



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO DE LA CAFETERÍA "SIEMPRE EL REY"

AUTOR/ A: Aracelia del Pilar Benavides Espinoza

**TUTOR/ A: DR. Diego Donoso.
TOTOR TÉCNICO: Mg. Carolina Jaramillo.**

AÑO: 2017

Datos generales:

Tema:	Modelo de Gestión Administrativo y Financiero para la cafetería “Siempre el Rey”
Estudiante:	Benavides Espinoza Aracelia del Pilar
Carrera:	Administración de Empresas
Tutor:	Dr. Donoso Diego
Asesor Técnico:	Mg. Jaramillo Bayas Carolina Paola
Fecha:	14 de enero de 2017

Dedicatoria

Dedico este proyecto de titulación a Dios y a mi hija. A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi hija, quien ha estado conmigo apoyándome y dándome animamos para continuar a pesar de las adversidades, ya que por ella soy lo que soy ahora. A mi mejor amiga ya que me impulso a dar el paso para seguir en este camino y lograr hoy las metas que nos propusimos realizar.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Tecnológica Israel que me acogió y me brindó la oportunidad de cumplir un sueño más anhelado.

A todos los docentes por el tiempo, profesionalismo, la amistad, consejos y conocimientos compartidos en clase.

A mis tutores quien, con su apoyo, confianza y sus conocimientos supieron guiarme correctamente, con paciencia y dedicación, hasta culminar con éxito este trabajo.

RESUMEN

La Cafetería Siempre el Rey está ubicada en las calles Juan León Mera y Lizardo García a una cuadra de la plaza Foch, fue creada desde el 18 de junio de 2008 con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus propietarios obteniendo sus propios ingresos y una fuente de empleo. Actualmente con el desarrollo tecnológico y la evolución del mercado no le ha permitido a la administración del local cumplir con las exigencias del mercado, la falta de innovación y variedad de sus productos, el deterioro de su infraestructura, es por esta razón que se buscó determinar las estrategias que permitan desarrollar de mejor manera las actividades económicas y permitan incrementar los ingresos, luego de realizar un análisis de las diversas causas que provocan la disminución de las ventas se propuso a los propietarios de la cafetería Siempre el Rey la elaboración de un Modelo de gestión administrativo y financiero, con la finalidad de generar una herramienta idónea para la realización del monitoreo, control y evaluación de las actividades dentro de la empresa, logrando así los objetivos, los cuales constituyen en el crecimiento económico, la fidelidad de los clientes existentes y atraer nuevos clientes, la propuesta constituye en el desarrollo de un Modelo de gestión administrativo y financiero que plasme las técnicas necesarias para adquirir la información necesaria para el desarrollo del Modelo de Gestión y evidenciar la factibilidad del mismo con la finalidad de mejorar las ganancias. Los cambios generados con la aplicación de este proyecto permitirán generar una fuente de ingreso económico a dos familias que dependen del negocio y posiblemente dará lugar a nuevas contrataciones de personal, aportando al desarrollo económico del país.

Palabras claves: Modelo de Gestión, gestión administrativa, gestión financiera

SUMMARY

The coffee shop forever el king is located on Juan León Mera and Lizardo García streets, one block from Foch Square. It was created on June 18, 2008 with the objective of improving the quality of life of its owners by obtaining their own income and A source of employment. Nowadays, with the technological development and the evolution of the market, it has not allowed the local administration to comply with the market demands, the lack of innovation and variety of its products, the deterioration of its infrastructure, it is for this reason that it was sought to determine The strategies that allow better development of economic activities and increase income, after conducting an analysis of the various causes that lead to a decrease in sales, the owners of the coffee shop forever El king were asked to draw up a model of Administrative and financial management, with the purpose of generating a suitable tool for the monitoring, control and evaluation of the activities within the company, thus achieving the objectives, which constitute in the economic growth, the loyalty of existing clients and Attracting new clients, the proposal constitutes in the development of a Model d And administrative and financial management that reflects the necessary techniques to acquire the necessary information for the development of the Management Model and to demonstrate its feasibility in order to improve the profits. The changes generated by the implementation of this project will allow the generation of a source of economic income for two families that depend on the business and possibly lead to new staffing, contributing to the economic development of the country.

Key words: Management model, administrative management, financial management.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Aracelia del Pilar Benavides Espinoza, CI 1712397577 autor/a del trabajo de graduación:

Rediseño de la Identidad Corporativa Charles Sport. Aplicado a la elaboración de página Web y cuenta Facebook, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración de Empresas** en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Abril del 2017

Atentamente.

Aracelia del Pilar Benavides Espinoza.
C.I. 1712397577

INDICE

SECCIÓN I.....	1
1.1. Problema de Investigación.....	1
1.2. Objetivo General.....	3
1.3. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Introducción.....	4
SECCIÓN II.....	8
2.1. Marco Teórico.....	8
2.1.1. Modelos Administrativos.....	8
2.1.2. Teoría Administrativa de “Frederick Taylor”.....	8
2.1.3. Teoría Administrativa de Max Weber.....	10
2.1.4. Teoría Administrativa de Taylor.....	10
2.1.5. Teoría Administrativa de Henry Fayol.....	12
2.2. Proceso Administrativo.....	13
2.3. Gestión Por Procesos.....	15
2.4. Recursos Humanos.....	15
2.5. Planificación Estratégica.....	16
2.6. Marketing.....	16
2.7. Gestión Financiera.....	17
2.7.1. Planeación Financiera.....	17
2.7.2. Estados Financieros.....	18
2.7.3. Sistema de Contabilidad.....	18
2.8. La Empresa.....	20
2.8.1. Clasificación de Las Empresas.....	20
2.8.1.1. Comerciales.....	21
2.8.1.3. Según La Forma Jurídica.....	21
2.8.4. Las Cooperativas u otras Organizaciones de Economía Social.....	22
SECCIÓN III.....	28
3. Metodología.....	28
3.1.10. Instrumentos de La Investigación.....	33
3.1.10.1. Técnica de La Encuesta.....	33
3.1.10.2. Ventajas.....	33
3.1.10.3. Tipo de Encuesta Aplicada.....	33

3.2.	Propuesta	38
3.2.1.	Diagnóstico.	38
3.2.2.	Propuesta administrativa.	38
3.2.2.1.	Planificación..	41
3.2.2.2.	Misión	41
3.2.2.3.	Visión.....	41
3.2.2.4.	Objetivos.....	41
3.2.2.5.	General.....	41
3.2.2.6.	Específicos	42
3.2.3.	Estratégicos	42
3.2.3.1.	A corto Plazo	42
3.2.3.2.	A largo plazo.....	42
3.2.4.	Políticas	42
3.2.5.	Organización	44
3.2.5.1.	Organigrama Estructural	44
3.2.5.2.	Propuesta de organigrama estructural	44
3.2.5.3.	Organigrama funcional	45
3.2.6.	Matriz FODA	49
3.2.7.	Dirección	50
3.2.8.	Control.....	51
3.2.9.	Modelo Financiero	52
3.2.9.3.	Planificación	54
3.2.9.6.	Control - Implementación de registro de pago a proveedores.....	63
3.2.10.	Reestructuración	66
3.2.11.	Áreas para reestructurar	66
3.2.12.	Estrategias de reestructuración.....	66
3.2.13.	Cambios de distribución a través de la matriz LAY OUT	66
3.3.	Cronograma	66
4.1.	Conclusiones	69
4.2.	Recomendaciones.....	69
4.3	Bibliografía	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nro. 1 Existe organización interna en la cafetería Siempre el Rey	36
Tabla Nro. 2 Los tiempos de espera para atender su orden o pedido son adecuados	37
Tabla Nro. 4 Ventas Mensuales antes de la Proyección	57
Tabla Nro. 5 Proyección de Ventas	58
Tabla Nro. 6 Análisis de ventas proyectadas vs anteriores.....	58
Tabla Nro. 7 Sistema de control de Ingresos y Gastos	60
Tabla Nro. 8 Determinación de Precios	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1 Ubicación de la Empresa.....	6
Gráfico Nro. 2 Organicen interna en la Cafetería Siempre el Rey	36
Gráfico Nro. 3 Tiempos de espera para atender orden de pedido adecuados	37
Gráfico Nro. 4 Procesos Administrativos	37
Gráfico Nro. 5 Organigrama Estructural	44
Gráfico Nro. 6 Árbol de Problemas de la Gestión Financiera	53
Gráfico Nro. 7 Etapas Financieras	54
Gráfico Nro. 8 Tabla de Amortización	55
Gráfico Nro. 9 Análisis de Inversión Requerida.....	56
Gráfico Nro. 10 Análisis de Ventas Proyectadas 2017 al 2018.....	59
Gráfico Nro. 11 Sistema de Facturación.....	61
Gráfico Nro. 12 Sistema de Facturación.....	62
Gráfico Nro. 13 Sistema - Control de Proveedores	63
Gráfico Nro. 14 Control de Pagos a Proveedores	64
Gráfico Nro. 15 Lista de Proveedores	64
Gráfico Nro. 16 Matriz LAY - OUT.....	67

SECCIÓN I

1.1. Problema de Investigación.

Actualmente con el desarrollo tecnológico y la evolución del mercado La cafetería “Siempre el Rey”, se ha quedado rezagada y no ha podido cumplir con las exigencias del mercado, la falta de innovación y variedad de sus productos, el deterioro de su infraestructura, la falta de conocimientos administrativos y financieros, no les ha permitido a sus dueños lograr incrementar sus ventas, las cuales cada vez son más bajas. Razón por la cual se implementará en la cafetería “Siempre el Rey” un Modelo de Gestión Administrativo y Financiero con el objetivo de solucionar los problemas económicos que actualmente presenta, con su aplicación se pretende cambiar su funcionamiento, imagen, productos y atención al cliente. Por lo que se pretende utilizar una encuesta la cual facilitará datos relevantes para efectuar el Modelo de Gestión, datos como: ¿Qué productos requiere el cliente se implemente en la cafetería?, ¿Cuántas veces visitan la cafetería?, ¿Qué horarios les gustaría que abra sus puertas para la atención? etc. La determinación y aplicación de estrategias adecuadas para generar el cambio, se considera crear un Modelo de Gestión administrativo y financiero para de determinar las condiciones favorables y desfavorables ante el cambio ya sea interna o externa. La prioridad será aprovechar las ventajas que permitan atraer más clientes por medio de una excelente atención, un ambiente agradable, calidad y variedad en sus productos dando la oportunidad de ser competitivos puesto que ya cuenta con una excelente ubicación.

En estos 15 años de actividad económica la cafetería “Siempre el Rey” se ha encontrado desarrollando sus actividades económicas de una manera empírica por lo cual hace tres años ha presentado dificultades administrativas y financieras, la falta de innovación en sus productos y el no cubrir las necesidades de los clientes tanto en atención como en variedad ha provocado disminución en sus ventas. Con estos antecedentes se pretende Diseñar un Modelo de Gestión Administrativo y Financiero, con la finalidad de saber qué condiciones favorecen y desfavorecen en el cambio ya sea internas o externas, la

prioridad será conseguir una producción de calidad, aprovechar las ventajas para atraer a los clientes, la buena atención y la variedad permitirá aprovechar las oportunidades de ser competitivos en el sector, puesto que este sector exige ser competitivo.

Es necesario indicar que, una vez realizada la investigación de campo en la se aplicó diferentes técnicas e instrumentos de investigación, se realizó un análisis que llevó a determinar que: La cafetería “Siempre el Rey”, en su largo tiempo en el mercado de venta de comida rápida se ha deteriorado tanto física como en gestión administrativa decreciendo estratégicamente, ya que carece de personal capacitado para su dirección, los cuales ha provocado problemas administrativos, legales y funcionales, impidiendo el desarrollo económico y por ende el cumplimiento de sus objetivos, tomando en cuenta los perjuicios ocasionados y las exigencias por el ente regulador actual, se ha solicitado la elaboración de un Modelo de Gestión Administrativo y Financiero para la cafetería “Siempre el Rey”.

La aplicación de este proyecto se convertirá en una herramienta idónea para la realización del monitoreo, control y evaluación de las actividades dentro de la empresa, logrando así los objetivos, los cuales constituyen en el crecimiento económico, la fidelidad de los clientes existentes y atraer nuevos clientes. En el presente proyecto se abordarán los siguientes temas indispensables para plantear el modelo de gestión administrativa y Financiero, en el cual se ha propuesto iniciar con una introducción y formulación del problema para la implementación del mismo. Posteriormente un primer capítulo mismo que abarcara el marco teórico necesario para la clasificación de los conceptos y la explicación del “plan de negocios” a ser utilizado. Un segundo capítulo constituido por el marco teórico, desarrollo del producto el cual se plasmará las técnicas necesarias para adquirir la información necesaria para el desarrollo del plan de negocios y evidenciar la factibilidad del mismo con la finalidad de mejorar las ganancias. En un tercer capítulo se estudiará y desarrollará el plan de negocios en su estructura como la factibilidad financiera del mismo. Los cambios generados con la aplicación de este proyecto permitirán generar una fuente de ingreso económico a dos familias que

dependen del negocio y posiblemente dará lugar a nuevas contrataciones de personal, aportando al desarrollo económico del país.

1.2. Objetivo General

Elaborar un Modelo de Gestión Administrativa y Financiera para la Cafetería “Siempre el Rey”.

1.3. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el Modelo de Gestión Administrativo y Financiero.
- Diagnosticar un modelo de gestión financiero y proceso de toma de decisiones que se pueda aplicar para lograr el crecimiento económico de la Cafetería Siempre el Rey.
- Aplicar herramientas estratégicas de planeación, dirección, control y evaluación para el diseño del Modelo de Gestión administrativo y financiero de la cafetería Siempre el Rey.

1.4. Introducción

La cafetería “Siempre el Rey” fue creada el 18 de junio 2008 con el nombre de “Cafetería el Rey”, por inspiración de sus dueños la Sra. Aida Espinoza y el Sr. Julio Benavides conjuntamente con sus hijos, estuvo ubicada en las calles Fernando Dávalos y Manuel Serrano detrás del Centro Comercial Aeropuerto Sector San Carlos al norte de la Ciudad de Quito.

Sin tener acogida por los moradores y transeúntes del sector pudo mantenerse en el mercado durante 4 meses, sus dueños buscaron una ubicación estratégica en el Sector de la Mariscal en el cual se concentran los centros de entretenimiento como bares, discotecas, karaokes, restaurantes, establecimientos de comida rápida, cafeterías y hoteles etc. Es un sitio para caminar y movilizarse a pie con facilidad.

La Cafetería “Siempre el Rey” se reinauguró en octubre de 2008, obteniendo respuesta positiva por parte de los clientes de esta zona, en especial por los jóvenes estudiantes del sector. Es así que los dueños de la “Cafetería el Rey” dieron comienzo a la actividad económica, durante diez años, teniendo ventas considerables y gran cantidad de clientes extranjeros y nacionales, con un promedio de 80 clientes diarios a pesar de ser un local pequeño con una capacidad de 5 mesas para 4 personas, actualmente trabajan 3 personas en un horario irregular de 12 horas de martes a sábado, sus principales productos son picaditas y los sándwiches.

En la “Cafetería el Rey” desde el 2014 se ha evidenciado bajas ventas y ha tenido que resistir ante las nuevas normas, reglamentos y tributos que exige el Municipio Quito, se cumplan para mantenerse dentro del Sector económico, ha tenido que cambiar de dueño varias veces con la finalidad de poder seguir dentro del mercado, cambiando de nombre varias veces perdiendo credibilidad por su clientela.

A medida que transcurrieron los años el Sector de la Mariscal exigía mayor compromiso al cambio y evolución existe mayor competencia, razón por la cual abajo en sus ventas.

Según Ordenanza Especial de Zonificación No. 0018.-TERCERA.- La Dirección Metropolitana de Planificación Territorial, en el plazo de 180 días a partir de la vigencia de la presente Ordenanza, remitirá para conocimiento de la Comisión de Planificación y Nomenclatura y aprobación del Concejo Metropolitano, un Plan Especial de actualización del Inventario de Bienes Inmuebles Patrimoniales en el sector La Mariscal, tomando como referencia la propuesta sobre el Patrimonio Edificado del estudio del Plan Especial de Rehabilitación Urbana de La Mariscal. (QUITO, 2005).

La Mariscal es un sector sumamente turístico. “Calificado como un barrio moderno del siglo XX, una de las obras del Municipio de Quito fue la reconstrucción de esta zonal dándole una imagen atractiva para los turistas Internacionales y Nacionales, se puede observar un escenario de diferentes culturas con el objetivo de quien visite este sector se sienta acogido y seguro”. (Ponce, 2011)

En base a esta ordenanza la Mariscal considerada como el “núcleo comercial y turístico de Quito comprende el cuadrado formado por las avenidas Patria, Francisco de Orellana, 12 de octubre y 10 de agosto. Es la sede de muchas de las principales oficinas estatales del país. Comienza en el extremo norte del parque El Ejido y la Puerta de La Circasiana, donde empieza también el norte de la ciudad”. (Ponce, 2011).

