanal en la ciudad tiene en la actualidad un incremento en su acogida.



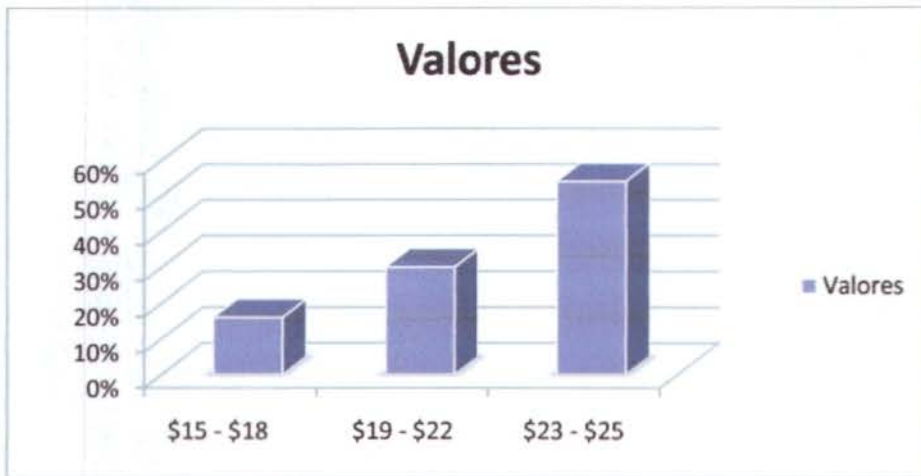
3.- ¿Contrataría usted un servicio de repostería artesanal y a domicilio?

El 68% de los encuestados respondió que Si contrataría el servicio y el 32% respondió que No, se tiene una aceptación dentro del mercado.



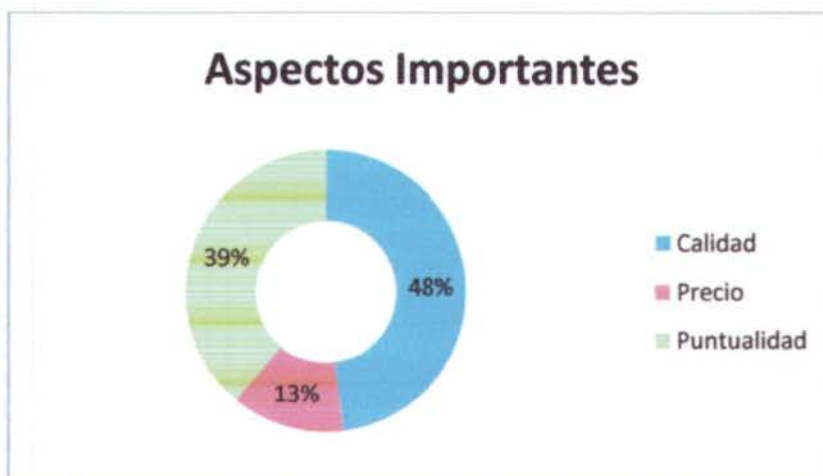
4.- ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un ciento de bocaditos artesanales?

Esta pregunta permite tener una referencia del precio que está dispuesto a pagar el mercado por el ciento de bocaditos. Los resultados arrojados son: el 16% está dispuesto a pagar entre 15 y 18 dólares, el 30% está dispuesto a pagar entre 19 y 22 dólares y el 54% está dispuesto a pagar entre 23 y 25 dólares por el ciento de bocaditos.



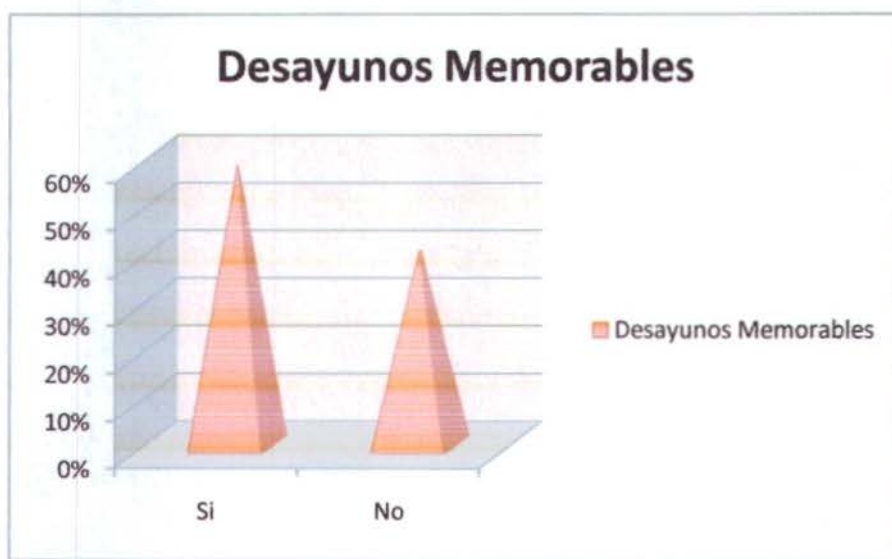
5. ¿Qué aspecto es más importante cuando usted hace un pedido a domicilio?

Esta pregunta es muy importante para la empresa ya que el servicio que se brindará será a domicilio. Las respuestas arrojadas es que el 48% de los clientes prefieren la calidad del producto, el 39% prefiere Puntualidad y el 13% prefiere el Precio.



6. ¿Le gustaría que esta empresa ofrezca canasta de desayunos memorables?

Las canastas de desayunos memorables son un producto un poco desconocido en el mercado, pero después de haber dado una breve explicación del producto los cliente indicaron que el 59% Si está de acuerdo que ofrezcamos este tipo de producto y el 41% indica que No.



VISITAS A EXPERTOS

Se visitó a la Chef Cuisine International Eliana Álava de Piedrahita, que aportó con su experiencia e ideas sobre el tipo de empresa que se lanzará al mercado. También se realizó entrevistas a antiguos empleadores, actuales dueños de reconocidas dulcerías y empresas que montan eventos y solo alquilan locales o mesas para que promocionen o sugieran a la empresa y ser posibles aliados, además de evaluar sus necesidades o las debilidades que poseen, porque para la empresa se convierten en oportunidades.

OBSERVACION DE LA COMPETENCIA

Se dedicó un tiempo para poder realizar visitas a los diferentes locales que son de la competencia, se evaluó su servicio, productos y precios que ofrecen, lo cual permite a la empresa tener una referencia de la futura competencia.

5.3.- PRONOSTICOS DE VENTAS

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"
PRONOSTICO DE VENTAS

CATEGORIA	PRODUCTOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTALES	
DESAYUNOS	ARTESANA 1 (10pax, \$2.50 por pax)	125,00	150,00	200,00	250,00	0,00	125,00	375,00	0,00	100,00	150,00	200,00	125,00	1800,00	
	ARTESANA 2 (10pax, \$3.50 por pax)	175,00	175,00	350,00	350,00	0,00	175,00	105,00	0,00	140,00	175,00	350,00	175,00	2170,00	
	ARTESANA 3 (10pax, \$4.50 por pax)	225,00	135,00	135,00	675,00	90,00	225,00	180,00	90,00	180,00	135,00	135,00	225,00	2430,00	
BRUNCH	ARTESANA 1 (\$5.50 por 10 PAX)	275,00	165,00	275,00	0,00	440,00	550,00	330,00	440,00	220,00	165,00	275,00	275,00	3410,00	
	ARTESANA 2 (\$7.50 por PAX)	375,00	450,00	75,00	0,00	525,00	0,00	150,00	525,00	300,00	450,00	75,00	375,00	3900,00	
	ARTESANA 3 (\$8.50 por PAX)	425,00	340,00	340,00	0,00	425,00	0,00	170,00	425,00	425,00	340,00	340,00	425,00	3655,00	
COFEE BREAK	ARTESANA 1 (\$3,50 por 10 PAX)	175,00	175,00	70,00	0,00	0,00	0,00	105,00	0,00	175,00	175,00	70,00	175,00	1120,00	
	ARTESANA 2 (\$5,00 por PAX)	250,00	150,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	150,00	100,00	250,00	1250,00	
BOCADITOS DE 50 PAX	SUSPIROS	165,00	82,50	55,00	165,00	33,00	137,50	82,50	49,50	38,50	110,00	82,50	99,00	1100,00	
	YEMITAS ACARAMELADAS EN CELOFÁN	82,50	99,00	55,00	82,50	33,00	198,00	99,00	44,00	49,50	110,00	82,50	88,00	1023,00	
	OREJITAS	110,00	49,50	55,00	110,00	33,00	275,00	49,50	22,00	49,50	110,00	99,00	110,00	1072,50	
	ALFAJORES DE MANJAR	84,00	203,00	70,00	84,00	42,00	42,00	203,00	105,00	63,00	140,00	112,00	105,00	1253,00	
	BOLITAS DE NUEZ	119,00	133,00	140,00	119,00	42,00	42,00	133,00	84,00	49,00	140,00	140,00	140,00	1281,00	
	BASTONES DE CANELA	42,00	161,00	140,00	42,00	35,00	56,00	161,00	77,00	56,00	140,00	105,00	140,00	1155,00	
	APLANCHADITOS	98,00	35,00	175,00	98,00	28,00	161,00	35,00	77,00	161,00	112,00	140,00	112,00	1232,00	
	EMPANADITAS DE MANJAR	56,00	84,00	133,00	56,00	42,00	49,00	84,00	91,00	42,00	105,00	140,00	105,00	987,00	
	TRUFAS DE CHOCOLATE NEGRO	187,50	75,00	75,00	187,50	15,00	97,50	75,00	165,00	60,00	187,50	120,00	150,00	1395,00	
	TRUFAS DE CHOCOLATE BLANCO Y COCO	90,00	75,00	75,00	90,00	60,00	142,50	75,00	135,00	45,00	187,50	112,50	150,00	1237,50	
	CARACOLES AZUCARADOS	120,00	375,00	75,00	120,00	120,00	112,50	375,00	52,50	30,00	112,50	150,00	112,50	1755,00	
	MINI SUSPIROS DE MANJAR	72,00	240,00	64,00	72,00	144,00	48,00	240,00	240,00	64,00	120,00	80,00	120,00	1504,00	
	MARMOLEADOS, MASA DE MENTA CON MASA DE CHOCOLATE	72,00	200,00	104,00	72,00	120,00	48,00	240,00	72,00	96,00	120,00	80,00	120,00	1344,00	
	TARTALETAS DE MANJAR CON NUEZ O COCO	56,00	120,00	80,00	56,00	48,00	64,00	240,00	48,00	112,00	120,00	120,00	120,00	1184,00	
	DULCES DE MOKA	153,00	127,50	102,00	153,00	34,00	195,50	255,00	59,50	144,50	85,00	102,00	85,00	1496,00	
	TARTALETAS DE DURAZNO	42,50	127,50	85,00	42,50	76,50	59,50	127,50	42,50	136,00	102,00	102,00	102,00	1045,50	
	TARTALETAS DE FRUTILLA	195,50	127,50	425,00	195,50	68,00	110,50	127,50	76,50	76,50	127,50	195,50	127,50	1853,00	
	NEGRITOS EN SALSA DE CHOCOLATE	27,00	90,00	90,00	27,00	225,00	171,00	90,00	144,00	81,00	225,00	207,00	90,00	1467,00	
	RELAMPAGUITOS	171,00	135,00	90,00	171,00	72,00	135,00	135,00	198,00	81,00	135,00	225,00	135,00	1683,00	
	CARACOLES DE HOJALDRE CON CREMA	135,00	90,00	360,00	135,00	450,00	126,00	180,00	27,00	54,00	225,00	180,00	180,00	2142,00	
BOCADITOS DE 50 PAX	EMPANADITAS DE QUESO	262,50	105,00	94,50	105,00	94,50	31,50	105,00	73,50	94,50	189,00	73,50	157,50	1386,00	
	CONITOS DE QUESO	378,00	105,00	94,50	105,00	94,50	52,50	105,00	94,50	84,00	168,00	94,50	157,50	1533,00	
	CANAPES DE QUESO CREMA Y HIERBAS	525,00	105,00	94,50	105,00	94,50	94,50	105,00	94,50	42,00	210,00	94,50	189,00	1753,50	
	EMPANADITAS DE CARNE	69,00	172,50	138,00	115,00	46,00	69,00	172,50	103,50	138,00	172,50	103,50	184,00	1483,50	
	EMPANADITAS DE CHOCLO Y QUESO	69,00	172,50	115,00	230,00	57,50	69,00	172,50	80,50	138,00	230,00	80,50	230,00	1644,50	
	PATACONES RELLENOS	92,00	172,50	126,50	230,00	23,00	57,50	172,50	92,00	115,00	230,00	92,00	172,50	1575,50	
	MINIQUICHE DE BRÓCOLI	287,50	250,00	150,00	312,50	37,50	50,00	250,00	187,50	125,00	200,00	287,50	250,00	2387,50	
	BOLLITOS DE ESPINACAS	87,50	250,00	137,50	237,50	112,50	75,00	250,00	75,00	125,00	187,50	75,00	250,00	1862,50	
	BOMBONES DE QUESO CON NUECES	162,50	25,00	250,00	125,00	150,00	25,00	25,00	100,00	275,00	250,00	125,00	200,00	1712,50	
	DEDITOS DE POLLO CON MANÍ	256,50	675,00	297,00	135,00	202,50	108,00	337,50	81,00	243,00	270,00	81,00	202,50	2889,00	
	YUQUITAS RELLANAS DE QUESO CON AJÍ DE CHOCO	202,50	405,00	351,00	135,00	675,00	216,00	405,00	54,00	94,50	202,50	54,00	270,00	3064,50	
	TARTELAS DE POLLO CON SALSA DE CHAMPIÑONES	84,00	364,00	266,00	112,00	84,00	252,00	364,00	112,00	350,00	210,00	364,00	140,00	2702,00	
	BROCHETAS DE LOMO Y RES	108,00	810,00	144,00	234,00	414,00	270,00	360,00	216,00	162,00	270,00	216,00	180,00	3384,00	
	BROCHETAS DE LANGOSTINOS	148,00	222,00	148,00	185,00	148,00	111,00	222,00	259,00	111,00	277,50	259,00	277,50	2368,00	
	MINIQUICHE DE CANGREJO	460,00	200,00	120,00	240,00	120,00	80,00	200,00	340,00	140,00	200,00	340,00	240,00	2680,00	
	HAYACAS	161,00	230,00	92,00	230,00	92,00	207,00	230,00	368,00	115,00	276,00	368,00	276,00	2645,00	
	HUMITAS GRANDES	299,00	0,00	69,00	1150,00	161,00	184,00	92,00	207,00	207,00	345,00	276,00	276,00	529,00	3519,00
	QUIMBOLITOS	437,00	0,00	161,00	230,00	138,00	575,00	92,00	207,00	345,00	230,00	276,00	276,00	529,00	3220,00
	TAMAL LOJANO	345,00	0,00	46,00	230,00	207,00	184,00	92,00	138,00	460,00	345,00	276,00	575,00	2898,00	
	TOTAL		8537,00	8633,00	6887,50	7799,00	6152,00	6056,50	8174,00	6172,50	6642,50	8917,00	7656,00	9425,50	\$ 91.052,50

PRESUPUESTO DE MARKETING MENSUALIZADO

PLAN DE MARKETTING	JULIO	AGOSTO	SEPTBRE	OCTUBRE	NOV	DIC	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTALES
Publicidad en DIARIO EL UNIVERSO SECCION LA REVISTA CIRCULACION DOMINICAL OCTAVO DE PAGINA : 9.42cm x5,43cm (\$ 480.00 *4 domingos)	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00				\$ 1.920,00		\$ 1.920,00			\$ 1.920,00		\$ 9.600,00
Publicidad en DIARIO EL EXPRESO SECCION EXPRESIONES (1 vez a la semana - dia lunes) 3 columnas (12.4 cm.) x 6.8 cm. (250*4)	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00			\$ 1.000,00				\$ 1.000,00		\$ 1.000,00	\$ 6.000,00
FOLLETOS PAPELERIA VOLANTES STICKERS		\$ 100,00			\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 100,00		\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.100,00
OBSEQUIO POR COMPRA (TAZAS, LONCHERAS, TOMATODO)				\$ 100,00		\$ 200,00		\$ 200,00			\$ 200,00		\$ 700,00
TRIPTICOS FULL COLOR CON PRODUCTOS Y DESCUENTOS ESPECIALES POR TEMPORADA						\$ 200,00		\$ 200,00			\$ 200,00		\$ 600,00
ALIANZA COURIER INTERAGUA SECTOR NORTE		\$ 70,00			\$ 70,00	\$ 70,00		\$ 70,00			\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 420,00
COURIER DEL SOL (FOLLETERIA Y TRIPTICOS SECTOR NORT)		\$ 87,00			\$ 87,00	\$ 87,00		\$ 87,00			\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 522,00
TOTAL GASTO MENSUAL	\$ 2.920,00	\$ 3.177,00	\$ 1.000,00	\$ 100,00	\$ 307,00	\$ 3.627,00	\$ 150,00	\$ 2.627,00	\$ 100,00	\$ 1.000,00	\$ 2.627,00	\$ 1.307,00	\$ 18.942,00

PUBLICIDAD DE APERTURA

Mailing	150,00
Advertising	534,00
Stickers x200	70,00
Cartas de apertura full color x1000	85,00
Volantes full color x1000	95,00
Folletos creativos de tres hojas full color	120,00
Elaboracion de vouchers	60,00
Cupones de descuento	60,00
Tarjetas de presentacion	44,00
Publicidad en Periodicos varios	2920,00
EL UNIVERSO SECCION LA REVISTA CIRCULACION DOMINICAL OCTAVO DE PAGINA : 9.42cm x5,43cm	1920,00
EL EXPRESO SECCION EXPRESIONES 3 columnas (12.4 cm.) x 6.8 cm.	1000,00
Publicidad para el local	345,00
Lona Publicitaria full color 3mts ancho x 2 de largo)	45,00
Letrero	300,00
Otros	55,00
Pagina web	15,00
Facebook	0,00
Twitter	0,00
Publicidad rodante	40,00
Total Inversion en publicidad de apertura	4.004,00

5.4.- AUDITORIA Y CONTROL DE RESULTADOS

El plan de marketing será monitoreado y controlado de manera continua, se realizará una retroalimentación del plan establecido, este control será realizado anualmente en el ámbito de eficiencia, rentabilidad y estrategia.

El control de plan anual permite asegurar que las metas establecidas se alcancen durante el desarrollo de las actividades del negocio, se incluirá el control de las ventas, la participación en el mercado, gastos de marketing, supervisión de políticas de calidad.

La responsabilidad de este control recaerá en la gerencia la cual deberá determinar si se está obteniendo los resultados propuestos.

CONTROL DE LA EFICIENCIA

En caso de que no se logren las metas de marketing establecidas, se deberá evaluar la eficiencia, esta labor será realizada por la gerencia general, donde se medirá la eficiencia de la publicidad.

CONTROL DE LA RENTABILIDAD

La rentabilidad en este caso será de 15% sobre la inversión inicial; se medirá y comparará con la rentabilidad realizada. Este control lo realizara la gerencia general, y tiene como objetivo determinar donde gana o pierde dinero la empresa.

CONTROL ESTRATEGICO

Las metas de marketing previamente establecidas, serán evaluadas y determinada su eficiencia, se procederá a reevaluar el enfoque estratégico al mercado meta, realizando auditorias de marketing, y de excelencia de servicio, así como la revisión de la responsabilidad de la misma.

Este control lo realiza la alta gerencia con la ayuda de un auditor de marketing, donde se va a determinar si se están aprovechando las mejores oportunidades en el mercado. También se evaluará los planes promocionales, los cuales serán medidos periódicamente en base a los resultados del plan publicitario con el presupuesto establecido.

