

UNIVERSIDAD AMERICANA

Seminario Desarrollo de Emprendedores XVIII Muestra Empresarial UAM 2013



Proyecto: "EASYBUY S.A."

Integrantes:

- ❖ *Jerónimo Castillo Benavides.*
- ❖ *Renée Lucia García Castillo.*
- ❖ *Víctor Javier Murillo Quintanilla.*
- ❖ *María del Pilar Padilla Pineda.*
- ❖ *Valerie Reyes Duarte.*

Carreras:

- ❖ *Administración de Empresas.*
 - ❖ *Economía Empresarial.*
 - ❖ *Ingeniería Industrial.*

Docente:

- ❖ *Ing. María José Canales.*

Managua, Junio del 2013

Índice

Contenido	Pagina
Capitulo I. Resumen Ejecutivo.....	5
Justificación.....	5
Capitulo II. Descripción de la Empresa.....	6
Nombre de la Empresa.....	6
Misión.....	6
Visión.....	6
Valores.....	6
Ubicación de la empresa.....	6
Tipo y giro del negocio.....	7
Descripción del Servicio.....	7
Medio al que va dirigido.....	7
Logo.....	7
Objetivos.....	8
Capitulo III. Estudio de Mercado.....	8
Tendencias macroeconómicas.....	8
Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	12
Análisis FODA.....	14
Análisis del Producto o Servicio.....	15
Análisis de Clientes.....	15
Análisis de la Competencia.....	15
Realización de las Encuestas.....	16

Conclusiones de las Encuestas.....	18
Capitulo IV. Estudio Técnico.....	19
Descripción del Servicio.....	19
Descripción del Proceso.....	19
Diagrama de Flujo.....	20
Tamaño de la Planta.....	21
Localización de la Planta.....	25
Distribución de la Planta.....	26
Análisis de la Inversión.....	27
Capitulo V. Estudio Organizacional.....	28
Descripción de Puestos.....	28
Organigrama.....	28
Cargos y Funciones.....	29
Reclutamiento.....	30
Capacitación del Personal y Selección.....	31
Contratación.....	32
Inducción.....	40
Capacitación del Personal.....	40
Mobiliario y Equipo de Oficina.....	41
Papelería y Útiles de Oficina.....	41
Marco Legal de la Empresa.....	42
Número de Socios.....	42
Capítulo VI. Estudio Financiero.....	44
Presupuesto de Ventas	
Presupuesto de Compras	

Presupuesto de Costo de los Producto

Nomina

Proyecciones de Gastos Operativos

Estado de Flujo de Efectivo

Estado de Resultado

Balance General

Estado de Flujo de Efectivo Proforma

Punto de Equilibrio

Razones

Capítulo I. Resumen Ejecutivo

Justificación:

En la sociedad actual es cada vez más imperante el ahorro y el manejo eficiente del tiempo, para el nicaragüense promedio de clase media, media alta y rico; el factor tiempo y su utilización adecuada representa una prioridad latente para la cual este proyecto propone nuevas alternativas, innovadoras y de mayor comodidad para nuestros clientes.

Es por esto que el siguiente proyecto propone una alternativa viable a una de las actividades cotidianas del nicaragüense en la cual se pierde gran cantidad de tiempo. En promedio, el nicaragüense utiliza entre 1 hora a 2 horas para la realización de compras mensuales/quincenales en los supermercados, abarroterías, etc. Con EasyBuy se plantea una idea visionaria y altamente eficiente para el ahorro de tiempo de los futuros clientes, la idea se basa en lo novedoso y practico del autoservicio.

EasyBuy es una empresa que propone un novedoso y eficiente servicio, altamente amigable con el cliente para garantizar la máxima satisfacción de la audiencia y que prioriza el preciado tiempo del nicaragüense. Se establece un supermercado con múltiples servicios para garantizar la facilidad y comodidad de las compras mensuales, quincenales o compras esporádicas de los clientes. Como primera opción la clientela disfrutara de la facilidad de realizar sus compras sin necesidad de dejar la comodidad de su automóvil, se contara con el novedoso servicio del auto-market donde el cliente podrá ordenar sus productos y les serán entregados inmediatamente. El tiempo máximo que los clientes utilizaran en el servicio es de 15 minutos. Una segunda etapa provee servicios de compra en línea y tele-compras con servicios de delivery sin costo adicional para satisfacer las necesidades más exigentes.

Los servicios que se proponen tienen el propósito primordial de garantizar el uso eficiente del tiempo de los clientes, garantizando su comodidad sin dejar su hogar o su automóvil y evitarse largos periodos de tiempo malgastados en un supermercado común. EasyBuy también se propone responder a la necesidad de una satisfacción máxima de los clientes brindándoles un servicio amigable, agradable y plenamente satisfactorio priorizando su comodidad y minimizando el tiempo de compra de productos necesarios para la vida cotidiana.

Con base en lo novedoso de la idea de negocio, se considera que los aspectos que justifican este proyecto para una primera fase, son los siguientes:

- El ahorrar tiempo de las personas en sus compras.
- Contar con un inventario que garantice satisfacer la demanda de artículos de consumo básico.

- Se contara con servicio de delivery para aquellos clientes que lo soliciten.
- Los clientes no tendrán que bajarse de su auto.
- El tiempo estimado de servicio será mínimo 5 minutos sin cola de espera y máximo 10 minutos.
- Servicio de delivery y disponibilidad 24 horas al día por 365 días al año como parte integral de nuestra oferta de servicio inicial.

En una segunda fase se considera la integración al concepto de negocio original, la toma de órdenes de compra por internet y entrega a domicilio de las mismas.

Capitulo II. Descripción de la Empresa

Nombre de la empresa: EASY BUY S.A.

Misión: Somos una comercializadora de productos de consumo masivo que ofrece un servicio rápido, efectivo.

Visión: Ser una novedosa opción de compra para el mercado nicaragüense posicionada en la mente del cliente por nuestra oferta completa de productos de alta calidad, nuestro amigable servicio y conciencia de manejo de tiempo.

Valores:

- Excelencia: Con los más altos estándares de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Respeto: A la dignidad de nuestros compañeros, colaboradores y a las leyes de nuestro país.
- Responsabilidad: Nos responsabilizamos con nuestros clientes al entregarles un producto de calidad y con nuestros trabajadores al brindarles un ambiente laboral estable y confortable.
- Trabajo en Equipo: Como la forma más efectiva de comunicarnos y usar nuestras fortalezas para el alcance de metas.
- Lealtad: A las políticas de la empresa.

Ubicación de la empresa:

Sector de carretera a Masaya

Se seleccionó esta zona porque presenta el mayor potencial para el crecimiento urbano en el cual han surgido en los últimos años urbanizaciones de tipo suntuario dirigido a las clases sociales de mayores ingresos económicos y por lo tanto es lo que requiere este punto de venta ya que va dirigido al mercado de clase media, media alta y rica.

Tipo y giro de negocio:

Es una empresa comercial y de servicio de tamaño pequeño y contara con 10 empleados como mínimo.

Descripción del servicio:

Sera una microempresa que brindara el servicio de drive thru, el cliente podrá pasar con su automóvil donde podrá ver el menú de los productos que se venderán ahí mismo podrá hacer su pedido mediante un comunicador, luego pasara a la primera ventanilla para pagar y por ultimo pasar a la segunda ventanilla para recibir su pedido.

Medio al que va dirigido:

Este servicio va dirigido a la clase media, media alta y alta. Se pretende dirigir a este tipo de mercado por la localización del negocio y por los precios que tendrán los productos que se venderán.

Logo:



Objetivos:

- Clientes:

Lograr aumentar nuestra demanda brindándole al cliente un valor agregado en su compra, el hecho que estemos pendientes del cliente y su consumo promedio es un valor agregado a nuestro servicio innovador.

- Proceso:

Lograr optimizar el proceso de compra del cliente, brindándole una rapidez y seguridad en su compra.

- Talento humano:

Preparar de manera óptima a todo nuestro personal, brindándole seminarios para prepararlos en el rol del negocio.