En el transcurso del tiempo el negocio por la mala administración que actualmente se encuentra desarrollándose, se ha deteriorado la imagen, la producción no mantiene la calidad que ofrecía cuando se abrió el negocio, la falta de interés en los horarios de apertura y en cubrir las necesidades de los clientes provoco las bajas ventas. Es necesario indicar que la ubicación de la cafetería es estratégica ya que, “en términos viales, la parroquia está flanqueada por las avenidas Francisco de Orellana al norte, la avenida 10 de agosto por el oeste, la avenida 12 de octubre hacia el este y la avenida Patria por el sur. Sus principales vías de tránsito interno en sentido norte-sur son

las avenidas Amazonas y 6 de diciembre y la calle 9 de octubre”; mientras que en sentido este-oeste son la avenida Cristóbal Colón y las calles Ignacio de Veintenilla, Luis Cordero, Jerónimo Carrión y Jorge Washington. (Ponce, 2011).

“La Mariscal hace gala de algunos de los edificios más altos de Quito, ubicados a lo largo de la Avenida Patria (Torre CFN, Torre Hilton Colón, Edificio Banco Internacional, Torre COFIEC, Edificio Banco de Préstamos). Dentro del cuadrado de La Mariscal, se encuentra "La Zona", el barrio más bohemio de la ciudad ubicado a los alrededores de la Plaza Foch o Plaza El Quinde, conocido por los extranjeros como "Downtown" y por los locales como "Gringolandia", debido a la gran cantidad de turistas que visitan el sector. Las principales arterias viales que cruzan este sector son la avenida Amazonas y la calle Juan León Mera (norte-sur), y la avenida Cristóbal Colón la calle Ignacio de Veintenilla (este-oeste)”. (Ponce, 2011).

La cafería “Siempre el Rey” está ubicada en la:

Ciudad de Quito

Provincia Pichincha

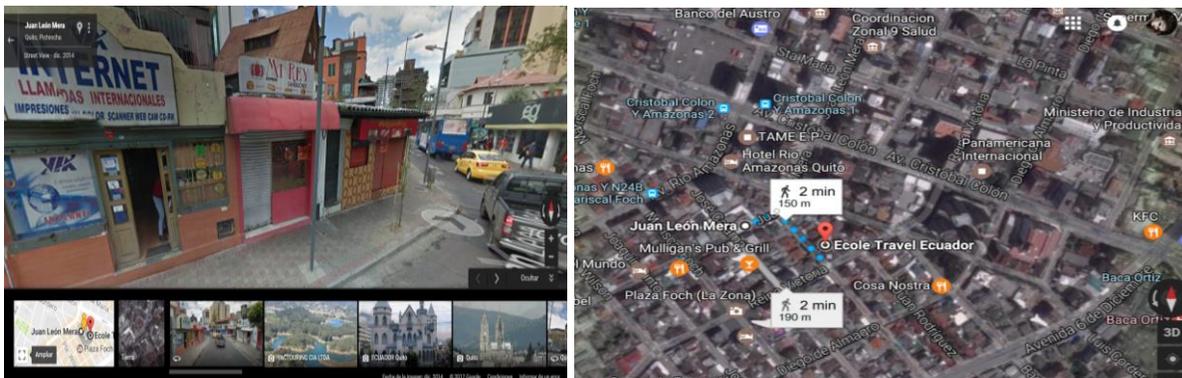
Calle Principal Juan León Mera

Numeración N24-219

Calle transversal Lizardo García

Parroquia La Mariscal.

Gráfico Nro. 1 Ubicación de la Empresa



Tomado de: Ecole Travel Ecuador

La ubicación de la cafetería está ubicada en la zona de la Mariscal la misma que está constituida por cuatro barrios: la 12 de octubre, la Patria, la Orellana y la plaza Foch, con un total de 12.843 habitantes según los datos estadísticos del último censo INEC.

Con estas referencias es necesario indicar que el barrio la Mariscal está ubicado en una zona estratégica. Con referencia a la movilidad teniendo dos sistemas de transporte rápido tal como: es la Ecovía y el Trole bus, así como también taxis y buses particulares de las rutas Catar, Transporsel, Condado, Mitad del Mundo, San Carlos, hacia el norte y hacia el Sur: Chillogallo, Colmena, etc.

El tener este beneficio en la zona da lugar a ser más visitada y, por ende, da facilidad a los visitantes para tener posibilidades de quedarse horas en la zona y disfrutar de los atractivos de la zona. (Ponce, 2011).

De enero a abril de 2015, la Policía Nacional ha realizado 1.391 operativos en centros de diversión nocturna y más de 700 custodias de valores en La Mariscal, en dichos controles 70 personas fueron detenidas por delitos, 54 por contravenciones y 75 por boletas. El asalto a personas es el problema más común.

La Policía Comunitaria tiene activos 7.544 botones de Seguridad en La Mariscal y el ‘Sistema David’ permite a las autoridades ver la frecuencia de delitos, contravenciones y problemas en este circuito, donde además 290 locales fueron cerrados por falta de legalidad. (INTERIOR, 2016).

SECCIÓN II

2.1. Marco Teórico

La finalidad del marco teórico es desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base del planteamiento del problema que se ha efectuado, encauzando de esta manera como habrá de realizarse el proyecto, bajo este contexto se puede determinar algunas teorías administrativas tales como:

2.1.1. Modelos Administrativos

La creación de un modelo de Gestión Administrativo y Financiero para la Cafetería “Siempre el Rey”, le permitirá presentar un esquema del cómo se debería encontrar la empresa en el futuro, basado en el estudio y análisis de la situación actual, es decir el modelo presentará las mejoras o correcciones que se pueden aplicar a su estructura, direccionamiento administrativo y financiero y el control del cumplimiento de los objetivos. Permitiendo comparar y verificar cuán óptimo ha sido después de su aplicación en los procedimientos administrativos y financieros, con el enfoque de alcanzar el mejoramiento en todos sus ámbitos.

2.1.2. Teoría Administrativa de “Frederick Taylor”.

La gestión administrativa nació de una propuesta, su evolución tuvo como inicio la búsqueda permanente de mejorar el funcionamiento de los negocios y lograr los objetivos.

“Al finalizar la segunda revolución industrial con el nacimiento de la administración científica de Frederick Taylor a principios del siglo XX, dio lugar a la fundamentación de las organizaciones modernas. Quien se fundamentó en la división de trabajo de Adam Smith, quien mantuvo la estructura de tipo jerárquico, trajo consigo el paradigma de la eficiencia y la productividad”, Taylor enfatizo en los cargos y las tareas, dividió el trabajo y separo la distinción entre los que piensan en las actividades y los que ejecutan las actividades. (Pedraza, 2012).

Taylor planteó 4 principios basados en su teoría tales como la:

- **Principio de planeación:** sustituir el criterio individual de obrero, la improvisación y la actuación empírica en el trabajo por métodos basados en procedimientos científicos. Cambiar la improvisación por la ciencia mediante la planeación del método (Pedraza, 2012).

- **Principio de preparación:** la selección los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes; prepararlos y entrenarlos para que produzcan más y mejor, de acuerdo con el método planeado. Además de la preparación de la fuerza laboral. Se debe preparar también las máquinas y los equipos de producción, así como la distribución física y la disposición racional de las herramientas y los materiales. (Pedraza, 2012).

- **Principio de control:** controlar el trabajo para certificar que se ejecute de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia tiene que cooperar con los trabajadores para que la ejecución sea la mejor posible (Pedraza, 2012).

- **Principio de ejecución:** distribuir de manera distinta las funciones y las responsabilidades para que la ejecución del trabajo sea más disciplinada. (Pedraza, 2012)

Esta teoría administrativa permitirá una mejor organización a desarrollarse en la empresa ya que dará lugar a tener una planificación en sus actividades tales como: sus ventas, sus productos, sus gastos, sus proveedores, etc. De igual manera la selección de personal adecuado generara mejores ingresos ya que la atención y la preparación de productos de calidad creara confianza ante los clientes actuales y posibles clientes. El control las actividades a desarrollarse será un indicador fundamental para el cumplimiento de los objetivos.

Una Gestión Administrativa eficaz ayudará a la cafetería “Siempre el Rey”, una plataforma administrativa estable que dirija y actúe en coordinación con todos los que

intervienen en la empresa, generando acciones que cumplirán con los procesos administrativos de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, logrando estabilidad empresarial.

2.1.3. Teoría Administrativa de Max Weber

En el año 1909 Max Weber presento la teoría Burócrata el considero en su teoría la jerarquía, manifestando que la exactitud y la precisión de una máquina fue creada con un fin único la precisión.

Weber pensaba que las personas deberían ser dirigidas por un jefe inmediato y que los obreros deberían seguir las disposiciones encomendadas, de una forma repetitiva hasta que adquieran los conocimientos y logren perfeccionar sus tareas haciéndolas de manera eficaz y en menos tiempo, la competencia técnica y desempeño debe por principio prevalecer sobre los intereses personales y se ve el cumplimiento del profesionalismo del administrador. (Pedraza, 2012).

Al ser una empresa familiar no se considera quien manda a quien, pero sería de suma importancia que exista una persona que lidere la empresa, misma que deberá rendir cuentas de todas las actividades a desarrollarse en la empresa y colaborara con los correctivos necesarios si la situación lo amerite con la finalidad de obtener una mejora continua.

2.1.4. Teoría Administrativa de Taylor

En 1916 aparece Henry Fayol, quien introdujo la teoría clásica de la administración la cual se enfatiza en la estructura organizacional con el objetivo de cumplir con los objetivos, mismo que se fundamenta en el conjunto de operaciones las cuales las dividió en 6 grupos tales como: Operaciones técnicas, comerciales, financieras, de seguridad y de contabilidad. (Idalberto, 2004).

Taylor plantea 14 principios en los que basa su investigación:

- **División del trabajo:** Consiste en la especialización de tareas y personas para aumentar la eficiencia.
- **Autoridad y responsabilidad:** Autoridad: Es el derecho de dar órdenes y esperar obediencia. Responsabilidad: deber de rendir cuentas
- **Disciplina:** Jefes: “energía y justicia en órdenes sanciones, normas claras y justas. Subordinados: obediencia y respeto por normas”.
- **Unidad de mando:** Cada empleado debe recibir órdenes de un solo jefe.
- **Unidad de dirección:** Debe haber un jefe y un plan para cada grupo de actividades que tengan el mismo objetivo.
- **Subordinación de los intereses individuales a los generales:** “Los intereses generales deben estar por encima de los intereses particulares”.
- **Remuneración del personal:** Debe haber una satisfacción justa y garantizada para los empleados y para la organización.
- **Centralización:** Concentración de la autoridad en la cúpula de la organización
- **Cadena escalar:** Línea de autoridad que va del escalón más alto al más bajo. Puede saltarse si es imprescindible y existe autorización.
- **Orden:** Haber un lugar para cada cosa y cada cosa de estar en su lugar. Orden material y humano.
- **Equidad:** Amabilidad y justicia para conseguir lealtad del personal.
- **Estabilidad del personal:** Debe haber una razonable permanencia de una persona en su cargo.
- **Iniciativa:** Capacidad de visualizar un plan y asegurar su éxito.
- **Espíritu de equipo:** La armonía y la unión de personas es vital para la organización

El proceso administrativo dentro de la cafetería “Siempre el Rey”, se puntualizará en la planeación y organización de la estructura de los procesos administrativos, imagen y procesos de producción, los cuales dirigirán y controlarán las actividades. El éxito estará basado en el cumplimiento de sus obligaciones, de satisfacer a sus clientes con productos de calidad y excelente atención, así como también el trabajar en equipo para lograr cumplir con las metas planteadas y por ende con los objetivos, conjuntamente con el uso óptimo de los recursos que cuenta; sean estos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.

2.1.5. Teoría Administrativa de Henry Fayol

La teoría de Henry Fayol busca obtener éxito dentro de una organización en base a sus principios y una excelente dirección y trabajo en equipo involucrando a todos los que laboran en una organización en el cumplimiento de los objetivos. (Idalberto, 2004)

En 1932 Elton Mayo propone su teoría de “Relaciones Humanas quien partió del principio de que la relación humana es vital para el éxito de una empresa, sostenía que la motivación y sus efectos mejorarían la producción y el ambiente laboral”. (Idalberto, 2004)

La teoría de Henry Fayol se basa en respuestas, la planificación, dirección, control y evaluación son etapas importantes dentro del proceso administrativo; y, serán considerados para el desarrollo del trabajo de investigación diseñando un modelo de gestión adecuado para el negocio llamado cafetería “Siempre el Rey”, misma que requiere de urgencia un cambio drástico tanto en su ergonomía, imagen, how know, por lo que es necesario plantear Estrategias que permitan tomar decisiones adecuadas con la finalidad de reactivar el perfil económico de este local.

El Modelo de Gestión Administrativa y Financiera en la Cafetería “Siempre el Rey”, permitirá “mejorar la calidad de sus productos y mejorar la rentabilidad”, una adecuada gestión financiera facilitará el control tanto de los ingresos como de los gastos, así como

el mejoramiento de los procesos de producción facilitando el seguimiento constante de la calidad de los productos, en este proyecto tanto la responsabilidad empresarial como la responsabilidad social irán de la mano, pues para lograr el éxito es necesario cubrir las necesidades de la sociedad sin olvidar los objetivos de crecimiento micro empresarial y económico del negocio, es decir se tomará en cuenta a la población sin restricciones en cuanto a la clase social con la finalidad de cubrir las necesidades de todos los consumidores.

2.2. Proceso Administrativo.

Es el flujo continuo e interrelacionado de las actividades de planeación, organización, dirección y control, desarrolladas para lograr un objetivo común: aprovechar los recursos humanos, técnicos, materiales y de cualquier otro tipo, con los que cuenta la organización para hacerla efectiva. (Pedraza, 2012).

Es de suma importancia que el proceso administrativo este claro y bien determinado de tal forma que las personas que laboran en una empresa tengan claro, sus actividades y funciones dentro de la misma, lo cual le permitirá realizar a conciencia sus actividades encomendadas y buscar mejoras para desarrollarlas. En la cafetería la aplicación de un proceso administrativo le permitirá estar organizada y hacer un mejor uso de sus recursos, optimizar tiempos, establecer estrategias administrativas para brindar al cliente una excelente atención y productos de calidad.

2.2.1. Planificación. - Es trazar un plan, o sea reunir los medios, y ordenarlos hacia la consecución de un fin, para encaminar hacia él la acción, reduciendo los riesgos de un avance espontáneo. Son sus elementos: los objetivos, las acciones a desarrollar, y los recursos que se necesitan.

La planificación es de suma importancia ya que permite reflejar los estudios anticipados, definiendo así las metas, los objetivos que se perseguirán y anticiparán a acciones basadas en el mejoramiento continuo, las actividades de la planificación ayudarán a la

empresa en realizar un análisis de la situación actual, anticipación al futuro, la determinación de los recursos necesarios para lograr las metas con menos niveles de incertidumbre, el cual servirá como base para el proceso de control.

2.2.2. Organización. - Son estructuras administrativas creadas para lograr metas u objetivos por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por sistemas de interrelaciones que cumplen funciones especializadas. También es un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico

Para el cumplimiento de las funciones asignadas es necesario la correcta asignación de las distintas tareas, el gerente estará encargado de dirigir y coordinar las estrategias que garanticen un correcto avance del mismo.

2.2.3. Dirección. - Indica un lugar, donde alguien está ubicado, o hacia donde se dirige o debe hacerlo; o puede referirse a dirigir hacia un fin propuesto; es además un verbo que proviene del latín “dirigiré” que designa la labor de quien controla, supervisa, indica, planifica y ordena alguna tarea para tener un resultado. (Pedraza, 2012).

Esto ayudará a la cafetería “Siempre el rey”, a conocer las acciones que involucran a la administración de manera directa, esto implica realizar un autoanálisis del cómo ha conducido, guiado y supervisado los esfuerzos del personal que presta sus servicios, en lo que respecta a la toma de decisiones es necesario entender si hasta el momento se han tomado las correctas, siempre enfocándose a los resultados obtenidos hasta el momento.

2.2.4. Control. - Esta etapa consiste en medir y corregir el desempeño de los subordinados para asegurar que los objetivos de la empresa sean alcanzados. (Pedraza, 2012).

Este punto permitirá a la cafetería tener una supervisión y comparación de los resultados enfocándose así a comprobar si existen desviaciones y mediante estas medir su importancia con el objetivo de generar acciones que permitan prevenir resultados

negativos, garantizando el uso eficaz y eficiente de los recursos que posee, haciendo posible el cumplimiento de los objetivos.