Se llevará un control estricto de las promociones escritas, se controlará que las diferentes redes sociales y páginas web se mantengan al día con la información respecto a productos, servicios y precios.

5.4.1.- IMPLANTACION

PREAPERTURA

Se creará expectativa en el mercado, distribuyendo volantes y colocando una lona publicitaria afuera del establecimiento.

Llegando a la fecha cercana a la apertura, se realizará el envío de las Cartas de Apertura, donde se indicará los servicios y productos que se ofrecen.

INAUGURACION

Se recibirá a los clientes que se les envió la carta de apertura para ayudar con sus inquietudes.

Dentro del local se tendrá muestras de los productos que se ofrecerán para que los clientes puedan degustarlos.

Durante las dos semanas posteriores desde la inauguración de la empresa se publicará el día domingo en La Revista del diario El Universo y en Expresiones del diario Expreso, cupones de descuento para atraer a mayor clientela.

5.4.2.-PLAN DE CONTINGENCIA

Todo plan de marketing debe contemplar las acciones a realizar de forma inmediata para el caso que se produzcan desviaciones de los objetivos propuestos durante el periodo de vigencia del plan; por lo cual se propone un plan de contingencia con las siguientes estrategias.

Ofertas:

- Por cada pedido realizado en desayunos, brunch y coffee breaks se ofrecerá el 3% adicional de los productos ya mencionados anteriormente.

- En pedidos de bocaditos de sal o bocaditos de dulce donde el número de bocaditos pedidos sea mayor a tres cientos bocaditos, se ofrecerá el 5% adicional en el tipo de bocadito elegido por el cliente.

Descuentos:

- Para los clientes que realicen sus pedidos antes de 72 horas de la fecha del evento, se realizara un descuento del 5% en los diferentes productos ofrecidos.

- Los clientes que cancelen el 80% de la totalidad del precio de los productos solicitados antes de las 24 horas de la fecha de entrega se realizara un descuento del 5% del valor total.

Convenios:

- Se realizara un convenio con Manso Boutique Hostel, donde se promocionará los productos, ya que en el área de la recepción del hostel se colocará un estante publicitario de la empresa dando a conocer los diferentes productos. También se brindará productos en los días que el Hostel realice eventos, donde las personas que asistan puedan degustarlos, para lograr un marketing de boca a boca.

-La estrategia principal a usarse es realizar un mayor énfasis al marketing de boca en boca, el cual es una estrategia que permitirá captar un mayor número de clientes

-Producto precio plaza promoción.- Alianza con alguno de los principales líderes globales en el entorno de Internet o con un consorcio de ellos.

CAPITULO VI

6.- PLAN OPERATIVO.-

6.1.- INTRODUCCION

Un plan operativo es un documento en el cual los responsables de una organización establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir, por tanto en este punto del proyecto se describe paso a paso y detalladamente el desarrollo de las actividades diarias del negocio.

En este punto se pondrán por escrito las estrategias que se tienen en mente y que se han ideado y desarrollado para que se cumplan los objetivos, a partir de este plan se tener un seguimiento de las acciones y se juzgará la eficacia en el cumplimiento de las mismas.

6.2.- DISTRIBUCION DEL ORGANIGRAMA:

DESCRIPCION DE DEPARTAMENTOS:

ADMINISTRACION Y LOGISTICA

8h00.- La responsable del departamento administrativo será la encargada de abrir las puertas del local a las 9h00, su deber es estar media hora antes organizando todo para la apertura y para la respectiva atención al cliente.

Estará al tanto del movimiento y desempeño de todo el personal durante la jornada, mientras desarrolla los planes financieros, realiza proyecciones, y analiza el crecimiento o estabilidad financiera de la empresa.

Todas las actividades detalladas no son la única responsabilidad de las encargadas, es una empresa pequeña y se necesita el compromiso de todas las involucradas, por tanto las labores extras que deban realizarse tendrán que ser atendidas de la mejor manera para garantizar el crecimiento paulatino de la empresa.

VENTAS Y RELACIONES PÚBLICAS

8h00.- La responsable del departamento de ventas y relaciones publicas será la encargada de servir de apoyo a los programas de mercadeo, incluyendo la publicidad del producto, como el de su proceso en los desplegados de prensa, y la utilización audiovisual de radio y televisión, deberá implementar comunicaciones internas con los empleados en la realización de publicaciones para la compañía, y a su vez ejecutar programas de información para los empleados acerca de las utilidades, aspectos económicos de la empresa, control de calidad y operaciones gerenciales de la

empresa, Efectuará estudios de opinión pública con el objetivo de analizar en detalle los públicos, actitudes y formación de su opinión hacia la empresa. Realizará planes y programas de Relaciones Públicas para la empresa que permita incrementar su funcionamiento interno como externo y las operaciones generales de la organización.

Mantendrá relaciones cordiales con los públicos a través de comunicaciones de doble dirección, de puertas abiertas con todas aquellas personas que de alguna manera están conectadas con la empresa.

Velará por que se mantengan tratos cordiales con los diferentes públicos que se acerquen a la empresa y deberá brindar todo tipo de acceso, desde una llamada telefónica hasta brindar la información que requieran. Proporcionar información a los visitantes, como al personal en cuanto a reuniones, seminarios y proyectos de la misma.

Trabjará en conjunto con otros departamentos de la empresa para ejecutar buenos programas de Relaciones Públicas y a su vez tener conocimientos de los mismos para diseñar técnicas de comunicación (boletines informativos, folletos, brochurs, etc.) que informen sobre las diversas funciones a su público externo.

RECEPCION Y SERVICIO AL CLIENTE

8h00.- La atención al cliente será de 9h00 a 18h00 se receptorán llamadas, Se atenderán visitas y despacharán pedidos en caso que sea necesario, se mantendrá siempre en movimiento las Relaciones Públicas, enviando mails constantemente y realizando publicidad y cotizaciones vía internet. Se realizará informes diarios de los clientes y a partir de las llamadas recibidas se hará lo posible por enganchar al cliente con el departamento de Relaciones Públicas , se llevará una agenda de las llamadas receptoradas y de

los posibles futuros clientes, en ciertos aspectos será un apoyo para el Departamento de Ventas y Relaciones Públicas, ayudará en la parte contable en caso de que sea necesario, recibirá documentos importante y los hará llegar a los respectivos departamentos, realizará los pagos y llevaría registros de las facturas de servicios básicos y a proveedores en caso de que fuera necesario. Estará pendiente del estado del vehículo en el que se transportan los alimentos es decir si este necesita gasolina cambio de aceite etc.

DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS

8h00.- El departamento de alimentos estará atento a los pedidos que se realicen, sus actividades también se desempeñaran de 9h00 a 18h00 y en caso de que los alimentos los necesiten se prolongará la elaboración de éstos. Cabe recalcar que no siempre este departamento tendrá un horario de trabajo fijo, ya que si el pedido del cliente lo amerita deberán extenderse o rotarse las jornadas de trabajo. Este será el encargado de la limpieza, orden y abastecimiento de su departamento así como de la elaboración de los alimentos.

18h00.- se cierran las puertas del local

6.3.- DESCRIPCIONES DE LOS CARGOS:

EL GERENTE GENERAL O SUPERVISOR

Las funciones del gerente general incluyen:

- En la empresa por cuestión magnitud el gerente general realizara a la vez las funciones de supervisor.
- Contratará al personal cuando sea necesario, realizará evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento y desarrollará metas a corto y largo plazo para cada departamento -o encargado de área en este caso-

- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo y objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los encargados de otras áreas.
- Comunicarse semanalmente con los contralores/gerentes de oficina para revisar los pronósticos por departamento y asegurar la coherencia con la proyección anual.
- Poner atención a las operaciones diarias del personal de la empresa, haciendo recomendaciones y creando cursos de acción para hacer mejoras si es necesario.
- Explicar las políticas y procedimientos de la empresa a todos los colaboradores y hacer seguimiento para asegurar que estos temas han sido comprendidos y puestos en práctica.
- Proporcionar informes semanales acerca de las condiciones financieras.
- Supervisar los estados financieros mensuales para asegurar su cumplimiento, precisión y puntualidad en la entrega a los proveedores y demás.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras, el personal y el medio.
- Coordinar reuniones regulares con los encargados de cada área para asegurar su rentabilidad y eficiencia.
- Supervisar la contratación y entrenamiento del personal.
- Mantener una actitud entusiasta para motivar a los empleados y mantenerles la moral bien alta.
- Supervisar y mantener planes de remuneración para todos los empleados.
- Crear programas de publicidad y estrategias promocionales para la empresa.
- Enfocarse en cualquier reclamo de los clientes que los encargados de cada área no han podido rectificar y tomar las acciones necesarias para resolver estos reclamos.

EL CONTADOR:

Las funciones del contador son:

Este será contratado una sola vez al mes para que realice toda la contabilidad de la empresa en dicho mes)

- Reconciliar y balancear las cuentas.
- Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar y llevar los registros financieros.
- Revisar las cifras, anotaciones y documentos para un correcto asiento contable en los libros, ser preciso y minucioso con los números y codificación.
- Recopilar informes estadísticos, financieros, contables o de auditoría y tablas concernientes a esta materia tales como recibos de caja, gastos, cuentas por pagar, cuentas por cobrar, ganancias y pérdidas.
- Llenar y enviar los formularios de impuestos, formularios de compensación a trabajadores, formularios de contribución de pensión y otros documentos gubernamentales.

ATENCION AL CLIENTE Y CAJA:

Las funciones son:

- Saludar amablemente a los clientes, contestar las preguntas de los clientes, aconsejar sobre las compras o dar opciones de consumo
- Digitar y grabar todas las transacciones.
- Cobrar las órdenes del cliente.
- Contar el dinero en efectivo que se encuentra en la registradora al iniciar el turno para asegurarse que las cantidades de dinero estén correctas y que tenga suficiente menudo para dar vueltas, también deberá conciliar el dinero de la caja al final del turno.
- Establecer e identificar los precios de las partes o servicios y facturar cuentas usando calculadoras, cajas registradoras y/o computadoras.

- Expedir recibos, hacer devoluciones de dinero, créditos o dar vueltas a los clientes.
- Compilar y mantener informes y registros no monetarios.
- En ocasiones realizar cursos sobre funciones administrativas.

COCINERO O CHEF

- Como responsable del departamento, se ocupará de la organización, distribución y coordinación de todo el personal adscrito a la cocina así como de la elaboración y condimentación de las comidas, con sujeción al menú y regímenes alimentarios que propondrá para su aprobación a la dirección del centro y supervisión del departamento médico.
- Supervisar los servicios ordinarios, especiales y extraordinarios que diariamente se comuniquen.
- Disponer entre el personal de cocina, el montaje de los carros con los menús elaborados.
- Vigilar la despensa cada día, mirando de suministrar los artículos de ésta al almacén, vigilando su estado, que se encargará de sacar, a medida que se necesite para su confección de los diferentes servicios a realizar.
- Recontar las existencias con los administradores de las residencias, comunicar a la dirección las faltas que vea y tener en cuenta que el personal a su cargo cumpla con su actividad profesional, vigilar también su higiene y su uniformidad.
- Realizar todas aquellas funciones que, sin especificar, estén en consonancia con su lugar de trabajo y cualificación profesional.
- Supervisar el mantenimiento, en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento de la maquinaria y utensilios propios del departamento tales como: bandejas, hornos, freidora, extractores, filtros, cortadoras, ollas, etc.

AYUDANTES DE COCINA

- Como el nombre indica se trata de ayudar al cocinero, facilitar su trabajo para que el servicio sea más rápido. Las labores son:
- Como regla general: “ayudar en lo que sea necesario al cocinero”
- Limpiar la cocina tanto al acabar el servicio como en medio de este mientras fuere necesario.
- Ordenar y repasar la cocina para que el servicio se lleve más fácil.
- También preparar las guarniciones de los platos, las ensaladas o platos fríos.
- Pelar patatas, cortarlas y también con la cebollas, zanahorias y demás.
- Lavar la vajilla.
- Recoger y guardas cosas del almacén.
- Hacer de todo un poco. Cuantas cosas más puedas hacer pues muchísimo mejor.

DESPACHADOR O CHOFER:

- Para facilitar el trabajo de todos, al ser sus funciones necesarias muy pocas, el despachador además de -cómo su nombre lo indica- despachar el pedido (de la cocina al auto, en perfectas condiciones) y entregárselo al domicilio del cliente, ayudara también en lo que fuere necesario en los momentos en que su labor específica no este copada.

DIRECTOR DE MERCADEO

Las funciones del director de mercadeo incluyen:

- Trazar metas de mercadeo para asegurarle a la empresa un mayor volumen de ventas.
- Mantener a la cartera de clientes al tanto de las promociones y productos con los que se cuenta.
- Supervisar el desarrollo y ejecución de las actividades promocionales y la publicidad de la empresa tales como impresos, publicidades directas por correo, comerciales de televisión y radio. Esto incluye trabajar con diseñadores gráficos y escritores para asegurar la adecuada producción del material de publicidad.
- Trabajar con agencias de publicidad para crear campañas publicitarias para la empresa.
- Formular, dirigir y coordinar las actividades y políticas de mercadeo para promocionar la empresa y sus servicios y trabajar con los gerentes de publicidad y promociones cuando sea necesario.
- Identificar, desarrollar y evaluar una estrategia de mercadeo basada en el conocimiento de los objetivos del establecimiento, características del mercado y los factores de costos y recargos.
- Iniciar investigaciones de mercadeo para luego analizar los hallazgos y así asegurar los más altos niveles de efectividad en la publicidad.
- Negociar contratos con los vendedores y distribuidores para gestionar distribución de materiales impresos y desarrollar estrategias de distribución.
- Trabajar con los fabricantes y coordinar las campañas para promocionar los nuevos productos de la empresa.

6.4.- SUELDOS

Para iniciar el negocio se pagará un sueldo base de \$274.05 dólares, de los cuales se descontará el 9.35% del aporte al IESS. A medida de que el negocio empiece a rendir, si es posible, éstos se incrementarán poco a poco.

6.5.- HORARIOS

El horario del departamento de atención al cliente y ventas será de 8:00 a 18:00, de lunes a sábado.

El horario del área de operaciones será de domingo a viernes y dependerá de los pedidos que se tenga pero como base será de disponibilidad completa de domingo a viernes.

Los empleados encargados de cocina deberán estar 30 minutos antes para poder preparar el área de trabajo y los productos. Su horario de trabajo no está establecido por que todo dependen de la magnitud de los pedidos. Las horas de trabajo serán de 9 a 10 horas diarias o según convenga.

6.6.- DECORACIÓN DEL LOCAL

El local brindará un ambiente que proyecte frescura, limpieza. Estará pintado con colores claros y cálidos que den un aspecto confortable de oficina y al mismo tiempo inviten a los clientes a evocar en la memoria del paladar.

Es bien conocido que los colores producen unas especiales reacciones y estados en los sujetos que los miran. Del mismo modo produce variaciones visuales en el ambiente, haciéndolo parecer con características diferentes a las reales.

Naranja:

- Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo.
- La visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental.
- Es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicar con ellos.
- Color cítrico, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito. Es muy adecuado para promocionar productos alimenticios y juguetes
- El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención

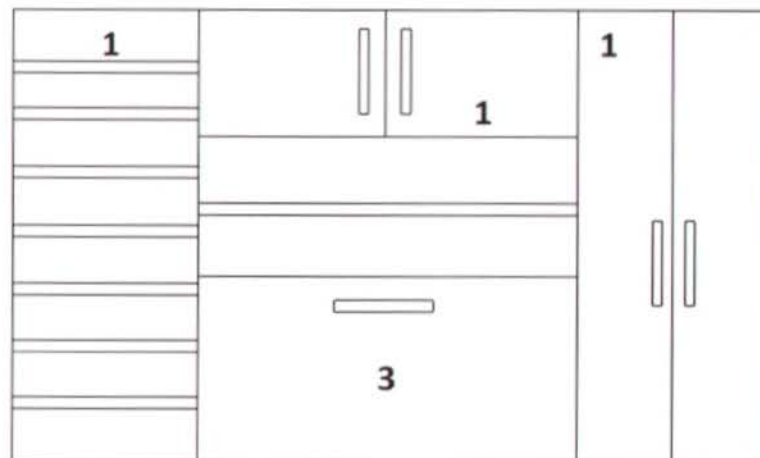
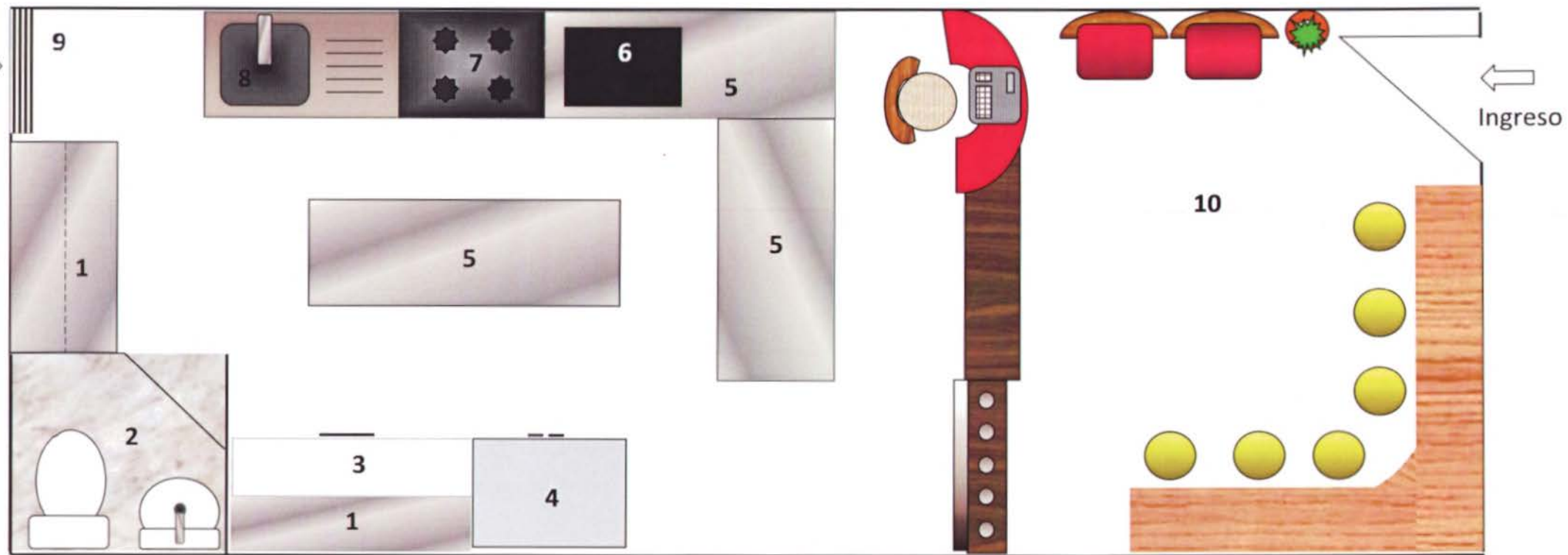
Verde:

- Por ser un color mezcla entre azul y amarillo, dos colores de características opuestas, podríamos decir que es un color equilibrado, que expresa quietud, vegetación, frescura.
- El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- El color verde tiene un gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista.
- Por su asociación a la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos.

El local estará decorado con estilo minimalista. Tendrá un ambiente que denote frescura. Sus paredes estarán pintadas de blanco con unos toques de naranja y verde.