- Rentabilidad:

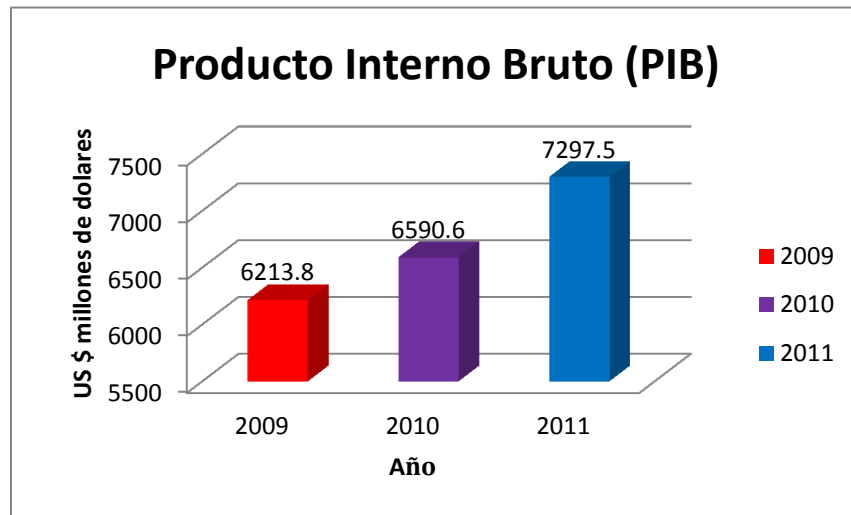
Como objetivo específico lograr aumentar las ventas en un 20% anual, logrando así tener un crecimiento anual, y cumplir todos nuestros objetivos.

Capitulo III. Estudio de Mercado

Tendencias macroeconómicas:

Producto Interno Bruto (PIB):

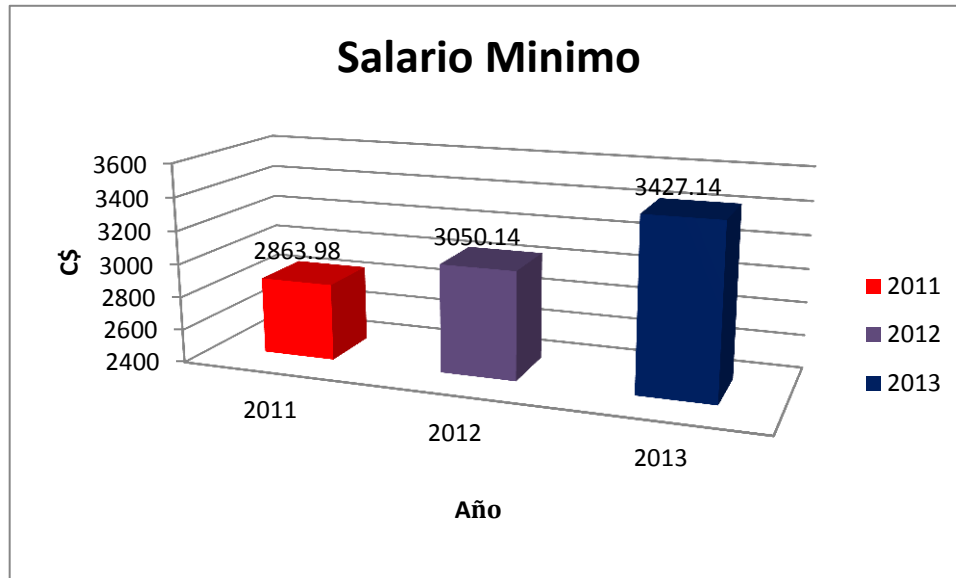
Según datos del Banco Central de Nicaragua (BCN) el Producto Interno Bruto (PIB) en el 2009 fue de 6,213.8 millones de dólares, el comportamiento del PIB mostró un ligero incremento el siguiente año, logrando un monto en millones de dólares de 6,590.6. En el 2011 el PIB continúa con su tendencia ascendente alcanzando la cifra de 7,297.5 millones de dólares.



El incremento sustancial del Producto Interno Bruto (PIB) desde el 2009 hasta la fecha representa un aspecto positivo para la realización de nuestro proyecto. El grafico anterior demuestra el incremento del PIB en los últimos años, tomando como punto de referencias los años 2009, 2010, 2011. El aumento del PIB demuestra un mayor poder adquisitivo del nicaragüense, lo cual comprueba que la población estaría preparada económicamente para adquirir nuestros productos.

Salario Mínimo:

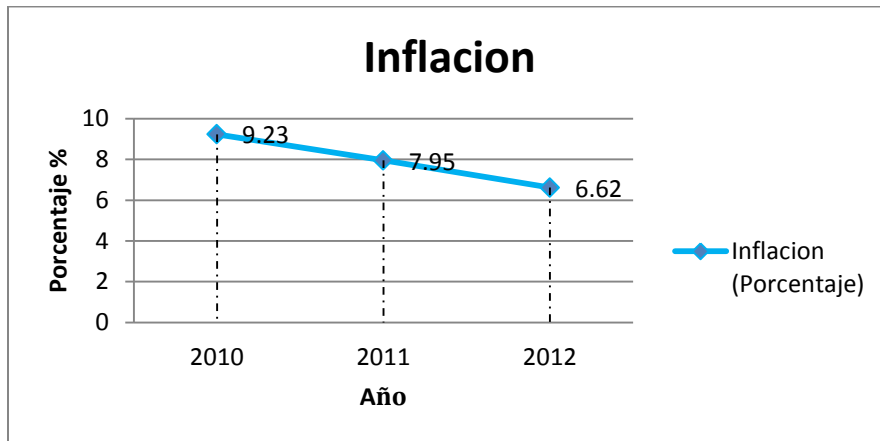
El Banco Central de Nicaragua (BCN) presentó los siguientes datos del salario mínimo para el sector de servicio. Los datos que se tomaron en cuenta fueron a partir del año 2011 al primer semestre del 2013. En el grafico que se presenta a continuación se observa que el salario mínimo para el sector de servicio tiene una tendencia a incrementarse. Según dictámenes del Ministerio del Trabajo (MITRAB) el salario mínimo se incrementara en un 6% cada seis meses.



Como se observa en el gráfico, el salario mínimo ha incrementado anualmente. Con la vigencia de la nueva orden del MITRAB se espera incrementos semestrales del salario mínimo del 6% lo que podría afectar levemente a nuestra empresa. Sin embargo, con el incremento del PIB y con la tendencia ascendente del mismo se espera que el poder adquisitivo de nuestra clientela sea elevado logrando así cubrir los requerimientos establecidos por el MITRAB.

Inflación:

Según datos del Banco Central de Nicaragua (BCN) que se presentan a continuación se evalúa el comportamiento de la inflación entre el periodo 2010 al 2012. La inflación alcanzó su nivel más elevado en el 2010, obteniendo un 9.23%. Desde ese entonces hasta el año 2012 el comportamiento de la inflación ha sido descendente. En el año 2012 la inflación obtuvo el nivel más bajo desde el 2009, siendo ésta de 6.62%.

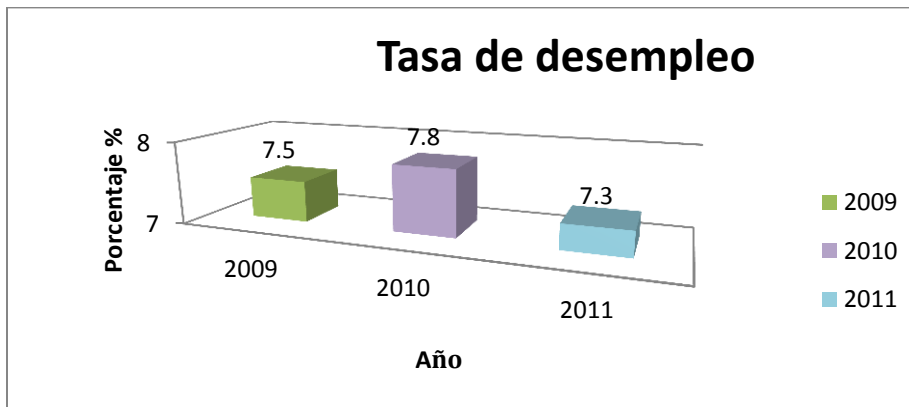


La disminución de la inflación desde el 2012 hasta la fecha resulta altamente beneficiosa para nuestro proyecto. Como se proyecta para los años siguientes la inflación se muestra de carácter descendente, es decir que cada año se espera que la inflación se reduzca significativamente. Para nuestra empresa, e igual que para Nicaragua en general, a menor inflación significa que se tendría una mayor competitividad en el mercado, con precios competitivos para nuestros clientes.

Tasa de Desempleo:

Los siguientes datos fueron obtenidos de acuerdo al reporte anual del Banco Central de Nicaragua (BCN). En el grafico siguiente se analiza la tasa de desempleo en el periodo 2009-2011.