2.3. Gestión Por Procesos.

Es la forma de gestionar toda la organización basándose en los Procesos, siendo definidos estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos del cliente o sea brindar el servicio para un determinado nivel de satisfacción de las necesidades y requerimientos de los clientes, representa el medidor fundamental de los resultados de las empresas de servicios, lo cual se obtiene con una eficiente gestión de aprovisionamiento y distribución oportuna respondiendo a la planificación de proceso. (Idalberto, 2004).

Es de suma importancia desarrollar un manual de procesos en la producción que permitan a la cafería determinar actividades a desarrollarse con en la elaboración de los productos, con la finalidad de determinar cantidades, tiempos en producción y costos que genera la elaboración de los mismos, ayudando en la toma de decisiones en cuanto a costos y rentabilidad.

2.4. Recursos Humanos.

La administración de recursos humanos es la técnica de organizar el personal que integra una empresa con el fin de reclutarlo, ordenarlo, motivarlo, redistribuirlo y capacitarlo, para mejorar su eficiencia sintiéndose parte del emprendimiento que integra, y que a través de la empresa que es un poco suya, hallará la satisfacción de sus metas personales. El recurso humano es de gran importancia para el cumplimiento de los objetivos, ya que un personal bien capacitado y bien motivado es la fuerza que permite el crecimiento de la empresa, el compromiso que adquiera el personal con la empresa que presta sus servicios será el éxito de la misma.

Con el Modelo Administrativo que se desea implementar en la cafetería permitirá seleccionar de una manera inteligente y que se mantenga motivado, haciendo que se comprometa al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

2.5. Planificación Estratégica.

“Es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones internacionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.” Se destaca a nivel de negocios debido a que la empresa necesita una dirección de expansión y ámbito bien definidos, que los objetivos no solo satisfacen la necesidad y que se requieren reglas de decisión adicionales si la empresa quiere tener un crecimiento ordenado y rentable, hasta que empezó a tener interés esta idea estratégica, “las empresas anteriormente utilizaban otro método que dejó de ser una alternativa con el tiempo ya que las pocas ventajas que tenían como no perder ninguna oportunidad y de comprometer los recursos de la empresa hasta el último momento se enfrentaban a los inconvenientes de una búsqueda insuficiente de oportunidades, al acrecentamiento de riesgo de tomar malas decisiones y a la carencia de control sobre el patrón general a seguir para la asignación de recursos”. (Idalberto, 2004).

La planificación estratégica aplicada en la cafetería constituirá una herramienta de dirección que ayudará a fijar prioridades, permitirá concentrarse en las fortalezas y debilidades de la empresa, permitiendo así el crecimiento sano, sustentable y duradero. El éxito consistirá en el poder de anticipación, la iniciativa y la reacción oportuna a los cambios, determinando así las estrategias necesarias para el cumplimiento de los objetivos.

2.6. Marketing.

Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el

objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (PONCE, 2004).

La Cafetería “Siempre el Rey”, necesita de manera urgente un cambio de su imagen comercial por lo que se requiere realizar un análisis de mercado, con el objetivo de estudiar a la competencia y brindar a los clientes un valor agregado de lo que ellas ofrecen, dando al cliente algo por que volver y diferenciar los productos que consumen, recomendando a su allegados el nombre del sitio donde lograron satisfacer su necesidad y su fidelidad.

2.7. Gestión Financiera

Pablo de Llano manifiesta: “Se denomina gestión financiera o gestión de movimiento de fondos a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierete a la visión y misión en operaciones monetarias”. (LLano, 2007).

La gestión financiera ayudará a generar información económica – financiera efectiva, como también una estructura equilibrada y adecuada de eficiencia y rentabilidad, proyectados en terminos monetarios el resultado de las ganancias generadas o las pérdidas que se presenten en el transcurso de las negociaciones. De igual manera permitirá saber si los costos aplicados a las inversiones que se realicen en la compra de productos y la venta de los productos nos generaran rentabilidad, permite determinar las necesidades de recursos financieros.

2.7.1. Planeación Financiera

“La planeación financiera es un proceso interactivo. Los planes se crean, se examinan y se modifican una y otra vez. El plan final será un resultado negociado entre todas las partes que conforman el proceso. De hecho, en la mayor parte de las corporaciones, la

planeación financiera a largo plazo se basa en lo que podría denominarse el enfoque de Procrustes”. Es cuando el plan financiero se usa como un mecanismo de control para la actuación de las áreas de la empresa. (Arturo, 2014).

Una buena Planeación Financiera dentro de la cafetería ayudará a relacionar el aspecto operativo y el estratégico, dando lugar al equilibrio entre el objetivo financiero, determinando las acciones financieras planeadas y evaluadas, considerando el impacto que producirá el cumplimiento de las acciones realizadas durante el proceso de transición o cambio, determinando las ganancias o pérdidas para la empresa.

2.7.2.Estados Financieros

El objetivo principal de los estados financieros es reflejar la situación económica de la empresa, estos informes permitirán evaluar si la inversión realizada por los socios de la empresa produce resultados positivos a través de la rentabilidad en el corto, mediano o largo plazo. Si por el contrario, produce pérdida; evaluar las fallas para aplicar los correctivos necesarios. (JULIO, 2013)

Los estados financieros permitirán detallar los movimientos económicos de forma general tras un manejo adecuado de la contabilidad, así también nos permitirá informar la situación económica y financiera de la cafetería, los cambios que se determinarán en un periodo establecido. Esta información nos ayudará para la administración en la toma de decisiones e implementación de acciones para generar mejores ingresos a la empresa.

2.7.3.Sistema de Contabilidad

“Es una estructura organizada mediante la cual se recoge la información de una empresa como resultado de sus operaciones, valiéndose de recursos como formularios, reportes, libros etc. y que presentados a la gerencia le permitirán a la misma tomar decisiones financieras. Los procesos varían en número y complejidad, dependiendo del tipo de

empresa, por lo que no es conveniente diseñar un sistema contable que englobe todos los subsistemas, de allí que se recomiende su elaboración por separado”. (Sumden, 2006)

Esto permitirá a la empresa realizar reportes contables que indiquen la rentabilidad de la empresa, los cuales están basados en los registros históricos de la empresa que facilitará la determinación de los gastos y los ingresos de acuerdo al sector, se podrá definir los riesgos y acciones que se deben aplicar con la finalidad de tomar las decisiones adecuadas. Se utilizará los procedimientos para instalar un sistema adecuado de contabilidad.

- Tener conocimiento de la Empresa.- Por medio de entrevistas personales se obtendrá información de datos históricos relevantes que nos permitirá determinar las alertas necesarias para la toma de decisiones.
- Preparar una lista de chequeo.- Consiste en el levantamiento de datos de la empresa tales como: ubicación, razón social, actividad comercial, cantidad de empleados, equipos, capital, datos generales, etc.
- Informes.- Expresan la situación de la empresa y están integrados por el balance general y el estado de ganancias y pérdidas.
- Balance General.- Presenta la situación de la empresa es decir sus recursos de operación así como también sus deudas a corto y largo plazo.
- Estados de Resultados.- Los cuales explican si la empresa obtuvo algún tipo de beneficio o pérdida durante un periodo determinado.
- Libros de Contabilidad.- Con la finalidad de registrar todas las ventas que se realicen en el día y los egresos que se efectúen, con el objetivo de que al final del día se realice un cuadro de caja.

- Control interno de las ventas.- Es de suma importancia tener un control de las ventas ya que es necesario cumplir con las disposiciones tributarias, ya que cuando se realiza una venta el cliente debe recibir su factura por su compra.

- Indicadores Financieros.- Los cuales permitirán establecer la relación numérica entre dos cuentas: Balance general y el de pérdidas o ganancias.

2.8. La Empresa.

Es una combinación organizada de dinero y personas que trabajan juntas, que producen un valor material tanto para las que han aportado ese dinero como para las personas que trabajan con el dinero de la empresa, a través de la producción de determinados productos o servicios que ofrece la empresa a personas con necesidades de los bienes o servicios que ofrece la empresa. (Francisco, 2009).

La cafetería tiene como razón social “Siempre el Rey” es un negocio pequeño cuya actividad económica es: Fuente de soda y comida rápida esta categorizada como segunda categoría y su RUC es 1712397577001.

2.8.1. Clasificación de Las Empresas

Dependiendo de la constitución legal se clasifican en:

- Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

- De consumo final. Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, alimentos, aparatos eléctricos, etc.

- De producción. Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc. (Francisco, 2009)

2.8.1.1. Comerciales

Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

- Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
- Minoristas (detallistas): Venden al menudeo.
- Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación. (Francisco, 2009).

2.8.1.2. Servicio. - Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:

- Transporte
- Turismo
- Instituciones financieras
- Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- Educación
- Finanzas
- Salubridad
- Estética (Francisco, 2009).

La cafetería está dentro de las empresas de consumidor final ya que producen bienes que satisfacen las necesidades del cliente, así como también es de producción ya transforma la materia prima en un producto terminado.

2.8.1.3. Según La Forma Jurídica

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios, se distinguen las siguientes:

2.8.2. Empresas Individuales. - Son aquellas que solo pertenecen a una persona. “Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar”. (Francisco, 2009).

2.8.3. Empresas Societarias o Sociedades. – “Constituidas por varias personas, dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria y la sociedad de responsabilidad limitada”.

2.8.4. Las Cooperativas u otras Organizaciones de Economía Social.

2.8.5. Según Su Dimensión. – “No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores”.

Este criterio delimita la magnitud de las empresas de la forma mostrada a continuación:

- **Micro empresa:** Si posee 10 o menos trabajadores.
- **Pequeña empresa:** Si tiene un número entre 11 y 50 trabajadores.
- **Mediana empresa:** Si tiene un número entre 51 y 250 trabajadores.
- **Gran empresa:** Si posee más de 250 trabajadores. (Francisco, 2009).

2.8.6. Según su Ámbito de Actuación. - En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

1. Empresas locales
2. Regionales.

La Empresa en la cual se basa el modelo de Gestión Administrativo y Financiero de la “Cafetería el Rey” está dentro de la categoría micro empresa actualmente están trabajando tres personas, es manufacturadora ya que produce la materia prima en un producto terminado, es comercial ya que vende sus productos a los consumidores con necesidad de adquirir los productos que ofrece la empresa. (Francisco, 2009).

2.9. Marco Conceptual

- **Administración.** - Puede ser entendida como la disciplina que se encarga del manejo científico de los recursos y de la dirección del trabajo humano, enfocado a la satisfacción de un interés. (PONCE, 2004)

- **Calidad.** - Es el mecanismo a través del cual se realiza un seguimiento estricto a los procedimientos de elaboración de un producto dentro de la empresa, con la finalidad de mejorar la calidad del mismo. (PONCE, 2004)

- **Cliente.** - Es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. La palabra, como tal, proviene del latín cliens, clientis. (PONCE, 2004)

- **Control.** – Es la medición de los resultados actuales y pasados con relación a los esperados; ya sea total o parcialmente con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes. (PONCE, 2004).

- **Competitividad.** Es el resultado de la productividad considerando los cuatro atributos. (Kotler, 2003).

- **Contabilidad Financiera.** “Sistema de información que expresa en términos cuantitativos y monetarios las transacciones que realiza una entidad económica, así

como ciertos acontecimientos económicos que la afectan, con el fin de proporcionar información útil y segura a usuarios externos a la organización”. (Kotler, 2003).

- **Control De Calidad.** – Se refiere a un sistema organizativo por medio del cual la producción se ajustará a unos parámetros específicos que definen la calidad del producto o servicio. (Enrick, 2008).

- **Competencia De Mercado.** - Situación en la que existe un indeterminado número de compradores y vendedores, que intentan maximizar su beneficio o satisfacción, y en la que los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y demanda. Competición. (Agustín., 2005).

- **Dirección.** – Es un elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planteado, por medio de una autoridad del caso del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sean tomadas directamente. (PONCE, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, Teoría y Practica, 2005)

- **Estados Financieros.** - Son documentos que te brindan un resumen de sus resultados que permitan analizar la situación de la empresa. Además, te permiten conocer su estructura económica y financiera. Existen tres tipos de estados financieros: el balance general, el estado de pérdidas y ganancias, y el estado de flujo de efectivo. (ROMERO, 2012).

- **Evaluar.** - La acción de evaluar es una acción frecuente y muy apreciada a instancias de las empresas, de las instituciones y las corporaciones, dado que la misma permite conocer precisamente los puntos débiles, así como también las aristas más notables de las mismas. (DeConceptos, 2016).

- **Gestión Operativa.** - En el ámbito empresarial se refiere al día a día, son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente los recursos disponibles escasean, y en base a esto, la persona encargada de la gestión debe aplicar

diferentes fórmulas para que de esta manera se logre persuadir y motivar constantemente a todas las fuentes del capital empresarial, con el objetivo de lograr que las mismas apoyen todos los proyectos que la empresa planea emprender. (Agustín., 2005).

• **Gestión Financiera.** – Consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar. En una empresa esta responsabilidad la tiene una sola persona: el gestor financiero. De esta manera podrá llevar un control adecuado y ordenado de los ingresos y gastos de la empresa. (ROMERO, 2012).

• **Gestión.** - Es la acción y efecto de gestionar o administrar, estos procedimientos buscan concretar diligencias para alcanzar un objetivo o lograr algo. (PONCE, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, Teoría y Practica, 2005)

• **Inventario.** - Es aquel registro documental de los bienes y demás objetos pertenecientes a una persona física, a una comunidad y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos. (PONCE, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, Teoría y Practica, 2005)

• **Indicadores de Gestión.** - Reflejen datos veraces y fiables, ya que el análisis de la situación, de otra manera, no será correcto. Nos permiten medir las actividades y realizar un análisis de los riesgos, con la finalidad de cumplir con los objetivos”. (PONCE, ADMINISTRACIÓN MODERNA, 2004)

• **Liderazgo Empresarial.** - El liderazgo empresarial es determinado por aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos se vean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivas, consejos, sugerencias, de buen grado, reconociendo en él la capacidad de mando y la competencia organizativa y directriz. (MAXWELL, 1993)

• **Luae.** - Es la “Licencia Única de Actividades Económicas”, es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. El régimen administrativo para su obtención consta en la Ordenanza Metropolitana Nro. 308. (TURISMO, 2013).

• **Marketing.** - Es un proceso social y administrativo por lo que el individuo y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros. (Kotler, 2003).

• **Mercados.** - Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. (Kotler, 2003).

• **Negociación.** - Las negociaciones se pueden definir prácticamente como el proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias. (Colosi y Berkely, 1981).

• **Objetivo.** - Se entiende por objetivo a la meta o fin propuesto en una actividad determinada. También puede ser el fin del conjunto de todas nuestras acciones, trata de responder al interrogante de ¿Para qué? (PONCE, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, Teoría y Practica, 2005)

• **Organización.** - Conjunto de principios, reglas, procedimientos, técnicas y habilidades o herramientas directivas, que diseñan la estructura organizativa y configuran los procesos para lograr una acción eficiente y eficaz respecto a los objetivos pretendidos. (Agustín., 2005)

• **Planificación.** – Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrá de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y de números necesario para su realización. (PONCE, 2004)

• **Proceso.** – Es un conjunto o unidad integrada por partes o actividades coordinadas entre sí, que forman unidades coherentes y complejas y que en su conjunto muestran límites que lo sitúan dentro de un conjunto superior es decir que el sistema se transforma en subsistemas y a la vez forman parte de un supra sistema. (PONCE, 2004)

• **Reestructuración Empresarial.** - Es el conjunto de acciones dirigidas a transformar la estructura productiva de las empresas, modificando la participación de los factores de la producción en los procesos. (P.Robbins, 2002).

• **Proveedores.** – Es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (Denton, 1991)

• **Promoción.** –Es un término que hace mención a la acción y efecto de promover. Este verbo, por su parte, refiere a iniciar o impulsar un proceso o una cosa; elevar a alguien a un cargo o empleo superior al que tenía; o tomar la iniciativa para realizar algo. (Denton, 1991)

• **Satisfacción Del Cliente.** - Grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador. (Denton, 1991)

• **Servicio.** - Con origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena). (Kotler, 2003).

SECCIÓN III

3. Metodología.

3.1. Definición. – La metodología es una herramienta que artículo el sujeto con el objeto de la investigación, es decir la investigación indicará como se va a desarrollar el estudio de los diferentes elementos del plan de negocios.

El trabajo de investigación se orientará en la aplicación de la investigación descriptiva, porque se realizará las acciones que involucran a la práctica y la explicativa porque se va implementar un Modelo de Gestión Administrativa y Financiera, mismo que permitirá administrar eficaz y eficientemente los recursos disponibles, de la misma manera que se diseñará la parte financiera conforme la recolección de datos necesarios para evitar un margen de error elevado.

3.1.2. Métodos. - Se ha considerado dentro de la investigación del Modelo de Gestión Administrativo y financiero en el cual se fundamenta el presente trabajo de investigación en los siguientes métodos de investigación.