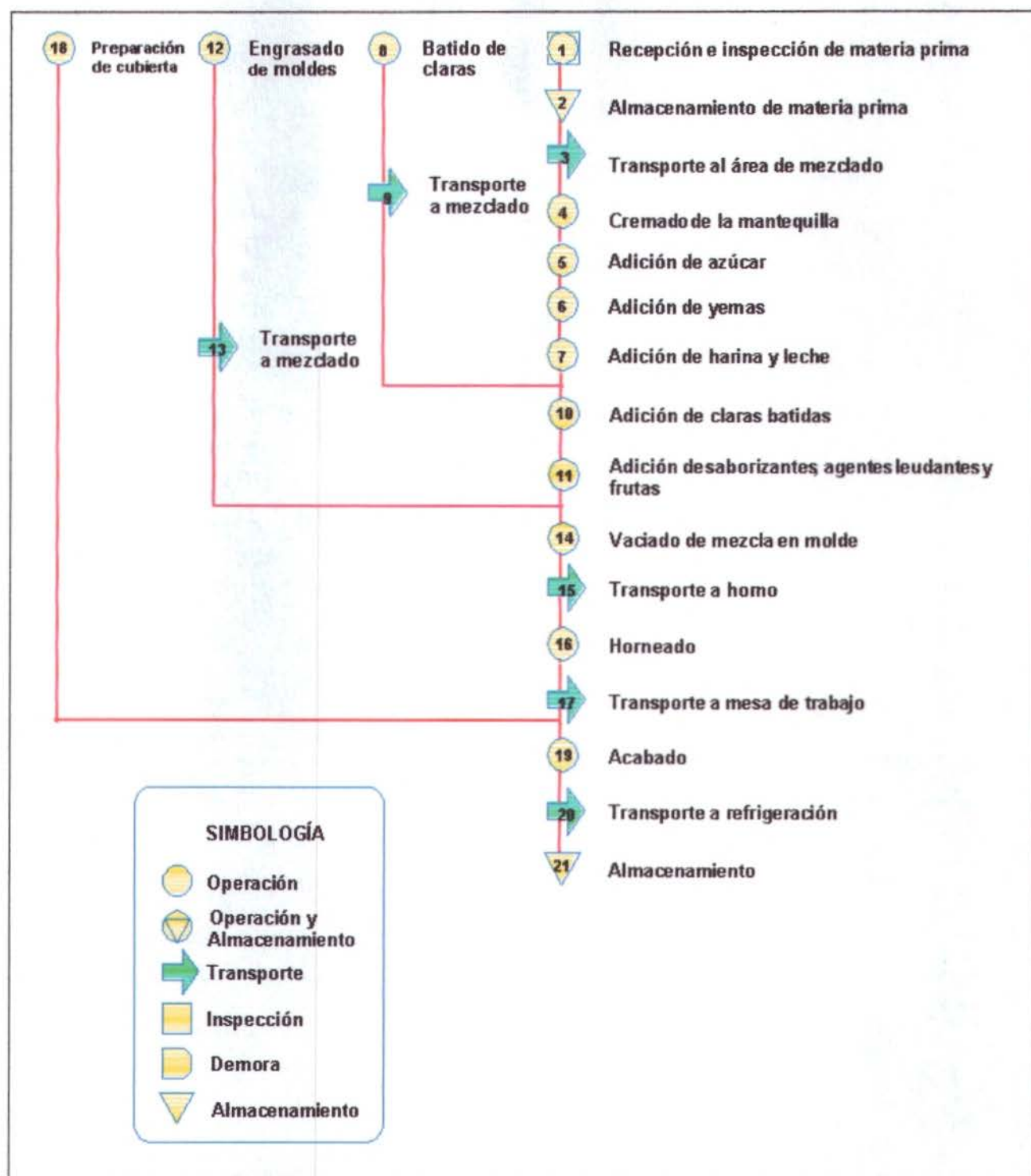
La idea del uso de estos colores se debe al concepto de la empresa. El naranja se usará por el estímulo del apetito que éste provoca y el verde por la asociación con lo sano y natural.

6.7.- PLANOS DE OPERACIONES



- 1.- Recepción de alimentos y alacena
- 2.- Baño de servicio
- 3.- Congelador
- 4.- Nevera dos puertas
- 5.- Mesones de trabajo
- 6.- Hornos industriales
- 7.- Cocina
- 8.- Lavadero
- 9.- Ingreso de servicio y alimentos
- 10.- Recepción y atención al cliente

6.7.1.- FLUJO GENERAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN:



6.7.2.- DETALLE GENERAL DEL PROCESO DE PRODUCCION DE “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”

Recepción e inspección de materia prima.- Se recibe la materia prima de los proveedores (estipulados más adelante “lista de proveedores”) a la que antes de almacenarla, se le realiza una inspección para verificar sus características, siendo algunas de estas las que se enuncian a continuación:

- Principales:
Harina de trigo.- Se verifica el contenido de proteínas y carbohidratos que son los responsables de darle al pastel una estructura suave, esponjosa y semirrígida.
- Leche.- Se verifica el contenido de sólidos grasos y de lactosa ya que éstos son los que proporcionan la textura del pastel y el color de la migaja.
- Huevo.- Se verifica su contenido de grasa, proteínas y sólidos totales.
- Mantequilla.- Se verifica su contenido de grasa y humedad, así como el índice de yodo.
- Otros ingredientes que se reciben son.- Azúcar, agentes químicos leudantes, saborizantes artificiales y frutas.

Almacenamiento de materia prima.- Una vez que se verifican las características de la materia prima se procede a su almacenamiento.

La harina, el azúcar y otros productos en polvo se almacenan en silos (envases sellados herméticamente de preferencia ubicarlos en lugares oscuros).

Los ingredientes líquidos (excepto la leche) se almacenarán en depósitos, preferentemente de acero inoxidable. La leche, mantequilla, huevos e incluso la fruta se almacenará en cámaras de refrigeración.

Cremado de la mantequilla.- La mantequilla se deposita en una máquina batidora en donde se bate a una velocidad de aproximadamente 590 rpm. por unos 18 a 20 min.

La mantequilla tiene un corto periodo de plasticidad, por lo que es necesario trabajar con este ingrediente a una temperatura de entre 18 y 21° C. de esta manera es posible aprovechar mejor las propiedades de cremado (incorporación de aire) de la mantequilla.

Es fundamental utilizar tiempos, velocidades y temperaturas de mezclado que permitan que los ingredientes realicen sus funciones correctamente. El empleo de tiempos y velocidades inadecuados pueden causar problemas que afecten al batido y, la calidad del producto final, ocasionando desgaste en la maquinaria y elevados costos de operación.

La temperatura del batido ejerce una gran influencia en la viscosidad del mismo. Al trabajar con una viscosidad adecuada, la incorporación de aire al batido será más fácil además de que se mostrará más estable; lo que redundará en la calidad del pastel.

Mezclado o adición de ingredientes.- Depende del producto que se realice pero como base el proceso lleva los siguientes pasos Adición de azúcar, Adición de yemas, Adición de harina y leche, Batido de claras y demás ingredientes.

Engrasado de moldes.- Paralelamente al mezclado se realiza el engrasado de los moldes en que se vertirá la masa, el engrasado se hará con mantequilla, margarina o manteca para evitar que los dulces se peguen al molde. Los moldes serán de acero inoxidable debido a su facilidad de limpieza. Este engrasado se efectuará en la mesa de trabajo.

Transporte a mezclado.- Los moldes ya engrasados se transportan manualmente a la máquina batidora que contiene la mezcla de ingredientes.

Vaciado de mezcla en moldes.- La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados, el vertido se realiza por gravedad, una vez que el molde contiene la mezcla, se elimina el exceso de ésta para que la superficie quede uniforme.

Transporte a horno.- Los moldes con mezcla se transportan manualmente al área de hornos.

Horneado.- La mezcla se deja hornear a la temperatura que exija el producto durante el tiempo que sea necesario.

En esta parte del proceso de elaboración el calor transforma la mezcla en un producto ligero, poroso, fácilmente digerible y de sabor agradable, lo cual se logra por una serie de reacciones que se llevan a cabo debido a la temperatura. Estas reacciones ocurren en una secuencia propia y deben realizarse en condiciones controladas.

El tiempo y la temperatura del horneado, así como la humedad relativa del aire existente dentro del horno, son factores que deben ser cuidadosamente vigilados, cumplidos según las exigencias de cada producto y para que esta etapa del proceso de elaboración, se realice exitosamente.

Transporte a mesa de trabajo.- Terminada la etapa de horneado el producto se transporta manualmente por medio de charolas a la mesa de trabajo.

Preparación de la cubierta.- Paralelamente se prepara la cubierta que se pondrá al producto, los ingredientes que compondrán dicha cubierta dependen del sabor y tipo de producto pudiendo usar merengue y crema dulce, entre otros.

Acabado.- Esta actividad consiste en poner la cubierta previamente preparada al producto, también se refiere a adornar el producto con trozos de frutas, figuras de azúcar, manualidades y otros según lo requiera.

Refrigeración.- Los productos terminados se transportan manualmente al área de producto terminado.

Empaque y presentación.- El producto terminado se envuelve y se le agrega la decoración adecuada de empaque, quedando listo para su entrega.

6.8.- OPERACIONES DIARIAS

UN DÍA TRADICIONAL DE OPERACIONES

Verificación del programa de producción:

- Para determinar según los pedidos establecidos la cantidad de materia prima necesaria y obtenerla de inmediato en caso de no tenerla en bodega.

Revisión de los utensilios de cocina:

- Verificar necesidades de mantenimiento.
- Efectuar reparaciones.
- Verificar la limpieza en todas sus partes.

Supervisión del personal:

- Supervisar la asistencia del personal en los puntos claves del proceso supliendo las ausencias necesarias o el contrato adicional según la magnitud del pedido.
- Verificar el estado físico del uniforme y equipo de seguridad.

Jornada de trabajo:

- En este lapso se efectúan diversas supervisiones para asegurar la fabricación adecuada del producto y la continuidad del proceso.

Se debe llevar un control de la cantidad elaborada del producto para evaluar el cumplimiento de las metas de producción.

Limpieza de equipos:

- Asear diariamente los equipos, utilizando: bactericida y detergente.

Recepción del producto terminado:

- Verificar que la calidad corresponda a lo estipulado y en el tiempo establecido.

- Separar los productos defectuosos.

Despacho:

- Enviar el producto terminado al cliente correspondiente.

Normativas:

- **Juntas ordinarias.-**

Se realizarán reuniones al menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio económico.

En estas juntas deberá tratarse al menos sobre los temas siguientes:

- a) Conocer el informe anual del Gerente General, las cuentas y el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, y acordar la resolución correspondiente
- b) Resolver sobre la distribución y el destino de los beneficios sociales y las utilidades.
- c) Cualquier otro asunto constante en la convocatoria.

- **Junta Generales Extraordinarias.-**

Se realizarán juntas generales en cualquier época en que fueren convocadas, en el domicilio principal de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

- **Convocatorias.-**

La convocatoria a junta general la efectuará el Gerente General de la compañía, mediante una comunicación escrita dirigida a cada socio en el domicilio de los mismos, y por vía de sus respectivos correos electrónicos. Para la instalación de la Junta el Secretario procederá a elaborar la lista de los asistentes, que se fundamentará en el libro de participaciones y socios. Para tal

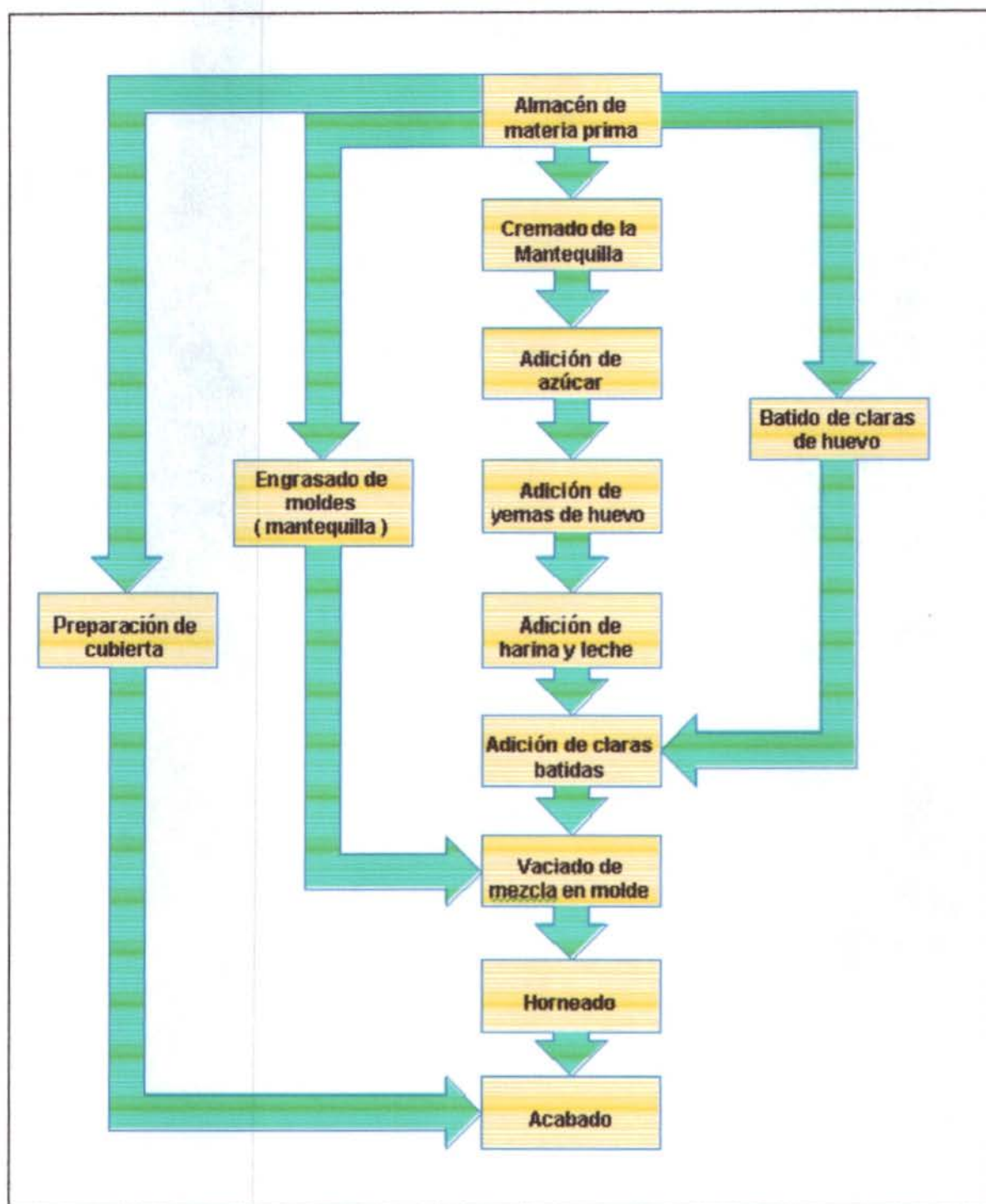
efecto el administrador deberá llevar a la Junta, bajo su responsabilidad, el libro correspondiente.

6.9.- Distribución Interior de las Instalaciones:

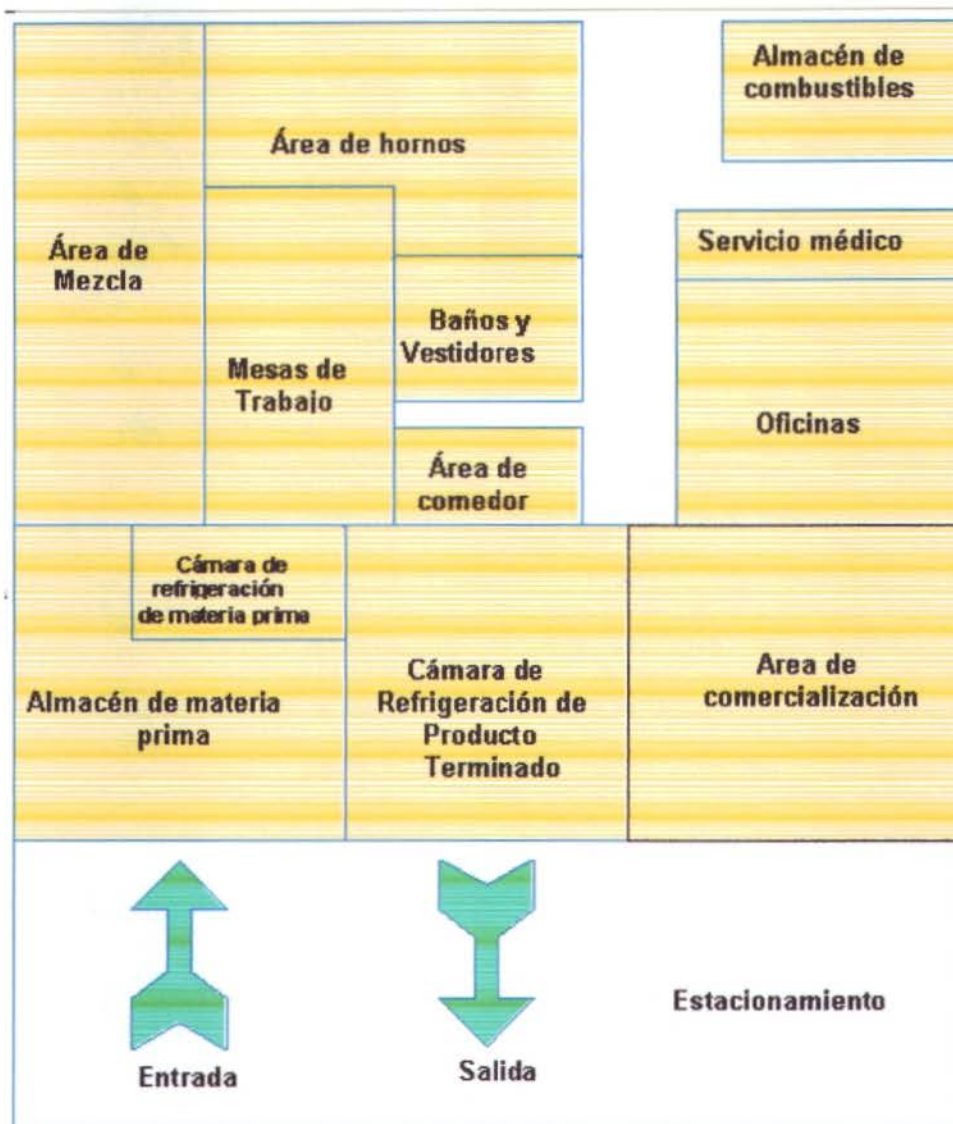
Para elaborar el diseño de la distribución de planta se ha considerado los siguientes factores:

- a) Determinar la media del volumen de producción
- b) Movimientos de materiales
- c) Flujo de materiales, y
- d) Distribución del local.

6.9.- FLUJO DE MATERIALES



6.10.- DISTRIBUCIÓN INTERNA POR ÁREAS DE LAS INSTALACIONES DEL LOCAL:



6.11.- MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y REGLAMENTO:

1) Golpes, cortes con objetos y herramientas y atrapamientos:

Utensilios como (picadoras, cuchillos, licuadoras, batidoras, etc.)

- Debe respetarse escrupulosamente las instrucciones del fabricante.

- Es conveniente diseñar procedimientos de trabajo para las operaciones de limpieza, mantenimiento y sustitución de componentes que son las más Peligrosas. Utensilios de cocina (cuchillos, machetes, tijeras, etc.)

- Los mangos de los mismos deber conservarse en perfectas condiciones y los filos bien afilados.

2) Caídas al mismo nivel:

Estos accidentes también son muy frecuentes, debido principalmente a que los suelos pueden estar impregnados de sustancias resbaladizas (grasas o restos de comida) o mojados.

- Para prevenir caídas es imprescindible mantener los lugares de trabajo limpio, eliminado los derrames tan pronto como se produzcan, es labor del trabajador de DELICIAS ARTESANALES ECUADOR realizar este mantenimiento.

- En caso de que en la cocina por cuestión de pedido y rapidez trabajen muchas personas es conveniente señalar con carteles las zonas recién fregadas.