Nicaragua tiene la tasa de desempleo más alta de la región centroamericana. En el 2009 la tasa de desempleo registró un 7.5% y posteriormente muestra un incremento el año siguiente del 0.3%. Se muestra la tendencia de la tasa de desempleo en el gráfico, del 2009 al 2011 la tasa de desempleo presenta altibajos, lo cual no indica una tendencia de dicha tasa. Es decir, desde el 2009 al 2011 la tasa de desempleo ha aumentado y disminuido anualmente. En el 2011 la tasa de desempleo alcanzó un 7.3% disminuyendo un 0.5% del año anterior.



La tasa de desempleo en Nicaragua siempre ha sido una de las más altas de la región, lo que indica una falta de oportunidades para los nicaragüenses. Sin embargo, en el 2011 esta tasa tuvo una leve reducción lo que indica cierta mejoría y más apertura de nuevos puestos de trabajo.

Estos datos no afectan de gran forma a nuestro proyecto, ya que indica que hay mano de obra disponible, calificada y dispuesta a trabajar junto con nosotros para emprender el viaje de la realización de nuestra empresa. Como una empresa nueva y joven priorizaríamos y daríamos oportunidad de trabajo a los jóvenes calificados que busquen adquirir experiencia laboral en nuestra empresa.

Modelo de las cinco fuerzas de Porter:

- Rivalidad entre los competidores existentes:

Porter considera que la estrategia que un negocio o empresa decida seguir será exitosa en el momento que logre sacar una ventaja competitiva sobre sus competidores.

En Nicaragua, todavía no se ha desarrollado este concepto por falta de innovación, servicio 24/7, y porque no existe aun la cultura de un sistema como el que ofrece EASY BUY.

Si se analiza el mercado de EASY BUY, se observa que en Nicaragua no contamos con un automarket especializado que le brinde al cliente la atención adecuada 24/7, y que además ofrezca un servicio a domicilio

Se toma en cuenta que las ventajas competitivas que presenta este proyecto son las variables como infraestructura, desarrollo tecnológico y capital humano.

El proyecto EASY BUY se diferenciara en algunos aspectos de la oferta que existe en Nicaragua en relación a todos los competidores indirectos, como son: gasolineras, supermercados, mini súper y automarket.

- Amenaza de productos y servicios sustitutos:

Esta amenaza nace cuando las empresas compiten cerca de negocios que ofrezcan productos que no son idénticos, pero en gran porcentaje cubren las mismas necesidades que nuestros productos. Este obliga a que se coloque un tope en los precios antes que los consumidores empiecen a cambiarse a un producto sustituto.

En el caso de EASY BUY, se observan competidores indirectos, ya que no hay una oferta igual al servicio que presenta este proyecto; en el caso de los servicios sustitutos son los supermercados, mini súper, gasolineras, y automarket.

- Amenaza de nuevos competidores:

Esto se relaciona con las presiones competitivas que se originan por la amenaza de ingreso de nuevos rivales al mercado. Entre algunos factores que definen esta fuerza están las barreras de entrada, las economías de escala, las diferencias de producto, el valor de la marca, etc.

Si se analiza esta fuerza con EASY BUY, se observa que existen ciertas barreras que impiden el fácil ingreso de este tipo de servicio a la industria nicaragüense, tales como: la falta de innovación de nuestros competidores indirectos, crisis económica que enfrenta el país, desarrollo tecnológico, entre otras.

- Poder de negociación de los proveedores:

El poder de los proveedores existe cuando una empresa cuenta únicamente con un proveedor o un número muy reducido de proveedores de alguno de sus productos o servicios esenciales para su funcionamiento.

En el caso del proyecto EASY BUY, se observa que este tendrá una negociación con los proveedores en el factor precio, ubicación del producto en el stand a cambio de ciertos atributos que la compañía proporcionara por el beneficio de impulsar más la venta de sus productos.

Nuestros posibles proveedores serán: Distribuidora Casa Pellas, OCAL, DICEGSA, E. Chamorro Industrial.

- Poder de negociación de los clientes:

Si en un sector de la economía entran nuevas empresas, la competencia aumentará y provocará una ayuda al consumidor logrando que los precios de los productos de la misma clase disminuyan; pero también, ocasionará un aumento en los costos ya que si la organización desea mantener su nivel en el mercado deberá realizar gastos adicionales.

EasyBuy tendrá muy poco poder de negociación con los clientes ya que se establecerá en un mercado de clase alta con competidores de precios iguales con la única diferencia en algunos precios de consumo.

Análisis F.O.D.A.:

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Se localiza en un punto estratégico➤ Ofrece servicio 24/7/365➤ Ofrece servicio delivery➤ Brinda servicio de calidad y rapidez➤ Vende productos de consumo y uso básico	<ul style="list-style-type: none">➤ Posee un local pequeño.➤ No cuenta con variedad de productos.➤ Actualmente el sitio web no está operando.➤ No posee suficientes motorizados.➤ Publicidad limitada.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">➤ Oportunidad de vender en línea (WEB) al mercado Nicaragüense.➤ Publicidad gratis por medio de intercambio de servicios.➤ Es el único servicio en Nic con el concepto de automarket (no bajarse de su carro)➤ Introducción a un mercado con un servicio 24/7➤ Oportunidad de servicio delivery	<ul style="list-style-type: none">➤ Mercado altamente competitivo.➤ Nuevos competidores emergen en el mercado.➤ El Gobierno es influyente en el mercado por leyes e Índice de riesgos.➤ Aumento de los costos.➤ Aumento en precios de los proveedores.

Análisis del producto o servicio:

El tipo de servicio que ofrecerá EasyBuy será único e innovador ya que este tipo de negocio con el concepto de drive thru no existe todavía en Nicaragua. Este drive thru brindara confianza y rapidez al cliente al hacer sus compras porque el cliente dispondrá de este servicio las 24 horas al día durante los 7 días de la semana.

El servicio es el medio por el cual se va a conseguir la satisfacción del cliente, con el consiguiente intercambio económico -dinero por producto-.

Por lo tanto, este proyecto se enfoca en la satisfacción del cliente a través del servicio que se le brindara porque el principal objetivo de este proyecto es el ahorro de tiempo de los futuros clientes.

Análisis de cliente:

El perfil del cliente de este proyecto serán los de clase media, media alta y rica. Se pretende dirigir a este mercado por el punto de localización en el que se encontrara EasyBuy. Este tipo de segmento por lo general tiene la capacidad de pagar los precios del servicio que se ofrecerá.

Más que todas las personas que pueden hacer compras rápidas son las madres de familia o padres y no dejando como menos importante a los jóvenes entre 18-30 años que son los que salen de madrugada y tienden a buscar productos de consumo en horas de madrugada.

Análisis de competencia:

Aspectos/Variables	Comp1	Comp2	Comp3	Nosotros
Portafolio	LA UNION	LA COLONIA	STOP \$ GO	
Precios	medios	altos	Muy altos	Medios altos
Ubicaciones	país	país	Managua	Managua
Servicios	Compra física	Compra física	Compra física	Drive thru, internet, por llamada.
Ventajas Competitivas	Precios, locaciones	Popularidad, locaciones, instalaciones físicas.	Status, locación, popularidad.	Facilidad de compra, locación, futura popularidad.

Con este cuadro se pretende representar de forma resumida los tipos de competidores indirectos que tendrá EasyBuy ya que un competidor directo no tiene por lo que sería único en Managua.

Realización de las encuestas:

El tipo de cuestionario que se aplico se baso en el interrogatorio a individuos entre las edades de 18 a 60 años, a quienes se les planteo una variedad de 15 preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones así como características demográficas y de su estilo de vida. Se elaboraron preguntas filtro, introductorias al tema, de objetivo, de clasificación e identificación.

La población con la que se trabajo fue con el NSE ABC1 (nivel socio económico rica, media alta y media) según la estimación de INIDE 2007 para una proyección del año 2011 que fue de 80,357 habitantes.

Entonces, se aplico la siguiente fórmula : Donde:

$$n = \frac{Nz^2(p)(1-p)}{e^2(N-1) + z^2(p)(1-p)}$$

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

p: Proporción de éxitos

e: Error permitido

z: Valor estándar correspondiente al nivel de confianza

n= tamaño de muestra

N= 80,314.560

$$n = \frac{80,357 * 1.96^2 (0.95)(0.05)}{0.05^2 (80,357 - 1) + 1.96^2 (0.95)(0.05)} = \frac{14,663.22}{202.71} \quad n = 72$$

p = 95 %

e= (q) = 1-p = 0.05

z: 1.96

Se aplicaron los 72 cuestionarios en los lugares de galerías Santo Domingo, Metrocentro y Universidad Americana eligiendo a personas de forma al azar.