3.1.3. Investigación Analítica. – Al análisis se lo define como la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. Luego, definimos el método como modo ordenado de proceder para llegar a un fin determinado: la verdad, el poder, la persuasión, el cuidado de sí, el nirvana, la alegría, la certeza, el placer, la validez, la salvación, la conciliación, el amor. El método es entonces un camino, una manera de proceder, que puede constituirse en un modo de ser al incorporarse como un estilo de vida, lo que expresa su dimensión ética. Ahora bien, el método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. (Rodríguez, 2005).

El Modelo dará lugar al desarrollo de las actividades, mediante la optimización de los recursos disponibles.

3.1.4. Investigación Descriptiva. – Consiste en describir de modo sistemático las características de una población, situación o áreas de interés, aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Rodríguez, 2005).

3.1.5. Etapas a desarrollarse durante la investigación

- Explorar las características del problema
- Determinar las fuentes para elaborar el marco teórico
- Seleccionar de técnicas de recolección de datos
- Establecer categorías precisas, que se adecúen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
- Verificación de validez del instrumento
- Realizar observaciones objetivas y exactas.
- Descripción, análisis e interpretación de datos (Rodríguez, 2005)

Es así que se determinó en el desarrollo del proyecto las variables en base a una hipótesis tales como: La implementación de un Modelo de Gestión Administrativa y Financiero en la Cafetería “Siempre el Rey”, permitirá mejorar la calidad en los productos y obtener una mejor rentabilidad, siendo la variable dependiente; Mejorar la calidad en productos y generar una mejor rentabilidad y la independiente; La implementación de un Modelo de Gestión Administrativo y Financiero.

3.1.6. Investigación Documental. - La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, puede definirse como una estrategia que observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello,

métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica. (Rodriguez, 2005)

Este método de investigación será el que permita recolectar la información necesaria para determinar los indicadores estadísticos que facilitaran en la toma de decisiones, aspectos importantes los cuales generarán el cambio a través del Modelo de Gestión Administrativo y Financiero aplicado en la Cafetería “Siempre el Rey”, se realizará la encuesta con la finalidad de determinar las estrategias a implementarse en el modelo.

De igual manera esta investigación brinda una idea para el análisis de consecuencias futuras, ayuda con la medición de una situación actual, tendencias, dando lugar a generación de hipótesis las cuales pueden probarse posteriormente.

3.1.7.Recolección de Datos. - El método elegido dependerá de la naturaleza del problema y de la finalidad para la que se desee utilizar los datos:

3.1.8.Población total. - Muchas veces no es difícil obtener información acerca de todas las unidades que componen una población reducida, pero los resultados no pueden aplicarse a ningún otro grupo que no sea el estudiado.

Una vez identificada la población se decidirá si se recogen datos de la población total o de una muestra representativa de ella, datos que permitirán la toma de decisiones y las estrategias a utilizarse para contrarrestar el problema y alzar los objetivos planteados.

La población se clasificó en los habitantes del sector Norte de Quito, para luego clasificar solo los habitantes del Sector de la Mariscal, para luego determinar una pequeña muestra en la cual se realizará el trabajo de la encuesta con el objetivo de determinar los posibles clientes.

Clientes y futuros clientes potenciales

Área geográfica sector la Mariscal

Target: medio alto y alto

3.1.9.Muestra de la población. - Cuando se trata de una población excesivamente amplia se recoge la información a partir de unas pocas unidades cuidadosamente seleccionadas, ya que, si se aborda cada grupo, los datos perderían vigencia antes de concluir el estudio. Si los elementos de la muestra representan las características de la población, las generalizaciones basadas en los datos obtenidos pueden aplicarse a todo el grupo. (Rodríguez, 2005).

Para determinar la población se realizó un trabajo de campo verificando la actividad económica y los locales comerciales, lo cual nos permitió obtener datos tales como:

- Locales de alojamiento 123
- Locales de esparcimiento y diversión 112
- Locales dedicados a la actividad de comidas y bebidas 218
- Locales dedicados a la actividad turística 100
- Número de personas que visitan el sector de la Mariscal ya sea por trabajo o distracción varía de entre 487.761 y 542.236 diarios. (GÓMEZ, 2013).

La selección de la muestra se determinó mediante el procedimiento de muestreo probabilístico (aleatorio): En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra. Por lo tanto, se consideró el número de habitantes del Sector de la Mariscal con un total de habitantes de 12.843 según los datos del último censo 2010 INEC, este tipo de muestreo que se tomará en la investigación, se consideró de la siguiente manera:

FÓRMULA:

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

N: Es el tamaño de la población

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

e: Es el error muestra deseado.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

DESARROLLO:

$$\mathbf{Z = 1,96}$$

$$\mathbf{E = 0,05}$$

$$\mathbf{P = 0,85}$$

$$\mathbf{q = 0,15}$$

$$\mathbf{N = 100}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,85 * 0,15(100)}{0,05^2 (100 - 1) + 1,96^2 * 0,85 * 0,15}$$

$$n = \frac{48,98}{0,73}$$

$$\mathbf{n = 67,09 \text{ encuestas}}$$

El número de encuestas necesarias para realizar el estudio son 67 encuestas.

3.1.10. Instrumentos de La Investigación

3.1.10.1. Técnica de La Encuesta

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados, porque permite obtener ampliamente información de fuentes primarias. Consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a las personas cuyas opiniones interpersonales aplicadas mediante un cuestionario mismo que es elaborador con el fin de obtener información necesaria que nos permita tomar decisiones.

3.1.10.2. Ventajas

- Bajo costo.
- Información más exacta ya que es realizada de forma directa
- Posibilita introducir los métodos científicos objetivos de medición para corregir errores
- Agilidad en la obtención de resultados.
- Técnica muy utilizada y que permite obtener información de cualquier tipo de población.
- Gran capacidad para estandarizar datos, que permite estandarizar datos con tratamiento informático y el análisis estadístico.

3.1.10.3. Tipo de Encuesta Aplicada

Encuestas por internet. - Este tipo de encuestas consiste en colocar un cuestionario en una página web o en enviarlo a los correos electrónicos de un panel predefinido.

Después de un análisis entre las posibilidades de aplicación de las 67 encuestas a los posibles clientes de La Cafetería “Siempre el Rey”, se estableció la aplicación de la encuesta por internet, ya que permite llegar a un gran número de usuarios con la finalidad de:

- Registrar completamente gratis sin tener que pagarle a nadie por ello.

- Llegar a un sin número de personas y obtener opiniones diversas
- Pueden ser contestadas en menos tiempo.

De acuerdo a la selección de la muestra, se desarrollará un total de 67 encuestas las cuales se realizarán vía online con las siguientes preguntas las cuales ayudarán en el cumplimiento de los objetivos planteados.

La encuesta aplicada se realizó en base a 6 preguntas de entre las cuales se tomaron dos preguntas que se consideraron primordiales para la toma de decisiones, las cuales se pueden evidenciar a continuación.

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener la información necesaria para fortalecer la relación con los clientes y establecer una cultura organizacional en la que el trabajo de todos los integrantes está enfocado en satisfacer al cliente de la cafetería Siempre el Rey.

MARQUE CON UNA X

1. **¿Cree usted que existe organización interna en la cafetería Siempre el Rey?**
 - a) Muy organizada
 - b) Medianamente organizada
 - c) Poco organizada
 - d) Nada organizada
2. **¿Qué opina de la atención que ha recibido de la cafetería “Siempre el Rey”?**
 - a) Excelente
 - b) Muy buena
 - c) Buena
 - d) Regular
 - e) Mala
3. **¿Considera usted que los tiempos de espera para atender su orden o pedido son adecuados?**
 - a) Adecuados
 - b) Poco adecuados
 - c) Nada adecuados
4. **¿Cómo considera usted que son los precios de los productos de la cafetería?**
 - a) Muy caros
 - b) Accesibles
 - c) Muy baratos
5. **¿Cree que un buzón de sugerencias ayudará en la mejora continua del funcionamiento de la cafetería?**
 - a) SI
 - b) NO
6. **¿Consideras que la decoración es importante en una cafetería?**
 - a) Es muy importante
 - b) Es poco importante
 - c) No es importante

Procesamiento y Análisis

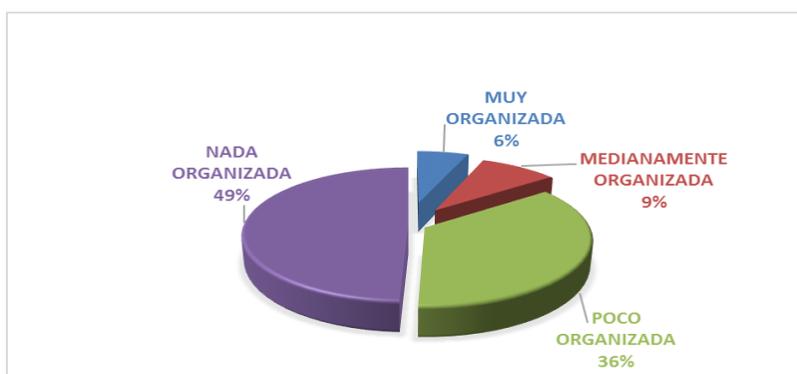
Según los datos obtenidos a través de las encuestas desarrolladas a los clientes externos vía online, se tomó en consideración las preguntas más relevantes para el desarrollo del proyecto.

¿Cree usted que existe organización interna en la cafetería Siempre el Rey?

Tabla Nro. 1 Existe organización interna en la cafetería Siempre el Rey

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
MUY ORGANIZADA	4	6%
MEDIANAMENTE ORGANIZADA	6	9%
POCO ORGANIZADA	24	36%
NADA ORGANIZADA	33	49%
TOTAL	67	100%

Gráfico Nro. 2 Organice interna en la Cafetería Siempre el Rey



Análisis

Según los datos obtenidos se puede apreciar que un 49% de los clientes consideran que la cafetería no es nada organizada internamente y el 39% considera que es un poco organizada, estos son los resultados más relevantes para la toma de decisiones; ya que el 14% consideran que si es organizada por lo tanto es una debilidad.

Recomendación:

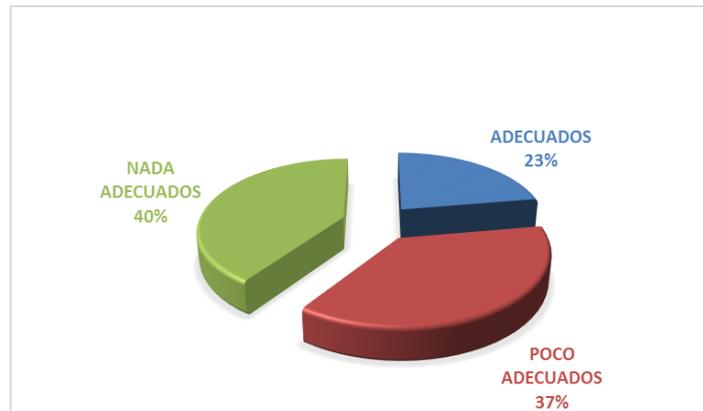
Es necesario implementar un modelo de gestión administrativo y financiero, con el objetivo de generar la planificación, organización, dirección y control, dando lugar al cambio tanto interno como externo.

¿Considera usted que los tiempos de espera para atender su orden o pedido son adecuados?

Tabla Nro. 2 Los tiempos de espera para atender su orden o pedido son adecuados

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
ADECUADOS	15	22%
POCO ADECUADOS	25	37%
NADA ADECUADOS	27	40%
TOTAL	67	100%

Gráfico Nro. 3 Tiempos de espera para atender orden de pedido adecuados



Análisis: Los tiempos de espera por las ordenes o pedidos no es adecuados ya que el 40% es un porcentaje muy alto en relación con el 23% de los clientes que opinan que son adecuados, abriendo una brecha del 17%, y entre los clientes que opinan poco adecuados la brecha es del 14%, es decir que el 44% de clientes no están conformes con los tiempos de esperar para que les sirvan sus pedidos.

Recomendación: Se recomienda realizar un manual de procesos con la finalidad de determinar las actividades y hacer que sean funcionales, detectando cuellos de botella y eliminando tiempos muertos.

3.2. Propuesta

3.2.1. Diagnóstico.

Se pudo definir mediante un proceso analítico la situación real de la empresa determinando el problema y las oportunidades con el objetivo de corregir lo primero y aprovechar lo segundo, mediante el diagnóstico se examinaron y mejoraron los sistemas y prácticas en todos sus niveles tanto internos como externos de la empresa.

Mediante la aplicación de la entrevista desarrollada a los propietarios de la empresa se pudo recolectar información acerca del funcionamiento desde que fue creada la empresa hasta la actualidad, permitiendo determinar que el local tuvo dos administradores; en la primera administración las actividades internas fueron definidas, hubo organización y sus ventas superaban las expectativas en cuanto a la generación de ingresos, estabilidad y reconocimiento de sus clientes. Con la actual administración asumida desde hace 5 años atrás la empresa empezó a disminuir las ventas y a generarse cambios en horarios de apertura, en procesos de elaboración de los productos, cambios en materia prima y actividades administrativas, provocando disminución de las ventas y pérdida de clientes.

Con estos antecedentes obtenidos mediante esta metodología de la entrevista se elaboró el marco teórico, se estableció el problema y por consecuencia se formuló los objetivos, determinando la necesidad de la aplicación de un Modelo de Gestión administrativo y financiero.

Por consiguiente, para determinar la necesidad de los clientes se procedió con la aplicación de una encuesta con la finalidad de conocer la magnitud del problema con una base de 6 preguntas que permitan identificar la funcionalidad del negocio ante la apreciación del cliente esta se desarrolló vía online a un total de 67 encuestados dato obtenido según la determinación de la muestra, estos datos permitió evidenciar que la cafetería “Siempre el Rey”, necesita la aplicación de un modelo de gestión administrativo, el mismo que dará lugar a la optimización en la ejecución de los

procesos, con la finalidad e incrementar la cantidad y eficiencia de la gestión de los servicios, así también su aplicación en los procedimientos administrativos permitirá una reducción en el tiempo empleado en la preparación de las ordenes como en su entrega.

Mediante la observación se desarrolló un sistema financiero que permita desarrollar un análisis de los servicios que ofrece y pretende ofrecer ante los requerimientos de los clientes como de los proveedores, así como también las especificaciones técnicas propias de cada producto. En lo que respecta al análisis de los procesos y el estricto cumplimiento de las leyes y normativas relacionadas con el proceso de producción de artículos y prestación de servicios, la revisión de los modos de diseñar y dirigir, tendrán un enfoque estratégico basado en un proceso continuo y permanente de los procedimientos más eficaces para la realización de los productos y la atención al cliente, tratando de lograr los mejores resultados y la máxima productividad y rentabilidad optimizando al máximo los recursos.

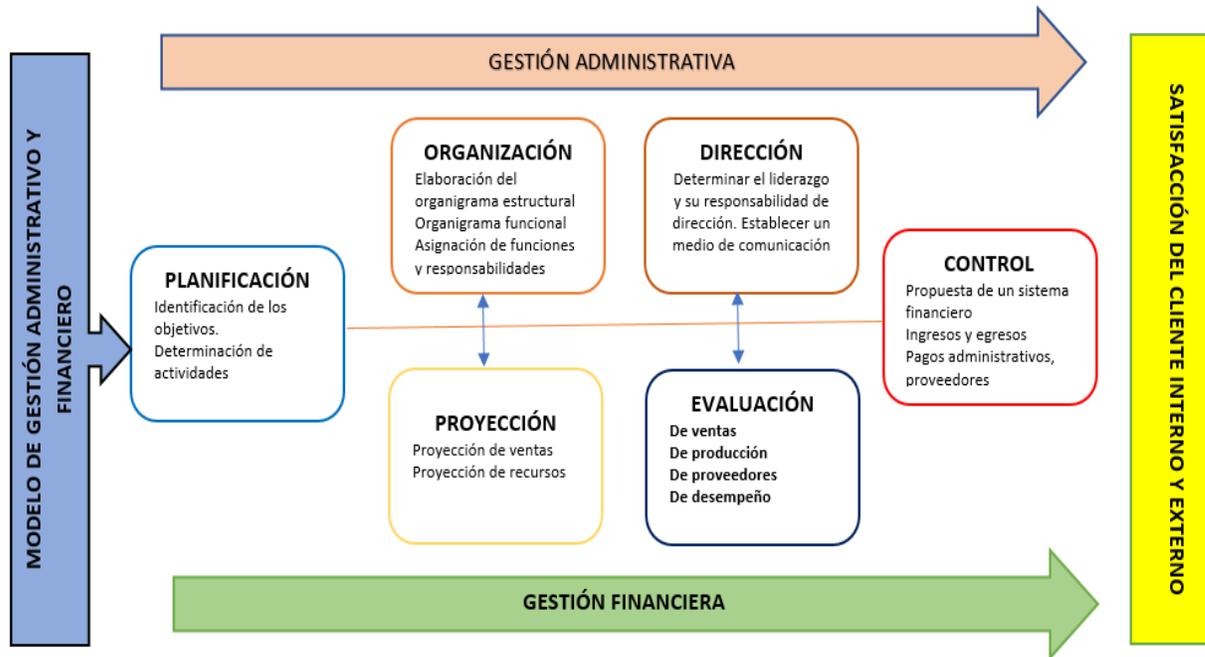
La gestión Financiera se desarrolló en base a datos históricos los cuales permitieron diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la misma, basándose principalmente en la información contenida en los estados financieros, realizando un diagnóstico de la empresa que permita obtener conclusiones sobre la marcha del negocio y su evolución futura. Actualmente la empresa no cuenta con una organización interna es decir no presenta una planificación en sus actividades, una organización en sus funciones ni una dirección y control en sus índices de resultados, razón por lo cual se partirá por plantear la misión y la visión, sus objetivos estratégicos, políticas etc.