- Así mismo es muy importante el tipo de calzado, debe tener suela y ser el que el uniforme estipula.

3) Sobre esfuerzos:

En algunas ocasiones se manipulan objetos muy pesados (ollas, bombonas de gas, paquetes de alimentos).

- Es posible eliminar esta necesidad (sustituyendo las ollas por marmitas, utilizar gas natural o bases con ruedas para los cilindros de gas).
- En otras ocasiones posibles modificando los puestos de trabajo.
- Si no posible, es imprescindible formar bien a los trabajadores en manipulación de cargas y recurrir a la manipulación de los objetos más pesados entre varias personas.

4) Quemaduras, incendios, explosiones:

Debido a la naturaleza del trabajo (repostería) los accidentes más probables tienen que ver con quemaduras, incendios y explosiones por lo que se recomienda que:

- Todos los recipientes calientes deben manipularse con guantes anti calóricos.
- No llenar los recipientes por encima de los tres cuartos de su capacidad.
- Los trasvases de líquidos calientes y la adicción de componentes de los diferentes guisos se harán lo más lentamente posible.
- Se revisará periódicamente la instalación de combustible y el correcto funcionamiento de los medios de protección contra incendios.

5) Contactos eléctricos

Las cocinas son locales húmedos, usted como trabajador de DELICIAS ARTESANALES debe tener en cuenta que:

- Los enchufes y los circuitos eléctricos deben estar totalmente aislados.
- Si es posible se instalarán interruptores diferenciales de alta sensibilidad.
- Su correcto funcionamiento se revisará periódicamente.
- También se comprobará al menos una vez al año que la resistencia de tierra se mantiene dentro de los límites admisibles.
- Los conductores de los diferentes equipos se mantendrán en perfecto estado.

6.12.-ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL UNIFORME “DELICIAS ARTESANALES”

1. PROTECCIÓN EN CABEZA Y ROSTRO

- Gorro o malla.

2. PROTECCIÓN MANOS Y BRAZOS

- Guantes.

4. PROTECCIÓN PIES

- Zapato de cocina cerrado de cuero con suela de caucho adherente.

5. PROTECCIÓN CORPORAL

- Delantal impermeable.
- Chaqueta (Cuartos fríos).

- Pantalón con bolsillos (En algodón).
- Camisa manga corta, y con cuello (En algodón).

CAPITULO VI

7.- PLAN DE DESARROLLO:

7.1.- INTRODUCCION:

Todo proyecto es un esfuerzo único para logra un objetivo específico mediante una serie especial de actividades interrelacionadas y la utilización eficiente de recursos. Una de las principales metas de este proyecto es llegar al alcance establecido dentro del costo y tiempo programado, para lograr este objetivo es necesario recurrir a la planeación, siendo esta una principal función del proceso administrativo.

La planeación de un proyecto ayuda a tener administración y control del mismo, permite ordenar actividades, asignar recursos correspondientes, generar para cada actividad una programación de duración de inicio y fin y en caso de tener retrasos en lo programado realizar acciones correctivas.

Una planeación no es solo asignar tareas a un grupo de personas, sus principales funciones son:

- Realizar un análisis profundo del proyecto proporcionando la duración de cada actividad y la duración total para la ejecución del proyecto.
- Analizar los problemas que puedan presentarse.
- Realizar una nueva programación como alternativa con holguras y especificando las rutas críticas.

Después de esta introducción se presenta entonces a continuación el plan de desarrollo de las actividades a realizar.

7.2.- CRONOGRAMA DE DESARROLLO

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
1ra REUNION DE LAS SOCIAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL NEGOCIO SU IDENTIDAD CORPORATIVA NOMBRE, SUPUESTOS PRODUCTOS, CAPITAL A INVERTIR POR SOCIA E IDEA GENERAL DEL PROYECTO	■			
SEGUNDA REUNION DE LAS SOCIAS JUNTO CON LA EXPERTA CCI ELIANA ALAVA DE PIEDRAHITA PARA ESTIPULA EL PRODUCTO, LOS MENUES, EL TIPO DE ELABORACION DE CADA UNO, LA PRESENTACION Y EMPAQUE QUE PUDIERAN POSEER, LA ELECCION DE LOS INGREDIENTES, Y LA ELABORACION CREACION Y PRODUCCION DE LOS DUCLES ESPECIALES DE LA CASA (PRUEBAS DE COCINA)	■			
*CONTACTOS PAULATINOS Y CONTINUOS CON EXPERTOS EN MARKETTING, ENTREVISTAS Y CITAS PARA DAR NOMBRE SLOGAN Y LOGO A LA IDEA: "DELICIAS ARTESANALES" (DESGLOSE DE IDEAS)		■		
*ESTABLECIMIENTO OFICIAL DEL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA CON LAS FUNCIONES A CUMPLIR SEGÚN LA EXPERIENCIA Y EL CURRICULUM DE CADA UNA DE LAS SOCIAS		■		
*DEFINICION MEDIANTE LA LLUVIA DE IDEAS Y CON LA AYUDA DE LA EXPERTA C.C.I ELIANA ALAVA DE PIEDRAHITA DE LOS POSIBLES EQUIPOS A NECESITAR, ENTRE ESTOS: IMPLEMENTOS DE COCINA, MAQUINARIA, ACCESORIOS A UTILIZAR EN EL PROCESO DE PRODUCCION, MANTENIMIENTO, ENTREGA, LIMPIEZA, UNIFORMES ENTRE OTROS.		■		
EN LA SEMANA 3 Y 4 DESPUES DE DEFINIDOS Y CONCRETADOS UNICAMENTE LOS EQUIPOS NECESARIOS, PROCEDIMOS A LA COTIZACION DE ESTOS EN VARIOS LUGARES Y CON DISTINTOS PROVEEDORES.		■		




CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	SEM 5	SEM 6	SEM 7	SEM 8
EN LA SEMANA 5 SE REALIZO UNA REUNION CON TODAS LAS SOCIAS PARA ESCOGER LAS MEJORES OPCIONES DE PROVEEDORES PARA LA COMPRA DE LOS EQUIPOS QUE DELICIAS ARTESANALES NECESITA PARA COMENZAR A TRABAJAR, EN ESTA REUNION SE TOMO EN CUENTA EL CAPITAL INICIAL CON EL QUE SE CUENTA, LA CALIDAD DE LOS IMPLEMENTOS A ADQUIRIR, EL PRECIO DE ESTOS Y LAS GARANTIAS QUE OFRECIAN LOS PROVEEDRES. ADICIONAL CONTAMOS CON LA AYUDA DE NUESTRO CONTADOR PARA QUE NOS ASESORE UN POCO EN PRECIOS Y DE LA EXPERTA CCI ELIANA ALAVA EN CUESTION DE CALIDAD DE QUIPOS POR MARCA.	■			
ANALISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA, VISITAS DE CAMPO E INVESTIGACION DE LOS PRECIOS EN EL MERCADO, ANALISIS DE LOS PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA Y OBSERVACION DE LAS DEBILIDADES DE CADA UNA DE ELLAS PARA CONVERTIR ESTAS EN NUESTRAS OPORTUNIDADES. ESTE ESTUDIO SE REALIZO POR OBSERVACION EN CIERTOS CASOS Y A TRAVES DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN DISTINTAS ZONAS ESTRATEGICAS DE GUAYAQUIL.		■		
TABULACION DE LAS ENCUESTAS Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS ANALISIS DEL PRECIO PLAZA PRODUCTO Y PROMOCION ASESORAMIENTO CON EXPERTOS EN MARKETTING PARA DISCUTIR NUESTRO ANALISIS DE RESULTADOS CON SU CRITERIO Y CONOCIMIENTO, PARA OBTENER DE OTRAS FUENTES EXPERIMENTADAS CRITERIOS ACERCA DE LA OPORTUNIDAD QUE POSEEMOS EN EL MERCADO			■	■


CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	SEM 9	SEM 10	SEM 11	SEM 12
A PARTIR DE LOS ESTUDIOS SE PROCEDIO A: BUSCAR EL LOCAL QUE BRINDE LAS COMODIDADES NECESARIAS COMO ESPACIO, UBICACIÓN Y PRECIO. (BUSQUEDA Y VISITA A VARIOS LOCALES)				
BUSQUEDA Y ELECCION DE IDEAS DE PROMOCION DE DELICIAS ARTESANALES Y SUS PRODUCTOS, ESTRATEGIAS DE VENTA, PROYECCION DE GASTOS Y PRESUPUESTO A INVERTIR EN EL PLAN DE MARKETTING A TRAVES DE DIVERSAS COTIZACIONES ELABORACION DE PRONOSTICOS DE VENTAS A PARTIR DE LOS DATOS QUE ARROJO LA ENCUESTA				
INVESTIGACION DE LOS REQUISITOS LEGALES QUE DELICIAS ARTESANALES SEGUN SU CONCEPTO NECESITARIA CUMPLIR, INICIO Y TRAMITES PARA SOLICITAR DICHOS PERMISOS.				
ELABORACION DEL PLAN FINANCIERO A TRAVES DE TODAS LAS COTIZACIONES RELAIZADAS Y DESPUES DE ESTABLECIDO EL CAPITAL INICIAL (PRÓPIO) DE DELICIAS ARTESANALES DEFINICION DE LA INVERSION INICIAL Y DISTRIBUCION DE LOS GASTOS A REALIZAR ANALISIS DE RIESGOS, PROYECCIONES DEL VAN - TIR - IR ELABORACION DEL PLAN DE CONTINGENCIA Y RESPALDO EN CASO DE SITUACIONES INESPERADAS. ELABORACION DE LOS DIFERENTES ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS DISTRIBUCION DE LOS GASTOS, ESTABLECIMIENTO DE LOS INGRESOS Y EGRESOS DE LA EMPRESA (SULEDOS SERVICIOS BASICOS, PAGOS VARIOS ETC.)				



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	SEM 13	SEM 14	SEM 15	SEM 16
CONTINUACION DE LA ELABORACION DEL PLAN FINANCIERO				
DESPUES DE ESTIPULADO EL PRESUPUESTO SE PROCEDIO A LA ELECCION Y ELABORACION DE LAS VOLANTES, MALLAS PUBLICITARIAS, EMPRESAS PROMOTORAS DEL MAILING, Y TODAS LAS ESTRATEGIAS DE MARKETTING ESTABLECIDAS CON LA AYUDA DE LA EMPRESA ESCOGIDA (IMPREFASTER)				
REALIZACION DEL PAGO DE LOS REQUISITOS LEGALES Y TERMINO DEL CICLO DESDE LA ELABORACION DE SOLICITUDES PARA PERMISOS (TODOS LOS PERMISOS FUERON APROBADOS)				

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	SEM 17	SEM 18	SEM 19	SEM 20
POR ULTIMO DESPUES DE ACEPTADOS Y APROBADOS TODOS LOS PERMISOS SOLICITADOS, SEGÚN EL MARCO LEGAL, SE PROCEDIO A LA COMPRA DE LOS EQUIPOS ESCOGIDOS RESPETANDO EL PRESUPUESTO ESTABLECIDO Y ORGANIZANDO LA FECHA DE RECIBO DE CADA UNO. SE PROCEDIO TAMBIEN A LA FIRMA DEL CONTRATO DE ALQUILER DEL LOCAL ESCOGIDO EN KENNEDY NORTE PARA PROCEDER A EQUIPARLO				

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	SEM 21	SEM 22	SEM 23	SEM 24
ELABORACION DE LOS CONTRATOS PARA EL PERSONAL, CONTRATOS PARA LA VENTA DE PRODUCTOS Y REVISION DE ULTIMOS DETALLES DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA PODER PROCEDER A SU EJECUCION				
INICIO DE ACTIVIDADES Y EJECUCION TOTAL DEL PLAN DE NEGOCIOS DE "DELICIAS ARTESANALES" EN ADELANTE				

CAPITULO VIII

8.- PLAN FINANCIERO.-

8.1.- INVERSION REQUERIDA:

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” iniciara sus actividades con una inversión inicial de \$25.000, distribuidos de la siguiente manera

NOMBRE DEL SOCIO CAPITALISTA	PORCENTAJE DE APOORTE	APORTE EN MILES
CARDENAS MANRIQUE MONICA RAFAELA	20%	\$ 5.000,00
FREIRE DAVALOS ANDREA CAROLINA	20%	\$ 5.000,00
MIRANDA VILLENA ANDREA CECILIA	20%	\$ 5.000,00
QUIZPHE SAGASTI MARIA JOSE	20%	\$ 5.000,00
REYES RUIZ CAROLINA ESTEFANIA	20%	\$ 5.000,00

DETALLE DE LA INVERSION REQUERIDA:

CAPITAL INICIAL	\$ 25.000,00
GASTOS:	
EQUIPOS DE COCINA	\$ 5.255,00
Refrigeradora	\$ 740,00
Microondas x 2	\$ 230,00
Batidoras x 3	\$ 100,00
Licadoras x3	\$ 130,00
Desechables y charoles	\$ 100,00
Uniformes de cocina	\$ 60,00
Samobares x2	\$ 300,00
Stock, demás utensilios de cocina	\$ 400,00
Hornos industriales de 3 camaras	\$ 460,00
Congelador vitrina (2)	\$ 500,00
Cocina 4 quemadores en hierro	\$ 470,00
Mesa de trabajo en acero inoxidable 200X65X0.90	\$ 570,00
Trampa de grasa	\$ 425,00
Lavadero de 1 pozo	\$ 450,00
Estanterias X 1	\$ 320,00
VEHICULOS	\$ 6.286,00
Carro (Furgoneta usada)	\$ 6.286,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.345,00
Letrero comercial	\$ 500,00
Computadora	\$ 300,00
Impresora	\$ 100,00
Teléfono	\$ 20,00
Escritorio de recepcion	\$ 145,00
escritorios para asistentes x2	\$ 100,00
Papeleria	\$ 60,00
Caja Registradora	\$ 120,00
PLAN DE MARKETING	\$ 4.004,00
Plan de marketing de apertura	\$ 4.004,00
PERMISOS Y PATENTES	\$ 945,00
PERMISOS DE BOMBEROS	\$ 60,00
EXTINTORES X 3	\$ 135,00
PERMISOS LETREROS	\$ 350,00
REGISTRO SANITARIO	\$ 80,00
CERTIFICADOS DE SALUD	\$ 20,00
PATENTE Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	\$ 300,00
GARANTIA Y DEPOSITO DEL LOCAL	\$ 600,00
Total Inversion Inicial	\$ 18.435,00
CAPITAL INICIAL DE TRABAJO	\$ 6.565,00

8.2.- ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

8.2.1.- BALANCE INICIAL

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"

BALANCE INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2012

ACTIVOS

ACTIVO CORRIENTE

EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	6.565,00	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 6.565,00

ACTIVO FIJO

EQUIPOS DE COCINA	\$ 5.255,00	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.345,00	
VEHICULOS	\$ 6.286,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 945,00	
OTROS ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 4.604,00	
TOTAL DE ACTIVO FIJO		\$ 18.435,00

TOTAL ACTIVOS	\$ 25.000,00
----------------------	---------------------

PASIVOS

PASIVO CORRIENTE

CUENTAS/DOC POR PAGAR	0,00	
TOTAL PASIVO POR PAGAR		0,00

PATRIMONIO

CAPITAL	\$ 25.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0,00	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 25.000,00

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 25.000,00
----------------------------------	---------------------

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"
ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL
AÑO 2012

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTALES
VENTAS	8.537,00	8.633,00	6.887,50	7.799,00	6.152,00	6.056,50	8.174,00	6.172,50	6.642,50	8.917,00	7.656,00	9.425,50	91.052,50
(-) COSTO DE VENTAS	-1.888,50	-2.021,42	-1.729,92	-1.811,54	-1.431,42	-1.606,32	-2.037,74	-1.445,42	-1.471,07	-2.056,40	-1.809,21	-2.014,42	-21.323,38
UTILIDAD BRUTA	6.648,50	6.611,58	5.157,58	5.987,46	4.720,58	4.450,18	6.136,26	4.727,08	5.171,43	6.860,60	5.846,79	7.411,08	69.729,12
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
SERVICIOS BASICOS	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-250,00	-3.000,00
ARRIENDO LOCAL	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-3.600,00
COMBUSTIBLE	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-80,00	-960,00
MANTEN. VEHICULO	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-600,00
RENTAS Y SALARIOS	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-1.370,24	-16.442,88
PERMISOS Y PATENTES	-945,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-945,00
SUMINISTROS DE OFICINA	-845,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-1.505,00
GASTOS DE DEPRECIACION	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-272,15	-3.265,80
GASTOS DE VENTAS													
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	-2.920,00	-3.177,00	-1.000,00	-100,00	-307,00	-3.627,00	-150,00	-2.627,00	-100,00	-1.000,00	-2.627,00	-1.307,00	-18.942,00
TOTAL GASTOS	-7.032,39	-5.559,39	-3.382,39	-2.482,39	-2.689,39	-6.009,39	-2.532,39	-5.009,39	-2.482,39	-3.382,39	-5.009,39	-3.689,39	-49.260,68
UTILIDAD OPERATIVA	-383,89	1.052,19	1.775,19	3.505,07	2.031,19	-1.559,21	3.603,87	-282,31	2.689,04	3.478,21	837,40	3.721,69	20.468,44
5% PARTICIPACION A TRABAJADORES	0,00	157,83	266,28	525,76	304,68	0,00	540,58	0,00	403,36	521,73	125,61	558,25	3.070,27
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-383,89	894,36	1.508,91	2.979,31	1.726,51	-1.559,21	3.063,29	-282,31	2.285,69	2.956,48	711,79	3.163,43	17.398,17
5% IMPUESTO A LA RENTA	0,00	223,59	377,23	744,83	431,63	0,00	765,82	0,00	571,42	739,12	177,95	790,86	4.349,54
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ (383,89)	\$ 670,77	\$ 1.131,68	\$ 2.234,48	\$ 1.294,88	\$ (1.559,21)	\$ 2.297,46	\$ (282,31)	\$ 1.714,26	\$ 2.217,36	\$ 533,84	\$ 2.372,57	\$ 13.048,63

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
VENTAS	91.052,50	104.710,38	120.416,93	138.479,47	159.251,39
(-) COSTO DE VENTAS	-21.323,38	-24.521,89	-28.200,18	-32.430,20	-37.294,73
UTILIDAD BRUTA	69.729,12	80.188,48	92.216,76	106.049,27	121.956,66
GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,00				
SERVICIOS BASICOS	-3.000,00	-3.000,00	-3.000,00	-3.000,00	-3.000,00
ARRIENDO LOCAL	-3.600,00	-3.600,00	-3.600,00	-3.600,00	-3.600,00
COMBUSTIBLE	-960,00	-960,00	-960,00	-960,00	-960,00
MANTEN. VEHICULO	-600,00	-600,00	-600,00	-600,00	-600,00
SUELDOS Y SALARIOS	-16.442,88	-16.442,88	-16.442,88	-16.442,88	-16.442,88
PERMISOS Y PATENTES	-945,00	-945,00	-945,00	-945,00	-945,00
SUMINISTROS DE OFICINA	-1.505,00	-1.505,00	-1.505,00	-1.505,00	-1.505,00
GASTOS DE DEPRECIACION	-3.265,80	-3.265,80	-3.265,80	-3.265,80	-3.265,80
GASTOS DE VENTAS	0,00				
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	-18.942,00	-18.942,00	-18.942,00	-18.942,00	-18.942,00
TOTAL GASTOS	-49.260,68	-49.260,68	-49.260,68	-49.260,68	-49.260,68
UTILIDAD OPERATIVA	20.468,44	30.927,80	42.956,08	56.788,59	72.695,98
15% PARTICIPACION A TRABAJADORES	-3.070,27	-4.639,17	-6.443,41	-8.518,29	-10.904,40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	17.398,17	35.566,97	49.399,49	65.306,88	83.600,38
25% IMPUESTO A LA RENTA	-4.349,54	-8.891,74	-12.349,87	-16.326,72	-20.900,09
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 13.048,63	\$ 26.675,23	\$ 37.049,62	\$ 48.980,16	\$ 62.700,28