El modelo de encuesta fue el siguiente y a continuación con sus análisis de resultados.

UNIVERSIDAD AMERICANA ----- SEMINARIO DE EMPRENDEDORES

Somos estudiantes de la Universidad Americana, cursando 4to año de Administración de Empresas e Ingeniería Industrial. Nos proponemos la puesta en marcha de un drive-thru, el nombre de nuestra empresa es EasyBuy, el cual ofrecerá la opción de auto-servicio sin la necesidad de dejar la comodidad de su automóvil para realizar sus compras con una gran variedad de productos necesarios para el consumo del hogar y consumo diario. El propósito de la presente encuesta es evaluar la factibilidad de la creación de nuestro proyecto para la asignatura Seminario de Emprendedores.

1. Sexo: M F

2. Edad: 18-28 29-38 39-48 49-58 58 a mas

3. Generalmente, ¿Dónde compra usted sus productos de consumo/uso?

Supermercado Minisúper Miscelánea Otros: especifique

4. ¿Le gustaría la opción de un drive-thru(mecanismo parecido al de McDonald's cuando usted pide para llevar)que esté disponible 24/7 para la compra de sus productos de uso/consumo?

Si No Tal vez

5. ¿Por qué le gustaría esta opción?

Mayor comodidad Ahorro de tiempo Facilidad de horario

6. ¿Con cuanta frecuencia visitaría usted nuestras instalaciones?

1-2 veces por semana 2-3 veces por semana 4-5 veces por semana

7. ¿Le gustaría a usted que le ofreciéramos servicio delivery?

Si No Tal vez

8. ¿Qué tipo de productos le gustaría a usted que estuvieran disponibles?

Productos del hogar Productos de uso personal Artículos de limpieza

Alimentos/Bebidas Bebidas alcohólicas

Otros: especifique

9. ¿Qué tan familiarizado está usted con las compras en línea (online shopping)?

Muy familiarizado Familiarizado No se/No estoy familiarizado

10. ¿Ha realizado usted compras en línea? ¿Con cuanta frecuencia realiza usted compras en línea?

Con mucha frecuencia Frecuencia regular Rara vez Nunca

11. ¿Le gustaría a usted poder realizar sus compras de productos de consumo/uso en línea?

Si me gustaría No me gustaría Tal vez

12. Si su respuesta es no, ¿Por qué no le gustaría realizar sus compras en línea?

Razones de seguridad Equivocación en la compra

Otras: especifique

13. ¿Qué porcentaje promedio mensual designa a cada producto que compra? Mencione un estimado.

Abarrotes Productos de limpieza Productos de uso personal

Alimentos/Bebidas

14. ¿Aproximadamente cuánto gasta usted en las compras del supermercado?

15. ¿Si es así, con cuánta frecuencia utilizaría nuestra página web para realizar sus compras?

Con mucha frecuencia Frecuencia regular Rara vez

Conclusiones Encuestas:

2. El objetivo de EASYBUY, es dirigirse al segmento de mercado de 18-60 años, priorizando el mercado de jóvenes adultos de 18-28 años, en la encuesta realizada se observa que el mayor porcentaje obtenido corresponde a 31%, lo cual favorece a EASYBUY. El segundo grupo con mayor porcentaje fue el de las personas de 29-38 años con el 19%, el tercer grupo corresponde las edades de 39-48 años con el 12%, el cuarto grupo corresponde a las edades de 49-58 años con el 10% y el último grupo de 58 años a más corresponde al 3%.

4. En las encuestas realizadas se obtuvo una respuesta favorable del servicio que se ofrecerá, el 67% de la población respondió que si le gustaría un drive-thru, lo cual es favorable para EASYBUY ya que se comprueba una alta aceptación en el mercado. El 4% de la población respondió que no le gustaría, esto no tiene mucha incidencia en el proyecto. El 29% de la población respondió que talvez le gustaría, estos son clientes potenciales quienes no están totalmente cerrados a esta opción.

5. El 38% de la población respondió que le gustaría esta opción (drive-thru) por mayor comodidad. 35% respondió por ahorro de tiempo y facilidad de horario respondió un 27%.

6. El 43% de la población visitaría las instalaciones EASYBUY 1-2 veces por semana, 37% respondió 2-3 veces por semana y el 20% visitaría 4-5 veces por semana.

7. El 59% de la población respondió que si le gustaría un servicio delivery, por lo tanto es favorable ya que es uno de los servicios que se planea ofrecer. El 41% respondió talvez, lo que demuestra que están dispuestos a aceptar este servicio.

8. Tipos de productos: La mayoría de la población 35% respondió que le gustaría que se ofrecieran productos alimenticios y bebidas, un 30% de los encuestados respondió que le gustaría encontrar productos del hogar, 18% artículos de limpieza y un 17% le interesarían productos de uso personal.

9. A la pregunta que se realizó acerca del nivel de familiaridad de los encuestados con las compras en línea, el 52% de los encuestados respondió que no estaba muy familiarizado o no sabía con exactitud lo que eran las compras en línea. El 47% estaba familiarizado con compras en línea. Y solo el 1% respondió que estaba muy familiarizado con las compras en línea.

10. El 52% de los encuestados menciono que nunca ha realizado una compra en línea. El 46% menciono que la frecuencia de sus compras en línea es rara o no tan regular. El 2% de nuestros encuestados respondió que comprar en línea muy frecuentemente o frecuentemente, siendo el porcentaje 1% y 1% respectivamente.

11. Una de las preguntas de mayor importancia para nuestro proyecto y con la cual se valoraría el posible número de clientes que utilizarían nuestra página web. El resultado obtenido fue muy favorable ya que el 55% de los encuestados les gustaría la opción de realizar sus compras en nuestro sitio web y el 45% dijo que tal vez les gustaría esta opción.

15. La pregunta final fue respecto a la incidencia de compra en nuestro sitio web. Nuevamente, los resultados obtenidos fueron favorables para el desarrollo de nuestro proyecto y nuestro sitio web. El 47% de los encuestados respondió que utilizaría nuestra página web con regularidad para realizar sus compras. El 33% menciono que realizaría sus compras en nuestro sitio web con mucha frecuencia y el 20% restante rara vez utilizaría nuestra página web.

Capitulo IV. Estudio Técnico

Descripción del servicio:

“Easybuy” está formado por un conjunto de elementos que realizan unas funciones relacionadas entre sí para facilitar a los clientes diversos servicios tales como la accesibilidad de un drive thru que es el elemento principal de esta empresa y por consiguiente los servicios de delivery y el acceso a una página web para ordenar online en el sector de Managua.

Estos tres servicios del negocio contribuyen a una meta común, que es la de satisfacer al cliente.

Easybuy es un mini supermercado adaptado como “drive thru” dedicado al servicio rápido en compras de insumos del hogar en donde el cliente no tendrá que bajarse de su auto. Por lo tanto se tiene a disposición de los clientes al

equipo de trabajo altamente capacitado para atenderlos con un trato excelente que merece el cliente para que disfrute de una compra rápida y satisfactoria.

Descripción del proceso:

Actividad 1: proceso para recibir al proveedor.