3.2.2. Modelo de Gestión Administrativo y Financiero para la Cafetería “Siempre el Rey”

El Modelo de Gestión Administrativo y Financiero para la Cafetería “Siempre el Rey”, estará enfocado en los principios básicos administrativos de Henri Fayol mismos que

serán aplicados tanto en lo administrativo como en lo financiero, el cual es circular cada función se integra y se observa resultados de la gestión, de acuerdo al siguiente gráfico.

Gráfico Nro. 4 Modelo de Gestión Administrativo y Financiero



Elaborado por: Aracelia Benavides

Con los procesos administrativos y financieros bien organizado y definido se logrará vincular adecuadamente todos los sectores de la empresa determinando los objetivos de la misma, posicionarla en el mercado y elevar los niveles de productividad dando lugar a que los recursos humanos, así como también los materiales se vuelvan más efectivos.

- **Gestión Administrativa**

Con la determinación de la situación actual y las necesidades de mejora, en las cuales tienen que desenvolverse la empresa, es necesario reforzar el sistema administrativo, basándose en la utilización de estrategias dirigidas a conseguir el cumplimiento eficiente de los objetivos y metas organizacionales, para lo cual se partirá por desarrollar los procesos básicos de la administración:

3.2.2.1. Planificación. - En esta etapa se realizarán reuniones con las personas que integran la organización con la finalidad de establecer la misión, visión, objetivos, valores, políticas y determinar las funciones tanto jerárquicas como operativas de la empresa, con la finalidad de fijar el curso concreto de las acciones que ha de seguirse y estableciendo los principios para el cumplimiento de los objetivos planteados.

La planificación se la realizó en diferentes plazos según su objetividad, flexibilidad y cambio de estrategias sea este a corto, mediano y largo plazo.

3.2.2.2. Misión

Sobrepasar día a día las necesidades y expectativas de nuestros clientes, enmarcados en un contexto de alta calidad, espíritu de colaboración y profesionalismo, basados en conceptos modernos e innovadores que ofrezcan soluciones alimenticias apropiadas y exquisitas para gustos exigentes.

3.2.2.3. Visión

Ser una empresa consolidada en servicios culinarios a fin de cubrir las necesidades de nuestros clientes con los más altos estándares de atención y asesoría personalizada, por parte de un equipo humano profesional y comprometido en asegurar la excelencia en el servicio, en un periodo de 3 años.

3.2.2.4. Objetivos

3.2.2.5. General

Establecer procesos de gestión administrativa y financiera que permitan incrementar las ventas, a través de un ambiente organizado y confortable para los clientes internos y externos.

3.2.2.6. Específicos

- Optimizar los procesos de gestión administrativa
- Establecer procedimientos de seguimiento y control de los procesos financieros.
- Determinar la rentabilidad de la empresa.

3.2.3. Estratégicos

3.2.3.1. A corto Plazo

- Incorporar nuevas tecnologías para mejorar los procesos internos de la empresa.
- Lograr un posicionamiento en el mercado que permita crecer financieramente la empresa.

3.2.3.2. A largo plazo

- Obtener ganancias que nos permitan abrir una sucursal en la Av. Amazonas cerca de centro comercial Espiral.

3.2.4. Políticas

- Brindar un servicio eficiente y de calidad a los clientes, generando un ambiente cálido y confortable donde el cliente se sienta a gusto.
- Ofrecer productos de calidad, que suplan las necesidades y estén al alce de nuestros clientes, con varios menús.
- No permitir la discriminación, se brindará la misma atención de calidad a cualquier cliente que ingrese a la cafetería a consumir nuestros productos

- Nuestro compromiso y entrenamiento con la mejora continua, para proveer productos y servicios de distribución y logística de acuerdo a los requerimientos de nuestros clientes.
- Garantizar que la producción diaria debe realizarse bajo estrictas normas de higiene y manipulación de alimentos.
- Presentar en forma visible y clara los precios de los alimentos ofrecidos.
- Implementar un sistema de comunicación interna, que permita la participación y cooperación informada de los trabajadores para lograr una mayor eficiencia operativa.
- Se entregará la factura a todos los clientes en cumplimiento con las disposiciones tributarias.
- Se repetirá el pedido al cliente en la caja y se le indicará el total, su forma de pago, en caso de ser en efectivo no se guardará el billete en caja si no después de haber concluido con el proceso de compra.
- Se usará el distintivo del nombre y el uniforme correctamente, limpio y en buen estado de tal forma que el cliente pueda identificar al personal que labora en la cafetería.
- Los productos serán elaborados en la mesa de trabajo frente al cliente cumpliendo las normas de higiene como son: usar guantes, mesa limpia, productos herméticamente tapados.
- Se garantizará productos frescos con fechas de rotación adecuada: Deben ser colocados los nuevos hacia atrás y los anteriores hacia adelante garantizando su rotación.
- Se recibirá a los proveedores en horarios de 10:30 hasta las 11:30 de martes a jueves

- Las puertas se abrirán en horarios de 7:30 a 20:30 de martes a jueves, los días viernes a sábado de 10:30 hasta las 02:00 de la madrugada.
- Contribuir al desarrollo económico y social del territorio donde actúa generando empleo e ingresos al gobierno a través de los pagos puntuales de sus obligaciones.

3.2.5. Organización

3.2.5.1. Organigrama Estructural

Actualmente la empresa no tiene una organización y definición de responsabilidades, razón por la cual se propone el siguiente organigrama estructural, considerando los tipos de departamentalización, se tomó en cuenta el funcional ya que nos permite reunir a las personas que conforman la empresa para determinar según sus destrezas y conocimientos la posición que ocupará cada uno dentro de la misma.

3.2.5.2. Propuesta de organigrama estructural de la cafetería “Siempre el Rey”

Gráfico Nro. 5 Organigrama Estructural



Elaborado por: Aracelia Benavides

Análisis: Es una debilidad de carácter alto, ya que la cafetería el Rey no cuenta con un organigrama estructural, por lo que nadie asume el papel de liderazgo y por ende todos hacen las actividades a su cuenta sin tener funciones definidas y sin tener que rendir cuentas a nadie.

Estrategia.

La estrategia propuesta se la describe en el organigrama estructural vertical descrito anteriormente, dividiendo en 4 unidades administrativas las cuales de forma organizadas realizaran las actividades o funciones asignadas, dando lugar a la planificación, organización, dirección y control.

3.2.5.3. Organigrama funcional

CARGO GERENTE

La gerencia es un área que emana gran responsabilidad debido a las distintas atribuciones que debe cumplir como ser el representante de la empresa, será quien organice, supervise y evalúe los resultados con la finalidad de tomar las decisiones.

Actividades:

- Realizar la Planificación de los objetivos generales y específicos conjuntamente con los trabajadores de la empresa.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro: así como también las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de esta.
- Controlar y las actividades planificadas
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero administrativo, personal, y financiero.

Funciones:

- Realizar la planificación de ventas mensual
- Establecer estrategias para el cumplimiento de los objetivos y motivación del personal
- Determinar horarios que se ajusten a las necesidades de los clientes.
- Horarios que se ajusten a las necesidades del local, sin desmotivar al personal
- Realizar negociaciones y pagos a los proveedores
- Sistemas de los ingresos y egresos
- Pagos de los servicios básicos
- Pagos tributarios
- Pagos del personal
- Cuadre de ventas conjuntamente con el cajero
- Cumplimiento de objetivos.

CARGO ASISTENTE ADMINISTRATIVO/A**Funciones**

- Contar la caja chica
- Abrir usuario en sistema de cobro
- Verificar que estén ingresadas las facturas del día
- Organizar pagos de proveedores si lo hubiere
- Disponer de sueltos en caja.

Ventas

- Dar la bienvenida al cliente
- Ingresar el pedido al sistema de cobro
- Repetir la compra al cliente
- Dar el valor de su cuenta
- Manifiestar si desea factura, consumidor final o con datos personales.
- Ubicar el billete encima del teclado visible al cliente.
- Registrar el billete al Sistema
- Dar el ticket de compra con su respectivo vuelto.

- Ingresar el billete a la caja
- Mantener un monto de \$20 para vueltos
- Realizar retiros del dinero de caja continuamente.

Cierre de Caja y Manejo de caja chica

- Contar la caja chica y retirar
- Clasificar los billetes y contar las monedas
- Ubicar el sistema en formato de cierre de caja.
- Ingresar los billetes y detallar las monedas en el sistema, los pagos y gastos si lo hubiera

- Imprimir el cuadro
- Realizar un solo paquete y entregar al geren

Mantener la documentación en regla para su funcionamiento

PERSONAL DE OPERATIVO

Organización

- Mantener limpia su sección
- Organizar los productos de tal forma que llame la atención de los clientes.
- Revisar que los pedidos y ordenes sean entregados a tiempo
- Mantener su presencia impecable
- Buscar alternativas de capacitación en atención al cliente

Atención al Cliente

- Sonreír
- Dar la bienvenida al cliente
- Ser amable
- Conocer los productos que ofrece la cafetería
- Ofrecer la carta al cliente y asesorar al cliente
- Inspirar confianza y seguridad al cliente
- Estar pendiente de que el cliente tenga su orden lo más rápido posible

Ventas

- Lograr el interés del cliente por el producto
- Ofrecer siempre un extra
- Hacer que el cliente consuma algo más de lo que pensaba servirse
- Cerrar la venta
- Despedir al cliente con la finalidad de volverlo a ver.

PERSONAL DE PRODUCCIÓN

Actividades:

- Mantener limpia su área
- Organizar los productos de tal forma que no perezcan
- Preparar los productos para que los pedidos se demoren lo menos posible en su elaboración
- Buscar alternativas de capacitación para elaborar nuevos productos
- Seleccionar los productos entregados por los proveedores
- Desinfectarlos y guardarlos en refrigeración
- Preparar los productos del día de acuerdo a las necesidades planificadas de acuerdo a las ventas
- Condimentar y cocinar el alimento según las recetas
- Dividir los alimentos en porciones y asegurar de que las porciones estén bien pesadas.
- Cocinar los productos de acuerdo a los pedidos
- Entregar los platos al camarero para que sirva al cliente.
- Clasificar los productos por fechas de caducidad
- Verificar que los vegetales estén en buen estado
- Las carnes cortar en porciones y almacenar en fundas herméticas y revisar la temperatura del congelador
- Embotellar la mayonesa, mostaza y salsa de tomate
- Mantener la bodega limpia

- Lograr el interés del cliente por el producto
- Ofrecer siempre un extra
- Hacer que el cliente consuma algo más de lo que pensaba servirse
- Cerrar la venta
- Despedir al cliente con la finalidad de volverlo a ver

3.2.6. Matriz FODA

Fortalezas

- Precios competitivos de los productos
- Contar con materia prima de calidad
- Experiencia en producción de cafetería

Oportunidades

- Compra de materia prima directo de los productores a precios cómodos
- Contar con un arriendo económico
- Posibilidad de desarrollo de mercado
- La tecnología lograría la incursión de equipos modernos
- Incrementar la visita de extranjeros mediante la oferta de un buen ambiente
- Buscar alianzas con establecimientos turísticos para cumplir con las necesidades de los turistas que llegan al país a través de ellas.
- Aprovechar la ubicación y la gran afluencia de visitantes nacionales y extranjeros en la zona.
- Ubicación estratégica en un lugar turístico y de fácil acceso

Debilidades

- Pocos productos ofertados
- Personal desmotivado

- Tamaño del local muy pequeño
- Personal sin capacitación en el campo de la administración
- Falta de gestión administrativa
- El personal no es participe de la toma de decisiones en el área administrativa y financiera
- Falta de organización administrativa y financiera
- Clima organización escaso
- No hay diversificación en la cartera de clientes

Amenazas

- Muchos locales que ofrecen los mismos servicios
- Inseguridad
- Situación social, política inestable
- Cambios constantes de leyes
- Posibles crisis económicas en el país que puedan afectar a los sectores comerciantes
- La competencia posee mejor organización y publicidad
- Existen muchas empresas competitivas del mismo género

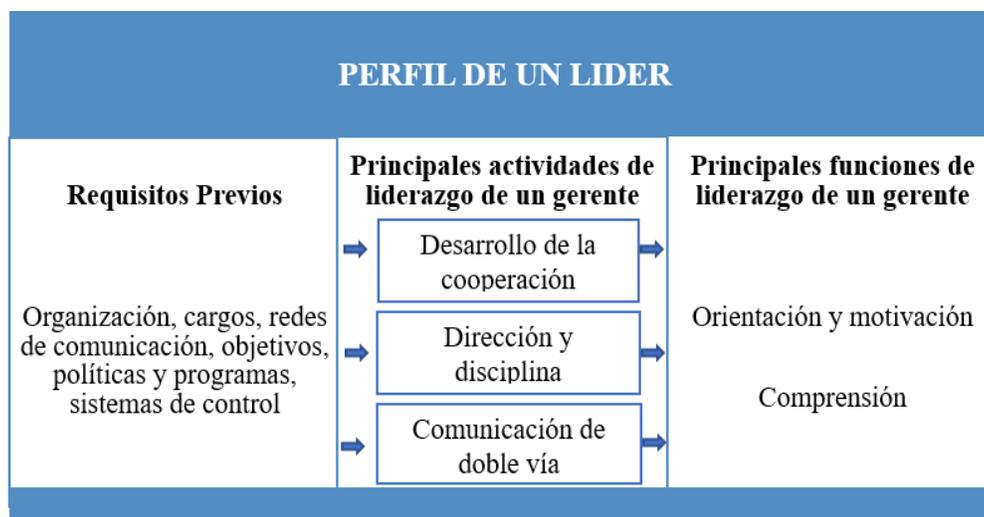
3.2.7. Dirección

La cafetería Siempre el Rey, pondrá en marcha su planificación establecida con la colaboración del personal que actualmente labora, dándoles todas las facilidades para mejorar su gestión dentro de la empresa.

El gerente debe ser una figura representativa que dirija las actividades de la empresa, debe ser el vocero, negociador, instructor y formador de equipos, seleccionando al personal adecuado para que trabaje con ánimo y que los resultados de las tareas que se les designe sean satisfactorias, solucionador de problemas técnicos y emprendedor que busque generar cambios y ser competitivo en el mercado.

Para dar lugar a una excelente dirección se tomará en consideración el perfil que debe tener el líder de la empresa sus principales actividades y principales funciones de acuerdo al cuadro adjunto.

Gráfico Nro. 6 Principales actividades de un líder



Fuente: (MAXWELL, 1993)

El líder será quien tome la batuta del desarrollo de actividades dentro de la organización, Se realizará reuniones mensuales, con el objeto de buscar estrategias para impulsar la venta, para generar un alto grado de colaboración del personal implementando la motivación y como medio de comunicación se usará la descripción de las actividades a realizarse de manera semanal publicándolos en una pizarra, etc.

3.2.8. Control

Se dará capacitaciones al equipo de apoyo y personal de la cafetería en las áreas de higienes y manipulación de alimentos y buenas prácticas de manufacturas y se establecerá un método de control de calidad en las actividades de higiene, producción y manipulación de alimentos, estableciendo una tabla de control de seguimiento diario.

Se realizará un control de ventas: en ellas se utilizan el costo de ventas, el volumen, los inventarios de mercaderías, la cantidad de artículos vendidos de forma unitaria.

Control de producción: este tipo de control abarca los inventarios de producción, el costo de producción, la calidad de cada uno de los productos, el método que se utiliza para las operaciones y el mantenimiento. El objetivo es la puntualidad de entrega de los productos, mejorar el proceso y reducir costos.

Se implementará controles financieros y contables: entre ellos se tiene los estados financieros (Estado de resultados, costo de ventas, Balance General y Flujo de Efectivo).

Con el control de calidad de la administración constituye los elementos que intervienen dentro de la administración como diagramas, esquemas, del cual se aplica cuando se realiza una inspección posteriormente de producción; y ver que si los artículos o funciones son como realmente se diseñó.