CIAS ARTESANALES ECUADOR"

MPUESTO MENSUAL DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA

EPTO	INVERSION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTALES
AD NETA DEL EJERCICIO		(\$ 383,89)	\$ 670,77	\$ 1.131,68	\$ 2.234,48	\$ 1.294,88	(\$ 1.559,21)	\$ 2.297,46	(\$ 282,31)	\$ 1.714,26	\$ 2.217,36	\$ 533,84	\$ 2.372,57	\$ 13.048,63
DEPRECIACION		272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	3265,8
AMORTIZACION		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OS PARTIC. TRABAJADOR		0,00	157,83	266,28	525,76	324,85	0,00	540,58	0,00	403,36	521,73	125,61	558,25	3070,27
OS IMPUESTO A LA RENTA		0,00	223,59	377,23	744,83	431,63	0,00	765,82	0	571,42	739,12	177,95	819,44	4349,54
OS DE FONDOS NETO DEL PERIODO		(\$ 111,74)	561,50	760,33	1236,04	810,55	(\$ 1.287,06)	1263,21	-10,16	1011,64	1228,66	502,44	1267,03	8894,62
ISIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	25000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IDE CAJA TOTALMENTE NETOS	25000,00	-111,74	561,50	760,33	1236,04	810,55	-1287,06	1263,21	-10,16	1011,64	1228,66	502,44	1267,03	8894,62

DELICIAS ARTESANALES ECUADOR

RESUPUESTO PROYECTADO DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA A 5 AÑOS

CONCEPTO	INVERSION	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO		\$ 13.048,63	\$ 26.675,23	\$ 37.049,62	\$ 48.980,16	\$ 62.700,28
PLUS VALORES DE DEPRECIACION		3.265,80	3.265,80	3.265,80	3.265,80	3.265,80
PLUS VALORES DE AMORTIZACION		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PLUS VALORES PARTIC. TRABAJADOR		-3.070,27	-4.639,17	-6.443,41	-8.518,29	-10.904,40
PLUS VALORES IMPUESTO A LA RENTA		-4.349,54	-8.891,74	-12.349,87	-16.326,72	-20.900,09
PLUS VALORES DE FONDOS NETO DEL PERIODO		8.894,62	16.410,12	21.522,13	27.400,95	34.161,59
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	-25.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PLUS VALORES DE CAJA TOTALMENTE NETOS	\$ (25.000,00)	\$ 8.894,62	\$ 16.410,12	\$ 21.522,13	\$ 27.400,95	\$ 34.161,59

EVALUACION DEL PROYECTO

CALCULO DEL VAN

AN		\$		\$		\$		\$		\$
ON UNA TASA DEL 15%		8.894,62		16.410,12		21.522,13		27.400,95		34.161,59
		1,15		1,32		1,52		1,75		2,01
										TOTAL
VERSION	\$ (25.000,00)	7734,452087	12408,40563	14151,15132	15666,58235	16984,34847				66944,93986

VAN (+) \$ 41.944,94

TIR = 38%

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"
CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Fórmula Estándar para Nivel de Ventas

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} \left\{ \frac{1}{1 - \left[\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}} \right]} \right\}$$

Aplicación de Fórmula

Ventas	=	91.052,50		
Costos Fijos	=	68.443,58		1.678,66
Costos Variables	=	21.323,38	23%	
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	89.373,84		

Costo Variable en Punto de Equilibrio = **20.930,26**

Comprobación del Punto De Equilibrio Expresado en Volúmenes

Ventas	89.373,84
(-) Costos Variables	<u>20.930,26</u>
Utilidad Bruta en Ventas	68.443,58
(-) Costos Fijos	<u>68.443,58</u>
Utilidad Neta	0,00

DETERMINACION DEL VOLUMEN DE VENTAS CON UN PORCENTAJE DE UTILIDAD SOBRE EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Porcentaje deseado	0,15
Volumen de Ventas	= Punto de Equilibrio + Porcentaje deseado + Porcentaje Costos Variables
	89.373,84 13406,08 20.930,26
Volumen de Ventas	= 123.710,18

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"

RAZONES FINANCIERAS

APALANCAMIENTO FINANCIERO

<u>PATRIMONIO</u>	<u>25000,00</u>	100,00% LOS ACTIVOS SON FINANCIADOS 100%
ACTIVOS TOTALES	25000,00	POR CAPITAL PROPIO
<u>PASIVOS</u>	<u>0,00</u>	0,00% NO HAY FINANCIAMIENTO CON DEUDA
ACTIVOS TOTALES	25000,00	

CAPITAL DE TRABAJO NETO

ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE \$ 6.565,00

Análisis: La empresa posee \$ 6,565,00 para efectuar gastos corrientes o inversiones inmediatas

ROTACION DE ACTIVOS FIJOS

<u>VENTAS</u>	<u>91.052,50</u>	\$ 4,94
ACTIVOS FIJOS	18435,00	

RENTABILIDAD

RENDIMIENTO PATRIM	<u>UTILIDAD NETA</u>	<u>13.048,63</u>	52,19%
	PATRIMONIO	25000,00	

		2012	2016
MARGEN BRUTO	<u>BENEFICIO BRUTO</u>	69.729,12	76,58%
	VENTAS	91.052,50	76,58%

MARGEN ECONOMICO	<u>BENEFICIO ECONOMICO</u>	20.468,44	22,48%	45,65%
	VENTAS	91.052,50		

MARGEN NETO	<u>BENEFICIO NETO</u>	13048,628	14,33%	39,37%
	VENTAS	91.052,50		

PRESUPUESTO DE PRODUCCION POR PAQUETE

CATEGORIA	PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
DESAYUNOS	ARTESANA 1 (10pax, \$2.50 por pax)	5	6	8	10	0	5	15	0	4	6	8	5
	ARTESANA 2 (10pax, \$3.50 por pax)	5	5	10	10	0	5	3	0	4	5	10	5
	ARTESANA 3 (10pax, \$4.50 por pax)	5	3	3	15	2	5	4	2	4	3	3	5
BRUNCH	ARTESANA 1 (\$5.50 por 10 PAX)	5	3	5	0	8	10	6	8	4	3	5	5
	ARTESANA 2 (\$7.50 por PAX)	5	6	1	0	7	0	2	7	4	6	1	5
	ARTESANA 3 (\$8.50 por PAX)	5	4	4	0	5	0	2	5	5	4	4	5
COFEE BREAK	ARTESANA 1 (\$3,50 por 10 PAX)	5	5	2	0	0	0	3	0	5	5	2	5
	ARTESANA 2 (\$5,00 por PAX)	5	3	2	0	0	0	0	0	5	3	2	5
BOCADITOS DE DULCE 50 PAX	SUSPIROS	30	15	10	30	6	25	15	9	7	20	15	18
	YEMITAS ACARAMELADAS EN CELOFÁN	15	18	10	15	6	36	18	8	9	20	15	16
	OREJITAS	20	9	10	20	6	50	9	4	9	20	18	20
	ALFAJORES DE MANJAR	12	29	10	12	6	6	29	15	9	20	16	15
	BOLITAS DE NUEZ	17	19	20	17	6	6	19	12	7	20	20	20
	BASTONES DE CANELA	6	23	20	6	5	8	23	11	8	20	15	20
	APLANCHADITOS	14	5	25	14	4	23	5	11	23	16	20	16
	EMPANADITAS DE MANJAR	8	12	19	8	6	7	12	13	6	15	20	15
	TRUFAS DE CHOCOLATE NEGRO	25	10	10	25	2	13	10	22	8	25	16	20
	TRUFAS DE CHOCOLATE BLANCO Y COCO	12	10	10	12	8	19	10	18	6	25	15	20
	CARACOLES AZUCARADOS	16	50	10	16	16	15	50	7	4	15	20	15
	MINI SUSPIROS DE MANJAR	9	30	8	9	18	6	30	30	8	15	10	15
	MARMOLEADOS, MASA DE MENTA CON MASA DE CHOCOLATE	9	25	13	9	15	6	30	9	12	15	10	15
	TARTALETAS DE MANJAR CON NUEZ O COCO	7	15	10	7	6	8	30	6	14	15	15	15
	DULCES DE MOKA	18	15	12	18	4	23	30	7	17	10	12	10
	TARTALETAS DE DURAZNO	5	15	10	5	9	7	15	5	16	12	12	12
	TARTALETAS DE FRUTILLA	23	15	50	23	8	13	15	9	9	15	23	15
NEGRITOS EN SALSA DE CHOCOLATE	3	10	10	3	25	19	10	16	9	25	23	10	
RELAMPAGUITOS	19	15	10	19	8	15	15	22	9	15	25	15	
CARACOLES DE HOJALDRE CON CREMA	15	10	40	15	50	14	20	3	6	25	20	20	
BOCADITOS DE SAL 50 PAX	EMPANADITAS DE QUESO	25	10	9	10	9	3	10	7	9	18	7	15
	CONITOS DE QUESO	36	10	9	10	9	5	10	9	8	16	9	15
	CANAPES DE QUESO CREMA Y HIERBAS	50	10	9	10	9	9	10	9	4	20	9	18
	EMPANADITAS DE CARNE	6	15	12	10	4	6	15	9	12	15	9	16
	EMPANADITAS DE CHOCLO Y QUESO	6	15	10	20	5	6	15	7	12	20	7	20
	PATACONES RELLENOS	8	15	11	20	2	5	15	8	10	20	8	15
	MINIQUICHE DE BRÓCOLI	23	20	12	25	3	4	20	15	10	16	23	20
	BOLLITOS DE ESPINACAS	7	20	11	19	9	6	20	6	10	15	6	20
	BOMBONES DE QUESO CON NUECES	13	2	20	10	12	2	2	8	22	20	10	16
	DEDITOS DE POLLO CON MANÍ	19	50	22	10	15	8	25	6	18	20	6	15
	YUQUITAS RELLANAS DE QUESO CON AJÍ DE CHOCO	15	30	26	10	50	16	30	4	7	15	4	20
	TARTELAS DE POLLO CON SALSA DE CHAMPIÑONES	6	26	19	8	6	18	26	8	25	15	26	10
	BROCHETAS DE LOMO Y RES	6	45	8	13	23	15	20	12	9	15	12	10
	BROCHETAS DE LANGOSTINOS	8	12	8	10	8	6	12	14	6	15	14	15
	MINIQUICHE DE CANGREJO	23	10	6	12	6	4	10	17	7	10	17	12
	HAYACAS	7	10	4	10	4	9	10	16	5	12	16	12
	HUMITAS GRANDES	13	0	3	50	7	8	4	9	9	15	12	23
QUIMBOLITOS	19	0	7	10	6	25	4	9	15	10	12	23	
TAMAL LOJANO	15	0	2	10	9	8	4	6	20	15	12	25	
TOTALES		628	685	560	595	432	507	692	438	449	700	594	682

DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"

RESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

10%

1,1

MESES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTALES
UNIDADES	690,8	753,5	616	654,5	475,2	557,7	761,2	481,8	493,9	770	653,4	750,2	7658,2
TOTALES	\$ 759,88	\$ 828,85	\$ 677,60	\$ 719,95	\$ 522,72	\$ 613,47	\$ 837,32	\$ 529,98	\$ 543,29	\$ 847,00	\$ 718,74	\$ 825,22	8424,02

RESUPUESTO DE COSTOS

MESES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTALES
UNIDADES	628	685	560	595	432	507	692	438	449	700	594	682	6962
MATERIA PRIMA	759,88	828,85	677,60	719,95	522,72	613,47	837,32	529,98	543,29	847,00	718,74	825,22	8424,02
MANO DE OBRA	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	424,00	5088,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	704,616	768,57	628,32	667,59	484,70	568,85	776,42	491,44	503,78	785,40	666,47	765,20	7811,364
TOTALES	\$ 1.888,50	\$ 2.021,42	\$ 1.729,92	\$ 1.811,54	\$ 1.431,42	\$ 1.606,32	\$ 2.037,74	\$ 1.445,42	\$ 1.471,07	\$ 2.056,40	\$ 1.809,21	\$ 2.014,42	21323,384

"DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"

PRESUPUESTO DE GASTOS

	CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTALES
GASTOS ADMINISTRATIVOS	SERVICIOS BASICOS	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3000,00
	ARRIENDO LOCAL	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3600,00
	COMBUSTIBLE	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
	MANTEN. VEHICULO	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
	SUELDOS Y SALARIOS	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	1370,24	16442,88
	PERMISOS Y PATENTES	945,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	945,00
	SUMINISTROS DE OFICINA	845,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	1505,00
GASTOS DE VTAS	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	2920,00	3177,00	1000,00	100,00	307,00	3627,00	150,00	2627,00	100,00	1000,00	2627,00	1307,00	18942,00
	TOTAL GASTOS	6760,24	5287,24	3110,24	2210,24	2417,24	5737,24	2260,24	4737,24	2210,24	3110,24	4737,24	3417,24	45994,88

ACTIVOS FIJOS	
EQUIPOS DE COCINA	\$ 3.945,00
refrigeradora	\$ 740,00
microondas x 2	\$ 230,00
astadoras x 3	\$ 100,00
licuadoras x3	\$ 130,00
hornos industriales de 3 camaras	\$ 460,00
congelador vitrina (2)	\$ 500,00
cocina 4 quemadores en hierro	\$ 470,00
mesa de trabajo en acero inoxidable 100X65X0.90	\$ 570,00
rampa de grasa	\$ 425,00
estanterías X 1	\$ 320,00
VEHICULOS	\$ 6.286,00
camion (Furgoneta usada)	\$ 6.286,00

EQUIPOS DE OFICINA	
computador comercial	\$ 500,00
computadora	\$ 300,00
impresora	\$ 100,00
teléfono	\$ 20,00
receptor de recepción	\$ 145,00
receptores para asistentes x2	\$ 100,00
pelera	\$ 60,00
maquina Registradora	\$ 120,00

CALCULO DE DEPRECIACION POR EL METODO DE LINEA RECTA

$$\text{DEPRECIACION ANUAL} = \frac{\text{ACTIVO FIJO} - \text{VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$\text{DEPRECIACION EQUIPOS/COCINA} = \frac{3945}{10 \text{ AÑOS}} = \frac{394,5}{12 \text{ MESES}} = 32,88$$

$$\text{DEPRECIACION ANUAL} = \frac{\text{ACTIVO FIJO} - \text{VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$\text{DEPRECIACION VEHICULO} = \frac{6286}{5 \text{ AÑOS}} = \frac{1257,2}{12 \text{ MESES}} = 104,77$$

$$\text{DEPRECIACION EQUIPO/OFICINA} = \frac{1345}{10 \text{ AÑOS}} (=) = 134,5$$

ESTADÍSTICAS ARTESANALES ECUADOR*

SUPUESTO DE DEPRECIACION

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTALES
GASTOS DE DEPRECIACION EQUIPOS DE COCINA	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	32,88	394,56
GASTOS DE DEPRECIACION DE VEHICULO	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	104,77	1257,24
DEPRECIACION EQUIPOS OFICINA	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	134,50	1614,00
TOTAL GASTOS	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	272,15	3265,80

CAPITULO IX

9.- ANALISIS DE RIESGOS

El análisis y manejo de riesgo es una herramienta indispensable para las empresas, en especial en países como Ecuador donde las variables económicas y políticas cambian constantemente. Es importante tener en cuenta que este análisis variará según el escenario que se estudie, a continuación se detalla los escenarios más relevantes sus amenazas y posible soluciones:

9.1.-ANALISIS DE RIESGO FINANCIERO

El riesgo financiero es el riesgo de no estar en condiciones de cubrir los costos financieros, por ello su análisis se determina por el grado de apalancamiento financiero que tenga la empresa en un momento determinado.

Los capitales privados han sufrido una serie de atropellos y confiscaciones que han creado una total desconfianza en el sistema financiero, sin contar la crisis financiera que aún no logra ser superada en su totalidad, con un crédito bastante limitado y tasas de interés muy altas.

SOLUCION: a partir de estos análisis la empresa decidió comenzará a funcionar con un capital de \$25000 dólares del que se ha dejado un valor contingente de \$3000 para soporte de gastos de los primeros meses en caso del que plan de marketing y las

relaciones públicas de la empresa no funcionen, y que esto provoque de que los ingresos no abastezcan los gastos establecidos, a pesar de que este riesgo después de los análisis y estudios efectuados esto afecta a la empresa solo en un 1% ya que la cartera de clientes con la que se cuenta a través del plan de marketing ya tiene conocimiento de los productos y servicio por que como se lo detalla en el capítulo V (plan de marketing), se ha invertido un porcentaje del capital en degustaciones y servicios gratis para darnos a conocer.

Adicionalmente dentro de esta clasificación se menciona también el alza de precios repentina que debido a la conocida inestabilidad económica es importante tener en cuenta.

9.2.- ANALISIS DE RIESGO POLITICO

En la actualidad Ecuador se encuentra en un proceso de renovación jurídica y política, con pocas seguridades al respecto.

El ámbito político en Ecuador desde los años 80 ha sido siempre de gobiernos de derecha, pero al llegar a los años 2000 , fue resurgiendo la tendencia socialista, ahora llamado socialismo del siglo XXI , recordemos entonces el concepto de socialismo: El socialismo es un orden social basado en la socialización de medios y producción y su control administrativo .

Los marcos legales se han cambiado según los intereses políticos de los gobernantes de turno sin olvidar que los poderes del estado en su totalidad está en manos del partido Alianza País, lo cual hace que no existan muchos criterios, esto crea inestabilidad y duda sobre los principios legislativos, lo cual se pudo observar en la consulta popular, directamente no afecta al negocio.

SOLUCIONES: Después de lo descrito es notable que políticamente no hay mayores amenazas, pero es importante destacar que este es un factor en el que las

capacitación de personal para que todos conozcan el manejo de las maquinarias con las que cuenta el establecimiento.

También existe un porcentaje establecido al mantenimiento de la misma maquinaria que dependiendo del tipo empezará a dársele a partir de los 6 meses de uso. Dentro de los que el diseño del plano de operaciones ha sido elaborado por efectos y con las garantías necesarias a partir del plan de contingencia del mismo.

Accidentes del Trabajador:

Las consecuencias que sufren los trabajadores por accidentes son las siguientes:

- Lesiones incapacitantes
- Pérdida de ingresos
- Trastornos grupo familiar
- Pérdida fuente de trabajo (probable)
- Depresiones, vicios, etc.

SOLUCIÓN: todos los empleados cuentan con las contribuciones y aportaciones de ley, es decir todos cuentan con seguro social que podrán emplear en caso de problemas con su salud.

Cabe recalcar que el personal estará altamente capacitado para emplear la maquinaria y tendrá un completo conocimiento del manual de procedimientos con el que cuenta Delicias Artesanales y que esta detallado en el Plan de Operaciones y que ha sido elaborado para evitar cualquier accidente laboral.

9.4.- ANALISIS DE RIESGO BIOLÓGICO

Debido a los controles sanitarios de los alimentos es bastante improbable un contagio dentro de la cocina.

SOLUCIONES:

- Es recomendable la utilización de guantes desechables (preferentemente no de látex, pues este producto puede producir alergia en algunas personas) como lo estipula el uniforme de DELICIAS ARTESANALES.
- Nunca se debe trabajar con heridas abiertas.
- Si ocurre un corte, se detiene la salida de la sangre y se debe cubrir tan pronto como se pueda.

9.5.-RIESGOS ASOCIADOS

Los accidentes asociados a los trabajos de cocina son bastante frecuentes, si bien no suelen ser de mucha gravedad.

El nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor objetivo es significativo, por lo tanto se puede decir que si existe mercado para este tipo de productos en el Ecuador específicamente en la ciudad de Guayaquil.

Existe un alto nivel de aceptación del producto por parte del cliente meta, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad de comprar y consumir la mayoría de los productos que oferta “DELICIAS ARTESANALES”.

A través de este plan de negocios se ha logrado determinar el mercado al que estará enfocado DELICIAS ARTESANALES, que serán personas de la edad de 15 años en adelante, de sexo masculino o femenino que cuenten con un medio de ingreso económico MEDIO – ALTO, para adquirir los productos ofrecidos por DELICIAS ARTESANALES; esto se ha logrado determinar a partir del estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil.

También se logró determinar las características que deben tener los productos a partir del método de observación a la competencia y análisis de sus debilidades estas deben ser puntualidad en la entrega, calidad en el producto, tipo de elaboración, y precio en el mercado.

Se logró determinar que en la ciudad de Guayaquil no existen empresas establecidas con las características que ofrece DELICIAS ARTESANALES lo que lo convierte en pionero de la idea de servicio de repostería artesanal a domicilio y por tanto ofrece solo competencia indirecta siendo estos unos grandes puntos a favor.

También se ha logrado establecer el precio de los diferentes productos según su tamaño, ingredientes y forma de elaboración o más bien cuanto es lo que el mercado

RECOMENDACIONES:

Al ser “DELICIAS ARTESANALES” una surgiente empresa que oferta un producto creativo, original y novedoso en el mercado local, se recomienda implementar el plan de marketing y ofrecer y constante seguimiento que dé a conocer el producto al consumidor objetivo, tal que se cumpla con los objetivos de venta planteados y de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto.

Se recomienda la capacitación del personal ya que se estipulan valores bastante exigentes dentro del capítulo de la empresa que deben ser cumplidos a cabalidad por el equipo de trabajo, adicional existen ciertos equipos e implementos que si bien es cierto no poseen alta complicación en su funcionamiento, debe ser enseñado su manejo para prevenir diversos accidentes que pudiera originar su mal uso; además de enseñar el control de mantenimiento por el que deben pasar.

Realizar una campaña de publicidad donde se dé a conocer el producto, realizar promociones para que el consumidor se anime a probarlo y volverse cliente, así como dar muestras para que conozcan las diversas ofertas que DELICIAS ARTESANALES posee.

Tener en cuentas las leyes que en un futuro pudieran afectar la idea del plan de negocios DELICIAS ARTESANALES.

Por último, después de analizados distintos escenarios se recomienda implementar el proyecto en la ciudad de Guayaquil, por su alta rentabilidad ante diferentes contextos.

BIBLIOGRAFIA

1186, R. G. (s.f.). *REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN A LA LEY DE TURISMO DECRETO N° 1186*. Recuperado el 18 de NOVIEMBRE de 2010, de <http://www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20a%20la%20Ley%20de%20Turismo.pdf>

Almoguera & Pérez, J. (2003) *Introducción al Marketing Empresarial: ESINE*

ANDRADE, Jose Vicente de.-Turismo, Fundamentos de su aplicacion, S.P.,Ática, 1992, 215 pág.

ANGEL, L. V. (2009). *REMUNERACIONES: ANALISIS DE SUS CAMBIOS EN EL SECTOR HOTELERO*. QUITO: TRAMA.

ANTONIO, M. V. (2009). EL PROGRESO DE LA ECONOMIA ALIMENTARIA. En M. V. ANTONIO, *EL PROGRESO DE LA ECONOMIA ALIMENTARIA* (pág. 165). PICHINCHA: TRAMA.

ASCANIO, Alfredo. Turismo y planificación de alimetos y bebidas: evaluación económica y ambiental, 2004, 192 pág.

BANDUCCI, Alvaro & BARRETTO, Margarita.- Turismo e identidad local: antropológica, 2001, 208 pág.

Berreteaga, Ch. "LA COCINA DE CHOOPLY BERRETEAGA". Buenos Aires: GUADAL EDITORIAL

CASTRO,R.(2007). " LA BUENA COCINA EN SU NEGOCIO" REVISTA GOURMET HOTEL CONTNENTAL,1 (2), 38-45.

CRUZ, ROCHE I., (1992). Fundamentos de Marketing, 2a edición .Editorial Ariel, Barcelona.

Dygert, Warren B.: "Como anunciar para Vender. En Publicidad, el Principio de la Excelencia es ser Diferente y el principio del Fracaso es ser Igual" Ediciones Cosmos- Buenos Aires- Argentina.

Ecuador, B. C. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 15 de enero de 2011, de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/>

ESIC-MARKET (Julio-Septiembre 1988) Ismael Quintanilla Pardo, Gloria Berenguer Contri y Ricardo Díaz Sánchez, Problemas y desafíos del marketing social, 61, Págs. 137-151.

FERNÁNDEZ J.L. FONTRODONA, J., GOROSQUIETA, J. Y R.O.A. F:J (2000). *Ética del Marketing*. Unión Editorial. Monografías DSI, Estados Unidos.

Figuerola, M. (1991). *"Apuntes del Turisticos"*. España: Alianza.

FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD (1995) *Marketing con causa ¿Cómo añadir valor a las marcas vinculándolas a proyectos sociales?*, Madrid

GARCIA IZQUIRDO B (2000). *El valor de compartir beneficios*, Editorial Deusto, Bilbao.

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas. (s.f.).

Wikipedia Fuerzas Porter. Recuperado el 14 de febrero de 2011, de Wikipedia Fuerzas Porter:

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

INEC. (24 de FEBRERO de 2010). ESTADISTICAS SECTOR TURISMO 2009. *ESTADISTICAS SECTOR TURISMO 2009* , pág. 5.

INEC. (2011). *INFLACION 2011*. GUAYAQUIL: INEC.

JAFARI, J.- Alimento y Bebidas, Estudios y Perspectivas en Turismo, 3(1), 1994, 7-36.

JIMENEZ, G.F. (2007). "BUFFET".ESPAÑA: LEXUS EDICIONES.

Martín, E. U.-R. (2004). *ANALISIS Y TENDENCIAS DEL TURISMO*. BARCELONA: PIRAMIDE.

MAUREIRA, F.(2006). "EL ARTE DE LA COCINA".SANTIAGO:CIDE.

Mollinari, R. 1999. "Creatividad En La Reposteria." (Revista Interna MS. APN)

OMT. (s.f.). *World Tourism Organization UNWTO*. Recuperado el 18 de noviembre de 2010, de <http://unwto.org/es/home>

PARRA. (2009). *ECONOMIA Y TURISMO*. BARCELONA: Mcgraw-hill - España.

PEREZ MARTINEZ, A.M.(2003). "APERITIVOS" . BARCELONA: BLUME EDICIONES

PEREZ MARTINEZ, A.M.(2003). "ENTRADAS Y TAPAS". BARCELONA:
BLUME EDICIONES

Piedrahita, C. E. (17 de Febreo de 2011). Chef Cuisine International. (A. M. Villena,
Entrevistador)

QUINTANILLA PARDO, ISMAEL, BERENGUER CONTRI, GLORIA, Y DÍAZ
SÁNCHEZ RICARDO, (1988) Problemas y Desafíos del Marketing Social Editorial
ESIC Market, 61.

RABASSA ASENJO, B. (2000). Marketing Social, Editorial Pirámide. Madrid.

REPUBLICA, P. D. (2011). *INFORME A LA NACION #RV-218*. QUITO:
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA.

REVISTA AMBIENTE, TECNOLOGÍA I CULTURA, (Diciembre 2000). Rev. Dani
Wagman; Los límites de la sociedad del consumo, Número 28

REVISTA ELECTRÓNICA ICEM (2003) Instituto de comercio electrónico y
marketing directo, artículo Responsabilidad social: un medio y un fin.

REVISTA EMPRENDEDORES, (Abril 2003) No. 67/ Art. El poder de la solidaridad
Edita Hachette Filipacchi

Saínz de Vicuña, J.M, (1997). "Satisfacción y fidelización del cliente." Informe LKS
Consultores. España.

SANTANA, Agustín .- Antropología y Turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas?,
Barcelona, Ariel, 1997.

VERA, M. F. (13 de marzo de 2011). CRITERIOS SOBRE LA INFLACION Y
COMENTARIOS. (A. M. VILLENA, Entrevistador)

WALKER, L. (2003). "ARTE CULINARIO", 44, 34-56.

ANEXOS

Andrea Cecilia Miranda Villena



LUGAR DE NACIMIENTO:	Guayaquil, 5 de diciembre de 1989
EDAD:	21 años
DOMICILIO:	Kennedy norte mz. 401 solar 5 y 6
TELEFONO:	"2"684-193
CELULAR:	091 809 202
CORREO ELECTRONICO:	ancemivi@hotmail.com
ESTADO CIVIL:	Soltera
TITULO OBTENIDO:	*Bachiller de la República del Colegio Particular Mixto "Iberoamericano" (2005-2006)

PASANTIAS REALIZADAS

- ➔ Servicio al cliente y asistente de Presidencia en la empresa "Grupo Transestiba" (del 15 de febrero del 2009 al 15 de febrero del 2010)
- ➔ Encargada general de organización y logística del V semestre en la feria gastronómica organizada por el museo "Presley Norton" en el stand del -Cacao-

- Pasantías protocolo y logística- en los conciertos "Emanuel", "Armando Manzanero" y "José José" realizados en el Centro de Convenciones Simón Bolívar el 26 de Junio del 2008, 18 de septiembre del 2008 y 12 de Febrero del 2009 respectivamente
- Pasantías protocolo y logística- en las elecciones de la Cámara de Comercio del Guayas realizadas en el edificio "Las Cámaras" el 19 de mayo (2008)
- Pasantías protocolo y logística- en la II Feria de la oferta y la demanda realizada en el Centro de Convenciones Simón Bolívar de Guayaquil el 28 y 29 de abril (2008)
- Pasantías –ayuda comunitaria, protocolo y logística- en el evento "Andrea por los niños" organizado por "Andrea Fiallos Díaz", Miss Turismo Ecuador 2007 realizado en el recinto Bellavista, Tarifa – Samborondón (2007)
- Pasantías en la feria internacional de turismo en Ecuador (FITE 2007), en el área de acreditaciones, realizadas en el mes de septiembre en el Centro de Convenciones Simón Bolívar de Guayaquil
- Expositora en la II feria de internacional de Turismo "Principales destinos turísticos de América" realizado en el campus Universidad Católica (2007)
- Pasantías como protocolo en la Cámara de Comercio del Guayas 2006

Andrea Carolina Freire Dávalos



NOMBRES : Andrea Carolina
APELLIDOS : Freire Dávalos
FECHA DE NACIMIENTO : 19 de Mayo de 1988
LUGAR DE NACIMIENTO : Guayaquil
CÉDULA DE IDENTIDAD : 092645446-3
NACIONALIDAD : Ecuatoriana
ESTADO CIVIL : Soltera
DOMICILIO : Ciudadela Las Tejas Mz. 5 Villa # 20
TELÉFONOS : 2434962 -092857423/088786992
CORREO ELECTRÓNICO : andcarof_88@hotmail.com

EXPERIENCIA LABORAL

- American Call Center : Centro de Regularizaciones PORTA
- Pasantias realizadas en Copa Airlines.
- Pasantias reaizadas en Manso Boutique Hostal

Maria Jose Quizphe Sagasti

Agosto 12 de 1988, Guayaquil – Ecuador

C. Ciudadanía Ecuatoriana: 171650274-3

Domicilio: Cdla. Urdenor 2 mz 212 villa #48

085935225– 2885403

majo_qs@hotmail.com



EXPERIENCIA LABORAL

- Pasantías como protocolo en la Cámara de Comercio del Guayas 2006
- Protocolo: Inauguración del Centro de Idiomas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en Mayo del 2007.
- Planificación, organización y desarrollo de la Segunda Feria Internacional de Turismo, "Principales Destinos Turísticos de América", realizada el 24 de agosto del 2007.
- FITE 2007 (Feria Internacional de Turismo del Ecuador) del 4 al 9 de septiembre del 2007, realizada en el Centro de Convenciones de Guayaquil Simón Bolívar.

- Feria Gastronómica de Turismo, realizada en el museo Presley Norton (Banco Central del Ecuador, Guayaquil), Agosto 30 del 2008.
- Pasantías protocolo y logística- en las elecciones de la Cámara de Comercio del Guayas realizadas en el edificio "Las Cámaras" el 19 de mayo (2008)
- Pasantías protocolo y logística- en los conciertos "Emanuel", "Armando Manzanero" y "José José" realizados en el Centro de Convenciones Simon Bolívar el 26 de Junio del 2008, 18 de septiembre del 2008 y 12 de Febrero del 2009 respectivamente
- Servicio al cliente y encargada de recepción "Banco Delbank" (Diciembre del 2009 a mayo del 2011)
- Encargada de departamento de recepción y asistente administrativa de Intervida-Ecuador(Noviembre 2010 a Febrero 2011)

Mónica Rafaela Cárdenas Manrique

Domicilio: Noguchi 1818 y General Gomez cuarto piso

Idiomas: Español /Ingles

Fecha de Nacimiento: 4 de octubre de 1987

Teléfono: 2- 523 528 / 2-343 192 / 097278805

E mail: rafaelamanrique@hotmail.com



EXPERIENCIA LABORAL:

2005

Bolsa de Valores de Guayaquil

Pasantias Enero y Febrero de 2005

2007

Cámara de Turismo del Guayas (**CAPTUR**)

Registro de establecimientos

Atención al público

Mayo y junio

100 horas de prácticas universitarias

2007

Feria Internacional de Turismo 2007 (**FITE**)

6 al 9 de septiembre

Área de acreditación

90 horas de prácticas universitarias

2009

Sub Secretaria de Turismo del Litoral

Depto. Recursos Turísticos y Recepción

Atención al público y digitación del impuesto 1*1000

Programa del Ministerio de Trabajo "Mi primer Empleo"

2010

Hotel Marcellus

Recepción y Reservas

Pasantías Empresariales



CURRICULUM VITAE



DATOS PERSONALES

Nombres : Carolina Estefanía
Apellidos : Reyes Ruiz
Nacionalidad : Ecuatoriana
Fecha de Nacimiento : 22 de agosto de 1988
Edad : 22 años
Estado Civil : Soltera
Cedula de Identidad : 0926346990
Dirección Domiciliaria : Cdla. Samanes 4 Mz. 414 V6
Teléfono : 042214084
Celular : 095364165
Correo Electrónico : krito_reyes22@hotmail.com

ESTUDIOS REALIZADOS

Primaria : "Rosario Sánchez Bruno"
Kínder
Colegio Mercantil
Escuela
Secundaria : Unidad Educativa Particular Santa
Mariana de Jesús
Graduada en Contadora de Comercio y
Administración
Superior : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
"Egresada Hotelería y Turismo"

CURSOS REALIZADOS

Cursos de Contabilidad : Contabilidad Básica, Intermedia, Superior, de Costos.
"CENECU"
Cursos de Inglés : Inglés Básico, Intermedio.
"CENECU"
Cursos de Financieros : Excel Financiero
"CENECU"

Curso de Francés : Francés 1º Módulo
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Seminarios : Administración Tributaria
"CENECU"
 Campismos, Escultismos y Primeros Auxilios
"Universidad Católica de Santiago de Guayaquil"
 Gerencia de Servicios de Turismo
Hotel Sheraton

PASANTIAS

Hunter Carseg : Departamento de Compras
 TAME : Departamento de Reservas
 Feria Internacional de Turismo del Ecuador : Protocolo (2007 y 2008)
 Expolibro : Protocolo y expositora en el Stand de
 ECUAVISA (Inclúyeme)
 Cámara de Comercio de Guayaquil : Protocolo en los diferentes eventos
 Cámara de Turismo del Guayas : See Ecuador (Ayudante de guía)
 Hotel Sheraton : Salones de Eventos (Salonera)

EXPERIENCIA LABORAL

Aeropuerto José Joaquín de Olmedo : Encuestadora (Área Nacional e Internacional) "Proyecto Guayas"
 ASESORANDO : Asistente de Gerencia General (Caracas –
 (Sociedad de Corretaje de Seguros) Venezuela) Dpto. Atención al Cliente
 Gama Tv : Organización Miss Continente Americano y
Miss Ecuador 2009 a la actualidad
 Hotelería – Itinerarios – Organización –
 Secretaria - Ataché

REFERENCIAS PERSONALES

Ec. William Meléndrez : Hunter
 Teléfono: 2291065 ext. 217

Lcda. María del Carmen de Aguayo : Directora Miss Ecuador - Miss Continente
 Americano
 Teléfono: 2397888 ext. 3028

Dra. Johanna Reyes Sisalima : Consultorio Familiar
 Teléfono: 2264896/092659025



NOTARIA TRIGÉSIMA
DEL CANTÓN GUAYAQUIL

TESTIMONIO DE LA
ESCRITURA

**CONSTITUCIÓN DE LA
COMPAÑÍA “DELICIAS
ARTESANALES ECUADOR” CÍA.
LTDA.**

DEL NOTARIO
R. PIERO G. AYCART VINCENZINI

Guayaquil, 12 de noviembre del 2010

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

ESCRITURA PÚBLICA DE
CONSTITUCIÓN DE UNA
COMPAÑÍA DE
RESPONSABILIDAD
LIMITADA DENOMINADA
“DELICIAS ARTESANALES
ECUADOR” CIA. LTDA.....
CUANTÍA: USD\$25,000.00...

En la ciudad de Guayaquil, Capital de la Provincia del Guayas, República del Ecuador, el día de hoy, 1 de abril del dos mil once; ante mí, **DOCTOR PIERO GASTÓN AYCART VINCENZINI, NOTARIO TRIGÉSIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL**, comparecen a la celebración de la presente escritura las señoritas: **ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA**, por los derechos que representa como Gerente General de la Compañía “DELICIAS ARTESANALES ECUADOR”, tal como se lo justifica con la copia certificada de su Nombramiento inscrito en el Registro Mercantil que se adjunta a la presente; quien declara ser ecuatoriana, de estado civil soltera, domiciliada en esta ciudad, mayor de edad; la señorita **ANDREA CAROLINA FREIRE DAVALOS**, por sus propios derechos quien declara ser soltera, mayor de edad, domiciliada en la ciudad; la señorita **MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI**, por sus propios derechos, quien declara ser soltera, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad; la señorita **MONICA RAFAELA CARDENAS MANRIQUE**, por sus propios derechos, quien declara ser soltera, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad; la señorita **CAROLINA ESTEFANIA REYES RUIZ**, por sus propios derechos, quien declara ser soltera, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad.