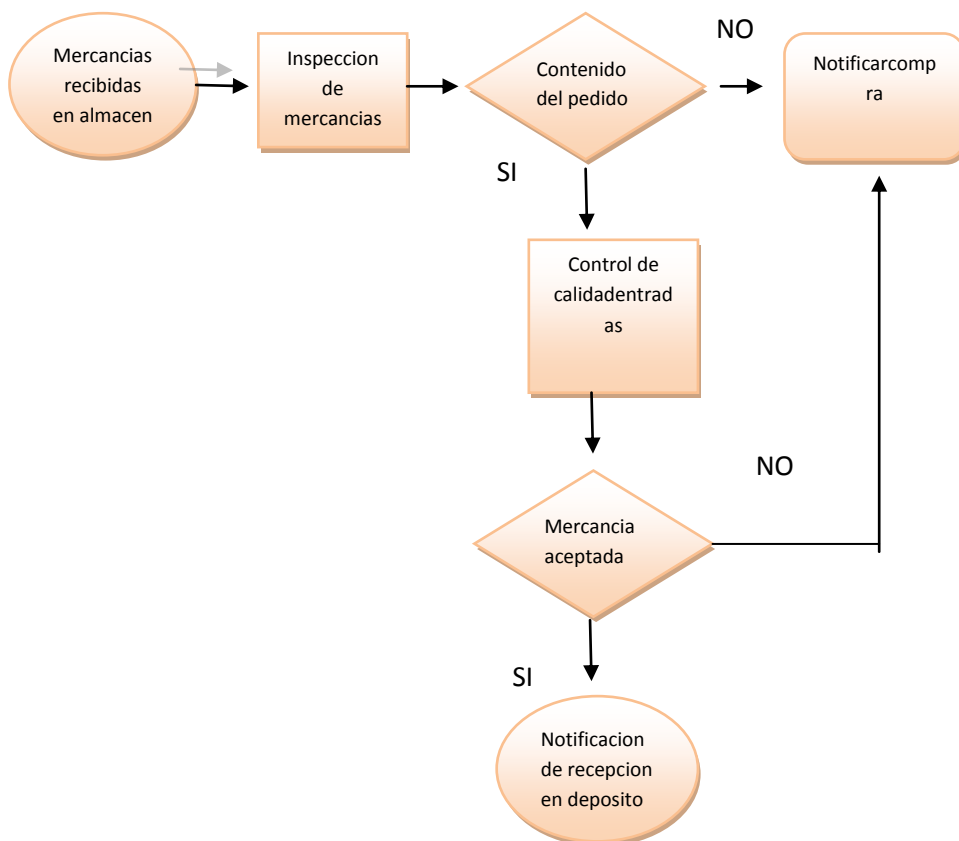
Se contacta al proveedor para hacerle una orden de pedido de la mercancía que se necesita, se espera a que llegue a la hora indicada.

Ya estando el proveedor en la empresa:

1. se recibe la mercancía. (15 min)
2. Se procede a la inspección de la mercancía. (15 min)
3. Toma de decisión, si es el pedido que se ordeno o no. (2 min)
4. Ingresa a control de calidad. (11 min)
5. Se acepta o no mercancía. (2 min)
6. Si no se llegara a aceptar la mercancía, se notificara a hacer una nueva compra. (10 min)
7. Se notifica la recepción en depósito. (5 min)

Tiempo total de recepción al proveedor: 60 minutos.

Diagrama de flujo: PROCESO PARA RECIBIR AL PROVEEDOR



Actividad 2:

Proceso de servicio de atención al cliente.

1. Atención y bienvenida al cliente. (1 min)
2. Toma de pedido. (3min)
3. Asesoría al cliente. (15 seg)
4. Control de inventario. (20 seg)
5. Cobro. (1 min)
6. Empaque del producto facturado. (1 min)
7. Despedida e invitación a que regrese. (5 seg)

Tiempo total de atención al cliente: 6 minutos con 40 segundos.

TAMAÑO DE LA PLANTA

Materia Prima: Abarrotes

Variable	Agricorp	Dicegsa	Contesa
Precio	C\$ 4815.00	C\$ 4875.00	C\$ 4900.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	3 Días	5 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Bebidas

Variable	Dicegsa	Contesa	Coca-Cola
Precio	C\$ 5679.00	C\$ 5705.00	C\$ 5700.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	5 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Cereales

Variable	Dicegsa	Contesa	Distribuidora Jirón
Precio	C\$ 6765.50	C\$ 6800.95	C\$ 6700.500
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	3 Días

Universidad Americana

Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Productos Enlatados

Variable	Distribuidora Jirón	Distribuidora Ocal	Contesa
Precio	C\$ 8912.90	C\$ 8995.75	C\$ 8990.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	5 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Embutidos

Variable	Distribuidora Jirón	Distribuidora Ocal	Contesa
Precio	C\$ 11921.50	C\$ 12003.75	C\$ 12000.50
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	5 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Productos Lácteos

Variable	Distribuidora Jirón	Distribuidora Ocal	Dos Pinos
Precio	C\$ 7096.50	C\$ 7200.75	C\$ 7310.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	5 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Productos Misceláneos

Variable	Distribuidora Jirón	Distribuidora Ocal	Contesa
Precio	C\$ 12090.50	C\$ 13050.00	C\$ 13005.75
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	5 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega

Universidad Americana

Localización	Managua	Managua	Managua
--------------	---------	---------	---------

Materia Prima: Artículos de Higiene Personal

Variable	EChamoro	Casa Mantica	Dicegsa
Precio	C\$ 14826.50	C\$ 14750.75	C\$ 14750.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	3 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Artículos de Limpieza

Variable	Casa Mantica	Dicegsa	EChamorro
Precio	C\$ 11992.50	C\$ 12005.50	C\$ 11990.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	5 Días	3 Días	3 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Materia Prima: Productos Varios

Variable	Distribuidora Jiron	Contesa	Dicegsa
Precio	C\$ 4850.00	C\$ 4850.50	C\$ 4880.00
Calidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Tiempo de Entrega	3 Días	5 Días	3 Días
Forma de Pago	Crédito/Contado	Crédito/Contado	Crédito/Contado
Servicios Complementarios	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega	Servicio de Entrega
Localización	Managua	Managua	Managua

Insumos y Suministros

Materia Prima	Unidad de Medida	Cantidad utilizada por unidad	Costo total materia prima
Abarrotes	Unidades	250	C\$ 4,815.00
Bebidas	Unidades	360	C\$ 5,679.00
Cereales	Unidades	250	C\$ 6,700.500
Productos Enlatados	Unidades	220	C\$ 8,912.90
Embutidos	Unidades	280	C\$ 11,921.50
Productos Lácteos	Unidades	260	C\$ 7,096.50
Productos Misceláneos	Unidades	280	C\$ 12,090.50

Universidad Americana

Artículos de Limpieza	Unidades	370	C\$ 11,990.00
Artículos de Higiene Personal	Unidades	430	C\$ 14,750.00
Productos Varios	Unidades	230	C\$ 4,850.00
Total			C\$ 88,805.90

Maquinaria

Proveedor	Maquinaria, equipo, herramienta, entre otros.	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
DECOVINIC S.A.	Góndolas	7	U\$ 510.00	U\$ 3,570.00
DECOVINIC S.A.	Heladera Exhibidora 3 Puertas	1	U\$ 12,900.00	U\$ 12,900.00
DECOVINIC S.A.	Heladera Exhibidora Ideal	1	U\$ 3,500.00	U\$ 3,500.00
TOTAL				U\$ 19,970.00

Por los factores expuestos anteriormente, para la exhibición de productos se llegó a la conclusión que se necesitaran 7 góndolas (Longitud: 2.5m, Altura: 1.8m, Anchura: 1.5m) con una capacidad de soporte de 60 a 100kg por estante y dos exhibidoras: una vertical (Longitud: 1.9m, Altura: 2.1m, Anchura: 1.0m) con una capacidad para almacenar 1,500lts de productos varios y una horizontal.

El área total del terreno que se requiere es de 2000 m², que se dividirán de la siguiente manera:

770 m² Edificio

452 m² Área Verde

778 m² Circulación vehicular y peatonal.

Localización de Planta.

EASY BUY (Drive-thru) ha creado el equipo de estudio para la localización de Planta y ha identificado un conjunto de criterios importantes para el éxito de la decisión; al mismo tiempo ha distinguido el grado de importancia de cada una de las alternativas en una escala de 0 a 10. Entre mayor es la importancia es que satisface más al factor a considerar.

Este proyecto ha aplicado el método de Factor de Ponderación para decidir en cuál de los tres posibles puntos se puede ubicar el drive-thru.

Factor relevante	Coefficiente del Factor %	Marcador Carretera a Masaya	Carretera a Masaya	Marcador Carretera Norte	Carretera Norte	Marcador Carretera Sur	Carretera Sur
Mercado	14	6	0.84	9	1.26	5	0.7
Competencia	18	5	0.9	5	0.9	4	0.72
Valor del terreno	16	7	1.12	7	1.12	8	1.28
Construcción	15	8	1.2	8	1.2	9	1.35
Seguridad	19	10	1.9	4	0.76	6	1.14
Energía	18	9	1.62	6	1.08	7	1.26
TOTAL	100%		7.58		6.32		6.45

Los resultados demuestran que el mayor factor de ponderación se encuentra en la ubicación Carretera a Masaya, ya que es el de mayor importancia y satisface más al factor a considerar, en este caso con un porcentaje de 7.58%.