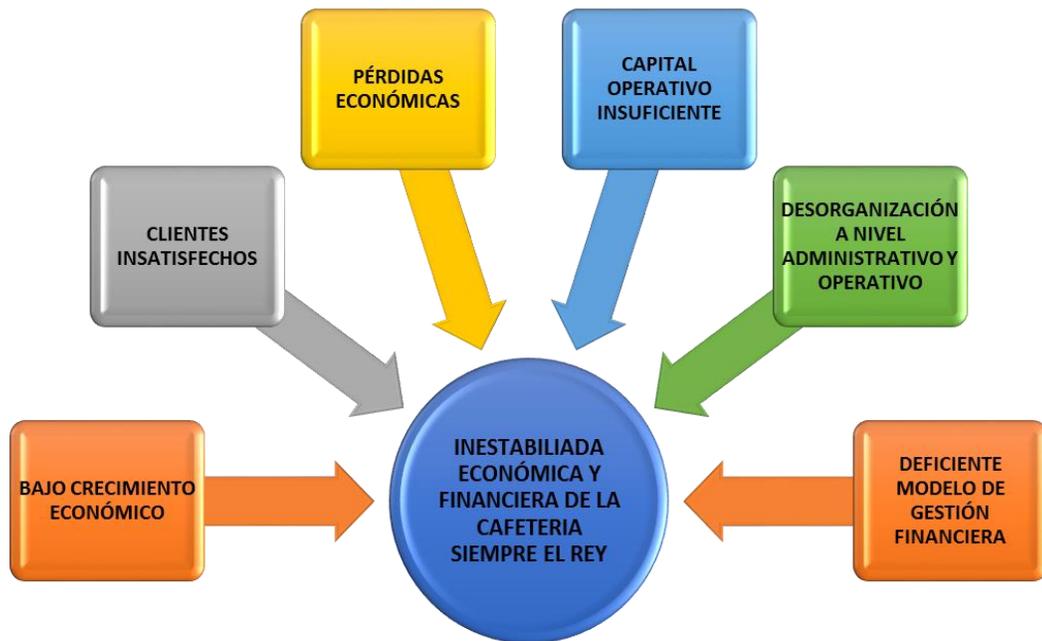
3.2.9. Modelo Financiero

La propuesta del modelo de gestión financiera para la cafetería Siempre el Rey, radica en enfrentar y resolver el problema de liquidez y rentabilidad, con la finalidad de proveer los recursos necesarios que permitan la sostenibilidad económica de la empresa, así como también mejorar la calidad de vida de sus dueños.

Actualmente la cafetería Siempre el Rey se encuentra en una situación crítica en lo que respecta al crecimiento económico, obteniendo perdidas debido a la insatisfacción del cliente, el uso inadecuado de los recursos económicos y materiales, la desorganización a nivel administrativo y operativo han provocado inestabilidad monetaria y financiera. Es por esta razón que se elaboró un árbol de problemas con la finalidad de determinar las causas y efectos que provocan una mala gestión administrativa financiera y de esta manera se pueda tomar decisiones adecuadas y se generen los cambios que permitan a

través de un modelo de gestión financiero adecuado el incremento de las ventas y por ende mejoren los ingresos económicos.

Gráfico Nro. 6 Árbol de Problemas de la Gestión Financiera



Elaborado por: Aracelia Benavides

3.2.9.1. Objetivo General. - Diagnosticar un modelo de gestión financiero y proceso de toma de decisiones que se pueda aplicar para lograr en crecimiento económico de la Cafetería Siempre el Rey.

3.2.9.2. Objetivos Específicos

- Implementar herramientas de gestión financiera para una adecuada planificación, proyección, control y análisis de resultados.
- Establecer procedimientos que faciliten el control de los ingresos y egresos.
- Establecer mecanismos de marketing para promocionar los productos y servicios de la empresa.

Al ser una empresa pequeña que no cuenta con un sistema adecuado de gestión financiera, se ha venido manejando sin una organización definida, sin determinar el costo de producción, sin una evaluación de sus ingresos y egresos, sin un plan de ventas, etc.

Con estos antecedentes se propone aplicar las siguientes etapas de la gestión financiera tales como la planificación, proyección, control y evaluación de acuerdo al grafico adjunto.

Gráfico Nro. 7 Etapas Financieras



Fuente: (LORING, 2004)

3.2.9.3. Planificación. - Para realizar la planificación financiera de la cafetería Siempre el Rey se determinó las actividades a realizarse en cada área de la empresa con el objetivo de determinar la funcionalidad misma permitiendo avanzar así a un futuro de éxito, las acciones a seguir para el cumplimiento de las metas de la empresa son:

- Agregar valor a la empresa a través de una gestión financiera eficaz, con el apoyo de cada área.

- Determinar el monto de efectivo en las actividades operativas diarias y pagar a los proveedores dentro de un tiempo establecido.
- Cumplir con las obligaciones administrativas, para obtener una mejor imagen corporativa.
- Analizar las oportunidades de inversión con un banco que facilite la mejor tasa de interés, es fundamental analizar el monto de la deuda para otorgar un porcentaje del ingreso de las ventas con el objetivo de cubrir las deudas.

Luego de realizar un análisis de financiamiento con varias entidades bancarias, se consideró dos opciones tales como: Banco del Pacifico mismo que ofrece una tasa de interés del 11,23% para créditos empresariales generando cuotas fijas de USD. 467,16 de acuerdo a cuadro adjunto.

Gráfico Nro. 8 Tabla de Amortización

		Segmento: COMERCIAL	Tasa de interés: 11.23	Moneda: DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA						
		Producto: PYME PACIFICO	Plazo (meses): 24							
		Monto Solicitado: 10000.00	Fecha de simulación: 2017/03/30							
		Sistema de Amortización: Francés	Fecha de vencimiento: 2019/03/20							
Ver	Exportar a Excel...	Condiciones y Costo Total del Crédito								
Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Seguro de desgravamen	Seguro de incendio	Total seguros	Total a pagar
1	2017-04-29	\$ 10,000.00	\$ 373.56	\$ 93.60	\$ 467.16	\$ 9,626.44	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
2	2017-05-29	\$ 9,626.44	\$ 377.16	\$ 90.00	\$ 467.16	\$ 9,249.28	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
3	2017-06-28	\$ 9,249.28	\$ 380.46	\$ 86.70	\$ 467.16	\$ 8,868.82	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
4	2017-07-28	\$ 8,868.82	\$ 384.06	\$ 83.10	\$ 467.16	\$ 8,484.76	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
5	2017-08-27	\$ 8,484.76	\$ 387.66	\$ 79.50	\$ 467.16	\$ 8,097.10	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
6	2017-09-26	\$ 8,097.10	\$ 391.26	\$ 75.90	\$ 467.16	\$ 7,705.84	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
7	2017-10-26	\$ 7,705.84	\$ 395.16	\$ 72.00	\$ 467.16	\$ 7,310.68	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
8	2017-11-25	\$ 7,310.68	\$ 398.76	\$ 68.40	\$ 467.16	\$ 6,911.92	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
9	2017-12-25	\$ 6,911.92	\$ 402.36	\$ 64.80	\$ 467.16	\$ 6,509.56	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
10	2018-01-24	\$ 6,509.56	\$ 406.26	\$ 60.90	\$ 467.16	\$ 6,103.30	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
11	2018-02-23	\$ 6,103.30	\$ 410.16	\$ 57.00	\$ 467.16	\$ 5,693.14	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
12	2018-03-25	\$ 5,693.14	\$ 413.76	\$ 53.40	\$ 467.16	\$ 5,279.38	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
13	2018-04-24	\$ 5,279.38	\$ 417.66	\$ 49.50	\$ 467.16	\$ 4,861.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
14	2018-05-24	\$ 4,861.72	\$ 421.56	\$ 45.60	\$ 467.16	\$ 4,440.16	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
15	2018-06-23	\$ 4,440.16	\$ 425.46	\$ 41.70	\$ 467.16	\$ 4,014.70	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
16	2018-07-23	\$ 4,014.70	\$ 429.66	\$ 37.50	\$ 467.16	\$ 3,585.04	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
17	2018-08-22	\$ 3,585.04	\$ 433.56	\$ 33.60	\$ 467.16	\$ 3,151.48	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
18	2018-09-21	\$ 3,151.48	\$ 437.76	\$ 29.40	\$ 467.16	\$ 2,713.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
19	2018-10-21	\$ 2,713.72	\$ 441.66	\$ 25.50	\$ 467.16	\$ 2,272.06	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
20	2018-11-20	\$ 2,272.06	\$ 445.86	\$ 21.30	\$ 467.16	\$ 1,826.20	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
21	2018-12-20	\$ 1,826.20	\$ 450.06	\$ 17.10	\$ 467.16	\$ 1,376.14	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
22	2019-01-19	\$ 1,376.14	\$ 454.26	\$ 12.90	\$ 467.16	\$ 921.88	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
23	2019-02-18	\$ 921.88	\$ 458.46	\$ 8.70	\$ 467.16	\$ 463.42	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.16
24	2019-03-20	\$ 463.42	\$ 463.42	\$ 4.20	\$ 467.62	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 467.62
		\$ 10,000.00	\$ 1,212.30	\$ 11,212.30		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 11,212.30	

Elaborado por: Aracelia Benavides

La empresa necesita reactivar su actividad económica de manera urgente, ya que sus ventas han bajado a tal punto que sus ingresos no son suficientes para cubrir las necesidades administrativas tales como: pago de servicios básicos, impuestos, arriendo, sueldos, proveedores, etc.

Sus bienes muebles han alcanzado su vida útil y necesitan ser renovados ya que la imagen que presenta actualmente el local no es la adecuada y necesita un cambio de manera urgente con el objetivo de brindar comodidad, calidez al cliente.

Es por esta razón se recomienda a la empresa realizar un préstamo con la entidad bancaria que brinde mejores fuentes de financiamiento que en este caso sería con el Banco de Pacifico, el cual presenta la menor tasa de interés.

Se realizó un levantamiento de necesidades de la cafetería Siempre el Rey con la finalidad de determinar el capital requirente para realizar los cambios administrativos, estructurales, ergonómicos y de marketing.

Gráfico Nro. 9 Análisis de Inversión Requerida

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR
	MUEBLES	\$ 2.500,00
2	Exhibidores de pared	\$ 960,00
4	Mesas de vidrio con estructura metálica	\$ 480,00
16	Sillas metálicas	\$ 560,00
4	cuadros estilo colonial	\$ 180,00
1	botiquin	\$ 25,00
1	Anfora de sugerencias	\$ 15,00
1	Mueble para producción	\$ 280,00
	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 2.490,00
1	Freidora de papas	\$ 380,00
1	horno de 2 latas	\$ 520,00
2	licuadoras	\$ 330,00
1	Extractor de jugos	\$ 280,00
1	Televisor 42 pulgadas	\$ 980,00
	EQUIPO TECNOLÓGICO	\$ 1.255,00
1	Computadora	\$ 890,00
1	impresora de facturas	\$ 365,00
	PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 905,00
1	Letrero externo	\$ 250,00
1	Letrero interno	\$ 385,00
	Material publicitario	\$ 90,00
	Material de oficina	\$ 180,00
	TOTAL	\$ 7.150,00

Elaborado por: Aracelia Benavides

Se realizó un análisis de ventas con la finalidad de determinar si la empresa con los cambios propuestos lograra cubrir las necesidades, obligaciones y expectativas de los dueños de la empresa.

Es necesario indicar que actualmente la empresa debido a la falta de conocimientos financieros no ha podido determinar sus ganancias y sus pérdidas, se ha evidenciado que sus bienes se encuentran deteriorados ya que cumplieron con el tiempo de amortización, dando una apariencia al local de envejecida y deteriorada.

3.2.9.4. Proyección

- **Proyección de ventas**

Ventas actuales

AÑO	CANTIDAD DE VENTAS
2014	22.800,00
2015	30.000,00
1016	31.200,00

Tabla Nro. 3 Ventas Mensuales antes de la Proyección

AÑO	C. VENTAS			
X	Y	X2	Y2	X*Y
1	22.800,00	1,00	656.640.000,00	22.800,00
2	30.000,00	4,00	864.000.000,00	60.000,00
3	31.200,00	9,00	898.560.000,00	93.600,00
6	84.000,00	14,00	2.419.200.000,00	176.400,00

Elaborado por: Aracelia Benavides

$b = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{\sum x^2 - (\sum x)^2}$	$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$	$Y = a + bx$
	$a = \frac{84.000 - 4.200(6)}{3}$	$Y = 19.600 + 4.200$
$b = \frac{3(176.400) - (6)(84.000)}{3(14) - (6)^2}$	$a = \frac{84.000 - 25.200}{3}$	Y = 23.800
$b = \frac{529.200 - 504.000}{42 - 36}$	$a = \frac{84.000 - 25.200}{3}$	$C = \frac{b(n)}{\sum y}$
$b = \frac{25.200}{6}$	$a = \frac{58.800}{3}$	$C = \frac{(4.200)(3)}{84.000}$
b = 4.200	a = 19.600	$C = \frac{12600}{84.000}$
		C = 0,15 incremento

Tabla Nro. 4 Proyección de Ventas

Pronostico de ventas para los periodos 4-5-6		
2017	2018	2019
$Y = a + bx$	$Y = a + bx$	$Y = a + bx$
$Y = 19.600 + 4.200(4)$	$Y = 19.600 + 4.200(5)$	$Y = 19.600 + 4.200(6)$
$Y = 19.600 + 16.800$	$Y = 19.600 + 21.000$	$Y = 19.600 + 25.200$
Y = 36.400	Y = 40.600	Y = 44.800

Tabla Nro. 5 Análisis de ventas proyectadas vs anteriores

AÑOS ANTERIORES	C.VENTAS	VENTAS MENSUALES	VENTAS DIARIAS	AÑOS PROYECTADOS	C. VENTAS	VENTA MENSUAL	VENTA DIARIA
2014	\$ 22.800,00	\$ 1.140,00	\$ 57,00	2017	\$ 36.400,00	\$ 1.820,00	\$ 91,00
2015	\$ 30.000,00	\$ 1.500,00	\$ 75,00	2018	\$ 40.600,00	\$ 2.030,00	\$ 101,50
2016	\$ 31.200,00	\$ 1.560,00	\$ 78,00	2019	\$ 44.800,00	\$ 2.240,00	\$ 112,00

Elaborado por: Aracelia Benavides

Gráfico Nro. 10 Análisis de Ventas Proyectadas 2017 al 2018



Elaborado por: Aracelia Benavides

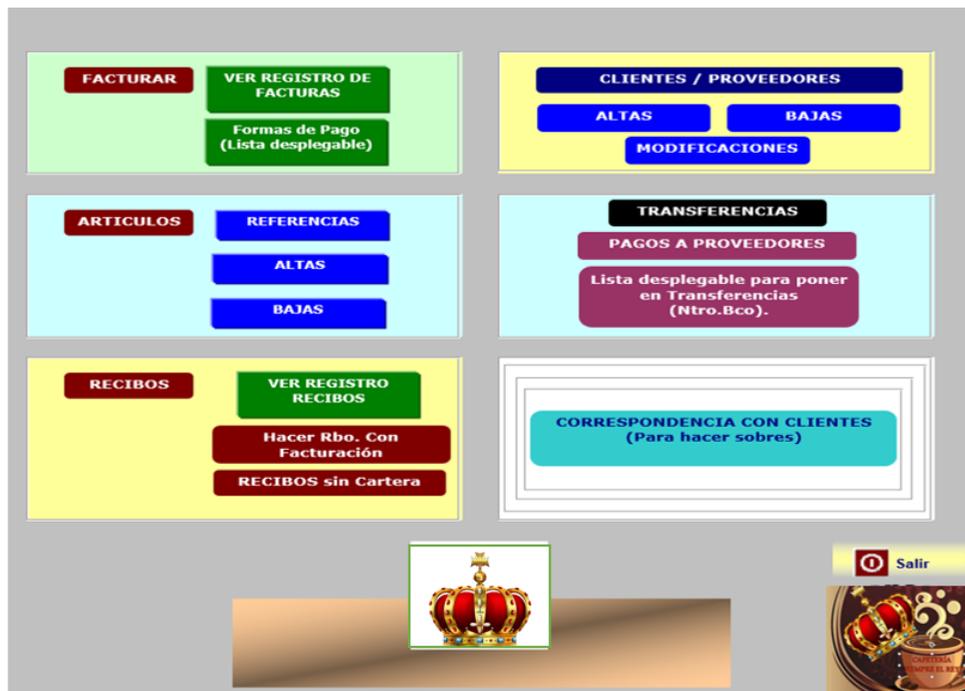
Análisis: Se ha considerado proyectar las ventas de forma mensual ya que no existen estadísticas de las ventas de los años anteriores, razón por la cual se consideró las ventas desde el mes de septiembre del 2016 hasta el mes de enero del 2017.

El incremento de las ventas es de USD 228,00 mensuales lo cual le permitirá cubrir las deudas adquiridas, lo que se pretende es superar en un 50% de las ventas actuales.