1 Todos los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, capaces
2 de obligarse y contraer obligaciones, manifestando su voluntad de
3 celebrar esta escritura pública, a quienes de conocer doy fe, bien
4 instruidos en el objeto y resultados de esta escritura pública de
5 Constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada para su
6 otorgamiento me presentan la minuta al tenor siguiente: **SEÑOR**
7 **NOTARIO:** En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo sírvase
8 insertar una que conste la CONSTITUCIÓN Y ESTATUTO SOCIAL
9 DE LA COMPAÑÍA "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR"
10 COMPAÑÍA LIMITADA, bajo las cláusulas siguientes: **PRIMERA:**
11 **INTERVINIENTES.-** Intervienen a la celebración del presente
12 contrato, por una parte la señora ANDREA CECILIA MIRANDA
13 VILLENA, por los derechos que representa como Gerente General de
14 la Compañía "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR", tal como se lo
15 justifica con la copia certificada de su Nombramiento inscrito en el
16 Registro Mercantil que se adjunta a la presente; quien declara ser
17 ecuatoriana, de estado civil soltera, domiciliada en esta ciudad, mayor
18 de edad; la señorita **ANDREA CAROLINA FREIRE DAVALOS**, por
19 sus propios derechos quien declara ser soltera, mayor de
20 edad, domiciliada en la ciudad; la señorita **MARIA JOSE**
21 **QUIZPHE SAGASTI**, por sus propios derechos, quien declara
22 ser soltera, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad; la
23 señorita **MONICA RAFAELA CARDENAS MANRIQUE**, por sus
24 propios derechos, quien declara ser soltera, mayor de edad,
25 domiciliada en esta ciudad; la señorita **CAROLINA ESTEFANIA**
26 **REYES RUIZ**, por sus propios derechos, quien declara ser
27 soltera, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad, todas a quienes
28 para efectos del presente instrumento se las podrá denominar

1 SOCIOS, **SEGUNDA.- DISPOSICIONES APLICABLES:** La
2 sociedad en formación se registrará por las disposiciones de la Ley de
3 Compañías, Código de Comercio, Código Civil y por los siguientes
4 Estatutos Sociales. **TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA:**
5 **TITULO I Del Nombre, objeto social, plazo y domicilio Artículo**
6 **Uno- Nombre.-** El nombre de la compañía que se constituye es
7 **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.,** esta sociedad se
8 constituye como una compañía de responsabilidad limitada de
9 nacionalidad ecuatoriana y se registrará por las Leyes ecuatorianas y por
10 el presente estatuto. **Artículo Dos.- Objeto.-** La Compañía tendrá por
11 objeto dedicarse: **ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN BAJO**
12 **PEDIDO DE REPOSTERIA ARTESANAL** como son: elaboración de
13 dulces, desayunos, coffee breaks, manualidades de chocolate,
14 bocaditos de sal y dulce; y a la distribución de los mismos. En
15 cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los
16 actos y contratos permitidos por la ley. **Artículo Tres.- Plazo.-** El
17 plazo de duración de la compañía es de veinte años, contados desde
18 la fecha de inscripción de la presente escritura en el Registro
19 Mercantil. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del
20 plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a
21 las disposiciones legales aplicables. **Artículo Cuatro.- Domicilio**
22 **Principal.-** El domicilio principal de la compañía es la ciudad de
23 Guayaquil, perteneciente a la Provincia del Guayas. Podrá establecer
24 agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro
25 del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones
26 legales correspondientes. **TITULO II Del Capital Social y las**
27 **Participaciones Artículo Cinco.- Capital.-** El capital suscrito de la
28 Compañía es de VEINTICINCO MIL dólares de los Estados Unidos

1 de Norteamérica, dividido en VEINTICINCO mil participaciones
2 iguales, acumulativas e indivisibles de UN dólar de los Estados
3 Unidos de Norteamérica cada una, numeradas desde la cero cero
4 uno a la diez mil. Los Certificados de Aportación serán firmados por el
5 Gerente General y el Presidente de la Compañía. **Artículo Seis.-**
6 **Aumento de Capital.-** El capital de la Compañía podrá ser
7 aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General
8 de Socios, por los medio y en las formas establecidas por la Ley de
9 Compañías. Los Socios podrán ejercer su derecho preferente en la
10 suscripción de las nuevas participaciones, en proporción a sus
11 aportes sociales. **Artículo Siete.- Participaciones.-** Las
12 participaciones estarán representadas en certificados de aportación
13 no negociables. Cada participación representa derecho a un voto en
14 la Junta General, en proporción a su valor suscrito; así mismo
15 tendrán derecho a participar de las utilidades, en relación, al valor
16 pagado. Las Participaciones se anotarán en el Libro de Socios y
17 Participaciones. **Artículo Ocho.- Transferencia de las**
18 **Participaciones.-** Las participaciones podrán transferirse únicamente
19 con el acuerdo unánime del capital social. Transferencia que se
20 realizará únicamente conforme a lo establecido en la Ley de
21 Compañías. **Artículo Nueve.- Fondo de Reserva Legal.-** La
22 Reserva legal se formará segregando por lo menos el cinco por
23 ciento de las utilidades líquidas de la Sociedad que arroje cada
24 ejercicio económico hasta completar la cuantía mínima establecida
25 por la ley de Compañías. **TITULO III Órgano de Gobierno de la**
26 **Compañía Artículo Diez.- Norma general.-** El gobierno de la
27 compañía corresponde a la Junta General de Socios. **Artículo Once.-**
28 **Junta General y atribuciones.-** La Junta General es el órgano

1 Supremo de gobierno de la Compañía, formado por los socios
2 legalmente convocados y constituidos. Será presidida por el
3 Presidente de la Compañía, y ejercerá la secretaría el Gerente
4 General, sin perjuicio de que la Junta designe Presidente y secretario
5 a falta de éstos. La Junta General tendrá todas las atribuciones y
6 facultades que le confiere la Ley de Compañías. **Artículo Doce.-**
7 **Clases de Juntas.-** Las Juntas Generales son Ordinarias y
8 Extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía.
9 **Artículo Trece.- Juntas ordinarias.-** Se reunirán al menos una vez
10 al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres
11 primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio
12 económico. En estas juntas deberá tratarse al menos sobre los temas
13 siguientes: **a)** Conocer el informe anual del Gerente General, las
14 cuentas y el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, y
15 acordar la resolución correspondiente; **b)** Resolver sobre la
16 distribución y el destino de los beneficios sociales y las utilidades; **c)**
17 Cualquier otro asunto constante en la convocatoria. **Artículo**
18 **Catorce.- Junta Generales Extraordinarias.-** Se reunirán en
19 cualquier época en que fueren convocadas, en el domicilio principal
20 de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la
21 convocatoria. **Artículo Quince.- Convocatorias.-** La convocatoria a
22 junta general la efectuará el Gerente General de la compañía,
23 mediante una comunicación escrita dirigida a cada socio en el
24 domicilio de los mismos, y por vía de sus respectivos correos
25 electrónicos. Para la instalación de la Junta el Secretario procederá a
26 elaborar la lista de los asistentes, que se fundamentará en el libro de
27 participaciones y socios. Para tal efecto el administrador deberá llevar
28 a la Junta, bajo su responsabilidad, el libro correspondiente. **Artículo**

1 **Dieciséis.- Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias con**
2 **carácter Universal.-** La Junta General se entenderá convocada y
3 quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar, dentro
4 del territorio de la República, para tratar cualquier asunto, siempre
5 que esté presente todo el capital social, y los asistentes acepten por
6 unanimidad la celebración de la Junta. En cuanto al quórum
7 resolutorio se estará a lo previsto en el **Artículo** décimo octavo. Las
8 actas de las Juntas con carácter Universal serán firmadas por todos
9 los asistentes, bajo pena de nulidad. **Artículo Diecisiete.- Quórum**
10 **de instalación.-** Salvo disposición contraria de la ley, la junta general
11 se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del
12 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria,
13 se instalará con el número de socios presentes, siempre que se
14 cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se
15 expresará que la junta se instalará con los socios presentes. **Artículo**
16 **Dieciocho.- Quórum Resolutorio.-** Salvo disposición en contrario de
17 la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social
18 concurrente a la reunión. **Artículo Diecinueve.- Derecho de**
19 **Representación de los Socios.-** Los socios pueden concurrir a las
20 Juntas Generales personalmente o por medio de un representante,
21 en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con
22 carácter especial para cada junta, a no ser que el representante
23 ostente poder general, legalmente conferido. **Artículo Diecinueve.-**
24 **De la Dirección y Contenido de las Actas.-** Las Juntas Generales
25 de Socios serán presididas por el Presidente o por quien estuviese
26 haciendo sus veces, o cuando falta éste funcionario, por un socio
27 elegido por la misma Junta para el efecto. En la Junta General, el
28 Gerente General de la Compañía hará las veces de Secretario y en

1 caso de ausencia o falta, actuará como Secretario Ad-Hoc el socio
2 elegido por la misma Junta para el efecto. Las actas de la Juntas se
3 llevarán por el sistema de hojas móviles escritas a máquina, en el
4 anverso y reverso y deberán ser foliadas con numeración continúa y
5 sucesiva, rubricada una por una por el Secretario. El acta de la Junta
6 General contendrá: a) el lugar, día y hora de la celebración de la
7 sesión; b) los nombres de las personas que intervienen en ella como
8 Presidente y Secretario; c) la transcripción de la convocatoria con el
9 orden del día de la misma; d) la relación sumaria y ordenada del
10 desarrollo y deliberaciones de la Junta, así como la transcripción de
11 las resoluciones de ésta; e) la proclamación de los resultados de las
12 votaciones, con la constancia del número de votos a favor o en contra
13 de las proposiciones sobre las que se hubiere deliberado y tomado
14 resoluciones, lo votos en blanco y las abstenciones, con la indicación
15 del nombre de los socios que hubieran votado en contra o que se
16 hubieran abstenido o votado en blanco; f) el detalle de los
17 documentos incorporados al expediente de la sesión; g) la razón de
18 la aprobación del acta si se lo hiciere en la misma sesión. **Artículo**
19 **Veintiuno.- De los Expedientes de las Actas.-** De cada Junta se
20 formará un expediente que contendrá: a) la convocatoria realizada
21 por el Gerente General, junto a las copias de la convocatoria de cada
22 socio, con la respectiva fe de presentación; b) los demás documentos
23 exigidos en los Estatutos para la convocatoria; c) la lista de
24 asistentes, con la constancia de las participaciones que representen,
25 y los votos que les corresponden; d) los nombramientos, poderes o
26 cartas presentadas para actuar en la Junta; e) los demás
27 documentos que hubieren sido conocidos por esta Junta; y, f) copia
28 del acta suscrita por el Secretario de la Junta, dando fe de que el

1 documento es fiel copia del original. **TITULO IV ADMINISTRACIÓN**

2 **Artículo Veintidós.- Administración.-** La Compañía se administrará
3 por un Gerente General y el Presidente, que tendrá las atribuciones
4 y deberes que se mencionan en las cláusulas que siguen. El Gerente
5 General ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la
6 Compañía. **Artículo Veintitrés.- Del Presidente de la Compañía.-** El

7 Presidente tendrá un periodo de ejercicio de sus funciones de cinco
8 años, una vez que fenezca su periodo será atribución de la Junta
9 General decidir sobre su reelección por una sola vez. El presidente
10 continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente
11 reemplazado. Corresponde al presidente: a) presidir las reuniones de
12 junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas
13 respectivas; b) suscribir con el gerente los certificados de aportación,
14 y extender el que corresponda a cada socio; y, c) subrogar al Gerente
15 General en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se
16 ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

17 **Artículo 24º.- Gerente General de la Compañía.-** El Gerente
18 General tendrá un periodo de ejercicio de sus funciones de cinco
19 años, al cuyo término podrá ser reelegido indefinidamente. El Gerente
20 General continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser
21 legalmente reemplazado. Corresponde al Gerente General: a)
22 convocar a las reuniones de junta general; b) ser el secretario de la
23 junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas
24 respectivas; c) suscribir con el presidente los certificados de
25 aportación, y extender el que corresponda a cada socio; d) ejercer la
26 representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía; y, e)
27 ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley
28 de Compañías. **TITULO V DE LOS SOCIOS Artículo Veinticinco.-**

1 **Derechos de los Socios.-** Son derechos de los socios
2 especialmente los siguientes: a) intervenir en las Juntas Generales;
3 Participar en los beneficios sociales en proporción a sus
4 participaciones; b) participar en la misma proporción en la división el
5 acervo social, en caso de liquidación de la Compañía; c) intervenir
6 con voz y con voto en las Juntas Generales; d) gozar de preferencia
7 para la suscripción de participaciones en el caso de aumento de
8 capital; e) impugnar las resoluciones de la Junta General conforme a
9 la Ley; f) limitar su responsabilidad hasta el monto de sus respectivos

10 aportes. **Artículo Veintiséis.- Obligaciones de los socios.-** Las
11 obligaciones de los socios principalmente son: a) pagar la aportación
12 suscrita en el plazo previsto en estos estatutos. b) no interferir en
13 modo alguno en la administración de la Compañía; c) los demás
14 contemplados en la Ley o en estos Estatuto **TITULO VI BALANCES**

15 **Artículo Veintisiete.- Balances.-** Los balances se practicarán al
16 fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada
17 año y los presentará el Gerente General a consideración de la Junta
18 General Ordinaria. El balance contendrá no solo la manifestación
19 numérica de la situación patrimonial de la sociedad de la Compañía
20 que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y
21 reglamentarias, por un contador o auditor calificado, sino todos los
22 documentos que sustenten dicho balance. **TITULO VII Disolución y**

23 **Liquidación Artículo Veintiocho.- Norma general.-** La compañía se
24 disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la
25 Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que
26 corresponda, de acuerdo con la misma ley. **DISPOSICIÓN GENERAL**

27 **Artículo Veintinueve.-** En todo lo no previsto en este Estatuto se
28 estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y a lo que

1 resuelva la Junta General de Socios. **CUARTA.- SUSCRIPCIÓN Y**
2 **PAGO DEL CAPITAL.-** Los socios fundadores declaran que el capital
3 suscrito de la Compañía que por este Instrumento se constituye es de
4 **VEINTICINCO MIL DÓLARES de los Estados Unidos de**
5 **Norteamérica,** representado por diez mil participaciones sociales
6 iguales, acumulativas e indivisibles, de un dólar de los Estados
7 Unidos de Norteamérica cada una; el mismo que ha sido suscrito y
8 pagado de la manera siguiente: **EN NUMERARIO:** la Compañía
9 DELICIAS ARTESANALES ECUADOR S.A., por la interpuesta
10 persona de su Gerente General y Representante Legal la señorita
11 **ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA,** ha suscrito cinco mil
12 participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar cada
13 una y ha pagado el cien por ciento del valor de cada una de ellas; la
14 señorita **ANDREA FREIRE DAVALOS,** ha suscrito cinco mil
15 participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar cada
16 una y ha pagado el cien por ciento del valor de cada una de ellas; la
17 señorita **MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI,** ha suscrito cinco mil
18 participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar cada
19 una y ha pagado el cien por ciento del valor de cada una de ellas; la
20 señorita **MONICA RAFAELA CARDENAS MANRIQUE,** ha suscrito
21 cinco mil participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un
22 dólar cada una y ha pagado el cien por ciento del valor de cada una
23 de ellas; la señorita **CAROLINA ESTEFANIA REYES RUIZ,** ha
24 suscrito cinco mil participaciones iguales, acumulativas e indivisibles
25 de un dólar cada una y ha pagado el cien por ciento del valor de cada
26 una de ellas. Conforme consta del Certificado de Cuenta de
27 Integración de Capital otorgado por el **BANCO DE GUAYAQUIL,**
28 que se adjunta a la presente Escritura.- **HASTA AQUÍ LA MINUTA**

1 **EN CUYO TEXTO SE RATIFICAN LOS OTORGANTES.**- Leída que
2 fue la presente escritura de principio a fin por mí el Notario en alta voz
3 a los comparecientes, estos la aprueban y firman en unidad de acto
4 conmigo de todo lo cual doy fe.-
5
6
7

8 **ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA**

9 **C.C. No. 0918363557**
10

11 **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR S.A.**

12 **RUC. 5489612546321**
13
14
15

16 **ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA**

17 **Gerente General**

18 **C.I. No. 0918363557**
19
20
21
22

23 **ANDREA CAROLINA FREIRE DAVALOS**

24 **C.C. No. 0751203505**
25
26
27
28

1 **MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI**

2 **C.C. No. 0745303505**

3
4
5 **MONICA RAFAELA CARDENAS MANRIQUE**

6 **C.C. No. 0791809202**

7
8
9
10 **CAROLINA ESTEFANIA REYES RUIZ**

11 **C.C. No. 095129765**

12
13
14 Esta Hoja corresponde a la Constitución de la Compañía de
15 denominada "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR" CÍA. LTDA.-
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

1 Se otorgó ante mí, y en fe de ello confiero esta **PRIMERA COPIA**
2 **CERTIFICADA DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN**
3 **DE UNA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**
4 **DENOMINADA "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR" CIA.**
5 **LTDA.-** Que sello y firmo en la ciudad de Guayaquil, en la misma
6 fecha de su otorgamiento.

7
8
9 **DOCTOR PIERO GASTÓN AYCART VINCENZINI**

10 **NOTARIO TRIGÉSIMO**

11 **CANTÓN GUAYAQUIL**
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

RAZÓN:

CERTIFICO QUE EN ESTA FECHA HE CUMPLIDO CON LO QUE DISPONE EL ARTÍCULO 2 DE LA RESOLUCIÓN NÚMERO 05.G.I.J. 0008367 Ab. MELBA RODRÍGUEZ DE VARGAS ESPECIALISTA JURÍDICO 08-G-IJ-0005700 DE FECHA 1 DE ABRIL DEL 2011, POR LO QUE CON ESTA ESCRITURA HA QUEDADO ANOTADO AL MARGEN LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DELICIAS ARTESANALES CÍA. LTDA., LA MISMA QUE FUE OTORGADA EN ESTA NOTARIA EL 1 DE ABRIL DEL 2011.

GUAYAQUIL, MARZO 21 DEL 2011.

DOCTOR PIERO GASTÓN AYCART VINCENZINI

**NOTARIO TRIGÉSIMO
CANTÓN GUAYAQUIL**

SECRETARIO GENERAL DE LA INTENDENCIA DE
COMPAÑÍAS DE GUAYAQUIL
REPUBLICA DE ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS



RESOLUCION No. 05.G.I.J. 0008367
Ab. Melba Rodríguez de Vargas
Especialista Jurídico

CONSIDERANDO:

Que se ha presentado la Escritura Pública de constitución de la compañía **DELICIAS ARTESANALES CIA. LTDA.**; otorgada ante el Notario Trigésimo del Cantón Guayaquil, el 1/ABRIL/2011.

En ejercicio de las atribuciones asignadas mediante Resolución ADM. 04046 del 7 de Abril del 2004;

RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR la constitución de la compañía **DELICIAS ARTESANALES CIA LTDA.** , y disponer que un extracto de la misma se publique, por una vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.

ARTICULO SEGUNDO.- DISPONER: **a)** Que el Notario antes nombrado, tome nota al margen de la matriz de la escritura que se aprueba, del contenido de la presente resolución; **b)** Que el Registrador Mercantil o de la Propiedad a cargo del Registrado Mercantil del domicilio principal de la Compañía inscriba la referida escritura y esta resolución; y, **c)** Que dichos funcionarios sienten razón de esas anotaciones; y, **d)** Cumplido lo anterior, remítase a la Dirección de Registro de Sociedades, la publicación original del extracto, copia de la Escritura Pública y suscrita en el Registro Mercantil, copia de los

nombramientos inscritos, copia de la Afiliación a la Cámara de Producción respectiva y copia del Registro Único de Contribuyentes.

Comuníquese.- DADA y firmada en Guayaquil, 1 ABRIL 2011

Ab. Melba Rodríguez de Vargas
Especialista Jurídico

EXPEDIENTE DE RESERVA: 850231
NÚMERO DE TRÁMITE: 11.2009.2568

REGISTRO MERCANTIL CANTÓN GUAYAQUIL

Número de Repertorio: 48.652
FECHA DE REPERTORIO: 1/ABRIL/2011
HORA DE REPERTORIO: 11:00

LA REGISTRADORA MERCANTIL DEL CANTÓN GUAYAQUIL

1.- Certifica: que con fecha primero de abril del dos mil once en cumplimiento de lo ordenado en la Resolución No. 05.G.I.J. 0008367, de la Superintendencia de Compañías de Guayaquil, dictada por Ab. Melba Rodríguez de Vargas Especialista Jurídico, el 1 de abril del 2011, queda inscrita la presente escritura pública junto con la resolución antes mencionada, la misma que contiene la Constitución de la compañía denominada: "DELICIAS ARTESANALES CIA. LCTA., de fojas 104.300 a 104.365, Registro Mercantil número 19.456. 3.- De conformidad con lo dispuesto en el **Artículo 33** del código de comercio, se ha fijado y se mantendrá fijo en la sala de este despacho de acuerdo con la ley bajo el número 1.365 un extracto de la presente escritura pública.

ORDEN: 56412

Ab. Sindy Zambrano M.
Registro Mercantil del Cantón Guayaquil
DELEGADA

LISTA DE SOCIOS ASISTENTES A LA JUNTA GENREAL EXTRAORDINARIA DE SOCIOS DE LA COMPAÑÍA "DELICIAS ARTESANALES" C. LTDA. CELEBRADA EL DIA DIECISÉIS DE DICIEMBRE DEL DOS MIL NUEVE A LAS 18H00 EN ESTA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

CAPITAL SOCIAL US\$ 25.000,00
CAPITAL PAGADO US\$ 25.000,00

Socio	Capital	Participaciones	Valor de cada una
ANDREA MIRANDA VILLENA	5000	5000	1dólar
CAROLINA REYES RUIZ	5000	5000	1dólar
ANDREA FREIRE DAVALOS	5000	5000	1dólar
MARIA QUIZPHE SAGASTI	5000	5000	1dólar
MONICA CARDENAS M.	5000	5000	1dólar

TOTAL DEL CAPITAL SOCIAL PAGADO: \$ 15. 000.00

ANDREA MIRANDA VILLENA
Presidente

ANDREA FREIRE DAVALOS
Secretario

**ACTA DE SESIÓN DE JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA DE
SOCIOS DE LA COMPAÑÍA “DELICIAS ARTESANALES
ECUADOR” C. LTDA. CELEBRADA EL DIA DIECISÉIS DE
DICIEMBRE DEL DOS MIL NUEVE.**

En la Ciudad de Guayaquil, Capital de la Provincia del Guayas a los dieciséis días del mes de abril del dos mil once siendo las dieciocho horas p.m. en el local comercial, donde funcionan las oficinas de **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR C. LTDA.**, situado en la dcla Kennedy norte mz 401 villa 22. Se reúnen los socios de la Compañía en mención, encontrándose presente el propietario del Capital Social de la Compañía, señorita **ANDREA MIRANDA VILLENA**, propietario de un veinte por ciento de participaciones iguales, acumulativas e indivisibles y ordinarias de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica cada una y pagado, la señorita **ANDREA FREIRE DAVALOS**, propietario veinte por ciento de participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica cada una y pagado. señorita **MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI**, propietario de un veinte por ciento de participaciones iguales, acumulativas e indivisibles y ordinarias de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica cada una y pagado. señorita **MONICA CARDENAS MANRIQUE**, propietario de un veinte por ciento de participaciones iguales, acumulativas e indivisibles y ordinarias de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica cada una y pagado. Señorita **CAROLINA REYES RUIZ**, propietario de un veinte por ciento de participaciones iguales, acumulativas e indivisibles y ordinarias de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica cada una y pagado, Con lo que se encuentra reunido el cien por cien del capital social suscrito de la Compañía, quienes por unanimidad acordaron en constituirse en Junta General Extraordinaria sin necesidad de convocatoria previa, de conformidad con la facultad contemplada en el Art. 238 de la Ley de Compañías, con la finalidad de tratar sobre el siguiente punto: **Elegir al Representante Legal de la Compañía DELICIAS ARTESANALES ECUADOR C. Ltda.**

Los socios por unanimidad dieron su aprobación para la celebración de esta Junta, por lo que el Presidente declaró válidamente instalada y de inmediato se pasó a tratar sobre el único punto del orden del día.

Toma la palabra el **ANDREA FREIRE DAVALOS**, Secretario de la Junta de Socios, quien manifiesta que es su deseo elegir para como Gerente General de la Compañía “**DELICIAS ARTESANALES ECUADOR**” C. LTDA., al Señor **ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA**.

La exposición de la señorita **ANDREA FREIRE DAVALOS** es acogida y aprobada en forma unánime por los presentes, y por lo tanto esta Junta General Extraordinaria resuelve por unanimidad de votos de los socios presentes: Que mediante esta Acta de Junta General de Socios se nombra para un nuevo periodo de duración de tres años como así lo establece en su artículo veinticinco el estatuto de **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR C. LTDA.**, Gerente General de la Compañía **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR C. LTDA.**, a la Señorita **ANDREA CECILIA MIRANDA VILLENA**.

No habiendo otro punto a tratar, se concede unos minutos de receso para la elaboración del acta.

Reinstalada la sesión con las mismas personas que la integraron, se dio lectura a la presente acta, que fue aprobada por unanimidad, firmando para constancia de los presentes el Presidente de la Junta, el infrascrito Secretario y la COMPAÑÍA DELICIAS ARTESANAES ECUADOR S.A., socio de la compañía, con lo que se termina la sesión siendo las siete horas p.m..

Guayaquil, 16 de abril del 2011

ANDREA MIRANDA VILLENA
PRESIDENTE

ANDREA FREIRE DAVALOS
SECRETARIO

Guayaquil, Abril 16 del 2011

Srta.

Andrea Miranda Villena

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Cumplimos en comunicarle a usted que la sesión de Junta General Extraordinaria de Socios de la Compañía DELICIAS ARTESANALES ECIADOR C. LTDA., celebrada el día de ayer 16 de Abril del 2011, tuvo el acierto de ELEGIRLO como GERENTE GENERAL de la Compañía DELICIAS ARTESANALES ECIADOR C. LTDA., por el periodo de CINCO AÑOS como así lo establece el estatuto de la sociedad en su **Artículo** veinticuatro.

En el ejercicio de sus funciones le corresponderá individualmente la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía, de acuerdo a lo previsto en el **Artículo** veintidós de Estatuto Social vigente. En caso de ausencia será reemplazado por el presidente.

Sus atribuciones vigentes constan en la escritura pública de constitución Compañía DELICIAS ARTESANALES ECIADOR C. LTDA., de la celebrada ante el Notario Trigésimo de Guayaquil, el 1 de Marzo del 2011 y se inscribió en el Registro Mercantil de Guayaquil el 1 de abril del 2011.

Atentamente

Andrea Freire Davalos

Jefa de Accionistas

Razón: Acepto el cargo de Gerente General para el que he sido elegido. Guayaquil 16 de Abril del 2011

Andrea Miranda Villena

C.C. 091836355-7

REGISTRO MERCANTIL

CANTÓN GUAYAQUIL

1.- En la presente fecha queda inscrito el Nombramiento de Gerente General, de la Compañía DELICIAS ARTESANALES ECIADOR C. LTDA. C. LTDA., a favor de Andrea Miranda Villena a foja 63.725, Registro Mercantil número 12.241, Repertorio número 22.926.- Guayaquil, veintisiete de abril del dos mil once.-

Ab. Sindy Zambrano M.
Registro Mercantil del Cantón Guayaquil
DELEGADA



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 0954621235456

DENOMINACIÓN OBJETIVA: "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CÍA.
LTDA."

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

Nº DE ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO

FEC. INICIO ACT: 1 de Julio del 2011

NOMBRE COMERCIAL: "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CÍA. LTDA."

ACTIVIDADES ECONOMICAS:

La Compañía tendrá por objeto dedicarse: Elaboración Y Distribución De Resposteria Y De Productos Comestibles De Elaboración Artesanal En General lo cual se incluye: elaboración de desayunos, coffee breaks, brunchs, bocaditos de sal y dulce; así mismo se dedicará a la elaboración de manualidades comestibles hechas de chocolate y a la venta de los mismos.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Parroquia: Tarqui

Calle: Neptalí Zuñiga

Número: 22

Piso: 1

Oficina: 1

Teléfono: 2 684287

Intersección: calle Pumpilio Ulloa

Referencia ubicación: Atrás del Ministerio del Litoral.

DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CÍA. LTDA.

Andrea Miranda Villena

GERENTE GENERAL

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: Andrea Miranda Villena Lugar de Emisión: Guayaquil Fecha y Hora: 20 de Abril del 2011 _ 14H00



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 0954621235456

DENOMINACIÓN OBJETIVA: "DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CÍA. LTDA."

NOMBRE COMERCIAL: DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CÍA. LTDA

CLASE DE CONTRIBUYENTE OTROS

REPRESENTANTE LEGAL: Andrea Miranda Villena

FEC. INICIO ACT: 1 Julio del 2011 **FEC. DE CONSTITUCIÓN:** 1 Julio del 2011

FEC. INSCRIPCIÓN: 14 Abril del 2011 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 20 de Abril del 2011

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:

La Compañía tendrá por objeto dedicarse: Elaboración Y Distribución De Resposteria Y De Productos Comestibles De Elaboración Artesanal En General lo cual se incluye: elaboración de desayunos, coffee breaks, brunchs, bocaditos de sal y dulce; así mismo se dedicará a la elaboración de manualidades comestibles hechas de chocolate y a la venta de los mismos.

DIRECCION PRINCIPAL:

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Parroquia: Tarqui

Calle: Neptalí Zuñiga

Número: 22

Piso: 1

Oficina: 1

Teléfono: 2 684287

Intersección: calle Pumpilio Ulloa

Referencia ubicación: Atrás del Ministerio del Litoral.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

1. ANEXOS DE RETENCIÓN EN LA FUENTE
 2. DECLARCIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
 3. DECLARCIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
 4. DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
-

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001

ABIERTOS: 1

CERRADOS: 0

JURISDICCION: REGIONAL/LITORAL/SUR/GUAYAS

DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CÍA. LTDA.
Andrea Miranda Villena
GERENTE GENERAL

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: Andrea Miranda Villena Lugar de Emisión: Guayaquil Fecha y Hora: 20 de Abril del 2011 _ 14H00

REPÚBLICA DE ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES
Y EXISTENCIA LEGAL N° 22654

OFICIO No. SC.IJ.DJC.08 0019148

Guayaquil, 20 de abril del 2011

Señores
BANCO DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Cumplo en comunicar a usted que la compañía **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.**, ha concluido los trámites legales previos a su funcionamiento.

En tal virtud, puede el Banco de su gerencia, entregar los valores depositados en la "Cuenta de Integración de Capital" de esa compañía, a los administradores de la misma

Atentamente,

Abg. Víctor Briones Delgado
SECRETARIO GENERAL DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE
GUAYAQUIL

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” CIA. LTDA.

Domicilio Principal: Guayaquil – Ecuador

Capital Suscrito: US\$25,000.00

Número de Participaciones: 25000

CERTIFICADO DE APORTACIÓN NO NEGOCIABLE

VALOR DEL CERTIFICADO: US\$3,000,00

No. 002

Del No. 2000 al 4000

Por medio de la presente **CERTIFICO** que la Srta. **ANDREA MIRANDA VILLENA** es propietaria de **CINCO MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una, que se emiten a su favor y que corresponden al capital de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.**, que cuenta con capital social de **VEINTICINCO MIL DÓLARES**, dividido en **QUINCE MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una. La Escritura de Constitución de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.”** fue celebrado el Abril 12 del 2.011, mediante Escritura Pública que autorizó el Notario Doctor Piero Aycart V., Notario Trigésimo del cantón Guayaquil, se celebró mediante de Escritura Pública el contrato de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR**, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil de Guayaquil el 14 de abril del 2011 a fjs. No. **48.652** del Repertorio. Al socio propietario de este Certificado le corresponden todos los derechos y obligaciones que la Ley y Los Estatutos Sociales determinan.

Para constancia emitimos este Certificado en Guayaquil, a 15 de Abril del 2011.

ANDREA FREIRE DAVALOS
SECRETARIA

ANDREA MIRANDA VILLENA
GERENTE GENERAL

Recibí el Certificado el que refiere este talonario

ANDREA MIRANDA VILLENA

SOCIA

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” CIA. LTDA.

Domicilio Principal: Guayaquil – Ecuador

Capital Suscrito: US\$25,000.00

Número de Participaciones: 25000

CERTIFICADO DE APORTACIÓN NO NEGOCIABLE

VALOR DEL CERTIFICADO: US\$3,000,00

No. 002

Del No. 2000 al 4000

Por medio de la presente **CERTIFICO** que la Srta. **ANDREA FREIRE DAVALOS** es propietaria de **CINCO MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una, que se emiten a su favor y que corresponden al capital de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.**, que cuenta con capital social de **VEINTICINCO MIL DÓLARES**, dividido en **QUINCE MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una. La Escritura de Constitución de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.”** fue celebrado el Abril 12 del 2.011, mediante Escritura Pública que autorizó el Notario Doctor Piero Aycart V., Notario Trigésimo del cantón Guayaquil, se celebró mediante de Escritura Pública el contrato de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR**, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil de Guayaquil el 14 de abril del 2011 a fjs. No. **48.652** del Repertorio. Al socio propietario de este Certificado le corresponden todos los derechos y obligaciones que la Ley y Los Estatutos Sociales determinan.

Para constancia emitimos este Certificado en Guayaquil, a 15 de Abril del 2011.

ANDREA FREIRE DAVALOS
SECRETARIA

ANDREA MIRANDA VILLENA
GERENTE GENERAL

Recibí el Certificado el que refiere este talonario

ANDREA FREIRE DAVALOS
SOCIA

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” CIA. LTDA.

Domicilio Principal: Guayaquil – Ecuador

Capital Suscrito: US\$25,000.00

Número de Participaciones: 25000

CERTIFICADO DE APORTACIÓN NO NEGOCIABLE

VALOR DEL CERTIFICADO: US\$3,000,00

No. 002

Del No. 2000 al 4000

Por medio de la presente **CERTIFICO** que la Srta. **MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI** es propietaria de **CINCO MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una, que se emiten a su favor y que corresponden al capital de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.**, que cuenta con capital social de **VEINTICINCO MIL DÓLARES**, dividido en **QUINCE MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una. La Escritura de Constitución de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.”** fue celebrado el Abril 12 del 2.011, mediante Escritura Pública que autorizó el Notario Doctor Piero Aycart V., Notario Trigésimo del cantón Guayaquil, se celebró mediante de Escritura Pública el contrato de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR**, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil de Guayaquil el 14 de abril del 2011 a fjs. No. **48.652** del Repertorio. Al socio propietario de este Certificado le corresponden todos los derechos y obligaciones que la Ley y Los Estatutos Sociales determinan.

Para constancia emitimos este Certificado en Guayaquil, a 15 de Abril del 2011.

ANDREA FREIRE DAVALOS
SECRETARIA

ANDREA MIRANDA VILLENA
GERENTE GENERAL

Recibí el Certificado el que refiere este talonario

MARIA JOSE QUIZPHE SAGASTI

SOCIA

“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” CIA. LTDA.

Domicilio Principal: Guayaquil – Ecuador

Capital Suscrito: US\$25,000.00

Número de Participaciones: 25000

CERTIFICADO DE APORTACIÓN NO NEGOCIABLE

VALOR DEL CERTIFICADO: US\$5,000,00

No. 002

Del No. 2000 al 4000

Por medio de la presente **CERTIFICO** que la Srta. **MONICA CARDENAS MANRIQUE** es propietaria de **CINCO MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una, que se emiten a su favor y que corresponden al capital de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.**, que cuenta con capital social de **VEINTICINCO MIL DÓLARES**, dividido en **QUINCE MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una. La Escritura de Constitución de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.”** fue celebrado el Abril 12 del 2.011, mediante Escritura Pública que autorizó el Notario Doctor Piero Aycart V., Notario Trigésimo del cantón Guayaquil, se celebró mediante de Escritura Pública el contrato de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR**, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil de Guayaquil el 14 de abril del 2011 a fjs. No. **48.652** del Repertorio. Al socio propietario de este Certificado le corresponden todos los derechos y obligaciones que la Ley y Los Estatutos Sociales determinan.

Para constancia emitimos este Certificado en Guayaquil, a 15 de Abril del 2011.

ANDREA FREIRE DAVALOS
SECRETARIA

ANDREA MIRANDA VILLENA
GERENTE GENERAL

Recibí el Certificado el que refiere este talonario

MONICA CARDENAS MANRIQUE

SOCIA

**“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR” CIA.
LTDA.**

Domicilio Principal: Guayaquil – Ecuador

Capital Suscrito: US\$25,000.00

Número de Participaciones: 25000

CERTIFICADO DE APORTACIÓN NO NEGOCIABLE

VALOR DEL CERTIFICADO: US\$5,000,00

No. 002

Del No. 2000 al 4000

Por medio de la presente **CERTIFICO** que la Srta. **CAROLINA REYES RUIZ** es propietaria de **CINCO MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una, que se emiten a su favor y que corresponden al capital de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.**, que cuenta con capital social de **VEINTICINCO MIL DÓLARES**, dividido en **CINCO MIL PARTICIPACIONES** iguales, acumulativas e indivisibles de **UN DÓLAR** cada una. La Escritura de Constitución de la compañía **“DELICIAS ARTESANALES ECUADOR Cía. Ltda.”** fue celebrado el Abril 12 del 2.011, mediante Escritura Pública que autorizó el Notario Doctor Piero Aycart V., Notario Trigésimo del cantón Guayaquil, se celebró mediante de Escritura Pública el contrato de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada **DELICIAS ARTESANALES ECUADOR**, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil de Guayaquil el 14 de abril del 2011 a fjs. No. **48.652** del Repertorio. Al socio propietario de este Certificado le corresponden todos los derechos y obligaciones que la Ley y Los Estatutos Sociales determinan.

Para constancia emitimos este Certificado en Guayaquil, a 15 de Abril del 2011.

ANDREA FREIRE DAVALOS
SECRETARIA

ANDREA MIRANDA VILLENA
GERENTE GENERAL

Recibí el Certificado el que refiere este talonario

CAROLINA REYES RUIZ

SOCIA

LIBRO DE PARTICIPACIONES Y SOCIOS DE LA COMPAÑÍA DELICIAS ARTESANALES ECUADOR CIA. LTDA.

Certificado de Aportación N° 001..... Valor US\$ 5000.00.....

Contentivo de : CINCO MIL participaciones

No. (s) 0001 al 5000 inclusive.....

Clase: Iguales Y Acumulativas E Indivisibles.....

Propiedad de: ANDREA MIRANDA VILLENA.

Emitido: Guayaquil, 16 de Abril del 2.011.....

Certificado de Aportación N° 002..... Valor US\$ 5000.00.....

Contentivo de : CINCO MIL participaciones

No. (s) 0001 al 5000 inclusive.....

Clase: Iguales Y Acumulativas E Indivisibles.....

Propiedad de: ANDREA FREIRE DAVALOS.

Emitido: Guayaquil, 16 de Abril del 2.011.....

Certificado de Aportación N° 003..... Valor US\$ 5000.00.....

Contentivo de : CINCO MIL participaciones

No. (s) 0001 al 5000 inclusive.....

Clase: Iguales Y Acumulativas E Indivisibles.....

Propiedad de: MARIA QUIZPHE SAGASTI.

Emitido: Guayaquil, 16 de Abril del 2.011.....

Certificado de Aportación N° 004..... Valor US\$ 5000.00.....

Contentivo de : CINCO MIL participaciones

No. (s) 0001 al 5000 inclusive.....

Clase: Iguales Y Acumulativas E Indivisibles.....

Propiedad de: MONICA CARDENAS MANRIQUE.

Emitido: Guayaquil, 16 de Abril del 2.011.....

Certificado de Aportación N° 005..... Valor US\$ 5000.00.....

Contentivo de : CINCO MIL participaciones

No. (s) 0001 al 5000 inclusive.....

Clase: Iguales Y Acumulativas E Indivisibles.....

Propiedad de: CAROLINA REYES RUIZ.

Emitido: Guayaquil, 16 de Abril del 2.011.....

ANDREA MIRANDA VILLENA
GERENTE GENERAL
LO CERTIFICO.-