Distribución de la planta:



El tamaño de planta es de 2000m², la cual está distribuida en 3 partes importantes.

- 452m² de Área verde
- 770m² de construcción
- 778m² de circulación. (vehicular y peatonal)

Análisis de la inversión:

Capítulo V. Estudio organizacional

Descripción de puestos:

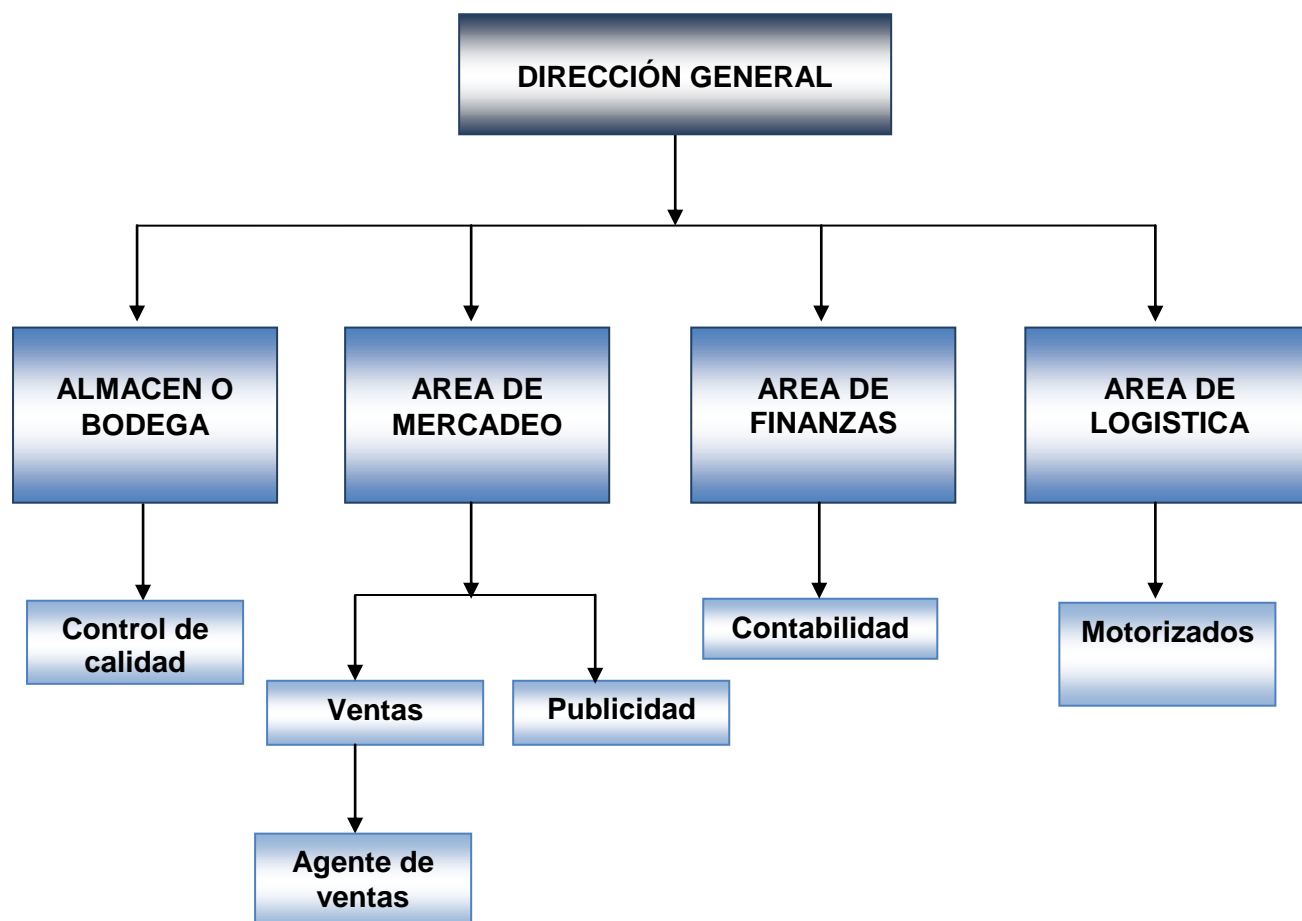
La empresa será administrada por los diferentes accionistas de la empresa, quienes se desempeñarán como gerente y serán los encargados de administrar y supervisar el negocio. Además, serán encargados del área de finanzas y del almacén o bodega, controlando así la contabilidad y llevando un control del inventario (entradas y salidas).

Además, en el departamento de ventas del área de mercadeo, existirá dos agente de ventas y dos despachadores, quien será el encargado de atender y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Se contara con cuatro motorizados para cubrir el área de delivery las 24 horas los 7 días de la semana. Y por ultimo con dos guardas de seguridad cada uno con cambios de turnos.

A continuación, se muestra en la siguiente tabla los respectivos cargos con las funciones específicas de cada puesto de trabajo y las habilidades y experiencia requeridas en cada uno.

Organigrama Easy Buy:



Cargos y funciones:

Puesto	Funciones	Actividades a realizar	Habilidades requeridas	Experiencia laboral
Gerente/Administrador	Se hará cargo de la administración, control y desarrollo de la empresa, de manera que su desempeño sea satisfactorio y de alta calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar personal. • Orientar la dirección de la empresa. • Encargado de la promoción y publicidad del producto. • Definir las metas y objetivos de la empresa. • Determinar la política de precios. 	Tener conocimientos básicos sobre las herramientas a utilizar en finanzas y marketing, para así saber promocionar correctamente el producto, obtener ganancias y saber cómo administrarlas.	Tener al menos un año de experiencia en empresas similares.
Area de logistica	Sera el encargado de coordinar las rutas de delivery y manejar personal osea los motorizados	<ul style="list-style-type: none"> • Asignar rutas específicas a cada motorizado. • Llevar control de los servicios delivery • Rotar al personal para que conozcan las distintas rutas. 	Tener conocimiento de logística.	1 año de experiencia.
Agente de ventas	Será el responsable de ofrecer atención personalizada y satisfacer cualquier necesidad de los de los consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar asesoría a los clientes. • Retener a los clientes actuales. • Captar nuevos clientes. • Comunicar adecuadamente la información de los productos y servicios a los clientes. • Lograr determinados volúmenes de venta. • Mantener o mejorar la participación en el mercado. • Generar una determinada utilidad o beneficio. 	Tener conocimientos básicos sobre técnicas de ventas, conocimientos en ofimática. Además, deberá tener paciencia y ofrecer un ambiente grato a los clientes.	Estudios en caja y mercadeo.
Gerente de mercadeo	Es el encargado de la publicidad y mercadeo del drive thru	<ul style="list-style-type: none"> • Debe de hacer campanas masivas del drive thru para la captación de clientes. • Actualizarse en la publicidad cada mes. • Ofertar nuevos productos 	Tener carrera de mercadeo y publicidad y tener conocimientos en mkt y diseño digital.	Minimo 2 años de experiencia en empresa similar.
Gerente de finanzas	Sera cargo de las finanzas de la empresa totalmente	<ul style="list-style-type: none"> • Deberá llevar control de las cuentas de financiamiento • De los gastos en los que incurre la empresa • Debe trabajar directamente con el contador 	Tener específicamente la carrera de finanzas.	Tener al menos 3 años de experiencia.

Reclutamiento:

La empresa Easy Buy utilizara el tipo de reclutamiento por medio de periódico o por contratación a empresas de outssourcing que se encargara de mandar a las personas indicadas que solicitamos.

El anuncio será el siguiente:

“EMPRESA DEL RAMO DE AUTOSERVICIOS NECESITA CONTRATAR A PERSONAS RELACIONADAS CON EL AREA DE SERVICIOS, NECESITAMOS ATENCION AL CLIENTE, MOTORIZADOS, ENTREGADORES DE PRODUCTOS, PARA MAS INFORMACION Y PARA LA APLICACIÓN DE LA PLAZA ASISTIR EL DIA 12 DE MAYO DEL 2013 A LA SIGUIENTE DIRECCION, KM 13 CARRETERA MASAYA EN LAS OFICINAS DE EASYBUY DESDE LAS 8AM HASTA LAS 8PM.”