Para complementar esta información se utilizará técnicas de investigación de mercados, con la finalidad de identificar los componentes de la estrategia de marketing que pueden influir sobre la demanda y sobre el cambio de los resultados obtenidos.

Para generar mejoras en la gestión financiera se realizará cambio en el proceso de facturación, para lo cual se implementará un sistema sencillo de fácil en su uso que permitirá determinar acciones futuras y tomas de decisiones, el sistema presenta las siguientes funciones:

Gráfico Nro. 11 Sistema de Facturación



Elaborado por: Aracelia Benavides

Este sistema facilitará el seguimiento de las actividades financieras tales como:

- Control registro de facturas
- Estadísticas de ventas
- Historial de clientes
- Determinación de la demanda en los productos
- Control de pagos a proveedores
- Control de la producción

Gráfico Nro. 12 Sistema de Facturación

CAFETERIA SIEMPRE EL REY
JUAN LEÓN MERA N24-219
Y LIZARDO GARCIA
 Telf. 2599826 - Celular 0994456620

Cientes
 Nº Cliente: 4001234
 Nombre: ARACELIA BENAVIDES
 Dirección: AV. LA PFENSA
 Población: 25420 EL CONDADO
 Provincia: PICHINCHA

		FECHA FACTURA	Nº FACTURA				
		05-02-17	7				
		CIF / NIF	01235556-H				
CODIGO	ARTICULO	Fecha Servicio	UNIDADES	PRECIO	% DTO.	PRECIO DTO.	TOTAL
1	239 SANDUCHE DE ATÚN	02-02-17	1,00	2,75		2,75	2,75
2	238 SANDUCHE DE POLLO	02-02-17	1,00	2,80		2,80	2,80
3	235 SANDUCHE DE JAMÓN Y QUESO	02-02-17	2,00	2,50		2,50	5,00
4	236 SANDUCHE MIXTO	02-02-17	3,00	2,75		2,75	8,25
5	237 SANDUCHE TRADICIONAL	02-02-17	1,00	3,00		3,00	3,00
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							

1- Guardamos Factura
 2- Copiar a Registro de Factura
 3- Nueva Factura

REFERENCIAS
 ALTAS-BAJAS

AYUDA

Elaborado por: Aracelia Benavides

Funcionalidad: Los clientes ya registrados en la primera compra, solo con el Nro. de Cedula sus datos salen automáticamente, agilizando la facturación.

De igual manera con el ingreso del código y la cantidad requerida del producto (ingresado de manera previa al sistema) automáticamente registra el producto asignado y su valor desglosado tanto en unidad como en valor a cobrarse.

- **Seguimiento - Implementación de historial de Clientes y Proveedores**
Gráfico Nro. 13 Sistema - Control de Proveedores

PROVEEDOR	NIF	PROVEEDOR	CALLE	C.POSTAL	DIRECCION	PROVINCIA	NÚMERO DE CEDULA
4000001	0035252K	SANCHEZ MARTIN ALVARO	SAN MARTIN,24	30300	ARRIETA	BURGOS	2038 0001 12 1234568892
4000002	225322L	VIDAL SANCHEZ JULIAN	LARGA 10	28020	ACEÑA	CACERES	1234 5678 12 1234567890
4000003	125335-J	LOPEZ RUIZ MARIA	LARGA 10	34800	ALCOCEBER	CASTELLON	1002 1234 12 9876559402
4000004	C-2422525	FINCAS JUAN, S.L.U.	AVDA. ESPAÑA, 3-	28050	ALAMILLO CIUDAD REAL	MADRID	1003 1234 12 9876559199
4000005	332565-J	RUIZ SANCHEZ PICASO	LA FRAGUA	28020	ABADES	CADIZ	1004 1234 12 9876559300
4001234	01235556-H	ARACELIA BENAVIDES	AV. LA PFENSA	25420	EL CONDADO	PICHINCHA	1712397577
4001234	01235556-H	Aracelia Benavides	C/ A DENTRO	25421	El Condado	Pichincha	1712397577
4001234	01235556-H						
4001234	01235556-H						
4001234	01235556-H						

Elaborado por: Aracelia Benavides

Es de suma importancia tener una gestión financiera y administrativa de tal forma que permita mantener una organización en cuanto a la cartera de clientes con la finalidad de generar estrategias de marketing a futuro.

3.2.9.6. Control - Implementación de registro de pago a proveedores

Se pretende realizar un registro para llevar el control de los proveedores, el mismo que ayudará a cumplir con las obligaciones pendientes de tal forma que se agilicen los pagos sin caer en mora, se implementará las siguientes opciones de control:

- Forma de pago
- Banco donde se realice la transferencia
- Nro. de cuenta
- Fecha de vencimiento

Gráfico Nro. 14 Control de Pagos a Proveedores

LISTAS DESPLEGABLES (Para Poner Forma de Pago en Fra.)			
Forma de pago :	Banco :	Nº de Cuenta	Vencimiento :
1 CREDITO	1 Pichincha	1 2104 0123 45 1234567891	1 08 Días Fecha Factura
2 CREDITO	2 Pasifico	2 3016 0123 45 1234567891	2 30 Días Fecha Factura
3 CREDITO	3 Pichincha	3 2096 0123 45 1234567891	3 30 Días Fecha Factura
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10
11	11	11	11
12	12	12	12

Elaborado por: Aracelia Benavides

Es de suma importancia tener la fidelidad de los proveedores ya que garantiza el stock de los productos, promociones permanentes y facilidades de pago.

Se genera un antecedente del proveedor, ingresando los datos tales como: Nombre de la empresa, el Ruc, fecha de emisión de factura, fecha de recibido, forma de pago y fecha de vencimiento.

- Implementación de un nuevo menú de productos

Gráfico Nro. 15 Lista de Proveedores

FACTURA ALTAS-BAJAS REFERENCIAS INSTRUCCIONES			
LISTADO DE PRODUCTOS Y PRECIOS			
	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIO
1	235	SANDUCHE DE JAMÓN Y QUESO	2,50
2	236	SANDUCHE MIXTO	2,75
3	237	SANDUCHE TRADICIONAL	3,00
4	238	SANDUCHE DE POLLO	2,80
5	239	SANDUCHE DE ATÚN	2,75
6	240	SANDUCHE VEGETARIANO	2,50
7	241	ENSALADAS DE FRUTAS	1,50
8	242	FRUTILLAS CON CREMA	1,50
9	243	PAPI POLLO	2,00
10	244	PAPI CARNE	2,00
11	245	CAFÉ EXPRESO	0,50
12	246	CAPUCHINO	1,10
13	247	MOCACHINO	1,25

Elaborado por: Aracelia Benavides

Se recomienda renovar el menú ya que en la zona existe mucha competencia de locales que venden productos similares, por esta razón se debería implementar nuevos ingresos con productos de la competencia, pero realizando un análisis de precios de tal forma que se pueda mejorar el precio favoreciendo al cliente y dándole la alternativa de consumir el mismo producto, misma calidad, pero a un precio mejorado.

Para determinar el costo de venta se realizó un análisis respectivo de los costos fijos los cuales corresponden a la mano de obra directa e indirecta, así como también costos variables que corresponden a la materia prima, dando lugar al costo de producción, para luego determinar la ganancia y por ultimo obtener un precio competitivo ante el mercado.

Desarrollo

Tabla Nro. 7 Determinación de Precios

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO	UNIDADES	CANTIDAD REQUERIDA
1,950 kg	JAMÓN	\$ 18,90	560	\$ 0,03
1kg	QUESO	\$ 28,36	320	\$ 0,09
1	PAN	\$ 0,85	4	\$ 0,21
1lb	TOMÁTE	\$ 0,60	45	\$ 0,01
1	LECHUGA	\$ 0,65	10	\$ 0,07
1 lt	SALSA	\$ 1,45	35	\$ 0,04
TOTAL DE COSTO DEL PRODUCCIÓN				\$ 0,45

Costos fijos	\$ 0,45
Costos variables	\$ 1,25
costo total	\$ 1,70
PRECIO FINAL	\$ 2,50

Se estableció las medidas respectivas para cada producto y realizar la propuesta del nuevo menú de acuerdo al anexo adjunto del grafico Nro. 12.

3.2.9.7. Evaluación:

- Se realizará de manera periódica análisis de las razones financieras y de esta manera se podrá medir el crecimiento económico de la empresa.
- Se analizará periódicamente los estados financieros para poder tomar adecuadamente las decisiones.

3.2.10. Reestructuración

Con este proceso de rediseño en varios aspectos del local se cumplirá varios factores tales como: Ser competitiva en el mercado sobreviviendo ante un clima adverso de actualización, implementar nuevas alternativas para que generen ingresos.

3.2.11. Áreas para reestructurar

- Producción
- Área comercial

3.2.12. Estrategias de reestructuración

- Cambios de distribución a través del matriz lay out
- Merchandising
- Estrategias de marketing

3.2.13. Cambios de distribución a través de la matriz LAY OUT

Aplicación de la matriz LAY – OUT

Consiste en la integración de las diferentes áreas funcionales, abarca no solo el arreglo y composición de las secciones funcionales internas del local y externas.

Pasos a seguir

- Tomar dimensiones del local
- Determinar imagen del local
- Diseñar la matriz para determinar las áreas según la importancia
- Diseñar gráfico de la estructura del local
- Diseñar gráfico con resultados de ubicación según la matriz

Gráfico Nro. 16 Matriz LAY - OUT

ÁREAS		DIMENSIONES	
CAFETERIA	4m2	A2	
PRODUCCIÓN	3m2	I1	
DESPACHO	1.5m2	I2	
BAÑO	1.5m2	U3	
CERCANÍA		OPERACIÓN	
A	Absolutamente importante	1	Por procesos
E	Especialmente importante	2	Por control
I	Importante	3	Por higiene
O	Ordinario	4	Por conveniencia
U	Indiferente	5	Por seguridad
X	Indeseable		
XX	Muy deseable		

Distribución

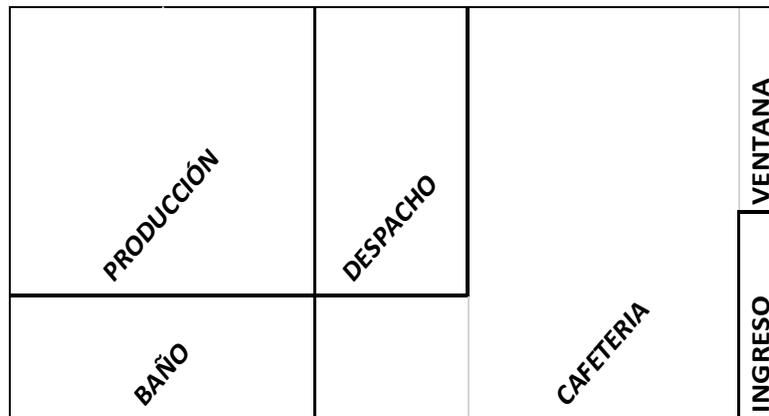
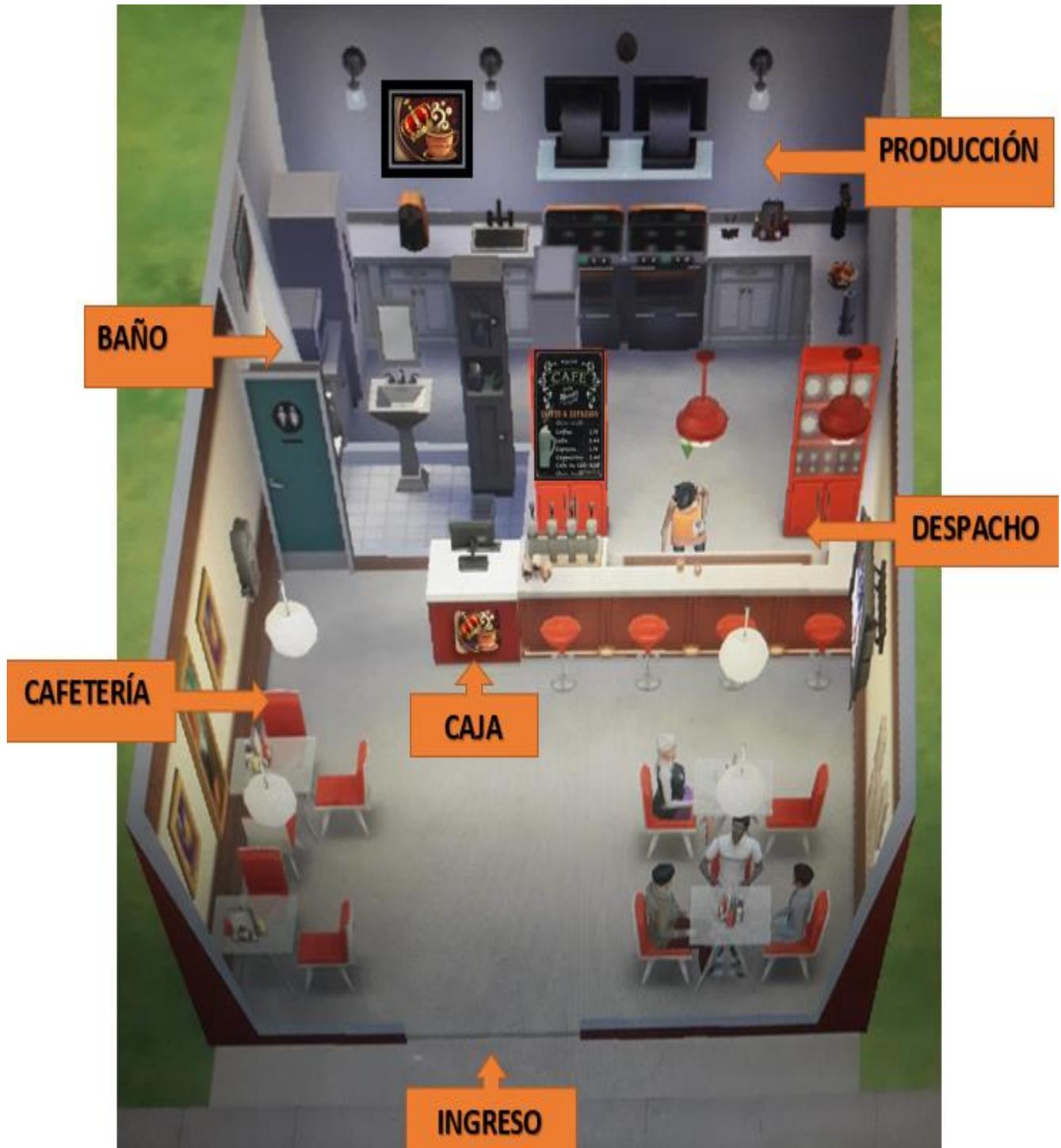


Gráfico 1 Distribución matriz LAY - OUT



Elaborado por: Aracelia Benavides

4.1. Conclusiones

- En la aplicación del estudio del diagnóstico, se detectó la inexistencia de un manejo adecuado a nivel administrativo y financiero en la cafetería Siempre el Rey, provocado disminución en las ventas y pérdida de clientela. Con la implementación del modelo de gestión administrativo y financiero se encuentran claras sus funciones y responsabilidades, al igual que los procedimientos para cumplirlas, así como también líneas de autoridad y niveles jerárquicos existentes en la empresa.
- Es evidente que por la falta de gestión financiera la empresa no ha podido crecer económicamente y obtener los recursos necesarios para invertir en mejoras, solo se ha detectado que sus bienes muebles han cumplido con su vida útil, dando lugar a que actualmente no pueda ofrecer un lugar cálido y acogedor a los clientes.

4.2. Recomendaciones

- Tomar en consideración el levantamiento de un manual de funciones tanto administrativo como financiero con la finalidad de eliminar cuellos de botella y aumentar la productividad de los colaboradores.
- Que la empresa busque realice un préstamo con la entidad bancaria con la finalidad de invertir en su readecuación.
- Elaborar un Plan de Marketing e implementar estrategias adecuadas para incrementar las ventas y posicionamiento en el mercado.

Bibliografía

- Agustín., R. P.** (2005). *Aministración por objetivos*. (L. -N. EDITORES, Ed.) México, México: <https://books.google.com.ec/books?id=Uqq>.
- Arturo, M. C.** (2014). *Planificación Financiera*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA, S.A. DE C.V.
- Denton, D. K.** (1991). *Calidad en el Servicio a los Clientes*. España: Díaz de Santos, S.A.
- Enrick, N. L.** (2008). *Control de Calidad y Beneficio Empresarial*. Valencia: Díaz de Santos , S.A.
- Francisco, L. M.** (2009). *La Empresa*. (I. p. Vigor.S.A., Ed.) Barcelona, España: Libros de Cabecera S.L.
- Gómez, J. A.** (2013). RESOLUCIÓN A0013. QUITO.
- Idalberto, C.** (2004). *"Introducción a la Teoría General de la Administración"* (Vol. Séptima Edición). (M.-H. Interamericana, Ed.) Hill Interamericana. Obtenido de <http://administracionteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>
- INEC.** (2013). www.inec.gob.ec. Obtenido de www.inec.gob.ec: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Interior, M. D.** (20 de mayo de 2016). www.ministeriointerior.gob.ec. Obtenido de www.ministeriointerior.gob.ec: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/bac-refuerzan-la-seguridad-ciudadana-en-la-mariscal/>
- Jiménez, C. H.** (2003). *La Administración y Planificación como Proceso*. (Quinta ed., Vol. V). (C. R. San José, Ed.) Costa Rica, San José: Universal Estatal a Distancia.
- Julio, G. R.** (2013). FORMULACION Y EVALUACION DE PLANES DE NEGOCIO - EBOOK . EDICIONES DE LA U, 2013.
- Kotler, P.** (2003). *Fundamentos de Marketing*. México, México: Parson Educación.
- LLano, P.** (2007). MODELO DE GESTION FINANCIERA. España: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Loring, J.** (2004). *LA GESTIÓN FINANCIERA* (DEUSTO ed.). BARCELONA, ESPAÑA: 2 da. EDISIÓN.
- Maxwell, J. C.** (1993). *DESARROLLE EL LÍDER QUE ESTÁ EN USTED* (EDISIÓN Nro. 12 ed., Vol. EDISIÓN Nro. 12). (T. NELSON, Ed.) EE.UU: 1996 EDITORIAL CARIBE.
- P.Robbins, S.** (2002). *Fundamentos de la Admiistración* (Tercera ed., Vol. III). (M. d. Anta, Ed.) México, México: Person Educación de México.
- Pedraza, G.** (05 de ABRIL de 2012). *Teorias Administrativas*. Obtenido de [BLOGGER - TEORIA CIENTÍFICA:](http://teoadministrativas1.blogspot.com/2012/04/teoria-cientifica.html) <http://teoadministrativas1.blogspot.com/2012/04/teoria-cientifica.html>
- Ponce, A.** (2011). *La Mariscal. Historia de un barrio en Quito en el S. XX* (Primera ed., Vol. I). (R. A. Delgado, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: Alfonso Ortiz Crespo.
- Ponce, A. R.** (2004). *ADMINISTRACIÓN MODERNA*. MÉXICO: ILUMISA NORIEGA.

- Ponce, A. R.** (2005). *ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, Teoría y Practica*. MÉXICO: LIMUSA.
- QUITO, M. D.** (14 de 10 de 2005). *SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO PROVINCIAL*. Obtenido de SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO PROVINCIAL:
http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZASANTERIORES/ORDZ20EDIFICABILIDAD%20LA%20MARISCAL.pdf
- Rodriguez, E. A.** (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juarez Autonoma de Tabasco.
- Romero, F.** (2012). *AULA.MASS*. Obtenido de <http://aula.mass.pe/manual/%C2%BFque-es-la-gestion-financiera>
- Sumden, G. L.** (2006). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*. México: Person Educación.
- Turismo, Q.** (ABRIL de 2013). *quito-turismo.gob.ec/*. Obtenido de [http://www.quitoturismo.gob.ec/:http://www.quitoturismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito](http://www.quitoturismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito)

Anexos

2. ¿Qué opina de la atención que ha recibido de la cafetería “Siempre el Rey”?

Nro. 2 Tabla de resultados

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
EXELENTE	25	37%
MUY BUENA	15	22%
BUENA	12	18%
REGULAR	10	15%
MALA	5	7%
TOTAL	67	100%



Análisis:

Según los datos obtenidos se puede apreciar que un 37%, considera que la atención recibida en la cafetería Siempre el Rey es excelente, el 30% restante considera que es de muy buena a mala, bajo este resultado es necesario buscar estrategia acorde ante esta necesidad.

Recomendación:

Es necesario buscar asesoría en atención al cliente de tal forma que el personal de la cafetería este bien capacitado y brinde a sus clientes una excelente atención, haciendo que sus clientes se sientan acogidos y en un ambiente agradable con la necesidad de volver.

4. Cómo considera usted que son los precios de los productos de la cafetería?

Nro. 4 Tabla de resultados

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
MUY CAROS	15	22%
ACCESIBLES	21	31%
MUY BARATOS	31	46%
TOTAL	67	100%



Análisis:

Los datos tabulados reflejan que los precios deben estar acorde al sector, la Mariscal es considerada una zona de diversión y entretenimiento por lo general los visitantes suelen gastar más en esta zona, por lo tanto, el precio muy barato no es una buena alternativa, el 46% de los clientes manifiestan que los precios son muy baratos, el 31 que son accesibles y el 21% que son muy caros la brecha el 46% de los clientes que consideran muy baratos.

Recomendación

Se realizará un análisis de mercado para fijar los precios de acorde a la competencia y al sector, siempre que estos nos permitan tener ganancias y atraer clientes.

5. ¿Cree que un buzón de sugerencias ayudará en la mejora continua del funcionamiento de la cafetería?

Nro. 5 Tabla de resultados

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	62	93%
NO	5	7%
TOTAL	67	100%



Análisis:

El no tener conocimiento del mercado, no permite realizar mejoras continuas y brindar al cliente productos nuevos y novedosos que diferencien a la cafetería de la competencia, según los datos arrojados el 93% de los clientes consideran que un buzón de sugerencias ayudaría para generar cambios en el funcionamiento de la cafetería y el 7% le da igual, bajo este contexto se generaran estrategias de mejoras.

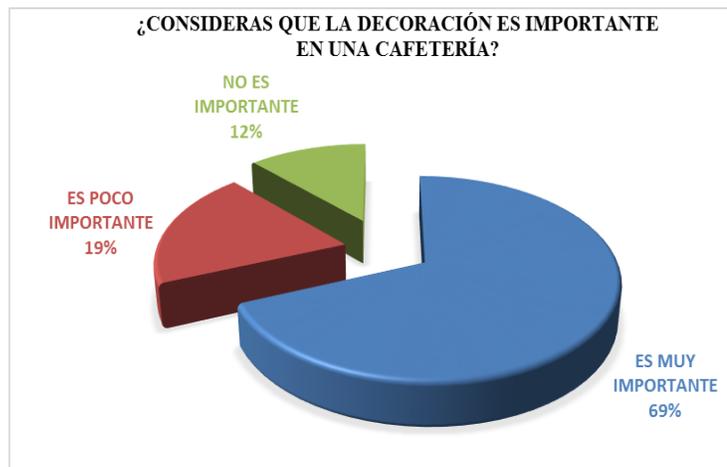
Recomendación:

Es necesario un cambio en su imagen, que permita darle a la cafetería un ambiente renovado en el cual el cliente se identifique y se sienta cómodo, de tal forma que recomiende a sus familiares y amigos visitar el lugar.

6. ¿Consideras que la decoración es importante en una cafetería?

Nro. 6 Tabla de resultados

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
ES MUY IMPORTANTE	46	69%
ES POCO IMPORTANTE	13	19%
NO ES IMPORTANTE	8	12%
TOTAL	67%	100%



Análisis:

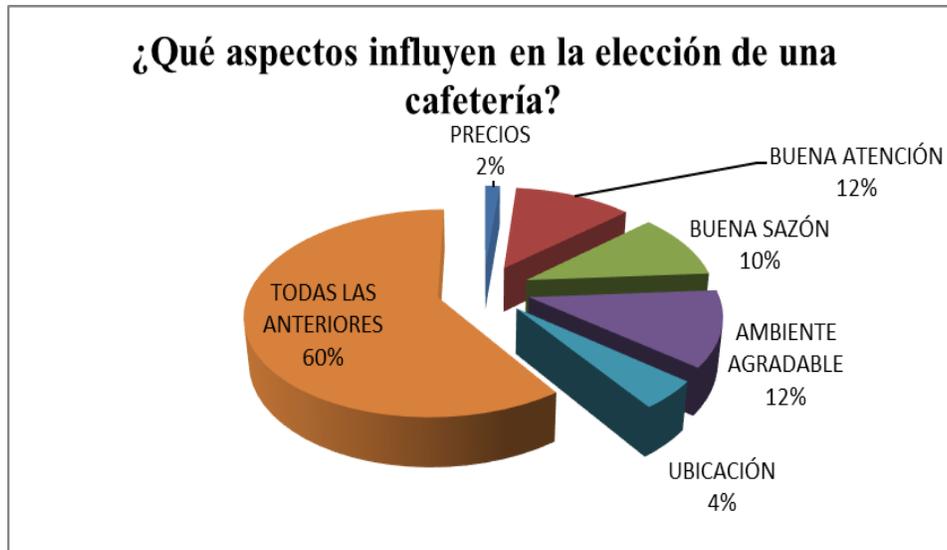
Según los datos arrojados para el 69% de los clientes es importante la decoración del local, por lo que facilita saber que los clientes actualmente no se sienten cómodos con la imagen del mismo y que el 31% considera poco importante, porcentaje que es necesario también considerar para el cambio.

Recomendación:

Es necesario un cambio radical de 90 grados, que permita darle a la cafetería una imagen que permita al cliente identificarse y sentirse cómodo, para este cambio hay que realizar un análisis financiero que nos ayude en saber cuánto necesita de inversión y buscar el financiamiento para ello.

7. ¿Qué aspectos influyen en la elección de una cafetería?

Nro. 7 Tabla de resultados



Análisis:

El 60% de clientes consideran que el precio, la buena atención, el ambiente agradable y la ubicación son importantes para considerar a un determinado lugar como su elección, estos resultados permiten determinar las necesidades de los clientes.

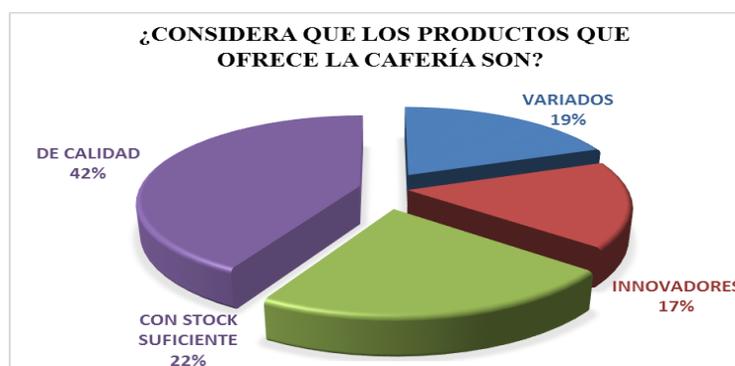
Recomendación:

El planteamiento de un modelo de gestión permitirá cambios internos, que faciliten las mejoras en cuanto a organización, planteando una visión y misión real y medible que se pueda cumplir en un tiempo determinado.

8. ¿Considera que los productos que ofrece la cafería son?

Nro. 8 Tabla de resultados

VALOR	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
VARIADOS	13	19%
INNOVADORES	11	16%
CON STOCK SUFICIENTE	15	22%
DE CALIDAD	28	42%
TOTAL	67	100%



Análisis:

Los resultados indican que un 42% consideran que los productos son de calidad lo cual es una fortaleza, el stock es suficiente en un 22%, que los productos son variados son el 19% y que son innovadores el 17% datos que permiten identificar en que se debe trabajar para innovar los productos y ser competitivos en el mercado.

Recomendación:

Con un análisis FODA se podrá determinar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas con el objetivo de buscar los cambios y plantear estrategias necesarias para incrementar ventas y ser más rentable.

Gráfico Nro. 12 Propuesta Nuevos Productos

<p>Sándwiches de Jamón y queso</p> <p>¼ de pan de agua, mantequilla, integral</p> <p>3 rebanadas de jamón</p> <p>3 rebanadas de queso</p> <p>3 tomates, lechuga, cebolla</p> <p>Salsa de queso</p>	
<p>Sándwiches de Jamón, queso y salami (Mixto)</p> <p>¼ de pan de agua, mantequilla, integral</p> <p>3 rebanadas de jamón</p> <p>3 rebanadas de queso holandés</p> <p>4 rebanadas de salami</p> <p>3 rebanadas tomates, lechuga, cebolla</p> <p>Salsa de queso</p>	
<p>Sándwich tradicional el rey</p> <p>2 rebanadas de pan</p> <p>2 rebanadas de jamón</p> <p>2 rebanadas de queso fresco</p> <p>1 rebanada tomates, lechuga, cebolla</p> <p>Salsa de queso</p>	
<p>Sándwich de pollo</p> <p>¼ de pan de agua, mantequilla, integral</p> <p>3 rebanadas de queso holandés</p> <p>30 gr de pollo asado</p> <p>Salsa de queso</p>	
<p>Sándwich vegetariano</p> <p>3 rebanadas de queso holandés</p> <p>3 rebanadas de queso javierino</p> <p>3 rebanada tomates, lechuga, cebolla, champiñones</p>	

<p style="text-align: center;">Ensalada de frutas</p> <p style="text-align: center;">Manzanas, frutillas, papaya Banana, sandia kiwi, uvas Crema chantillí o yogur natural</p>	
<p style="text-align: center;">Frutillas con crema</p> <p style="text-align: center;">10 Frutillas medianas Mermelada de frutilla Crema chantilly</p>	
<p style="text-align: center;">Papi pollo</p> <p style="text-align: center;">1 papa grande 1 presa de pollo pierna, muslo o pechuga Ensalada: 2 rebanada de tomate Lechuga y aguacate</p>	
<p style="text-align: center;">Papi carne</p> <p style="text-align: center;">1 papa grande 1 presa de pollo pierna, muslo o pechuga Ensalada: 2 rebanada de tomate Lechuga y aguacate</p>	
<p style="text-align: center;">Salchi papas</p> <p style="text-align: center;">1 1/2 papa grande 2 salchichas cortadas</p>	
<p style="text-align: center;">Café expresos</p>	

<p style="text-align: center;">Capuchino</p>	
<p style="text-align: center;">Chocolate Masmelos blancos y chocolate rayado</p>	
<p style="text-align: center;">Aguas aromáticas varios sabores</p>	
<p style="text-align: center;">Picadita Mediana para 6 personas</p> <p>15 gr. De jamón artesanal 20 gr. de jamón ahumado 15 gr. de mortadela de pollo 20 gr. de queso javierino 20 gr. queso holandés 10 gr. de champiñones 10 gr. de aceitunas rellenas</p>	
<p style="text-align: center;">Picada pequeña</p> <p>10gr. De jamón artesanal 10 gr. de mortadela de pollo 10 gr. de salami 10 gr. de queso holandés 10 gr. queso holandés 5 gr. de champiñones 5 gr. de aceitunas rellenas</p>	

<p>Picada grande para 15 personas</p> <p>15 gr. De jamón artesanal 20 gr. de jamón ahumado 15 gr. de mortadela de pollo 20 gr. de queso javierino 20 gr. jamón cerrano 20 gr. queso holandés 10 gr. de champiñones 10 gr. de aceitunas rellenas 15gr. Salsa de queso</p>	
<p>Postre de las tres leches</p>	
<p>Selva negra</p>	
<p>Cheesecake</p>	
<p>Porción de pastel</p>	

<p>Humitas</p>	
<p>Tamales</p>	
<p>Quimbolitos</p>	
<p>Bolones de verde</p>	



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1712397577001

APELLIDOS Y NOMBRES: BENAVIDES ESPINOZA ARACELIA DEL PILAR

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 30/04/1972 **FEC. ACTUALIZACION:** 10/04/2015

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 06/01/2015 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCION: 06/01/2015 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PUESTOS DE REFRIGERIO.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: COTOCOLLAO Calle: AV. LA PRENSA Número: S/N Intersección: RAMON CHIRIBOGA Referencia: BARRIO COTOCOLLAO, A UNA CUADRA DEL MUNICIPIO, CONT. LOYOLA, BLOO 33, DEP. 23
Teléfono: 022599826 Email: ara_pilib72@hotmail.com Celular: 0994456620

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	ZONA 9, PICHINCHA	CERRADOS:	0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivara (Art. 57 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: JMVS011010 **Lugar de emisión:** QUITO/PAEZ N22-57 Y **Fecha y hora:** 10/04/2015 11:45:06



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1712397577001

APELLIDOS Y NOMBRES: BENAVIDES ESPINOZA ARACELIA DEL PILAR

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO **MATRIZ** **FEC. INICIO ACT.:** 09/01/2015

NOMBRE COMERCIAL: SIEMPRE EL REY

FEC. CIERRE:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

FEC. REINICIO:

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PUESTOS DE REFRIGERIO

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SANTA PRISCA Barrio: LA MARISCAL Calle: JUAN LEON MERA Número: N24-219 Intersección: LIZARDO GARCIA Referencia: FRENTE AL LOCAL SABORES Email: ara_pilb72@hotmail.com Telefono Domicilio: 022599826 Celular: 0994456620 Telefono Trabajo: 022540222

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: JMVS011010

Lugar de emisión: QUITO/PAEZ N22-87 Y

Fecha y hora: 10/04/2015 11:45:06