Captación del personal de selección:

El proceso de selección de Easy Buy cuenta con una serie de pasos a realizar, pero sólo se considerara 14 al momento de realizar dicho proceso. Estos son:

1. Puesto vacante.
2. Requisición.
3. Análisis de puesto.
4. Inventario de Recursos Humanos.
5. Reclutamiento.
6. Solicitud de empleo.
7. Entrevista.
8. Informe de la entrevista.
9. Pruebas de idoneidad o psicológicas.
10. Pruebas de trabajo.
11. Examen médico.
12. Estudio socioeconómico.
13. Contratación.
14. Control del proceso de selección.

Contratación:

EASY BUY S.A.

NOMBRE DEL EMPLEADOR:	
DIRECCION:	
NOMBRE DEL EMPLEADO	
DIRECCION:	
LUGAR, FECHA DE NACIMIENTO:	
CEDULA DE CIUDADANIA	
CARGO U OFICIO QUE DESEMPEÑARA EL TRABAJADOR:	
SALARIO:	
FECHA DE INICIACIÓN DE LABORES:	
CIUDAD DONDE HA SIDO CONTRATADO EL TRABAJADOR:	

Entre el Empleador y el Trabajador, de las condiciones ya dichas, identificados, como aparece al pie de sus firmas, se ha celebrado el presente Contrato Individual de Trabajo, regido además por las siguientes cláusulas:

CLAUSULA PRIMERA:

OBJETO.

El Empleador contrata los servicios personales del **Trabajador** y éste se obliga:

a) A poner al servicio del **Empleador** toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del oficio mencionado y en las labores anexas y complementadas del mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que le imparta **El Empleador** directamente o a través de sus representantes.

b) A guardar absoluta reserva sobre los hechos, documentos, informaciones y en general, sobre todos los asuntos y materias que lleguen a su conocimiento por causa o con ocasión de su contrato de trabajo.

Parágrafo Primero: Hace parte integral del presente contrato las funciones detalladas en el manual de competencias del presente cargo.

Parágrafo Segundo: La descripción anterior es general y no excluye ni limita para ejecutar labores conexas complementarias, asesorías o similares y en general aquellas que sean necesarias para un mejor resultado en la ejecución de la causa que dio origen al contrato.

CLAUSULA SEGUNDA:

REMUNERACION.

El Empleador pagará al **Trabajador** por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero en las oportunidades mensualmente sin que ello signifique que unilateralmente el **Empleador** pueda pagar por períodos menores.

Parágrafo: El **Trabajador** autoriza al **Empleador** para que la retribución así como cualquier otro beneficio, sea prestacional, descanso vacaciones etc. originado en la existencia y/o terminación del contrato sean consignadas o trasladadas a cuenta que desde ya el **Trabajador** autoriza al **Empleador** para que sea abierta a su nombre en una institución financiera.

CLAUSULA TERCERA:

TRABAJO NOCTURNO, SUPLEMENTARIO, DOMINICAL Y/O FESTIVO.

Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario, nocturno, dominical o festivo, El **Empleador** o sus representantes deberán haberlo autorizado previamente y por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad, al Empleador o sus representantes para su aprobación. El **Empleador**, en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario, o trabajo nocturno o en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o que, habiendo sido avisado inmediatamente, no haya sido aprobado como queda dicho. Tratándose de trabajadores de Dirección, confianza y Manejo, no habrá pago a horas Extras. El **Empleador** fijará las jornadas laborales de acuerdo a las necesidades del servicio pudiendo variarlas durante la ejecución del presente contrato.

CLAUSULACUARTA:

JORNADA DE TRABAJO.

El **Trabajador** se obliga a laborar la jornada **Tiempo Completo**, equivalente a 48 horas semanales laboradas: De _____ (*Según cada trabajador, se detallará el horario*)____; salvo estipulación expresa y escrita en contrario, en los turnos y dentro de las horas señalados por **El Empleador**, pudiendo hacer éste los ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en la ley, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma.

Parágrafo: En desarrollo del Objeto Social del **Empleador**, este podrá designar al Trabajador para que realice las funciones en las oficinas de los **CLIENTES**.

CLAUSULAQUINTA:

PERIODO DE PRUEBA.

Los primeros **dos meses** del presente contrato se consideran como período de prueba y, por consiguiente, cualquiera de las partes podrá terminar el contrato unilateralmente, en cualquier momento durante dicho período, sin que se cause el pago de indemnización alguna.

CLAUSULASEXTA:

DURACION DEL CONTRATO.

La duración del contrato será indefinida, mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo.

CLAUSULASEPTIMA:

OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR.

a. Las establecidas en la Ley Laboral, reglamento interno de trabajo y el cumplimiento de las instrucciones emitidas por el Empleador en transcurso del desarrollo del Contrato Laboral.

b. Suscribir el acuerdo de Confidencialidad determinado por **El Empleador**.

c. No ejercer actos de Competencia desleal frente al **Empleador**.

d. Respetar los sitios de trabajo asignados por **El Empleador**, cumpliendo con las directrices de dichas Empresas.

e. Tener una excelente presentación personal.

d. Cumplir con los horarios estipulados por **El Empleador** para desarrollar las funciones con los **CLIENTES**.

f. Demás obligaciones inherentes al presente Contrato Laboral.

CLAUSULA OCTAVA:

TERMINACION UNILATERAL.

Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato, por cualquiera de las partes, las que establece la Ley, el reglamento interno, el presente contrato y/o las circulares que a lo largo de la ejecución del presente contrato establezcan conductas no previstas en virtud de hechos o tecnologías o cambios de actividad diferentes a las consideradas en el presente contrato. Se trata de reglamentaciones, ordenes instrucciones de carácter general o particular que surjan con posterioridad al presente acuerdo, cuya violación sea calificada como grave. Expresamente se califican en este acto como **faltas graves** la violación a las obligaciones y prohibiciones descritas y además las siguientes:

- A) El incumplimiento de las normas y políticas que tenga la compañía para el uso de los sistemas, informática, software, claves de seguridad, materiales, computadores, útiles de oficina etc., que la Empresa entrega al trabajador para la mejor ejecución de sus funciones. Así como violación a lo contenido en las normas de seguridad industrial.
- B) La utilización para fines distintos a los considerados por el **Empleador** para el cumplimiento de su objeto social de las bases de datos de su propiedad.
- C) Desatender las actividades de capacitación programadas por el Empleador así sea en horario diferente a la ordinaria.
- D) La mala atención y desinterés para con los clientes y proveedores.
- E) En caso de laborar en turnos, efectuar cambios sin la debida autorización del jefe inmediato.
- F) Llegar tarde al sitio de trabajo.
- G) No cumplir con las normas de seguridad industrial en los sitios de trabajo/ obras.

- H) Negarse a cumplir con los protocolos y procesos para la prestación de servicios encomendados, y demás establecidos por la Empresa en desarrollo de su objeto social.
- I) Desatender las obligaciones antes mencionadas constituye justa causa para dar por terminado el contrato por parte del **Empleador**.
- J) Violar el acuerdo de confidencialidad determinado por la Empresa.

CLAUSULA NOVENA:

INVENCIONES.

Las invenciones realizadas por **El Trabajador** le pertenecen a la Empresa siempre y cuando estas sean realizadas con ocasión y dentro de la ejecución del contrato de trabajo, y como parte del cumplimiento de las obligaciones del cargo. También lo son aquellas que se obtienen mediante los datos y medios conocidos o utilizados en razón de la labor desempeñada.

CLAUSULA DECIMA:

DERECHOS DE AUTOR.

Los derechos patrimoniales sobre las obras, diseños invenciones, investigaciones etc. creadas por el **Trabajador** en ejercicio de sus funciones o con ocasión ellas pertenecen al **Empleador**.

CLAUSULA UNDECIMA:

TRASLADOS:

Desde ya el **Trabajador** acuerda que el **Empleador** podrá trasladarlo desde el lugar, cargo y/o sitio de trabajo de acuerdo a las necesidades del servicio siempre y cuando no se menoscabe el honor, la dignidad o se produzca una desmejora sustancial o grave perjuicio con ocasión a la citada orden. El **Empleador** está obligado a asumir los gastos originados en el traslado. Siempre que sea una decisión unilateral de la Empresa.

CLAUSULA DECIMA SEGUNDA:

BENEFICIOS EXTRALEGALES.

El **Empleador** podrá reconocer beneficios, primas, prestaciones de naturaleza extra legal, lo que se hace a título de mera liberalidad y estos subsistirán hasta que el **Empleador** decida su modificación o supresión, atendiendo su capacidad, todos los cuales se otorgan y reconocen, y el trabajador así lo acuerdan sin que tengan carácter salarial y por lo tanto no tienen efecto prestacional o incidencia en la base de aportes en la seguridad social o parafiscal en especial éste acuerdo se refiere a auxilios en dinero o en especie, primas periódicas o de antigüedad o en general beneficios de esa naturaleza los que podrán ser modificados o suprimidos por el **Empleador** de acuerdo con su determinación unilateral tal como fue otorgado.

CLAUSULA DECIMA TERCERA:

DESCUENTOS:

El **Trabajador** autoriza para que el **Empleador** descuente cualquier suma de dinero que se cause dentro de la existencia y terminación del contrato de trabajo ya sea por concepto de préstamos, alimentación a bajo costo, bonos de alimentación, vivienda, utilización de medios de comunicación, aportes bienes dados a cargo y no reintegrados, u otros que se presenten en ejercicio de la labor que desarrolla. Este descuento se podrá realizar de la nómina quincenal o mensual o de las prestaciones sociales, indemnizaciones, descansos o cualquier beneficio que resulte con ocasión de la existencia o terminación del contrato por cualquier motivo.

CLAUSULA DECIMA CUARTA:

MODIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES LABORALES.

El **Trabajador** acepta desde ahora expresamente todas las modificaciones determinadas por el **Empleador**, en lo referente a sus condiciones laborales, tales como la jornada de trabajo, el lugar de prestación de servicio, el cargo u oficio y/o funciones y la forma de remuneración, siempre que tales modificaciones no afecten su honor, dignidad o sus derechos mínimos ni impliquen desmejoras sustanciales o graves perjuicios para él, de conformidad con lo dispuesto en la ley.

CLAUSULA DECIMA QUINTA:

DIRECCION DEL TRABAJADOR.

El Trabajador se compromete a informar por escrito al **Empleador** cualquier cambio de dirección teniéndose como suya, para todos los efectos, la última dirección registrada en la Empresa.

CLAUSULADECIMA SEXTA:

EFFECTOS.

El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto cualquiera otro contrato, verbal o escrito, celebrado entre las partes con anterioridad, pudiendo las partes convenir por escrito modificaciones al mismo, las que formarán parte integrante de éste contrato.

El Empleador

El Trabajador

Testigo

Inducción:

El proceso de inducción de la empresa Easybuy será de manera rápida y eficaz ya que es un negocio pequeño de instalaciones reducidas. Primeramente se le presentara a los gerentes del negocio explicándole quienes son encargados de ciertas funciones seguidamente se le hará un pequeño recorrido del local y conforme se proceda los puntos del negocio se encontraran con los demás empleados presentándole a cada uno y describiéndole el puesto que conforma cada uno.

Y por último se le proporcionara un formato que deberá leer sobre la historia y filosofía de la empresa para que el nuevo empleado sepa para quien trabajara y lo que la empresa espera de él.

Seguidamente de leer el formato de la empresa se procede a firmar el contrato donde quedara establecido las normas que deberán cumplir, las políticas de la empresa y los beneficios que obtendrá.

Capacitación del personal:

En esta etapa proporcionaremos a los empleados la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades con el propósito de aumentar sus competencias para desempeñarse con éxito en su puesto.

El proceso de sistema de capacitación que se implementará será el siguiente:

1. Evaluación de necesidades:

En esta fase se harán tres tipos de análisis: De personas, de tareas, y organizacional.

Se utilizarán distintos medios para la determinación de estas necesidades como la evaluación del desempeño por medio de la observación, cuestionarios, reuniones, examen de empleados, modificación de trabajo y el análisis de cargo.

2. Diseño de programas de capacitación:

En esta fase se deben crear los objetivos de la capacitación, la disposición y motivación del empleado, y para esto se tomaran en cuenta las siguientes estrategias:

Eliminar posibles amenazas y castigos a la persona.

Ser flexible con el empleado.

Hacer que los participantes establezcan metas personales, para así se motiven.

Las características esenciales del instructor deberán ser: Conocimiento del tema, adaptabilidad, y facilidad para las relaciones.

3. Implementar el programa de capacitación:

Esta fase incluye la capacitación de inducción y capacitación en habilidades.

4. Evaluación del programa de capacitación:

En esta fase debemos determinar hasta qué punto el programa de capacitación produjo en realidad las modificaciones deseadas en el comportamiento de los empleados.

Demostrar si los resultados de la capacitación presentan relación con la consecución de las metas de la empresa. Estudiar a los empleados y saber si el programa fue de su agrado, cuánto aprendieron estos participantes, qué cambios de conducta han presentado, y analizar los resultados tangibles del programa.

Mobiliario y equipo de oficina:

Mobiliario y equipo de oficina			
Concepto	Cantidades	Costo unitario	Costo total
Sillas de oficinas	10,00	\$ 25,00	\$ 250,00
Escritorios oficinas	5,00	\$ 100,00	\$ 500,00
Computadoras	5,00	\$ 300,00	\$ 1.500,00
Estantes	20,00	\$ 70,00	\$ 1.400,00
Material comunicación	4,00	\$ 50,00	\$ 200,00
Mesas de utilería	5,00	\$ 100,00	\$ 500,00

Papelería y útiles de oficina:

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ENGRAPADORAS	3	\$2	\$6
HOJAS PAPEL BOND	5	\$10	\$50
LAPICEROS	50	\$.10	\$5
LAPICES	50	\$.10	\$5
SELLOS	5	\$1	\$50
TINTAS DE IMPRESORA	4	\$30	\$120
SELLADORAS	2	\$5	\$10

Marco legal de la empresa:

Número de socios

Easy Buy S.A. cuenta con 5 socios:

- Jerónimo Castillo
- Renée Lucía García
- Víctor Murillo Quintanilla
- María del Pilar Padilla
- Valerie Guadalupe Reyes

Las responsabilidades que se quieren adquirir ante terceros

- a. El principio de la responsabilidad patrimonial universal. Todos los empresarios están sometidos a este principio, tanto el individual como el social. El acreedor persigue el patrimonio de la empresa y en su caso el personal de cada socio. Cabe el derecho del acreedor de la acción subrogatoria, revocatoria, de simulación. La responsabilidad se extingue de la misma manera que las obligaciones.
- b. Responsabilidad contractual. El empresario individual o social, responde del incumplimiento de las obligaciones contractuales, traducido en la indemnización por daños y perjuicios.
- c. La responsabilidad extracontractual:
 - Por hechos del empresario: Por su culpa.
 - Por hechos de sus dependientes: El empresario responde de manera solidaria por los hechos cometidos por sus dependientes. La responsabilidad no es subsidiaria, sino directa.
 - Por hechos del empresario comercial: Responsabilidad frente a terceros.

Obligaciones fiscales que se deberán de afrontar

Art. 243.- La administración de las sociedades anónimas estará confiada a una Junta Directiva, nombrada por la Junta General "o conforme lo disponga la escritura social".

Art. 244.- La elección de los Directores se efectuara d entre los mismos socios, por tiempo fijo y determinado, que no exceda de diez años, sin perjuicio de revocación del mandato, siempre que este acuerdo se tome en Junta General.

Art. 245.- Los Directores de las sociedades anónimas no contraen obligación alguna personal ni solidaria por las obligaciones de la sociedad; pero responderán personal y solidariamente para con ella y para con los terceros, por la inejecución del mandato y por la violación de los Estatutos y preceptos legales.

Impuestos Directos

- Impuestos sobre la Renta (IR)
- Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)
- Impuesto Municipal sobre Ingresos

Obligaciones laborales que se adquieren

La obligación fundamental del empleador es el pago de los salarios como contraprestación básica en la realización del trabajo, pero no solo esto es obligación del empleador, sino que debe llenar una serie de requisitos para que la relación entre este sujeto del Derecho del Trabajo y el trabajador sea armoniosa y de beneficio mutuo.

Arto. 17.- Los empleadores están obligados.

- a) A pagar el salario por el trabajo realizado en el modo y tiempo convenidos con el trabajador.
- b) A guardar a los trabajadores la debida consideración y respeto absteniéndose de malos tratos de palabra, obra u omisión, y de todo acto que pudiera afectar su dignidad y su decoro.
- c) Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios y adecuados para ejecutar el trabajo convenido, sin perjuicio de que para determinadas obras o trabajos de especial naturaleza el trabajador pueda acordar con el empleador el uso de sus propias herramientas.
- d) A no descontar al trabajador el salario correspondiente al tiempo que se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador.

Estudio financiero: