



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS
(PUCESE)



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO

**“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
SUPERMERCADO EN EL KM 4 ½ VÍA ATACAMES, SECTOR “VALLE
DE SAN RAFAEL”.**

Previo al Grado Académico de INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA.

AUTOR:

CARLOS OLMEDO SAMANIEGO VERA

ASESOR DE TESIS:

ING. CRISTHIAN MORA

ESMERALDAS - 2012

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.



PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



LECTOR 1

LECTOR 2



DIRECTOR DE ESCUELA

DIRECTOR DE TESIS

Esmeraldas, _____

AUTORÍA

Yo, CARLOS OLMEDO SAMANIEGO VERA, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

.....
Carlos Olmedo Samaniego Vera

C.I. 080247728-1

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a mi familia, a mis padres y en primer lugar a mi madre, que aunque ya no esta con nosotros es quien fundamentó con sacrificio mi profesión, aquella que no escatimó detalles y esfuerzos para verme ser un profesional, siendo un pilar fundamental en la realización y culminación de mi carrera.

A todos mis maestros catedráticos y próximamente colegas, por el apoyo incondicional que siempre me brindaron en todos los ámbitos que necesité de ellos. Y de manera muy especial a mi director de tesis el Ing. Cristhian Mora, por todo el conocimiento que compartió conmigo para juntos realizar este trabajo.

Y ante todo... Gracia a Dios...!!!

Carlos Samaniego Vera

APROBACIÓN DEL TUTOR DE INVESTIGACIÓN

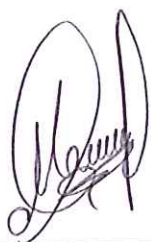
En mi calidad de Asesor de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Escuela de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría de la Pontificia Universidad Católica sede Esmeraldas.

CERTIFICO:

Que he asesorado y revisado el informe final de la tesis de grado titulada “**Análisis de factibilidad para la creación de un supermercado en el km 4 ½ vía Atacames, sector “Valle de San Rafael”**”, como requisito previo para la investidura de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría ICA.

El trabajo reúne las condiciones para ser presentado al tribunal de calificación.

Esmeraldas, Mayo de 2012.



Ing. Cristhian Mora

ASESOR

ÍNDICE

Preliminares	Pág.
Portada.....	i
Tribunal de Graduación.....	ii
Autoría.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Aprobación de Tutor.....	v
Índice.....	vi
Lista de ilustraciones y tablas.....	xi
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xvi
Introducción.....	xviii

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1. Definición del Problema.....	1
1.1.1. Formulación del Problema.....	2
1.2. Delimitación del Problema.....	2
1.2.1. Campo.....	2
1.2.2. Área.....	2
1.2.3. Aspectos.....	2
1.2.4. Tema.....	2
1.2.5. Problema.....	2
1.2.6. Delimitación Espacial.....	2
1.2.7. Delimitación Temporal.....	2
1.3. Objetivos.....	3

1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.1.1 Objetivos Específicos.....	3
1.3.2 Matriz de Operacionalización.....	4
1.4. Justificación.....	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Bases teóricas.....	7
2.1.1 Marco Histórico.....	7
2.1.2 Marco Referencial.....	8
2.1.2.1 Ciudad de Esmeraldas.....	8
2.1.2.2 Sector “Valle de San Rafael”.....	14
2.1.3. Estadísticas.....	16
2.1.4. Marco Conceptual.....	19
2.1.5. Marco Ético.....	34

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Métodos Utilizados en la Investigación.....	36
3.2 Construcción Metodológica del Objeto de Investigación.....	37
3.2.1 Nivel de Investigación.....	37
3.3 Elaboración del Marco Teórico.....	37
3.4 Recolección de la Información Empírica.....	38
3.4.1 Información Primaria.....	38
3.4.2 Información Secundaria.....	39
3.5 Descripción de la Información Obtenida.....	39

3.6 Análisis e Interpretación de los Resultados.....	40
3.6.1 Población y Muestra.....	40
3.6.2. Análisis de las Encuestas.....	42
3.7 Construcción del Informe de Investigación.....	61

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4. Estructura del Mercado.....	62
4.1. Características del Mercado.....	62
4.1.1. Efectos del Plan nacional de Desarrollo del Ecuador.....	62
4.1.2. Efectos de las Restricciones con Tratados Internacionales.....	63
4.2. La Demanda.....	64
4.2.1. Naturaleza de la Demanda que Generará la Creación del Supermercado en la Zona Sur de la Ciudad de Esmeraldas.....	64
4.2.2. Estructura de Preferencias o Gustos por los Productos que se Comercializaran en el Supermercado.....	64
4.2.3. Nivel de Ingresos o Riqueza del Comprador del Producto.....	65
4.2.4. Precio de los Productos a Expenderse en el Supermercado.....	65
4.2.5. Tipo de Demanda que posee el Supermercado en Proyecto.....	66
4.2.6 Condiciones de Operación del Proyecto en el Mercado.....	66
4.2.7 Margen de Durabilidad de los Productos a Expenderse.....	66
4.2.8 Estimación del Comportamiento de los Ingresos de los Clientes Potenciales.....	66
4.2.9. Definición de los Productos a Expenderse en el Supermercado.....	67
4.3. La oferta.....	67
4.3.1. Razones e Incentivos propios y/o nacionales para crear un supermercado en la zona sur de la ciudad de Esmeraldas.....	67
4.3.2. Comportamiento del Proyecto en el Entorno Ecuatoriano Actual e Implicaciones para el mismo.....	68
4.3.3. Duración de Proyecto.....	68

4.3.4. Incidencia Climática para el Proyecto.....	69
4.3.5. Bienes sustitutos existentes en el mercado.....	69
4.4. Estudio de Mercado.....	69
4.4.1. Mercado Competidor.....	69
4.4.2. Posición del Proyecto frente a la Competencia.....	70
4.4.3. Variables Externas.....	70
4.4.4. Análisis FODA.....	71
4.4.4.1. Estrategias de Ventas, Promoción y Publicidad.....	72
4.4.5. Proyección de Ventas.....	74
4.4.6. Proyección de Compras y Ventas Anual.....	90
4.5. Ingeniería de proyecto.....	90
4.5.1. Características del Producto.....	91
4.5.2. Proceso de Comercialización.....	92
4.5.2.1. Canales de Distribución.....	92
4.5.3. Proceso de Compra en el Supermercado.....	93
4.5.4. Descripción del Proceso de Venta en el Supermercado.....	93
4.5.4.1. Flujograma del Proceso de Venta en el Supermercado.....	95
4.6. Localización.....	96
4.6.1. Macrolocalización.....	96
4.6.2. Microlocalización.....	96
4.6.2.1. Croquis de Ubicación.....	96
4.7. Tamaño.....	97
4.7.1. Infraestructura.....	101
4.8. Maquinaria, Equipo, Muebles y Enseres.....	103
4.9. Estudio Organizacional y Legal.....	105
4.9.1. Nombre del supermercado.....	105
4.9.2. Logo.....	105
4.9.3. Slogan.....	106
4.10. Tipo de Organización Empresarial.....	106
4.11. Misión, Visión y Objetivos.....	110
4.11.1. Misión.....	110
4.11.2. Visión.....	110
4.11.3. Objetivo.....	110
4.11.4. Políticas.....	110

4.12. Estructura Organizacional.....	111
4.12.1. Organigrama Supermercados 7 – 11.....	114
4.13. Determinación de los Costos.....	115
4.13.1. Costos del Producto.....	115
4.13.2. Mano de Obra.....	115
4.13.3. Servicios Públicos.....	118
4.13.4. Servicios de Mantenimiento.....	118
4.13.5. Depreciaciones.....	120
4.14. Estados Financieros.....	120
4.15. Evaluación Financiera.....	123

CAPITULO V

ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.1. Impacto Socio - Cultural.....	141
5.2. Impacto Económico.....	143
5.3. Impacto Educativo.....	145
5.4. Impacto Ambiental.....	147
5.5. Impacto Global del Proyecto.....	149

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones.....	151
6.2. Recomendaciones.....	152
Anexos	153

Bibliografía

LISTA DE TABLAS

- TABLA N° 1. Cuántos miembros son en su familia
- TABLA N° 2. Acude preferencia a realizar sus compras a un Supermercado TABLA
- N° 3. Quién realiza las compras en su hogar
- TABLA N° 4. Cuánto dinero gasta normalmente
- TABLA N° 5. Cuál es normalmente su forma de pago
- TABLA N° 6. Qué tipo de productos acostumbra a consumir
- TABLA N° 7. Carnes y Fiambrerías
- TABLA N° 8. Lácteos
- TABLA N° 9. Bebidas y Jugos
- TABLA N° 10. Frutas y Verduras
- TABLA N° 11. Licores
- TABLA N° 12. Limpieza y Lavado
- TABLA N° 13. Cuidado Personal
- TABLA N° 14. Productos Plásticos
- TABLA N° 15. Bazar y Bisutería
- TABLA N° 16. Accesorios
- TABLA N° 17. Con qué frecuencia realiza sus compras
- TABLA N° 18. Estaría de acuerdo en que se ubicara un Supermercado en el
sector “Valle de San Rafael
- TABLA N° 19. Por qué estaría dispuesto a visitar y realizar sus compras
- TABLA N° 20. Tabla de Preferencias por Productos
- TABLA N° 21. Tabla de ventas Mensuales por Tipo de Producto

LISTA DE GRÁFICOS

- GRÁFICO N° 1. Cuántos miembros son en su familia
- GRÁFICO N° 2. Acude preferencia realizar sus compras a un Supermercado
- GRÁFICO N° 3. Quién realiza las compras en su hogar
- GRÁFICO N° 4. Cuánto dinero gasta normalmente
- GRÁFICO N° 5.Cuál es normalmente su forma de pago
- GRÁFICO N° 6. Qué tipo de productos acostumbra a consumir
- GRÁFICO N° 7. Carnes y Fiambrerías
- GRÁFICO N° 8. Lácteos
- GRÁFICO N° 9. Bebidas y Jugos
- GRÁFICO N° 10. Frutas y Verduras
- GRÁFICO N° 11. Licores
- GRÁFICO N° 12. Limpieza y Lavado
- GRÁFICO N° 13. Cuidado Personal
- GRÁFICO N° 14. Productos Plásticos
- GRÁFICO N° 15. Bazar y Bisutería
- GRÁFICO N° 16. Accesorios
- GRÁFICO N° 17. Con qué frecuencia realiza sus compras
- GRÁFICO N° 18. Estaría de acuerdo en que se ubicara un Supermercado en
el sector “Valle San Rafael
- GRÁFICO N° 19. Por qué estaría dispuesto a visitar y realizar sus compras

LISTA DE CUADROS

CUADRO N°1.	PRONOSTICO DE VENTA
CUADRO N°2.	EQUIPO INFORMATICO
CUADRO N°3.	EQUIPO OFICINA
CUADRO N° 4.	MUEBLES Y ENSERES
CUADRO N° 5.	MAQUINARIA
CUADRO N° 6.	NÓMINA SALARIO MENSUAL PRIMER AÑO
CUADRO N° 7.	NÓMINA TRABAJO ANUAL DESPUES DE PRIMER AÑO
CUADRO N° 8.	NÓMINA GASTOS SERVICIOS
CUADRO N° 9.	CUADRO DEPRECIACIONES
CUADRO N° 10.	RESUMEN INVERSION TOTAL
CUADRO N° 11.	CUADRO CAPITAL DE TRABAJO
CUADRO N° 12.	PRESUPUESTO DE GASTOS
CUADRO N° 13.	RESUMEN COSTOS FIJOS Y VARIABLES
CUADRO N° 14.	ESTADO RESULTADOS
CUADRO N° 15.	BALANCE SITUACION INICIAL
CUADRO N° 16.	INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO
CUADRO N° 17.	FINANCIAMIENTO
CUADRO N° 18.	SOCIOS CAPITALISTAS DEL PROYECTO
CUADRO N° 19.	TABLA DE AMORTIZACIÓN CRÉDITO

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO EN EL KM 4 ½ VÍA ATACAMES, SECTOR “VALLE DE SAN RAFAEL”.

RESUMEN

El presente proyecto no solo busca la obtención de un título, sino que presenta una alternativa de negocio que dará buenos resultados tanto en el ámbito social, económico y laboral, que permita mejorar las condiciones de vida de los habitantes del sector Valle de San Rafael y urbanizaciones aledañas; satisfaciendo en la medida de lo posible los requerimientos de la localidad en lo referente al expendio de productos de primera necesidad y algo más.

Como producto de esta investigación se concluye lo siguiente:

- ✓ La inversión inicial del proyecto será de \$ 717.140,15 dólares, los cuales serán financiados así: el 35% por el Banco Nacional de Fomento mediante su línea de crédito sectores mediana empresa a 10 años plazo para, edificación equipo y maquinaria en el sector comercial, con un año de gracia a una tasa de interés del 8.17% y el 65% con aporte de capital propio.
- ✓ Dentro del grupo de activos se encontrará los activos fijos, los cuales se dividirán en no depreciables como el terreno y depreciables donde están el edificio e instalaciones, vehículo, muebles y enseres, equipos y maquinarias, para la adquisición de los activos se requerirá \$296.350,35 dólares.
- ✓ El producto es un mercado de consumo para un hogar, el cual cumple diversos procesos en cuanto al manejo, exhibición, distribución y venta de productos de primera necesidad y algo más.
- ✓ Para realizar el incremento en ventas se toma como referencia el pronostico de ventas de las 10.000 familias que habitan la zona estudiada de lo cual se

aspira captar un 10% como clientes de este proyecto, calculando el promedio de inflación actual más el crecimiento poblacional del sector se obtiene un porcentaje del 5.80% el cual sería el aumento en venta.

- ✓ Se puede mostrar que el plan de inversión es rentable, dando un TIR de 19.80%, de esta forma el VAN que presenta este proyecto es positivo.
- ✓ El periodo de recuperación empieza a partir del sexto año, claro está tomando en cuenta el año de gracia que otorga la entidad financiadora.
- ✓ Se concluye que el proyecto es factible de realizar, por el rendimiento financieros para los inversionistas, y los efectos positivos de desarrollo de la localidad donde se pretende ubicarlo.

ANALYSIS OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A SUPERMARKET IN THE KM 4 ½ WAY ATACAMES, ZONE VALLE SAN RAFAEL"

Abstract

This project not only seeks to obtain a degree, but it presents an alternative business that will give good results both in social, economic and labour, to improve the living conditions of the inhabitants of the sector Valle San Rafael and surrounding housing estates; satisfying the requirements of the locality in relation to the dispensing of products of first necessity and more as far as possible.

As product of this research concludes as follows:

- ✓ La initial investment for the project will be \$ 717.140,15 which will be funded as well: 35% by the National Bank of promotion through their line of credit sectors medium company to 10 years term for, building equipment and machinery in the commercial sector, with a year of grace to one interest rate of the 8.17% and 65% with contribution of capital itself.
- ✓ Inside of the Group's assets will be assets divided fixed, which is between not depreciable as the ground and depreciable where are the building and facilities, vehicle, furniture and belongings, equipment and machinery, for the acquisition of assets will require \$296.350,35.
- ✓ El product is a consumer market for a home, which meets various processes with regard to the management, exhibition, distribution and sale of staples and more.
- ✓ For make the increase in sales is taken as reference the forecast sales of 10,000 families living in the area studied of which it aims to capture 10% as customers of this project, by calculating the average of current inflation over

the population growth of the sector gets a percentage of the 5.80% which would be an increase in sales.

- ✓ It may show that the investment plan is profitable, giving an TIR of 19.80%, in this way the VAN that presents this project is positive.
- ✓ The recovery period begins starting in the sixth year, clear is taking into account the year of grace that gives the entity financing agency.
- ✓ It concludes that the project is feasible to perform, by financial performance to investors, and the positive effects of development of the town is where to locate it.

INTRODUCCIÓN

Los supermercados han solucionado el problema de las familias en el momento de hacer el mercado, debido a que estos concentran en un solo lugar todos los artículos necesarios para la canasta familiar.

En el sector Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas no existe un establecimiento de tipo supermercado, es por esta razón que se pretende crear uno con todas las características propias para éste sector, pues es el objetivo del presente trabajo.

Para lo cual se ha realizado un estudio de mercado que conducirá a obtener la viabilidad de entrar a implementar una propuesta que llegue a cubrir, la demanda insatisfecha que se presenta en el sector anteriormente mencionado.

El primer capítulo del presente documento está constituido por el Marco Contextual del Proyecto, y hace referencia a la descripción ampliamente de la problemática objeto de la investigación, planteamiento metodológico, justificación del estudio, al igual que sus objetivos generales y específicos.

El segundo capítulo corresponde al Marco Teórico de la investigación, donde se describen temas de vital importancia encontrados en el transcurso de la aplicación del estudio para fortalecer la teoría científica.

El tercer capítulo se refiere a la Metodología de la Investigación, donde se detalla el tipo de investigación aplicado, el diseño y las metodologías aplicadas en la recolección de la información.

El Cuarto capítulo, abarca toda la información económica financiera que cristalizará la factibilidad del proyecto conforme a la inversión, aquí se demuestra si la idea del negocio es rentable económicamente, se describe los indicadores económicos del país, y los indicadores con los cuales opera la empresa internamente, se establece el monto de la inversión inicial, las fuentes de financiamiento, los presupuestos de ventas, costos indirectos, finalmente se describe el flujo de caja que orienta los movimientos de ingresos y egresos del efectivo, y se concluye con la evaluación de los indicadores económicos del negocio.

El Quinto capítulo ha analizado los impactos desde diferentes enfoques, social, cultural, educativo y económico que influyen en el éxito del proyecto conforme a su entorno.

Finalmente se concluye este trabajo investigativo de propuesta de inversión, planteando conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en consideración durante el proceso de ejecución, control y evaluación del mismo.

Como autor de este trabajo de investigación espero haber contribuido a la solución del problema determinado y cubrir con una necesidad social y educativa, que contribuya como fuente bibliográfica de la Institución, por lo que asumo el compromiso y responsabilidad para socializar a los destinatarios.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Debido a varios aspectos de desarrollo de la provincia uno de ellos: el crecimiento poblacional hacia el sur de la ciudad, en un porcentaje vertiginoso del 160% en relación al año 1.990, constituyéndose en un importante centro de asentamiento habitacional dentro de la ciudad de Esmeraldas; y a la afluencia a estas playas de alrededor de 250.000 turistas cada año,¹ hace que sea muy necesario la creación de un supermercado, ya que en la actualidad, en este sector, no existe algún tipo de centro de acopio, con las características adecuadas para atender la demanda de los clientes potenciales de la zona y los turistas de paso; ya que para realizar alguna compra en mercados, deben trasladarse hasta la zona comercial del Terminal o hasta el centro de la ciudad para hacerlo, perdiendo una gran parte del tiempo con el que cuentan durante el transcurso del día; así mismo los turistas-visitantes de paso, que al entrar a la ciudad con destino hacia las playas del sur, no tienen un lugar donde realizar compras, y tienen que esperar llegar a su destino para poder hacerlas.

En el sector Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas habitan alrededor de 10.000 familias que demandan víveres y/o productos de la canasta familiar básica como lo son granos, enlatados, carnes frías, lácteos y sus derivados, productos para el aseo personal y la limpieza del hogar, encurtidos, confitería, productos de panadería etc.²

Dado que en la actualidad no existe un establecimiento con las características de un supermercado, solo las tiendas de barrios y mini market, cuya infraestructura no es la más adecuada, su iluminación en la mayoría es ineficiente y presentan una alta contaminación visual a sus cliente, espacios reducidos, inadecuada distribución o ubicación de los productos y deficiente atención, se presenta una oportunidad de negocio como es la de crear un supermercado en el sector.

¹www.ecuadorexplored.com; ²Municipalidad de Esmeraldas / eapa / miduvi

1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar la propuesta para la constitución de una sociedad que a través de un establecimiento comercial (supermercado) dedicado al expendio de víveres y abarrotes, proponga estrategias claras, con el fin de atender la demanda insatisfecha de los habitantes del sector Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas?

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. CAMPO: Alimenticio

1.2.2. ÁREA: Comercialización.

1.2.3. ASPECTOS: Demanda insatisfecha de productos de primera necesidad.

1.2.4. TEMA: Análisis de factibilidad para la creación de un Supermercado en el km 4 ½ vía Atacames, sector valle de San Rafael

1.2.5. PROBLEMA:

¿Cómo desarrollar la propuesta para la constitución de una sociedad que a través de un establecimiento comercial (supermercado) dedicado al expendio de víveres y abarrotes, proponga estrategias claras, con el fin de atender la demanda insatisfecha de los habitantes del sector Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas?

1.2.6. DELIMITACIÓN ESPACIAL: La presente investigación se la realizó en la ciudad de Esmeraldas, que se encuentra ubicada en la provincia y cantón del mismo nombre.

1.2.7. DELIMITACIÓN TEMPORAL: La presente investigación se inició desde el 01 de Abril de 2010 hasta el 15 de Enero de 2012.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis de factibilidad, para saber si es rentable y si conviene o no la creación de un supermercado en el sector Valle de San Rafael, que incluya una buena infraestructura, comodidades y una extensa diversidad de productos que requieran los clientes de la zona y los de paso.

1.3.1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Conocer las características del mercado pertenecientes al sector del Valle de San Rafael y las urbanizaciones aledañas, para así poder elaborar las estrategias de Marketing apropiadas, que permitan ingresar y posicionarnos de la manera más óptima en la plaza.
2. Realizar un análisis de FODA, con respecto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueda presentar el mercado en esta zona, para ver en la medida de lo posible, fortalecer esas debilidades y explotar al máximo las oportunidades que se presentan en esta plaza.
3. Determinar la inversión requerida para la construcción y puesta en marcha del supermercado.
4. Analizar las fuentes de financiamientos convenientes para determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.

1.3.2 MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES
Conocer las características del mercado pertenecientes al sector del Valle de San Rafael y las urbanizaciones aledañas, para así poder elaborar las estrategias de Marketing apropiadas, que permitan ingresar y posicionarnos de la manera más óptima en la plaza.	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oferta ▪ Demanda ▪ Productos ▪ Calidad ▪ Precio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrevista ▪ Encuesta ▪ Observación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Despensas y tiendas ▪ Proveedores ▪ Habitantes del Sector Valle de San Rafael.
Realizar un análisis del FODA, con respecto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueda presentar el mercado en esta zona, para ver en la medida de lo posible, fortalecer esas debilidades y explotar al máximo las oportunidades que se presentan en esta plaza.	F.O.D.A	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia ▪ Tecnología ▪ Servicios básicos y telecomunicaciones ▪ Rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bibliografía ▪ Observación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet ▪ Textos ▪ Sector Valle de San Rafael
Determinar la inversión requerida para la construcción y puesta en marcha del supermercado.	Inversión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ T.I.R. ▪ V.A.N. ▪ Infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bibliografía 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Textos
Analizar las fuentes de financiamientos convenientes para determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.	Viabilidad Económica-Financiera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasas interés ▪ Plazos y condiciones ▪ Capital de trabajo ▪ Fuentes financiamientos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrevista ▪ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inversionistas ▪ Organismos de fomento y desarrollo ▪ Entidades Financieras

1.4. JUSTIFICACIÓN

El estudio y desarrollo de este tema se basa principalmente en los siguientes puntos:

-La ubicación de este supermercado estará dada en un punto clave, como lo es al sur de la ciudad, (Valle de San Rafael), ya que en el sector se necesita un establecimiento de este tipo para brindar el servicio a los clientes potenciales del lugar y las urbanizaciones más cercanas, no dejando de lado a los turistas-visitantes de paso, que requieren también de una tienda con la infraestructura y comodidades con las que se planifica crearla; pues, estará ubicada al borde de la vía que conduce a las playas del sur, en cuyo local se encontrará una gran variedad de productos y artículos de diferente índole; con lo que se beneficiará también a los clientes de la zona, ahorrándoles tiempo para que ya no tengan que trasladarse hasta otros lugares de la ciudad para realizar sus compras en este tipo de tiendas, si no, que las puedan realizar en éste nuevo establecimiento acondicionado con todas las comodidades e infraestructura necesaria; para que de igual forma se le dé a los turistas-visitantes, un mejor y oportuno servicio para adquirir cómodamente cualquier clase de producto al ingreso y paso por la ciudad.

-Este proyecto beneficiará a los habitantes del sector Valle de San Rafael y a las urbanizaciones aledañas; ya que se crearán puestos de trabajos en las diferentes actividades y funciones a realizar dentro de un supermercado de este tipo.

-Con la creación de este supermercado y la generación de empleo que éste producirá, también se verán beneficiadas un gran número de familias del sector, ya que mejorarán su nivel de vida debido a los ingresos generados por conceptos de sueldos que vendrían a solventar una gran parte de la situación económica en sus hogares.

-Con la creación de este supermercado se contribuirá al ornato de la ciudad en sí, y al desarrollo urbano del sector (Valle de San Rafael), que tanto lo necesita, pues, ésta zona dentro de un modelo arquitectónico general, requiere a más de otros tipos de establecimientos como: un hospital, una entidad bancaria que ya la tiene, un parque, etc. Hace falta también un local orientado al expendio de productos de primera

necesidad, con las características, infraestructura y comodidades como el que se planifica crear en éste estudio.

-Dentro del ámbito académico y profesional, el estudio y análisis de este tema, permitirá cumplir con uno de los principales requisitos para la obtención del título universitario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 BASES TEÓRICAS

Dentro del marco teórico se ha involucrado todas las especificaciones generales de organización y distribución de recursos y procesos, por ello se ha de tomado en cuenta conceptos que expertos han resaltados y que para esta investigación resulta oportuno se hagan mención y se describan brevemente, para conceptuar los manejos corporativos que se dan, en la actualidad.

En el marco teórico, se hace énfasis en la descripción del marco histórico de los mercados, teorías de empresa, y marcos legales de orientación a la propuesta, como se elabora paso a paso el estudio de mercado, el estudio técnico y económico para soportar el desarrollo de la investigación.

2.1.1 MARCO HISTÓRICO

La historia de los supermercados se remonta a los años 1.930 en los Estados Unidos, donde varios pioneros en las ventas de comestibles y productos marinos, introdujeron en sus almacenes algunas innovaciones en la organización de ventas de comestibles, introduciendo las técnicas del autoservicio, “escógelo, págalo y llévatelo”, es decir pago en efectivo.

Se ignora cuando apareció la palabra Supermercado (Super Market), simplemente surgió por los años de 1.920, un poco como copia de los lanzamientos cinematográficos que realizaba Hollywood en sus películas, donde utilizaba la palabra Súper como algo grandioso y colosal. Toda la evidencia indica que los primeros que emplearon la palabra Súper Market como nombre comercial fueron Albers Super Market Inc. en noviembre de 1.933.³

³ De Wiki pendía La enciclopedia libre.

Supermercado se puede definir como un establecimiento de venta al detalle con muchas secciones, que vende comestibles y otras mercancías, de propiedad del que lo lleva o bien funcionando por concesión, con un espacio adecuado para estacionamiento de automóviles y haciendo unas ventas anuales mínimas de US\$ 250.000, su corazón sigue siendo el autoservicio, siendo este tan antiguo pues aún en los bazares del medio oriente ésta es la regla general.

Evolución de los supermercados

El primer supermercado inaugurado en el país fue por el año de 1.934, conocido con el nombre de Supermercados La Favorita, se inició como una pequeña distribuidora de abarrotes en la plaza de San Francisco en la ciudad de Quito.

Y de ahí en adelante esta actividad empezó a crecer por todo el país, y algunos inversionista tanto nacionales como extranjeros, iniciaron proyectos de creación de supermercados, que luego se convirtieron en grandes cadenas a lo largo y ancho del país, en donde hoy en día existen alrededor de 14 razones sociales plenamente reconocidas de supermercados a nivel nacional.

2.1.2 MARCO REFERENCIAL

A continuación se relacionan los términos de referencia para complementar e idealizar en esencia el soporte del trabajo encaminado a tomar los marcos más claros hacia el posicionamiento de la investigación.

2.1.2.1 CIUDAD DE ESMERALDAS

La ciudad de Esmeraldas es la capital de la provincia homónima, está situada en la parte central de la misma; en cuyo territorio la mayoría de su población es afrodescendientes; pero, también existen mestizos, mulatos y otras etnias como los Chachis.

www.ecuadorexplored.com

Aquí se concentra el folclor esmeraldeño, con manifestaciones particulares de música, danza y coplas.

La marimba es el instrumento por excelencia, que va acompañada de otros instrumentos como el cununo y el guazá, y que se ha convertido en el símbolo de la negritud.

La comida esmeraldeña se basa en los mariscos, verde y coco, lo que la hace muy particular y sabrosa entre la gastronomía de las otras provincias del país. Uno de los principales platos típico esmeraldeño es el "encocao de pescado", preparado con el zumo del coco, lo que lo hace muy exquisito y popular entre moradores y viajeros; entre otros platos típicos encontramos: el tapao, a base de pescado y plátano, patacones, empanadas, bolas y bolones de verde, también con el plátano como base.

En esta ciudad están localizados:

- ✓ El Terminal petrolero de Balao, primer puerto marítimo ecuatoriano de alta mar por el que se exporta el crudo de la Amazonía;
- ✓ La Refinería Estatal, principal productora de derivados del petróleo, y
- ✓ La Central térmica Esmeraldas, la más importante del país, que genera 132,5 megavatios de energía.

La ciudad y la provincia en sí están servidas por el Aeropuerto General Ribadeneira en Tachina, el cual tiene una pista de 2.400 metros.

Esmeraldas tiene 15.216 km², y las ciudades próximas son: San Lorenzo, Atacames, Tonsupa, Súa, Same, Muísne, Quinindé.

- Índices y Población

Esmeraldas tiene 156.611 habitantes Urbanos y 228.612 Rurales, y se considera que alberga al 80% de la población negra del Ecuador.

En el cuadro a continuación se puede ver algunos índices demostrativos de su situación:

INDICES	ESMERALDAS
Tasa Desempleo %	10,5
Tasa Subempleo %	65,9
Indicadores de Educación	
Analfabetismo (% mayores de 15 años)	11,60%
Escolaridad (promedio de años de estudio)	6
Primaria completa (%mayores de 12 años)	56,40%
Secundaria completa(%mayores a 18 años)	17,90%
Instrucción superior (%mayores a 24 años)	14,70%

- Relieve e Hidrografía

Esta provincia septentrional se sitúa en tierras bajas, en donde las mayores altitudes no sobrepasan los 600 metros sobre el nivel del mar; está atravesada por varias estribaciones que son prolongaciones de la cordillera occidental de los Andes; al este se encuentran las cordilleras de Cayapas y Toisán; y al oeste las montañas de Muísne, Atacames y Cojimíes.

El sistema hidrográfico es importante ya que varios de sus ríos se han convertido en vías de acceso natural para el transporte de productos a distintos lugares, tanto al interior como al exterior de la provincia. Entre los principales están: Cayapas, Santiago, Esmeraldas y Blanco.

- Clima

Existen dos climas definidos "tropical monzón", con una temperatura promedio de 21°C, y "tropical húmedo", en las cuencas centrales y costa externa septentrional, cuya temperatura promedio es de 25 °C.

- Economía local

El puerto de Esmeraldas es importante para la zona norte del Ecuador; aquí se exporta principalmente madera y astilla; también se exporta el banano y otros productos agrícolas.

De la misma forma encontramos: Balao, que constituye el puerto petrolero de Ecuador, el cual influye en gran parte a la economía local y nacional.

Dentro de la ciudad se puede destacar su playa (Las Palmas), la cual es muy hermosa y tiene fines de semana con atención culinaria, vida nocturna y bastante diversión.

- Agricultura y ganadería

Su suelo permite la producción de arroz, maíz, palma africana, abacá y una gran variedad de frutas tropicales.

Entre las principales especies forestales están: chanul, balsa, laurel, sande, guayacán y tangaré.

La crianza de ganado vacuno y porcino es importante. Los recursos marinos de peces (corvina, pargo, lisa, atún, etc.), son abundantes y variados constituyéndose en rubro importante de su economía.

- Sector industrial

Existen industrias manufactureras, madereras, de productos químicos y derivados de petróleo.

- Turismo

Cerca de la ciudad de Esmeraldas, que limita al norte con la frontera Colombiana y al oeste con el Océano Pacífico, existen playas que no están más allá de los 30 Km. de distancia y que cuentan con una infraestructura hotelera que satisfacen los exigentes gustos de los turistas.

Entre éstas destacan:

Atacames, famosa por el "coco loco" (bebida típica elaborada con agua de coco) y su artesanía en coral negro y rojo;

Same, una zona de grandes palmas que se extiende por aguas serenas y azules;

Mulsne, con playas vírgenes de cálida arena habitada por cangrejos rojos en medio de un ambiente tropical;

Quinindé, con vastos palmares africanos y con casas de caña guadúa; y Tonsupa, donde es bello observar las puestas de sol.

Las comidas típicas de estas playas que se mantienen con un promedio de 25°C, son las carnes de cerdo, res, pescado, langosta y camarón, plátano verde y yuca, en diversos platos.

Dentro de la ciudad de Esmeraldas podemos encontrar:

- IGLESIAS Y SANTUARIOS

- Iglesia Virgen Del Camino
- Iglesia Santa Marianita
- Iglesia La Merced
- Iglesia Virgen de Fátima
- Iglesia San José Obrero
- Iglesia Catedral O Cristo Rey
- Iglesia María Auxiliadora

www.ecuadorexplored.com

- Santuario De Nuestra Señora De Loreto
- Santuario De La Merced
- Santuario Del Buen Pastor

- PARQUES

- Parque Roberto Luís Cervantes
- Parque 20 De Marzo O Parque Central
- Parque Forestal
- Parque La Madre
- Parque De Las Palmas

- Infraestructura vial

Está constituida básicamente por una carretera que bordea la costa uniendo La Tola, Lagarto, Montalvo, Rocafuerte, Río Verde, Camarones, Tachina y San Mateo; otras vías son: Esmeraldas - Atacames - Súa - La Unión - Muísne - Esmeraldas - Quinindé (Rosa Zarate) con rumbo a la nueva provincia de Santo Domingo de los Tsachilas y la ciudad de Quito; esta última en el sector de la Independencia se une a la nueva vía que viene desde la provincia de Pichincha y además pasa por San Miguel de los Bancos y Pedro Vicente Maldonado.

- División política (parroquias)

Está conformada por cinco parroquias urbanas y 8 parroquias rurales.

RURALES	URBANAS
Vuelta Larga	Luís Tello
Chinca	Bartolomé Ruíz
Majua	Esmeraldas
Tabiazo	5 de agosto
Carlos Concha	Simón Plata Torres
Camarones	
San Mateo	
Tachina	

Barrios más conocidos de la ciudad

Isla Santa Cruz	El 30	Diógenes Mera	San Martín de Porres Alto	Mira Mar	La Ceiba
Santas Vainas	Iris	El cabezón	San Pablo y San Pedro	Propicia 2	Propicia 3
Codesa	INNFA	Toba	Santa Martha 1	Propicia 1	14 de Marzo
El Paraíso	Aire Libre	Santa Cruz	San José Obrero	Los Almendros	Los Laureles
15 de Marzo	Modelo	Bellavista Sur	Cooperativas de Vivienda	Palmar Bajo	Nuevo México
Venecia	Puerto Limón	Palmar	Luis Vargas Torres	Margarita Cortes	Propicia 4
San Rafael	Panecillo	El Embudo	San José Obrero Alto	Bolsillo	El arenal
Las Américas	Bellavista Norte	Mina de Piedra	Patricio Páez	Las Orquídeas	Betania

2.1.2.2 SECTOR “VALLE SAN RAFAEL”

El crecimiento poblacional de la ciudad de Esmeraldas en un porcentaje anual alcanza el 4.5%, en contraste con el promedio nacional que es del 1.9%; en otras palabras, crece a un ritmo vertiginoso, y en una dirección diferente a la que se creía, pues la migración urbana es inducida hacia el sur conformando los barrios del sur, donde encontramos al Valle de San Rafael.

Este incremento de la población hacia este sector, ha estado fuertemente condicionado por su geografía accidentada, las dinámicas migratorias, la localización dispersa de las actividades productivas y los asentamientos informales en su entorno, en donde éste último es uno de los motivos por el cual la mayoría de las familias se encuentran habitando este sector (Valle de San Rafael).

El proceso de urbanización acelerado a lo largo del corredor vial que une a Esmeraldas con Atacames y la Marginal de la Costa (Esmeraldas-Manabí-Guayas-el Oro) cambian la configuración de la parroquia Vuelta Larga (cuya población aumentó en un 160% en relación a 1.990) constituyendo un importante centro de asentamiento poblacional dentro del área de influencia de la ciudad de Esmeraldas.⁴

Gran parte de la población no ha visto en la ciudad una alternativa para "mejorar" sus condiciones de vida debido a la irresponsabilidad y falta de inversión por parte del gobierno local en obras básicas además que la desatención tradicional del gobierno central hacia la provincia y el cantón han estigmatizado a Esmeraldas como una zona de "alto riesgo" para la inversión.

La única posibilidad de la población para garantizar su subsistencia es desplazarse hacia los sitios de tráfico intenso para prestar todo tipo de servicio hacia los usuarios, lo que explica el asentamiento a lo largo de la carretera Esmeraldas-Atacames.

-Localización

Este sector está ubicado dentro de lo que constituye la parroquia "Vuelta Larga", al sur de la ciudad de Esmeraldas, se encuentra emplazado en un terreno arcilloso, bastante plano; sus elevaciones no sobrepasan los 400 metros sobre el nivel del mar y se encuentra atravesado por el Río Teaone

- Ciudadelas y/o Asentamientos Aledaños

- Codesa
- Propicias 1, 2, 3, 4
- Urbanización 15 de Marzo
- Ciudadela "Los Tulipanes"
- Ciudadela "La nueva Concordia"

www.ecuadorexplored.com

[4www.municipalidadesesmeraldas.com](http://www.municipalidadesesmeraldas.com)

- Ciudadela “Villas de Petroecuador”
- Ciudadela “La Victoria
- Ciudadela “Julio Estupiñán”
- Ciudadela “Tolita N° 1”
- Ciudadela “Tolita N° 2”
- Las Acacias
- Tiwinza
- Cueva de Los Tallos
- Voluntad de Dios
- Valle Hermoso
- Ciudadela “Palma Real”
- Casa Bonita
- Las Canangas
- Vuelta Larga
- Ciudadela “judicial”
- Ciudadela “Ciudad Verde”

2.1.3. ESTADISTICAS

Según el INEC en Ecuador, el sector terciario representa aproximadamente el 50% del Producto; siendo específicamente el comercio uno de las actividades que aporta de manera considerable a la actividad económica nacional.

El comercio interno de Ecuador es un sector muy heterogéneo, en el que se está produciendo un proceso de cambio desde unas estructuras tradicionales, con la incorporación de una tecnología comercial nueva y de formas comerciales adaptadas a la evolución del mercado. Tendencias de largo aliento como el incremento de los niveles de ingreso disponible, la recomposición de los gastos familiares, la mayor urbanización, la incorporación de la mujer al mercado laboral, la penetración de los medios de comunicación masivos, etc., han supuesto un cambio profundo en los hábitos de compra del consumidor ecuatoriano.

Si bien la tienda tradicional se sigue utilizando masivamente tanto por las amas de casa como por los individuos para realizar alguna compra de alimentos procesados, su importancia cae sensiblemente al analizar el abastecimiento semanal o por períodos mayores de productos de consumo corriente. Esta tendencia es más visible en las familias urbanas y es previsible que se mantenga en el futuro. Además, ha disminuido la proporción de familias que se aprovisiona diariamente, práctica que por lo general se hace en la tradicional tienda de barrio.

Existen otros atractivos que desplazan a los consumidores hacia las grandes superficies. El interés por una forma de compra más moderna, más lúcida que arroja un beneficio adicional frente a los que pudieran existir de precio, calidad, amplitud de la oferta, etc.

La mayor variedad de productos, que permite la posibilidad de elegir, es también un factor que atrae hacia los grandes supermercados, a unos consumidores que son cada vez más selectivos y exigentes. Por otra parte, los compradores urbanos valoran en mayor medida una compra individual, de acceso inmediato al producto, sin la intervención de un vendedor.⁵

Una muestra palpable del fenómeno anterior lo constituye el hecho de que desde hace un tiempo los ecuatorianos se han acercado a un nuevo tipo de establecimiento de comercio: la tienda de auto servicio, que bajo el mismo concepto de los supermercados tradicionales, ofrecen artículos completamente diferentes. Elementos para oficina, regalos o ferretería según la especialidad del supermercado pueden ser mirados, comprados, manipulados y seleccionados en las góndolas de cada uno de estos almacenes. Atrás parecen ir quedando los tiempos de mostrador, en que nuestro gusto se veía sujeto a la habilidad y amabilidad del vendedor.

La idea, relativamente novedosa en Ecuador, se ha experimentado desde hace varios años en el resto del mundo, con excelente resultado.

⁵www.inec.gov.ec

El reacomodo al mercado de las estructuras comerciales, especialmente en lo que hace referencia al comercio alimentario, ha sido claro. Los datos del INEC muestran una disminución porcentual en el número de establecimientos dedicados a la venta de alimentos, así como una disminución porcentual en la participación en las ventas de las formas tradicionales, por ejemplo las tiendas de barrio, al tiempo que se registra un avance de los formatos modernos como son los supermercados y tiendas especializadas.

Sin embargo, la tendencia modernizadora de la estructura económica ecuatoriana, con el desarrollo del sector terciario y específicamente del comercial, no está exenta de problemas. Los altísimos costos financieros, la escasez de créditos baratos, las elevadas tarifas de servicios públicos, el aumento constante del contrabando y la falta de mano de obra calificada, hacen que el sector del comercio de los supermercados se vea constantemente amenazado e impedido en su avanzada modernizadora.⁵

Ante estas amenazas al comercio moderno, se hace obvia la presencia de otro tipo de comercio como los siguientes:

Comercio Informal: La baja generación de empleo de los otros sectores de la economía ha hecho que en el comercio se desarrolle un amplio sector informal de bajos ingresos y condiciones laborales ilegales.

Comercio subsidiado: Comprende a aquellos sistemas de distribución de bienes y servicios de consumo final o intermedio donde el Estado otorga cierto recurso o privilegio especial para que sea transferido al consumidor o usuario en la medida de su necesidad.

Comercio Minorista: El mercado de comercio minorista ecuatoriano se caracteriza por un bajo índice de penetración, comparado no sólo con otros países del mundo sino con algunos de América Latina.

⁵www.inec.gov.ec

2.1.4. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se definen algunos conceptos importantes relacionados con el tema:

a. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar, si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso; y si el mismo contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio producirá ganancias.⁶

b. Objetivos de un estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- ✓ Saber si podemos producir algo.
- ✓ Conocer si la gente lo comprará.
- ✓ Saber si lo podremos vender.
- ✓ Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- ✓ Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad
- ✓ Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- ✓ Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- ✓ Hacer un plan de producción y comercialización.
- ✓ Aprovechar al máximo los recursos propios.
- ✓ Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

- ✓ Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- ✓ Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y esquivarlas.
- ✓ Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- ✓ Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

c. Empresa

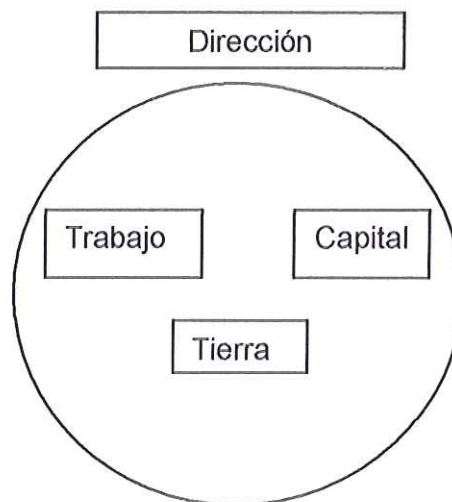
Desde el punto de vista económico se puede definir la empresa de las siguientes formas:

Empresa es la unidad económica de producción, cuya función es crear o aumentar la utilidad de los bienes para satisfacer las necesidades humanas.

Empresa es un conjunto ordenado de factores de producción (tierra, trabajo y capital) bajo la dirección, responsabilidad y control del empresario.⁶

c. Factores de la Producción

Los factores de producción que integran la empresa aparecen gráficamente en la siguiente figura:⁶



-**Tierra:** Se puede considerar factor tierra tanto a la superficie utilizable o urbanizable como los materiales generales (hierro, carbón, bosques, etc.). Se puede considerar en la actualidad como un factor “el medio ambiente” dada la implicación ecológica que puede tener la actividad de las empresas.

-**Trabajo:** Es la actividad física que se realiza para producir bienes. El trabajo puede considerarse desde dos puntos de vista:

-*Trabajo directamente productivo;* es decir, el que indirectamente produce los bienes fabricándolos.

-*Trabajo indirectamente productivo;* es decir, el que presta servicios, como transportes, hospitales, servicios administrativos.

-**Capital:** El factor capital está constituido por el dinero que se invierte en la empresa y además por los edificios, máquinas, patentes y todos aquellos bienes que se utilizan para producir otros bienes.

Así pues, teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, cabe considerar empresa tanto una gran factoría como pequeña tienda, o un organismo oficial, como un ministerio o un banco.⁶

d. Elementos de la empresa

Se consideran elementos de la empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

1. El empresario: Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa. No siempre coinciden la figura del empresario y la del propietario, puesto que se debe diferenciar el *director*, que administra la empresa, de los *accionistas y propietarios* que han arriesgado su dinero percibiendo por ello los beneficios.

2. Los trabajadores: Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.

3. La tecnología: Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).

4. Los proveedores: Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

5. Los clientes: Constituyen el conjunto de personas o empresas que demandan los bienes producidos o los servicios prestados por la empresa.

6. La competencia: Son las empresas que producen los mismos bienes o prestan los mismos servicios y con las cuales se ha de luchar por atraer a los clientes.

7. Los organismos públicos: Tanto el Estado central como los Organismos Autónomos y Ayuntamientos condicionan la actividad de la empresa a través de normativas laborales, fiscales, sociales, etc.

e. Fines de la Empresa

Desde el punto de vista económico, el fin de la empresa privada es la obtención del máximo beneficio. Los propietarios y accionistas desde el momento en que deciden invertir en una determinada empresa están asumiendo un riesgo, lo cual implica que serán “premiados” con los beneficios que se produzcan, o bien, si la empresa tiene pérdidas, perderían el capital que aportaron.

Existen empresas cuya finalidad no es la obtención de beneficios, sino que pretenden conseguir fines sociales, como sucede con asociaciones y fundaciones deportivas, culturales, recreativas, benéficas, políticas, sindicales, etc.

Existe un tipo de empresas conocido como “empresas públicas”, en las cuales el Estado u organismos públicos son sus propietarios o bien poseen parte del capital. Las empresas públicas tienen como finalidad primordial el servicio a los ciudadanos; por ejemplo, sanidad, transportes públicos, correos, servicios sociales, etc.

f. Tipos de Empresas

Las empresas se pueden clasificar de muy diversas formas, a saber; por su forma jurídica, por el sector económico, por el grado de participación del Estado, por su tamaño y por el ámbito estatal.⁶

- Por su forma jurídica

Todas las empresas deben tener una forma jurídica que viene determinada, entre otras cosas, por el número de personas que participan en la creación de la misma, por el capital aportado y por el tamaño; así, podemos distinguir:

a) Empresario individual: Cuando el propietario de la empresa es la única persona que asume todo el riesgo y se encarga de la gestión del negocio.

⁶De Wiki pedia, la enciclopedia libre.

b) Sociedades: Cuando varias personas se deciden a invertir en una empresa pueden formar una sociedad.

*En la actualidad se puede constituir los siguientes tipos de sociedades:

Sociedad De nombre colectivo (2 o más socios)

Sociedad En comandita simple (2 o más socios)

Sociedad En comandita por acciones (2 o más socios, capital mínimo \$800)

Sociedad De responsabilidad limitada (de 3 a 15 socios, capital mínimo \$400)

Sociedad Compañía anónima (2 o más socios, capital mínimo \$800)

Sociedad De economía mixta (2 o más socios, capital mínimo \$800)

- Por el sector económico en que estén encuadradas

La actividad económica de un país se puede dividir en tres grandes sectores: primario, secundario y terciario.

A) Sector primario: En este grupo de empresas se incluirían las empresas extractivas (minerías, pesqueras, agrícolas, ganaderas y forestales).

B) Sector secundario: En este sector se encuadra a todas las empresas que transforman los productos obtenidos en el sector primario y también fabrican nuevos productos (conservas, maquinaria, siderometalúrgica, etc)⁶

C) Sector terciarios: En este sector se encuadran las empresas de servicios, tales como bancos, compañías de seguros, hospitales, servicios públicos y las empresas comerciales dedicadas a la compraventa.

- Por el grado de participación del Estado

El Estado puede crear empresas de las cuales es totalmente propietario o bien participar en empresas junto con particulares. Según sea este grado de participación, pueden dividirse en públicas y de partición mixta.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

Empresas públicas: Son aquellas cuyo propietario es el Estado y actúa como empresario en ciertos sectores a los cuales no llega la iniciativa privada.⁶

Empresas privadas: Son aquellas que pertenecen a los particulares.

Empresas mixtas: Son aquellas en las cuales la propiedad de la empresa es compartida entre el Estado y los inversores privados.

- Por su tamaño

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en tres grupos:

- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.
- Gran empresa.

Los criterios usualmente aceptados para clasificar las empresas por su tamaño son:

A) El número de trabajadores: Serán pequeñas empresas las que tienen entre 1 y 50 trabajadores, las medianas entre 50 y 500 y grandes empresas las de más de 500.

B) El volumen económico de las operaciones que realizan: Según este criterio, habría que considerar pequeñas empresas las que facturan menos de 50 millones al año, medianas empresas las que facturan entre 50 y 1000 millones y grandes empresas que facturan más de 1000 millones.

- Según el ámbito estatal

Se pueden considerar dos grupos:

A) Empresas nacionales: Son las que desarrollan su actividad en un único país.

B) Empresas multinacionales: Son grandes empresas que desarrollan sus actividades al mismo tiempo en varios países.

f. Macro-empresa

Es una empresa totalmente establecida, con capacidades transnacionales, internacionales, considerables para la economía; está ampliamente formada desde la capitalización-inversión a corto.-mediano y largo plazo, con buen respaldo económico, aparte de su infraestructura no sólo humana, sino con bienes y servicios, con su correspondiente organigrama empresarial.

g. Micro-empresa

Una “Microempresa” es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, en el Ecuador se estima que existen 646.000 microempresarios. Representan el número de personas y no el número de empresas. Guayas con un 42 % del total nacional, seguida de Pichincha con 17,6% y Manabí con 9,8%. La Costa, por sí sola reúne al 70% del total.⁶

h. Mercado

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto, son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no pueden estar al margen de lo que sucede en el mercado.

i. Características de Mercado

El mercado está compuesto de vendedores y compradores que vienen a representar la oferta y la demanda.

⁶De Wiki pendia, la enciclopedia libre.

Se realizan relaciones comerciales de transacciones de mercancías.

Los precios de las mercancías tienden a unificarse y dichos precios se establecen por la oferta y la demanda.

j. Estudio de Mercado.

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

k. Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son: ⁶

- El consumidor
 - Sus motivaciones de consumo
 - Sus hábitos de compra
 - Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
 - Su aceptación de precio, preferencias, etc.

- El producto
 - Estudios sobre los usos del producto.
 - Tests sobre su aceptación
 - Tests comparativos con los de la competencia.
 - Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

- El mercado
 - Estudios sobre la distribución
 - Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
 - Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
 - Estudios sobre puntos de venta, etc.

- La publicidad
 - Pre-Tests de anuncios y campañas
 - Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
 - Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

I. Clases de Mercado

- Según el Monto de la Mercancía

- **Mercado Total.-** conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.⁶

- **Mercado Potencial.-** conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.

- **Mercado Meta.-** está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

- **Mercado Real.-** representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

- Otros Tipos de mercado

▪ Mercado Mayorista

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

▪ Mercado Minorista

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados "Supermarkets" (Supermercados) de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales.

En aquellos se estila el "autoservicio", es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos.⁶

m. Segmentación del Mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por subsegmentos.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

No existe una sola forma de segmentar un mercado, es por eso que se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado.

n. Clases de Segmentación

- **Segmentación geográfica.**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

- **Segmentación demográfica.**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionados con las variables demográficas.⁶

- **Segmentación psicográfica.**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

- **Segmentación por conducta.**

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto⁶.

ñ. Producto

Cada empresa esta vendiendo algo que el cliente desea: satisfacción, uso o beneficio. Cuando los productores o intermediarios compran productos, se interesan en la ganancia que puede obtener de su compra, mediante su uso o reventa, no en como se hicieron los productos.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

Debido a que los consumidores compran satisfacción, no elementos sueltos. Producto significa el ofrecimiento -por una firma- de satisfacer necesidades. Lo que interesa a los clientes es como ellos ven el producto.

La calidad del producto también debería determinarse a través de como los clientes ven el producto. Desde una perspectiva comercial, calidad significa la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades o requerimientos de un cliente.

o. Clases de productos

-Productos de consumo: son productos destinados al consumidor final; dentro de estos encontramos, 4 grupos:

- a) **Los productos de conveniencia:** son productos que un consumidor necesita, aunque no tiene ganas de invertir mucho tiempo o esfuerzo en su compra. Estos productos se compran frecuentemente, requieren poca asistencia o venta, no cuestan mucho, e incluso suelen comprarse por costumbre.⁶
- b) **Los productos básicos:** son productos que se compran a menudo, en forma rutinaria y sin mucha meditación; se venden en lugares convenientes como tiendas de comestibles, tiendas de descuento, etc. La marca es importante. Simplifica a los clientes su compra y promueve repetir la adquisición de aquellas marcas que lo satisfacen.
- c) **Los productos de impulso:** son aquellos que se compran rápidamente por sentir una fuerte necesidad. Los verdaderos productos de impulsos son artículos que el cliente no había planeado comprar, decide hacerlo cuando los ve; estos deben colocarse donde puedan verse y comprarse, cerca de los mostradores de las cajas o en otras zonas de gran tránsito de una tienda.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

d) **Los productos de emergencia:** son aquellos que se compran inmediatamente cuando la necesidad es grande. Los clientes no se preocupan por los precios más elevados que se les cobran, pues los consideran emergencias.

e) **Productos industriales:** son aquellos destinados a usarse en la producción de otros productos.

p. Los Supermercados

Un Supermercado es un establecimiento comercial urbano que vende bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza. Estas tiendas pueden ser parte de una cadena, generalmente en forma de franquicia, que puede tener más sedes en la misma ciudad, estado o país.⁶

- Generalidades

Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio. Para generar beneficios, estos establecimientos intentan contrarrestar el bajo margen de ganancias con un alto volumen de ventas.

- ✓ Por su tamaño, los supermercados se dividen en:
- ✓ Supermercado mediano - de 400 a 1.500 m²
- ✓ Supermercado grande - de 1.500 a 2.500 m²

Los clientes que entran a un supermercado generalmente lo recorren con un carrito, en el cual van guardando los productos que desean comprar. Los productos están distribuidos por secciones: ultramarinos, alimentos frescos, alimentos congelados, bebidas, etc. Estas a su vez se organizan en pasillos clasificados por su naturaleza (galletas, cereales, frutas, carnes, etc.). El cliente realiza el pago en cajas que se encuentran situadas en las salidas del establecimiento.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

La distribución de secciones es muy similar en todos los supermercados. La intención es que el cliente describa el recorrido más amplio posible por lo que los productos de primera necesidad se colocan en diferentes puntos del mismo y, generalmente, alejados de la entrada: carne, pescado, frutas y legumbres, juguetería, pan, leche, agua, etc.

Los muebles con estantes en donde se exponen los productos se denominan góndolas y su lateral, cabecera de góndola. Por su parte, los productos congelados y lácteos se exponen en arcones frigoríficos. La parte del marketing que se ocupa de las técnicas optimización de venta de productos en una superficie de autoservicio se denomina merchandising.⁶

q. Recorrido por el Supermercado

Los supermercados tienen ubicados los carritos y las canastas de compra en la entrada, para que el cliente que llega pueda colocar los productos seleccionados inmediatamente que entra al establecimiento. Usualmente en la entrada del supermercado el cliente se topa con el “booth” de información, donde se provee servicio al cliente y en donde se autorizan cheques y se realizan los cuadros de caja registradora.

El área de “produce” (frutas, vegetales, tubérculos farináceos, y sofritos) se ubica generalmente en la parte lateral izquierda o derecha del supermercado, y es el departamento inicial del recorrido por el supermercado. En la parte central del supermercado se ubica el departamento de “grocery” (productos de consumo enlatados, en paquetes, en envases plásticos, ó en cajas, jugos, refrescos, aguas, bebidas, panes y cereales, dulces, ciertos postres, y misceláneos para el cuidado personal, el hogar, alimento para animales, y otros más), en la parte más lateral del supermercado usualmente se encuentra el área de neveras de productos lácteos y el área de “bakery”. En la parte posterior del supermercado se ubica el área de carnes y detrás de ésta el almacén.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

Al finalizar el recorrido por el supermercado el cliente encuentra en el área frontal de la tienda las cajas registradoras para pagar. El supermercado provee regularmente dos (2) cajas registradoras (expreso) para pagar compras de diez (10) a doce (12) artículos ó menos, las cajas de compras regulares y de una (1) a⁶ dos (2) cajas registradoras para pagar compras al por mayor.

En la actualidad se está viendo la tendencia de ubicar, anexo al área de “produce”, un almacén que provee la facilidad a los pequeños comerciantes para adquirir productos al por mayor. La variedad de productos que se ofrece a los clientes va a depender del estilo de supermercado, la demanda del producto, y la comunidad en donde está ubicado.⁶

2.1.5. MARCO ÉTICO⁸

La cuestión ética es de gran relevancia para todo individuo y se extiende al ámbito empresarial. En cada decisión que se tome, estará inmiscuido algo de ética. Trátese de negociaciones con proveedores o con el sindicato, de contrataciones o despidos de empleados, de asignación de responsabilidades o de lanzar una promoción, la ética siempre está presente.

Actualmente, cuando existen más organizaciones que pugnan por la transparencia y con el internet como herramienta de democratización y movilización social, las empresas tienen como uno de sus cimientos la ética corporativa. Y es que como dice Rinnov Kan, director de uno de los grupos financiero más importantes de Holanda, "Sin valores sólidos estamos coqueteando con el desastre. Con valores sólidos, podemos enfrentar a los mercados internacionales." Pero, sin duda, hay quienes ponen por encima de la ética y los valores los resultados financieros, pero no se dan cuenta que la ética corporativa puede ser una fuente de ventajas competitivas, ya que por medio de ella se pueden atraer clientes y personal de primer nivel.

⁶De Wiki pendía, la enciclopedia libre.

⁸www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulo/no/202/ética.htm

A través de la ética se puede acabar con prácticas corruptas que destruyen valor y dañan la economía y la sociedad, si se pondera más la cultura organizacional, con valores comunes (más que códigos o reglas) que sirvan como sendero de los individuos que conforman las organizaciones se podría dar mayores componentes éticos a una empresa. Si se basa en que el capital humano es uno de los mayores activos empresariales, si no el mayor, y se toma conciencia que estas personas valen por sí mismas, que se les debe respetar y que no se les puede tratar como un medio sino como un fin, se habrá dado el primer paso para fundamentar éticamente las instituciones.

Una organización que viva según los cinco valores básicos: igualdad, libertad, dialogo, respeto y solidaridad estará mejor preparada para el futuro.

En la actualidad se está viviendo tiempos de globalización que han hecho que las organizaciones sean más planas, más descentralizadas y con empleados más autónomos y con mayor poder de decisión, por esto se hace necesario que las relaciones no sólo al interior de las empresas sino entre empresas y demás organizaciones, se basen en los cinco valores arriba mencionados, lo cual generará mejores patrones de conducta y permitirá generar valor.

Componentes de una empresa ética.

Aunque pueden ser innumerables, los siguientes darían lugar a las bases de una ética organizacional:

1. Vivir de acuerdo con los cinco valores fundamentales.
2. Una cultura organizacional con valores comunes para sus miembros.
3. Luchar por alcanzar la satisfacción de todos los agentes involucrados en la empresa: accionistas, directivos, empleados, proveedores y clientes.
4. Asumir la responsabilidad social por sus actuaciones.
5. Pesa más el contrato moral entre la empresa y sus integrantes y asociados que el mero contrato legal.⁸

[8www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulo/no/202/ética.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulo/no/202/ética.htm)

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 METODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Para la realización del presente proyecto de investigación, se utilizó los métodos, técnicas, instrumentos, procedimientos y actividades, que se detalla a continuación.

Los métodos aplicados han sido, primeramente el DEDUCTIVO, debido a que se analizó desde un punto de vista más general, toda la situación real y el entorno que rodeó la elaboración de un optimo estudio de factibilidad para éste proyecto; y después se utilizó el método INDUCTIVO, orientado a los aspectos más específicos del desarrollo del análisis de la rentabilidad que pueda tener la creación de este supermercado en el sector Valle San Rafael.

Con respecto al enfoque de esta investigación es mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo. Cualitativamente porque por medio de la descripción y análisis de los problemas se podrá tener una idea más clara del mercado que se pretende penetrar y de la influencia de éste en cuanto a la creación del supermercado en el sur de la ciudad de Esmeraldas (valle de San Rafael).

El enfoque también es Cuantitativo, porque desde luego el proyecto analiza, investiga y valora información numérica sobre la inversión inicial, las fuentes de financiamiento, cálculos de intereses y amortización de deuda, presupuestos de ventas y costos, balances, flujo de caja, toda esta información en datos numéricos, estadísticos y porcentajes.

3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se ha desarrollado conforme a los parámetros que establece la Universidad Católica sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor del proyecto que ha tenido como fin común la creación de un supermercado en el sur de la ciudad específicamente en el sector valle de San Rafael.

3.2.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que se basa en criterios de situaciones reales que se experimentaron durante el desarrollo del análisis de factibilidad para la creación del supermercado, en el Valle de San Rafael.

Todos los datos, resultados e información recopilados durante el proceso, fueron de vital importancia para la formulación y constitución de éste proyecto.

3.3 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

El marco teórico se lo ha desarrollado en base a cinco aspectos muy importantes; el primero que corresponde al marco histórico, donde se hace referencia a la evolución del entorno que rodea al proyecto.

El segundo que corresponde al marco referencial, donde se describe las generalidades del estudio.

En el tercero se toma en cuenta el aspecto estadístico del proyecto, donde se denota en cifras la real situación del campo donde se pretende desarrollar el la propuesta de inversión.

En el cuarto se considera el aspecto conceptual de los temas que se abarcan dentro del desarrollo del estudio. Y

El quinto donde se culmina tomando en cuenta uno de los campos muy importantes dentro del desarrollo de los negocios, esto es el aspecto ético empresarial.

3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA

3.4.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria se ha obtenido a través de las técnicas de estudio como la encuesta, entrevista y la observación.

Encuestas

Esta Información fue proporcionada de manera directa e individual por quienes formaron parte de la muestra de investigación, o sea, las familias de las parroquias 5 de Agosto, Simón Plata Torres y Vuelta Larga, para conocer sus preferencias, comentarios y punto de vista con respecto a la creación de un supermercado en el sector Valle de San Rafael.

Entrevistas

Dirigidas a los proveedores de los productos que se comercializan en el supermercado, también a los dueños de las despensas y tiendas aledañas, a los posibles inversionistas de este proyecto, a las entidades bancarias y organismos de desarrollo y fomento; todo esto con el fin de obtener la información correspondiente y los criterios de todas las fuentes posibles existentes, para tener un estudio más fidedigno y completo.

Observación

Esta técnica permitió obtener información directa y del campo en estudio, para ser utilizada en el desarrollo de este proyecto, permitiendo entender de mejor forma el

comportamiento del mercado y los factores que puedan influir de manera positiva o negativa en la creación del supermercado.

3.4.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Se ha recopilado toda la información necesaria de diversas fuentes secundarias, entre las que se pueden destacar la obtenida en los libros, documentos, revistas, folletos, leyes y paginas web, entre otros, referentes al tema en cuestión.

3.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Para el estudio se utilizaron fuentes primarias y secundarias, para el desarrollo de las primarias se ha tomado en cuenta a las familias habitantes de las parroquias que proporcionalmente conforman el sector Valle San Rafael.

PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS
CINCO DE AGOSTO	3.000
VUELTA LARGA	4.500
SIMÓN PLATA TORRES	2.500
TOTAL	10.000

Fuente: Inec, Municipalidad de Esmeraldas, eapa.

Y para el desarrollo de las fuentes secundarias se ha articulado toda la información referente al proyecto, encontrada en los libros, folletos, documentos, páginas web, etc. Que han tenido datos importantes que aportar al estudio.

Perfil de los Encuestados

La población del estudio estuvo compuesta por todos los posibles clientes–consumidores potenciales del supermercado, dentro de la zona geográfica correspondiente, (valle de San Rafael y urbanizaciones aledañas).

3.6 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Para el cálculo del tamaño de la muestra (n) se consideran sus propiedades y el error máximo, por lo tanto se puede aplicar la siguiente formula.

$$N = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + Ne^2}$$

Donde:

- n = Tamaño de la Muestra
Z = Nivel de Confianza 95% $0.95/2 = 0.4750$ $Z = 1.96$
P = Probabilidad de ocurrencia 0.50
Q = Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.50 = 0.50$
N = Población o Universo (10.000 familias)
e = Error de muestreo 5% (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (10000)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (10000) (0.05)^2} = \frac{9604}{25.96}$$

$$n = 369.95$$

$$n = 370 \text{ Familias}$$

3.6.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la elaboración de esta investigación se ha determinado como universo, la población o familias de las parroquias, 5 de Agosto, Simón Plata Torres y Vuelta Larga, ya que estos asentamientos poblacionales, son los que están más cercanos a la

ubicación del supermercado en proyecto, y son a quienes se les va analizar su posible consumo en éste establecimiento.

Teniendo en cuenta que no existe la probabilidad de encuestar a toda la población (familias que conforman el sector valle San Rafael y urbanizaciones aledañas), se determinó la muestra acorde a la ecuación resultando que $n = 369,95$ procediendo a aplicar 370 encuestas mediante formulario que se presenta a continuación.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDE ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PROYECTO DE CREACIÓN DE UN
SUPERMERCADO EN EL SECTOR VALLE DE SAN RAFAEL.

FORMATO DE ENCUESTA AL CONSUMIDOR (Anexo N° 1)

OBJETIVO

El objetivo de la presente encuesta es el de determinar la demanda de víveres, abarrotes y bienes de consumo para el hogar, que se presenta en el sector valle de San Rafael y urbanizaciones aledañas.

3.6.2. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DEL SECTOR VALLE SAN RAFAEL Y URBANIZACIONES ALEDAÑAS.

PREGUNTA # 1

¿Cuántos miembros son en su familia?

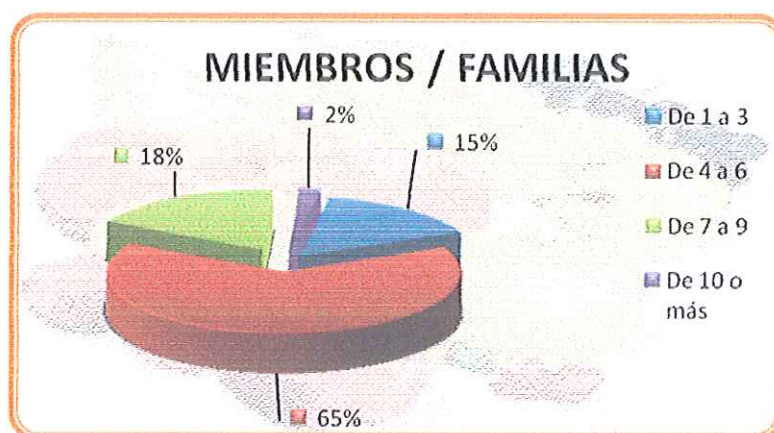
Tabla N° 1

Variables	Frecuencia	%
De 1 a 3	57	15
De 4 a 6	239	65
De 7 a 9	67	18
De 10 o más	7	2
TOTAL	370	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.

Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 1



Análisis:

A través del resultado de la aplicación de esta pregunta se tiene que el promedio de miembros por familia va de 4 (cuatro) a 6 (seis) en cada uno de los hogares de la zona encuestada.

PREGUNTA # 2

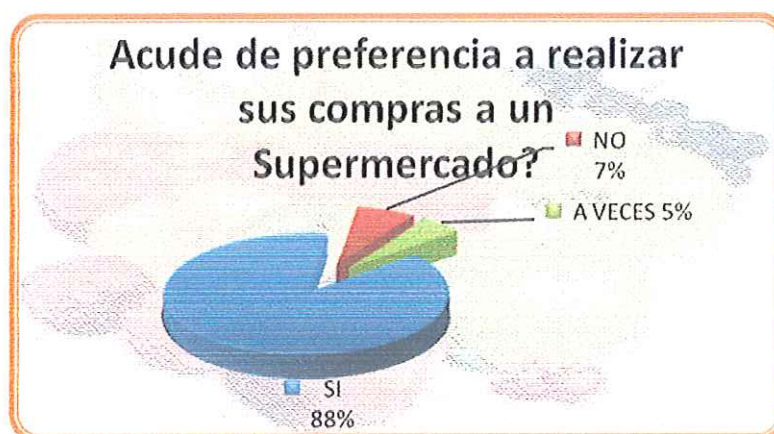
¿Acude de preferencia a realizar sus compras a un Supermercado?

Tabla N° 2

Variables	Frecuencia	%
SI	327	88
NO	25	7
A VECES	18	5
TOTAL	370	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 2



Análisis:

Como resultado de la encuesta en ésta pregunta se pudo filtrar a las personas o familias que tienen preferencia por acudir a los supermercados a realizar sus compras.

Así se tiene que de las 370 (100%) de las familias encuestadas de la muestra; 327 de ellas (88%), tienen preferencia por realizar sus compras en estos establecimientos; y 18 familias o sea el (5%) lo hace a veces.

A partir de la respuesta a ésta pregunta se tomó en cuenta a las 345 encuestas con resultado positivo, para continuar con el análisis del estudio del mercado.

PREGUNTA # 3

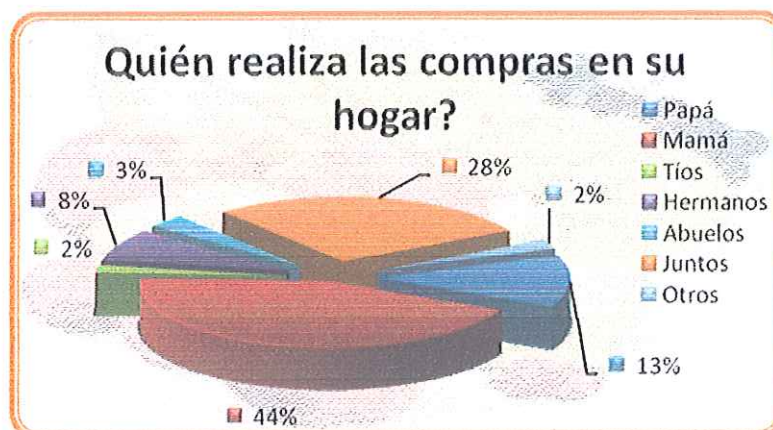
¿Quién realiza las compras en su hogar?

Tabla N° 3

Variables	Frecuencia	%
Papá	44	13
Mamá	151	44
Tíos	6	2
Hermanos	28	8
Abuelos	11	3
Juntos	97	28
Otros	8	2
TOTAL	345	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 3



Análisis:

Como resultado en esta pregunta se pudo conocer que en un alto porcentaje esto es un 44%, quién realiza las compras en el hogar es el ama de casa (madre), seguido por un 28% en el cual realizan las compras juntos (papá y mamá), y en un 13% la cabeza de hogar esto es el papá.

PREGUNTA # 4

¿Cuánto dinero gasta normalmente al acudir a realizar sus compras en un Supermercado?

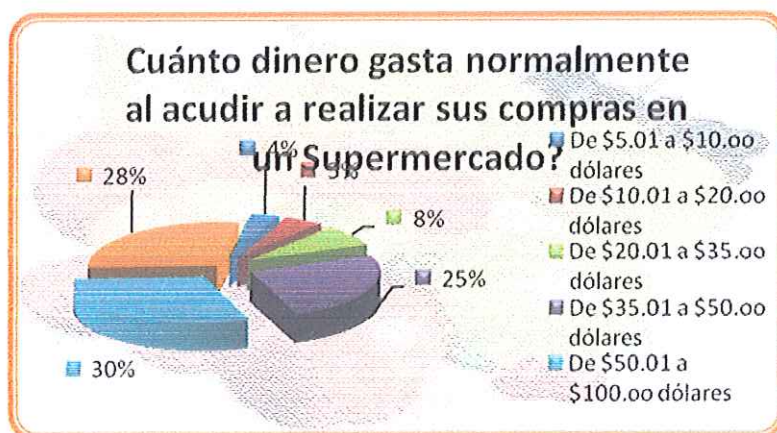
Tabla N° 4

Variables	frecuencia	%
De \$5.01 a \$10.00 dólares	12	3
De \$10.01 a \$20.00 dólares	17	5
De \$20.01 a \$35.00 dólares	27	8
De \$35.01 a \$50.00 dólares	87	25
De \$50.01 a \$100.00 dólares	104	30
De \$100.01 dólares en adelante	98	28
TOTAL	345	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.

Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 4



Análisis:

Se obtuvo que alrededor del 30% de las familias encuestadas, gastan aproximadamente de \$50.00 a \$100.00 dólares en realizar sus compras en un supermercado; el 28% gastan de \$100.00 dólares en adelante; el 25% de \$35.00 a \$50.00 dólares y el otro 17% de las familias encuestadas repartidas en porcentajes similares, gasta cantidades inferiores a los \$35.00 dólares; pero, también más adelante se analizará con qué frecuencia al mes realizan estas compras de menor rango.

PREGUNTA # 5

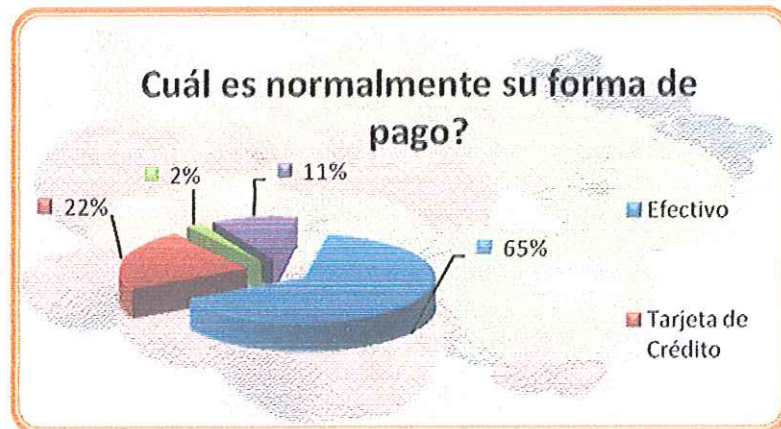
¿Cuál es normalmente su forma de pago?

Tabla N° 5

Variables	Frecuencia	%
Efectivo	223	65
Tarjeta de Crédito	78	23
Tarjeta de Debito	7	2
Tarjeta / Convenios / Asoc.	37	11
TOTAL	345	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 5



Análisis:

Se pudo obtener como resultado que la mayoría de los clientes potenciales del supermercado esto es el 65%, realizarían sus compras en efectivo y en segundo lugar con un porcentaje del 22% con tarjeta de crédito.

PREGUNTA # 6

¿Qué tipo de productos acostumbra a consumir en los Supermercados?

Importante: El número de preferencias de los determinados productos o artículos, están dados en base al número de las encuestas realizadas a las familias con preferencia positiva por realizar sus compras en Supermercados (345 familias).

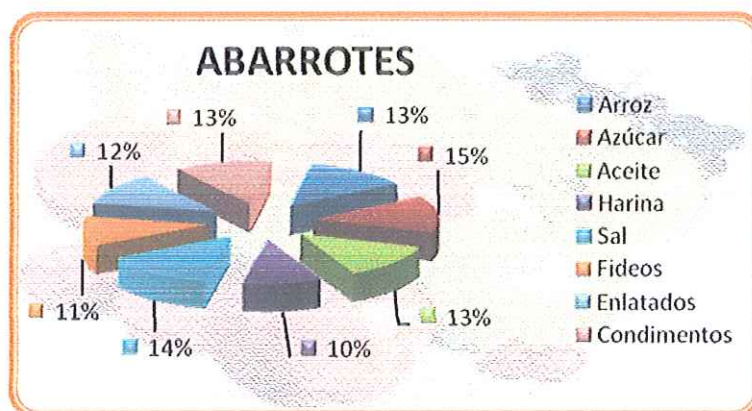
ABARROTES

Tabla N° 6

Variables	Preferencia	%
Arroz	329	13
Azúcar	337	14
Aceite	318	13
Harina	247	10
Sal	343	14
Fideos	271	11
Enlatados	298	12
Condimentos	306	12
TOTAL	2449	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 6



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo ABARROTES, se obtuvo según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Azúcar, Sal, Arroz, aceite, Enlatados y Condimentos.

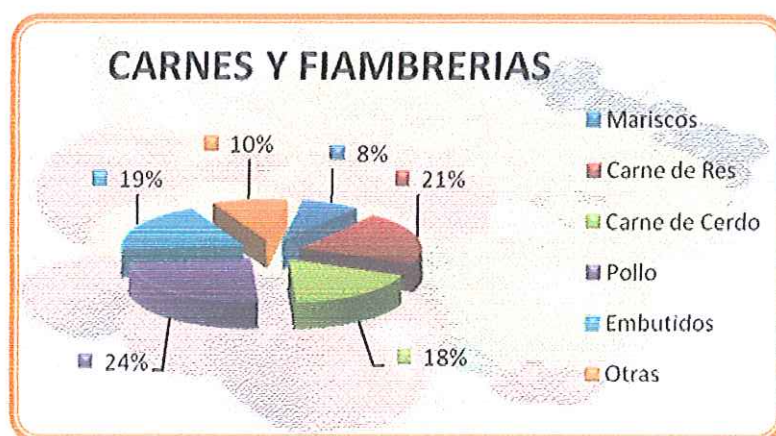
CARNES Y FIAMBRERÍAS

Tabla N° 7

Variables	Preferencia	%
Mariscos	91	8
Carne de Res	247	21
Carne de Cerdo	212	18
Pollo	292	25
Embutidos	229	19
Otras	119	10
TOTAL	1190	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 7



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo CARNES Y FIAMBRERIAS, se encuentra según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Pollo (24%), Carne de Res (21%), Embutidos (19%) y Carne de cerdo (18%).

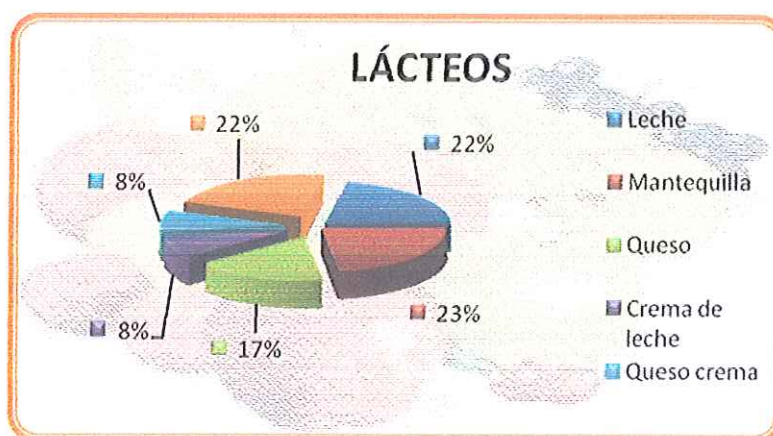
LÁCTEOS

Tabla N° 8

Lácteos	Preferencia	%
Leche	271	22
Mantequilla	288	23
Queso	207	17
Crema de leche	98	8
Queso crema	101	8
Yogurt	276	22
TOTAL	1241	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 8



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo LÁCTEOS, se obtuvo según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Mantequilla (23%), Yogurt (22%), Leche (22%) y Queso (17%).

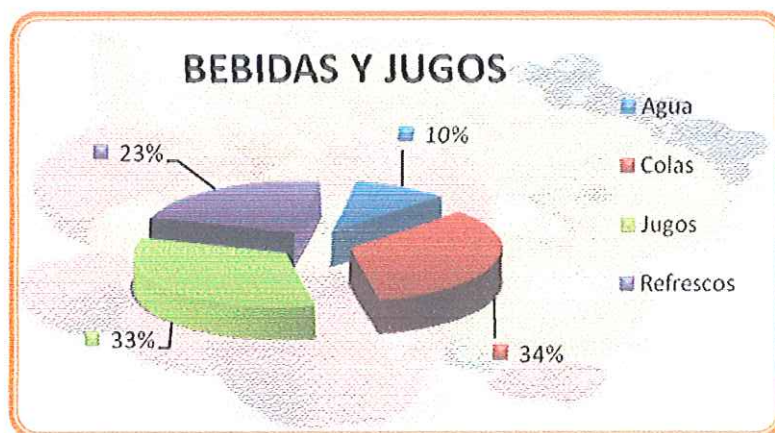
BEBIDAS Y JUGOS

Tabla N° 9

Bebidas y jugos	Preferencia	%
Agua	91	10
Colas	309	34
Jugos	299	33
Refrescos	209	23
TOTAL	908	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 9



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo BEBIDAS Y JUGOS, se encuentra según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Colas (34%), Jugos (33%), y Refrescos (23%).

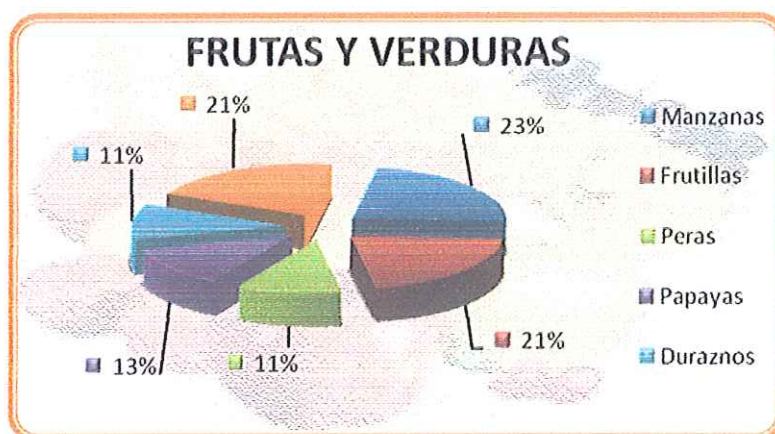
FRUTAS Y VERDURAS

Tabla N° 10

Frutas y Verduras	Preferencia	%
Manzanas	205	23
Frutillas	191	21
Peras	98	11
Papayas	112	13
Duraznos	98	11
Verduras en general	186	21
TOTAL	890	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 10



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo FRUTAS Y VERDURAS, se obtuvo según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Manzanas (23%), Frutillas (21%) y Verduras en general (21%).

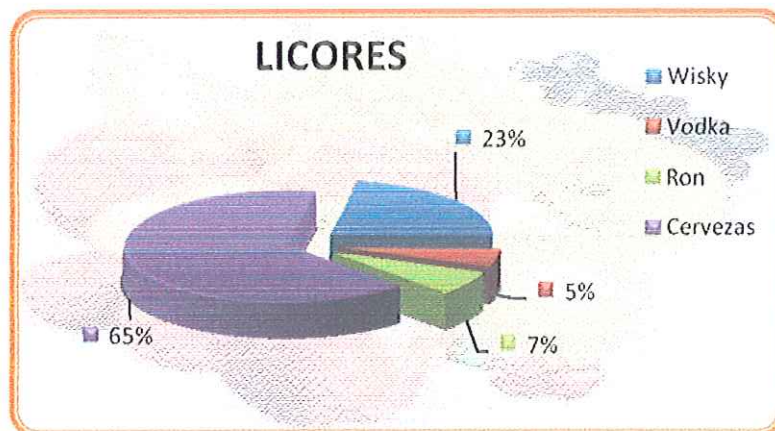
LICORES

Tabla N° 11

Licores	Preferencia	%
Whisky	69	23
Vodka	17	6
Ron	21	7
Cervezas	198	65
TOTAL	305	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 11



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo LICORES, se encuentra según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Cervezas (65%) y Whisky (23%).

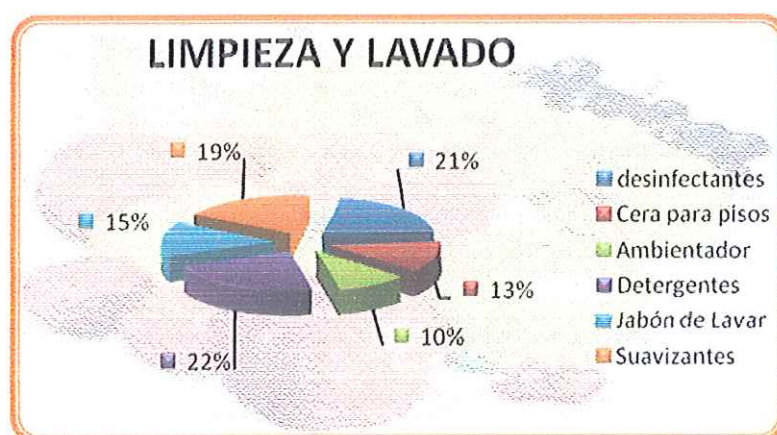
LIMPIEZA Y LAVADO

Tabla N° 12

Limpieza y Lavado	Preferencia	%
Desinfectantes	298	21
Cera para pisos	189	13
Ambientador	148	10
Detergentes	321	22
Jabón de Lavar	211	15
Suavizantes	278	19
TOTAL	1445	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 12



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo LIMPIEZA Y LAVADO, se obtuvo según las preferencias, que los más consumidos en los por las familias encuestadas son: Detergentes (22%), Desinfectantes (21%); Suavizantes (19%), y Jabón para lavar (15%).

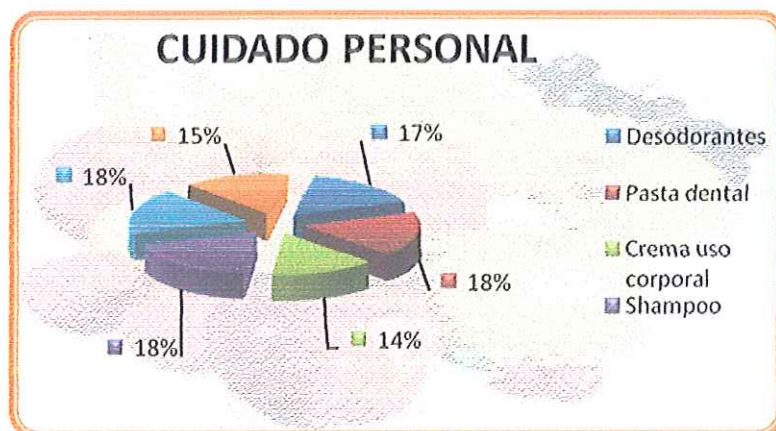
CUIDADO PERSONAL

Tabla N° 13

Cuidado Personal	Preferencia	%
Desodorantes	313	17
Pasta dental	329	18
Crema uso corporal	269	14
Shampoo	338	18
Acondicionador	338	18
Lociones	271	15
TOTAL	1858	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 13



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo CUIDADO PERSONAL, se encuentra según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Shampoo (18%), Acondicionador (18%), Pasta dental (18%) y Desodorantes (17%).

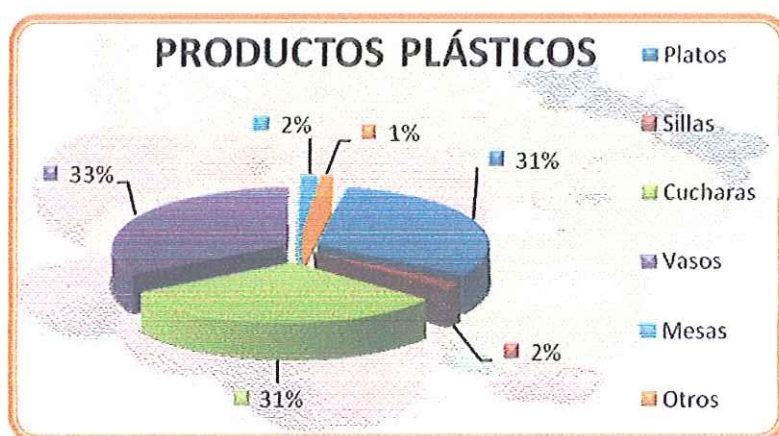
PRODUCTOS PLÁSTICOS

Tabla N° 14

Productos plásticos	Preferencia	%
Platos	206	31
Sillas	13	2
Cucharas	206	31
Vasos	222	33
Mesas	10	2
Otros	7	1
TOTAL	664	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 14



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo PRODUCTOS PLASTICOS, se obtuvo según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Vasos (33%), Platos (31%), y Cucharas (31%).

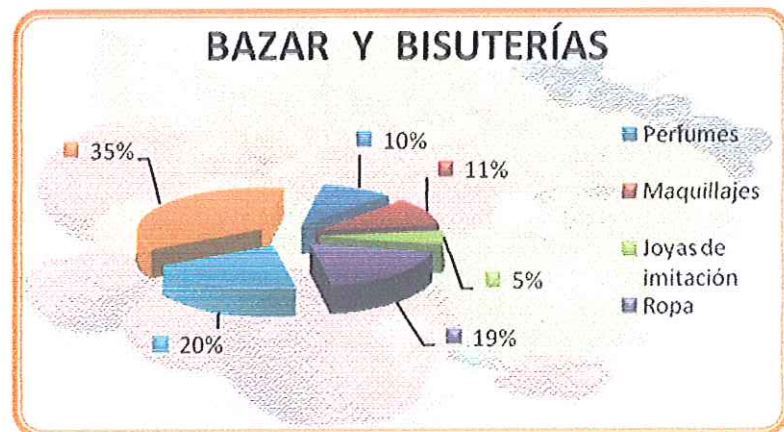
BAZAR Y BISUTERÍAS

Tabla N° 15

Bazar y Bisuterías	Preferencia	%
Perfumes	48	10
Maquillajes	54	11
Joyas de imitación	27	5
Ropa	95	19
Zapatos	101	20
Lencería	179	36
TOTAL	504	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 15



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo BAZAR Y BISUTERÍAS, se encuentra según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Lencería (36%), Zapatos (20%), y Ropa (19%).

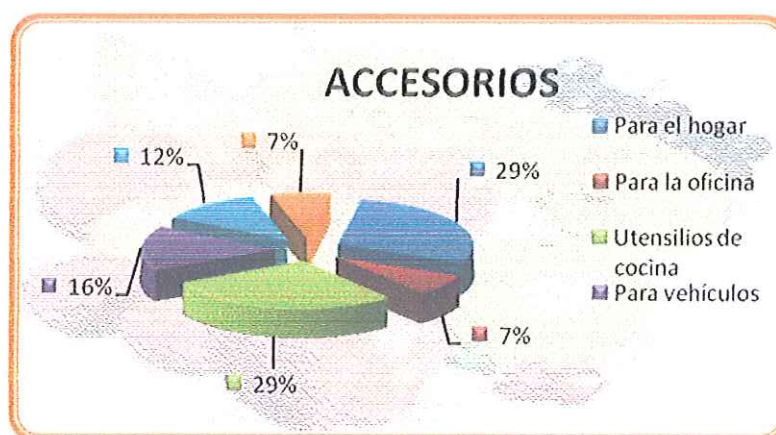
ACCESORIOS

Tabla N° 16

Accesorios	Preferencia	%
Para el hogar	107	29
Para la oficina	27	7
Utensilios de cocina	105	28
Para vehículos	59	16
De jardinería	45	12
Otros	27	7
TOTAL	370	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 16



Análisis:

Entre la clasificación de los productos por tipo ACCESORIOS, se obtuvo según las preferencias, que los más consumidos en los supermercados por las familias encuestadas son: Accesorios para el hogar (29%), Utensilios de cocina (28%), y Accesorios para vehículos (16%).

PREGUNTA # 7

¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

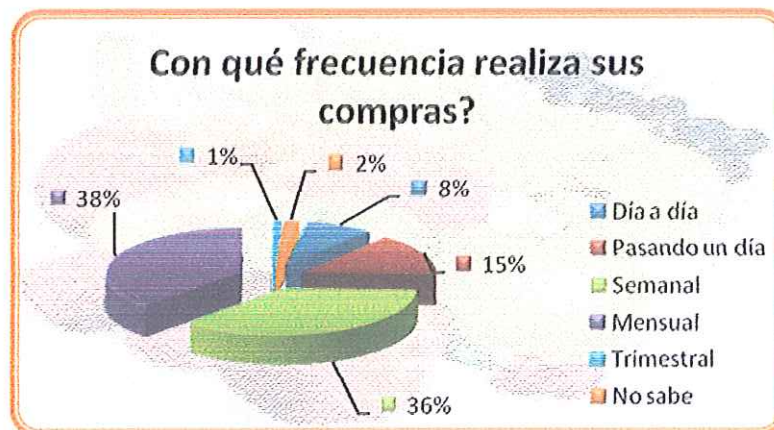
Tabla N° 17

Variables	Frecuencia	%
Día a día	28	8
Pasando un día	51	15
Semanal	126	37
Mensual	131	38
Trimestral	3	1
No sabe	6	2
TOTAL	345	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.

Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 17



Análisis:

En ésta pregunta se reconoce que el 38% de las familias del sector Valle San Rafael y las urbanizaciones aledañas acuden a realizar sus compras en un supermercado mensualmente; Semanalmente un 37% y el porcentaje restante de familias sostienen que visitan el supermercado pasando un día, o día a día.

PREGUNTA # 8

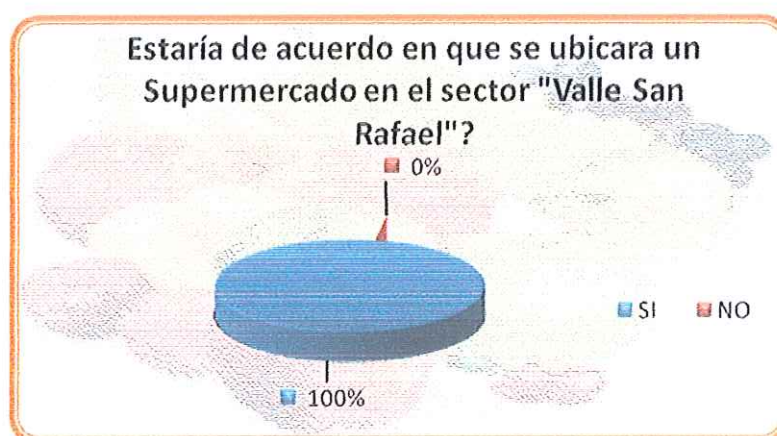
¿Estaría de acuerdo en que se ubicara un Supermercado en el sector “Valle de San Rafael”?

Tabla N° 18

Variables	Frecuencia	%
SI	345	100
NO	0	0
TOTAL	345	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.
Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 18



Análisis:

Entre las familias encuestadas el resultado de la inclusión de ésta pregunta fue POSITIVA, en su totalidad. Todos se encuentran de acuerdo en que se ubique un supermercado en el sector Valle San Rafael, por las razones que exponen en la siguiente pregunta de la encuesta efectuada.

PREGUNTA # 9

¿Por qué estaría dispuesto a visitar y realizar sus compras en dicho local?

Tabla N° 19

Variables	Frecuencia	%
Curiosidad	345	15
Cercanía	333	14
Diversidad de Productos	333	14
Atención	327	14
Calidad	345	15
Comodidades	322	14
Precios	345	15
TOTAL	2350	100

Fuente: encuestas a familias de la zona.

Elaboración: Carlos Samaniego

Gráfico N° 19



Análisis:

En esta pregunta se pudo conocer de manera más específica, los aspectos que motivan a las familias – (clientes potenciales), a visitar el supermercado, entre las cuales tenemos: Curiosidad, Calidad y Precios con el 15% y el resto de manera uniforme y a la vez alta en sus puntajes de aprobación, encontramos a los otros

aspectos como: Cercanía, Diversidad de Productos, Atención y comodidades con el 14%.

3.7 CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

Se presentan a continuación los resultados obtenidos en relación con los objetivos del estudio de factibilidad para la creación de un supermercado en el sector valle San Rafael.

Este contendrá 5 Capítulos dentro de los cuales se tocará en cuenta todos los parámetros necesarios para el óptimo desarrollo del proyecto.

CAPITULO IV

4. ESTRUCTURA DEL MERCADO

4.1. Características del Mercado

4.1.1. Efectos del Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador para el Proyecto.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador, se encuentra el programa social SOCIO SOLIDARIO, que es un plan público-privado donde el gobierno junto con los supermercados y centros de expendio de productos de primera necesidad trabajan de manera mancomunada para ofrecer productos de alta calidad con descuentos entre el 5 y el 30% para todos los ciudadanos y en todos los canales de distribución. El descuento es posible gracias a que todos los integrantes de la cadena productiva, reducen su margen y han trabajado para aminorar los gastos en la presentación de sus productos.

Los productos SOCIO SOLIDARIO, están desde ya en diferentes canales de distribución, como son los Supermercados a nivel nacional, tiendas de barrio y además en las Ferias Ciudadanas, programa impulsado por el Ministerio de Gobierno.

Este programa de inclusión en primera instancia de los supermercados en la labor de desarrollo emprendida por el gobierno, consta de de las siguientes fases:

Primera Fase-Supermercados (ya en marcha) Productos con registro sanitario:

- Aceite en funda (DANEC, ALES, FABRIL): precio US.1 funda de 667cc., descuento 30%.
- Arroz (marca AKI): US.0.37 centavos la libra- descuento 20%.
- Atún (marca NIRSA): 170 gr. US.0.61, descuento 30%.
- Leche en polvo (ORDEÑO): US.2,43 la libra. Descuento del 15%.
- Pollo en presa y menudencia: (SECO Y POLLO PRONACA): 0,59 libra.

Descuento del 30%.

- Lenteja: (AKI). US.0,61 libra. Descuento del 20%.

Segunda Fase-Supermercados (a partir del 15 de junio) Productos que necesitaban registro sanitario:

- Hamburguesa de pollo
- Pollo en trozos
- Otras variedades de Atún
- Filetes de pescado
- Hamburguesa de res
- Leche líquida
- Pan (briollo)
- Avena
- Galleta Fortificada
- Colada
- Harina de plátano
- Mostaza
- Pañales
- Jugo de frutas
- Mayonesa

4.1.2. Efectos de las Restricciones con Tratados Internacionales

El gobierno y la empresa privada han iniciado una campaña colocando grandes carteles en las cadenas de supermercados de esta nación que dicen "Primero Ecuador", para fomentar el consumo de productos ecuatoriano, motivo por el cual en Ecuador se ha impuesto restricciones a la importación de todo tipo de productos, desde uvas chilenas y champús peruanos, hasta zapatos deportivos estadounidenses.

Muchas importaciones quedaron fuera del alcance de los compradores ecuatorianos, cuando las medidas entraron en efecto, el 22 de enero. Además de esto están en riesgo innumerables empleos, tanto en Ecuador como en los vecinos andinos que representan casi la mitad de sus importaciones.

Las barreras afectan 627 tipos de bienes, y adoptan tres variantes: El volumen de importaciones decrece hasta 35%, el impuesto a las importaciones aumenta entre 30 y 35% o se imponen cargos de hasta 12 dólares por kilogramo de textiles y 10 dólares por cada par de zapatos.

Estas medidas son tan severas como cualquier paso considerado proteccionista por la Organización Mundial de Comercio, y ningún país tiene restricciones tan duras como el Ecuador.

4.2. LA DEMANDA

4.2.1. Naturaleza de la demanda que generará la creación del supermercado en la zona sur de la ciudad de Esmeraldas.

Teniendo en cuenta los diferentes aspectos, como la distribución, el ingreso promedio de las cabezas de cada hogar, y los estratos sociales básicamente bajos, la demanda ha tenido tendencias de alto consumo, pero relativo a mercado básicos, quiere decir que están implícitos en ellos referencias de alimentos comunes, y otros productos para satisfacer básicamente las necesidades mas extremas de alimentación muy normal, aseo personal y del hogar, sin que se evidencie lujo o despilfarro por parte del demandante.

Para sostener dicho criterio se presenta información de campo obtenida mediante un sondeo de mercado realizado en el lugar, en el cual se puede observar la considerable aceptación de la ubicación y creación del proyecto del supermercado en este lugar. (Ver pregunta N°2, Tabla N°2, Gráfico N°2; pregunta N°8, Tabla N°18, Gráfico N°18; pregunta N°9, Tabla N°19, Gráfico N°19).

4.2.2. Estructura de preferencias o gustos por los productos que se comercializaran en el supermercado.

Con respecto a preferencias y gustos se tiene la siguiente información de campo obtenida a través de la aplicación de técnicas de recopilación de datos "in situs", donde encontramos las preferencias y gustos por tipo de productos, así tenemos que

los productos de mayor preferencia por los consumidores que visitan los supermercados son: Los cárnicos, abarrotes, lácteos, bebidas, frutas / verduras, de limpieza y lavado. De acuerdo al porcentaje de preferencia y aceptación obtenido de la encuesta a los compradores potenciales de la zona. (Ver Tablas 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 y gráficos 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16 de la pregunta N° 6 en la encuesta).

4.2.3. Nivel de ingresos o riqueza del comprador del producto.

Como nivel de ingreso promedio de los clientes potenciales, se obtuvo la aproximación de USD\$150 quincenal y USD\$300.00 mensual. (Ver pregunta N°4, tabla N°4 y gráfico N°4 y pregunta N° 7, tabla N° 17 y gráfico N° 17. Con respectivo análisis y sustentación de los indicadores expresados.

4.2.4. Precio de los productos a expendirse en el supermercado.

Conocer el precio es importante porque es la base para conocer los ingresos futuros, teniendo muy claro de que tipo de precio se habla y las variaciones que pueda presentar al modificar las condiciones iniciales o cualquiera que lo pueda afectar. Es bueno tener en cuenta además que comercialmente se manejan varios tipos de precios, internacionales, nacionales, regionales, que pueden variar de acuerdo con la cercanía a los puertos y abastecimientos o con otros factores del mercado que le puedan favorecer o perjudicar en algún momento pero por el tipo de producto el precio corresponde al vigente en todo el país. También es importante además, que el precio pudiere variar de acuerdo con las cantidades que el consumidor en un momento dado requiera, no obstante, para el caso no aplica y es por esta razón que se da el manejo del precio promedio por ser general en el comercio en que se desenvuelven los supermercados. (Ver anexo N°2: Lista Precios por Productos).

4.2.5. Tipo de Demanda que posee el supermercado en proyecto.

Por la naturaleza del mismo y las características del mercado meta el proyecto de creación del supermercado posee una demanda Inelástica debido a que cuando existe una variación de precio la cantidad demandada varía menos que el precio, por el motivo que se trata de productos de primera necesidad y que son necesario su consumo.

4.2.6 Condiciones de Operación del Proyecto en el Mercado.

Debido a las características que presenta el mercado, el proyecto de creación del supermercado, operará en condiciones de competencia perfecta que es un modelo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre ellos productos que son homogéneos o iguales en un mercado dado, pero, sin tener influencia distinguible en el precio de venta porque este es fijado de manera impersonal por el mercado; en el cual, la información circula de manera perfecta de tal forma que los compradores y vendedores están bien informados.

4.2.7 Margen de durabilidad de los productos a expendirse en el supermercado.

Por tratarse de productos de primera necesidad y de consumo masivo, casi todos los artículos en su mayoría, esto es el 90% son perecibles y su durabilidad va desde las 72 horas hasta 1 año, por lo cual existe una considerable rotación anual de productos, debido a su poco tiempo para ser consumidos y su poca durabilidad.

4.2.8 Estimación del comportamiento de los ingresos de los clientes potenciales.

Basándose en el nivel de ingresos promedio mensual obtenido en la recolección de información de campo realizada, se puede asumir el comportamiento del ingreso de los posibles consumidores, prestando atención al gráfico de la frecuencia con que acuden a realizar sus compras donde se tiene que los puntos más altos son mensual y semanalmente. (Ver pregunta N°7, tabla N°17 y Gráfico N°17).

4.2.9. Definición de los productos a expendirse en el supermercado.

Debido a su gran variedad, tipo y necesidad para los consumidores, el supermercado poseerá productos Sustitutos, Complementario e independientes.

4.3. LA OFERTA

4.3.1. Razones e incentivos propios y/o nacionales para querer crear un supermercado en la zona sur de la ciudad de Esmeraldas (Valle San Rafael).

- ✓ En la actualidad no existe en la zona sur (Valle San Rafael) un establecimiento de expendio de productos de primera necesidad con los beneficios, cualidades, variedad de artículos y comodidades para los clientes visitantes como el que se pretende crear en el lugar antes mencionado.
- ✓ Existe un nivel de aceptación muy positiva por parte de los consumidores potenciales de los productos del supermercado en la zona.
- ✓ Uno de los puntos a favor del proyecto (supermercado), es su ubicación ya que debido a esto los consumidores que tiene preferencias por realizar sus compras en un supermercado ya no tendría que trasladarse hasta el centro de la ciudad para hacerlo gastando tiempo y dinero, si no, que realizarían sus compras en el local más cercano que en este caso sería el proyecto que se desea crear.
- ✓ Los clientes potenciales de la zona destinan una cantidad de dinero considerable semanal y mensualmente en realizar sus compras en supermercados, oportunidad para el proyecto que debe ser aprovechada y explotada.

- ✓ El incremento poblacional de la ciudad de Esmeraldas se está dando de manera vertiginosa con dirección hacia el sur , justo donde se pretende ubicar el proyecto (supermercado).
- ✓ en el lugar donde se pretende ubicar el supermercado se cuenta con todos los servicios básicos y se halla tecnología al alcance.
- ✓ Ser partícipe del mejoramiento del ornato de la ciudad y específicamente de los barrios y ciudadelas ubicadas en la zona sur (Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas).

4.3.2. Comportamiento del proyecto en el entorno ecuatoriano actual e implicaciones para el mismo.

Hoy en día se está incluyendo de manera aleada con el Estado, la actividad comercial que realizan los supermercados, para que sirvan de intermediadores y centros de distribución de ayuda de tipo social, como lo es el programa Socio Solidario, un plan público-privado que se ejecuta a través de los supermercados, lo cual se convierte en mercadotecnia social para los mismos, repercutiendo de manera positiva en la imagen de este tipo de establecimientos, y que las personas se dan cuenta que a pesar que poseen una actividad económica comercial, están aportando al bienestar y desarrollo de la nación por medio de sus convenios de colaboración para con el Estado, lo cual ha sido visto con buenos ojos por la población ecuatoriana.

4.3.3. Duración de Proyecto.-

La duración aproximada del funcionamiento del proyecto será 10 de años considerando la depreciación de los equipos y materiales adquiridos, pudiendo alargarse de acuerdo a la buena administración de los recursos.

4.3.4. Incidencia climática para el proyecto.-

Para el proyecto en sí y el normal desenvolvimiento del mismo no afectaría sobre manera la incidencia climática. En lo que puede afectar de forma directa sería a los proveedores de productos que se comercializarían en el supermercado, que por el motivo del mal tiempo pueda llegar a escasearse o tener dificultades para llegar a su destino.

4.3.5. Bienes sustitutos existentes en el mercado.-

Como bien sustituto del proyecto existirían los establecimientos de menor rango existente en esta zona (Despensas, Minimarket, Tiendas), que se dedican al expendio de productos de primera necesidad y que en determinadas situaciones podrían satisfacer la demanda de los clientes en el requerimiento de algún producto.

4.4. ESTUDIO DE MERCADO

4.4.1. Mercado Competidor

En nuestro medio y a nivel nacional **Supermercados La Favorita**, es la principal cadena de supermercados en el país, con sus formatos de hipermercados, supermercados y tiendas destinadas a nivel socio-económico bajo y a ciudades más pequeñas (el formato que mayor crecimiento presenta en los últimos cinco años).

Importadora El Rosado, con formatos similares a SLF, es la segunda cadena más importante en Ecuador. SLF e IER ofrecen descuentos de 5 a 7% para sus “afiliados” (no para tiendas pequeñas; precio de la tarjeta de afiliación es aproximadamente 50 dólares al año).

TIA, una de las grandes cadenas a nivel nacional también posee sucursales en la ciudad de Esmeraldas, constituyéndose como competencia para el proyecto en estudio.

A más de las grandes cadenas antes mencionadas que se las considera como competencia, se debe tomar en cuenta las 7 tiendas de abarrotes que existen en el

lugar. Estas son: despensa Don Luis, Abarrotes JR, despensa Surfresh, despensa el mercadito, despensa Don Carri, despensa San Rafael, Abarrotes la “Y”.

4.4.2. Posición del proyecto frente a la competencia.-

Las cadenas de supermercados en Ecuador aumentaron su participación en el mercado detallista en los años y casi doblaron su número de tiendas (De alrededor de 85 a mediados de 1998 a alrededor de 160 para agosto 2009).

El número de supermercados por millón de personas ha aumentado en los últimos cinco años en Ecuador de alrededor de siete en 1999 a casi doce tiendas por millón de personas en el 2009.

El mayor número de tiendas detallistas de las tres cadenas más grandes se encuentra en las principales ciudades del país, y como ya se conoce en la provincia de Esmeraldas también (Akí, Tía). Para lo cual la posición y ventaja del proyecto sería su ubicación al sur de la ciudad y el horario de atención del establecimiento (7am-11pm), ya que en lo que tiene que ver con precios al principio sería un poco difícil competir con estas grandes cadenas. Por lo que se tiene previsto implantar estrategias de ventas estables, beneficiosas y más que todo tratar de satisfacer la demanda de la zona sur Valle San Rafael donde se tiene planificado ubicar el proyecto.

4.4.3. Variables Externas

Podrían ser de índole:

- **Político.-** Que las autoridades encargadas de regir el funcionamiento de este tipo de establecimientos, adopten una política restrictiva que afecte el normal desenvolvimiento de las actividades de proyecto en estudio, como: prohibición de ventas de ciertos artículos de consumo especial, etc.

- **Económicas**. - Que el Estado asuma nuevas medidas económicas que afecten directa o indirectamente al proyecto, esto podría ser: incremento considerable de los costos de servicios básicos, aumento de tasas de interés, incremento de precios de determinados productos etc.
- **Fiscales**. - Que el Fisco a través de sus organismos de control cree algún tipo de impuesto porcentual que sea gravado a determinada cuenta de balance, ya sea de ventas, activos o patrimonio del proyecto (Supermercado).
- **Laborales**. - Que el Estado por medio de sus Ministerios promuevan alguna política, ley o norma que represente una variación considerable en los términos laborales actualmente establecidos, esto puede ser: incremento porcentual del salario, aprobación de más beneficios económicos para el sector laboral, etc. Lo cual ocasionaría que se tomen también algunas medidas como la de desistir de determinada cantidad de personal entre otras.

4.4.4. Análisis FODA

Fortalezas

- ✓ En el sector Valle San Rafael existe un considerable número de clientes-familias potenciales.
- ✓ Existe una gran preferencia de las familias por realizar sus compras en supermercados.
- ✓ El negocio de expendio de productos de primera necesidad en este sector tiene una buena aceptación según las encuestas realizadas.

Oportunidades

- ✓ Existen muy pocos establecimientos oferentes en el sector, por lo tanto no hay mucha competencia.

- ✓ Existe la amplia posibilidad de penetrar y posicionarse en este mercado meta.
- ✓ El sector Valle San Rafael se encuentra atravesado por la vía que conduce a las playas de sur de la ciudad de Esmeraldas. Como Atacames, Tonsupa, Súa, Same, Tonchigüe, Muísne, etc.
- ✓ Abaratar costos debido a la cercanía de los oferentes con la demanda.

Debilidades

- ✓ Características y gustos especiales de los clientes potenciales.
- ✓ Existen intervalos de horas donde disminuyen el volumen de ventas.

Amenazas

- ✓ Medidas económicas
- ✓ Escasez de productos.
- ✓ La creación de un mercado en el sur de la ciudad.
- ✓ Demora en la entrega de los productos por parte de los proveedores.
- ✓ Fenómenos naturales.

4.4.4.1. Estrategias de ventas, promoción y publicidad.-

- ✓ Horario de atención extendido (de 7am-11pm).
- ✓ Comodidad para que el cliente realice sus compras
- ✓ Buen trato
- ✓ Descuentos del 5% al 50% en determinados productos.
- ✓ Variedad de artículos.
- ✓ Convenio con empresas

- ✓ Mitad de precio en legumbres, verduras, frutas y demás productos seleccionados en su tiempo en determinado día y horario.
- ✓ Mercadotecnia compartida entre productos (por la compra de un producto (X), puede llevar gratis un producto (Y)).
- ✓ Buena ubicación de los productos (visibilidad oportuna, inconsciente e incentivante para los clientes).
- ✓ Sorteos diarios entre los clientes presentes.
- ✓ Precios bajos
- ✓ Publicidad al máximo!! Mediante televisión, radio, prensa escrita, internet, mensaje de texto con invitaciones atractivas, hojas volantes entre los clientes que visiten el supermercado.

4.4.5. Proyección de Ventas.-

TABLA N° 20

PRONOSTICO DE VENTAS

Mercado Meta	Pregunta # 2		Pregunta # 4		Pregunta # 7		Número Familias Visitantes	# Visitas anual por familia	Total Venta Anual	
	88 % Aceptación	Part. Con éxito 10% Mercado	Rango de Gastos	Promedio Gasto	Frecuencia anual	% Familias visitantes				
10000	8800	880	5,01 10,01 20,01 35,01 50,01 100,01	7,51 15,01 27,51 42,51 75,01 110,01	Dia a dia Pasando un dia Semanal Mensual Trimestral No sabe	365 182 52 12 4 4	8 15 37 38 1 2	71 130 321 334 8 15	26068 23676 16712 4010 31 61	195643,39 355255,77 459673,13 170433,96 2295,81 6734,22
					TOTAL		100	880	70558	1190036,27

Se tiene como universo o como mercado total a las 10.000 familias que residen en la localidad Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas, en donde tomando en cuenta los resultados de la pregunta # 2 de la encuesta realizada, existe un 88% de aceptación esto es 8.800 familias de las cuales se aspira obtener una participación en el mercado de un 10% del total, que sería 880 familias mensuales que realizarían sus compras en el supermercado.

Para continuar con el cálculo del pronóstico de ventas se realizó el cruce de información con la pregunta # 4 donde se investigó la cantidad de dinero que normalmente se acostumbra gastar en realizar las compras en el supermercado, para lo cual se obtuvo un promedio por rango, los cuales se los tomará en cuenta más adelante para conocer las ventas estimadas.

Con el análisis de la pregunta # 7 realizada en la encuesta , se pudo conocer el porcentaje y la frecuencia de las familias visitantes del supermercado, los cuales al ser multiplicados por el promedio de gastos por rango, ya obtenidos en la pregunta # 4, se tiene como resultado el total de ventas anuales esto es \$ 1'190.036,27 dólares americanos.

Para analizar de manera más profunda el porcentaje por productos a los cuales corresponderán las ventas, fue necesario la elaboración de una tabla de preferencia alimentada por la información obtenida de las encuestas realizadas a la familias del sector en la cual en la pregunta # 6 se refiere a las preferencia en el consumo de los productos que se expenden dentro del supermercado, para lo cual se tiene:

TABLA N° 21

TABLA DE PREFERENCIAS POR PRODUCTOS

PRODUCTOS	PREFERENCIAS	% VENTAS
ABARROTES	2449	20,71%
CARNES	1190	10,06%
LACTEOS	1241	10,50%
BEBIDAS	908	7,68%
FRUTAS	890	7,53%
LICORES	305	2,58%
LIMPIEZA	1445	12,22%
CUIDADO PERSONAL	1858	15,71%
P. PLASTICOS	664	5,62%
BAZAR	504	4,26%
ACCESORIOS	370	3,13%
TOTAL	11824	100,00%

Una vez obtenidos los porcentajes de ventas por productos se procede a desglosar el \$1'190.036,27 dólares americanos de ventas anuales por tipo de producto.

TABLA N°22

PRONOSTICO VENTAS MENSUAL POR TIPO PRODUCTO

PRODUCTOS	% VENTAS	TOTAL ANUAL
ABARROTES	20,71%	246456,51
CARNES	10,06%	119717,65
LACTEOS	10,50%	124953,81
BEBIDAS	7,68%	91394,79
FRUTAS	7,53%	89609,73
LICORES	2,58%	30702,94
LIMPIEZA	12,22%	145422,43
CUIDADO PERSONAL	15,71%	186954,70
P. PLASTICOS	5,62%	66880,04
BAZAR	4,26%	50695,55
ACCESORIOS	3,13%	37248,14
TOTAL	100,00%	1'190.036,27

Los \$1'190.036,27 dólares americanos corresponde a la ventas por año que tendría el supermercado en la cual se asume para efectos de cálculo que se tiene un nivel de ventas promedio donde los días buenos de comercio compensaran a los días que no pueda haber un nivel de ventas relativamente alto.

4.4.6. PROYECCION DE COMPRAS Y VENTAS ANUAL

CUADRO N° 1

PRONOSTICO DE COMPRAS Y VENTAS					
VENTAS MENSUALES PROMEDIO			INCREM. COSTOS Y GASTOS		5,29%
99.169,69			INCREMENTO DE LAS VENTAS		5,88%
AÑOS	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	GASTOS OPERACIONALES	UTILIDAD NETA OPERACIONAL
	VALOR	VALOR			
1	1.190.036,27	833.025,39	357.010,88	105.246,67	251.764,21
2	1.259.058,37	877.092,43	381.965,94	110.814,22	271.151,72
3	1.332.083,76	923.490,62	408.593,14	116.676,30	291.916,84
4	1.409.344,62	972.343,27	437.001,34	122.848,47	314.152,87
5	1.491.086,60	1.023.780,23	467.306,37	129.347,16	337.959,21
6	1.577.569,63	1.077.938,21	499.631,42	136.189,62	363.441,80
7	1.669.068,67	1.134.961,14	534.107,53	143.394,05	390.713,47
8	1.765.874,65	1.195.000,58	570.874,06	150.979,60	419.894,47
9	1.868.295,38	1.258.216,11	610.079,26	158.966,42	451.112,85
10	1.976.656,51	1.324.775,75	651.880,76	167.375,74	484.505,02
					-
					-
TOTAL	15.539.074,45	10.620.623,74	4.918.450,70	5.702.173,04	3.576.612,45

Donde se destina como partida o presupuesto anual de costos en inventario de productos de \$833.025,39 dólares americanos, un incremento del 5,80% en las ventas anuales, porcentaje resultante de la ponderación de la inflación más el crecimiento poblacional del sector.

4.5. INGENIERIA DE PROYECTO

En este capítulo se determina el tamaño, la localización, el modelo administrativo y tecnológico idóneo y consecuente con el mercado. Se estima que lo mas optimo es buscar tecnología moderna para su operación solución técnicamente buena lo que no siempre es lo más viable económicamente hablando puesto que esta es de un alto

costo, por ello es necesario determinar las restricciones o capacidad de orden financiero con que cuenta el mismo.

El tamaño de un proyecto esta fuertemente relacionado con su equipo de fábrica y su producción ya que estos determinan las inversiones y los costos que se requiere para la puesta en marcha.

El equipo de fábrica depende el espacio físico para su operación teniendo en cuenta el comportamiento de la demanda.

En este mismo análisis es necesario cuantificar la mano de obra por su especialización y establecer un margen de remuneración calculando los costos de operación tales como mantenimiento reparación y reposición de equipos.

La ubicación del proyecto se debe realizar teniendo en cuenta varias alternativas entre costos de medios de transportes para los insumos y productos disponibilidad de materiales y el factor humano, normas legales y medios de comunicación buscando mayor utilidad y minimización de costos ya que de ellos depende en gran parte los resultados financieros de la propuesta.

4.5.1. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO.

El producto resulta siendo la acumulación de varias referencias comerciales, que forman parte de la canasta familiar. El volumen por consideración tiende a ser alto, el número de concentración de las referencias tiende a variar, de acuerdo con las exigencias que tenga el demandante del producto.

En lo que relaciona la morfología, la apariencia interna y externa del producto, resulta complejo definirlo, dado que es de común variabilidad.

Las características como se menciona anteriormente son diversas y cambiantes. El manejo del mismo posterior a una venta se desliga del proyecto, salvo en el caso en

que dichos mercados sean transportados de acuerdo con el deseo de quien realiza la compra.

4.5.2. PROCESO DE COMERCIALIZACION

Establece en síntesis un proceso de planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerido, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, para nuestro caso bienes de consumo, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable.

El precio se suele fijar buscando una utilidad luego de deducir costos y gastos en que se incurrieron para obtenerlo, de tal manera que el bien se pueda vender rápido. Estará orientado para el proyecto básicamente de acuerdo en la infraestructura que se describirá a continuación en el estudio técnico, todo el proceso que este tipo de comercio requiere y que esta mas dado a que los consumidores lleguen al producto y no el dirigirlo al consumidor.

4.5.2.1. CANALES DE DISTRIBUCION

El canal de distribución obedece, a la ruta que el producto sigue para encontrarse en manos del consumidor final, partimos del origen de 2 tipos básicos de canales de distribución existentes, el primero para productos de consumo popular, y un segundo para productos industriales, de acuerdo al proyecto se manejara el primero. Sin embargo este a su vez se subdivide en cuatro que describen una ruta, de productor - agente – mayorista – minorista - consumidor, otro la ruta de productor

- mayorista - minorista - consumidor luego un tercer o con ruta productor-minorista consumidor, finalmente aparece el canal de productores - consumidores y este compete al proyecto ya que establece que se utiliza, cuando el consumidor acude directamente al establecimiento que da origen al producto.

4.5.3. PROCESO DE COMPRA EN EL SUPERMERCADO.

El producto se compone, con las referencias adquiridas directamente a un distribuidor mayorista, en la medida de lo posible, manejando un aporte inicial de \$401.758.55 dólares americanos de abastecimiento presupuestado y teniendo además como soporte de inicio y consecución, el apalancamiento con proveedores.

4.5.4. DESCRIPCION DEL PROCESO DE VENTA EN EL SUPERMERCADO.

El proceso estará dado de la siguiente manera:

INICIO.

1.- Ingreso del Cliente al Supermercado.- el cliente llega al Supermercado, si posee auto lo deja en el estacionamiento e ingresa al local, se acerca al área de casilleros para dejar bolsas, cartera y demás tipos de artículos que no puede ingresar (si lo tuviere); luego de esto continua hacia el área de carritos o canasta (si deseara utilizar alguno de ellos), y procede a ingresar a los pasillos donde se exponen los productos.

2.- Recorrido por supermercado.- luego de haber ingresado al área de venta y exposición de los artículos, el cliente realiza el recorrido por los pasillos en busca de los productos de su preferencia, en aquellos productos nuevos pide demostración por

parte del personal que labora en el Super para que le expongas las bondades y beneficios de determinado producto.

3.-Decisión de compra.- Si el cliente queda satisfecho con el producto tiene la decisión de llevar el producto, si por el contrario no le gusta no lo lleva, culmina su recorrido y se va.

4.- Predisposición a pago.- el cliente cuando ya ha encontrado los artículos que buscaba se dirige al área de cajas para cancelar los productos que lleva.

CULMINACION

5.-Fin de la visita.- el cliente al cancelar en caja procede a regresar al área de casilleros por sus pertenencias (si hubiera dejado); si no, procede a salir del establecimiento hacia el área de parqueo para marcharse.

6.- Opción de Devolución.- Si el cliente al llevar el producto no se encuentra satisfecho regresa para realizar la opción de devolución que se hará efectiva previa presentación de factura y del artículo destinado al cambio.

4.5.4.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE VENTA EN EL SUPERMERCADO.

(Pagina siguiente)



4.6. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta que La localización del proyecto contribuye en gran medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad, es fundamental llegar a determinar el sitio donde se realizará la propuesta, es por ello que el supermercado ha de estar localizado en:

4.6.1. MACROLOCALIZACIÓN

La macrolocalización del presente proyecto de Supermercado será:

País: Ecuador
Región: Costa
Provincia: Esmeraldas
Cantón: Esmeraldas
Ciudad: Esmeraldas

4.6.2. MICROLOCALIZACIÓN

La microlocalización del proyecto se halla en el km 4 ½ vía Atacames en la ciudad de Esmeraldas.

Parroquia: Simón Plata Torres
Urbanización: San Rafael
Sector: San Carlos

4.6.2.1. CROQUIS DE UBICACIÓN

(Pagina siguiente)



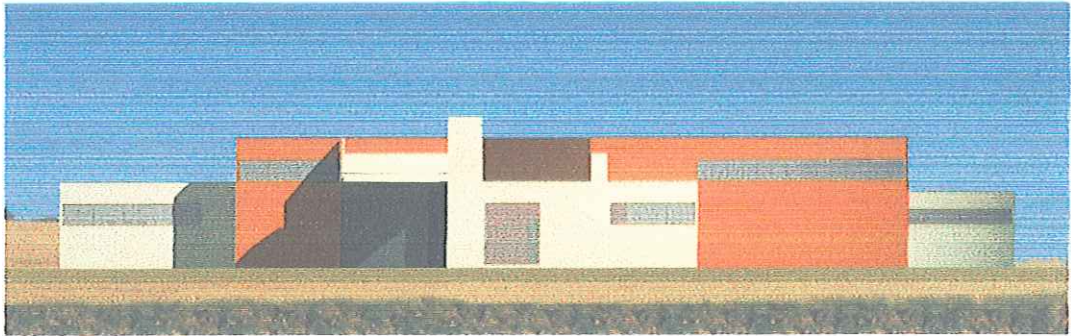
4.7. TAMAÑO.

Para el caso del proyecto, el tamaño está dirigido hacia la capacidad que se tenga del almacenamiento, comercialización y manejo del mismo. De la misma manera esta relacionado o definido de acuerdo con el capital de trabajo que se requiera.

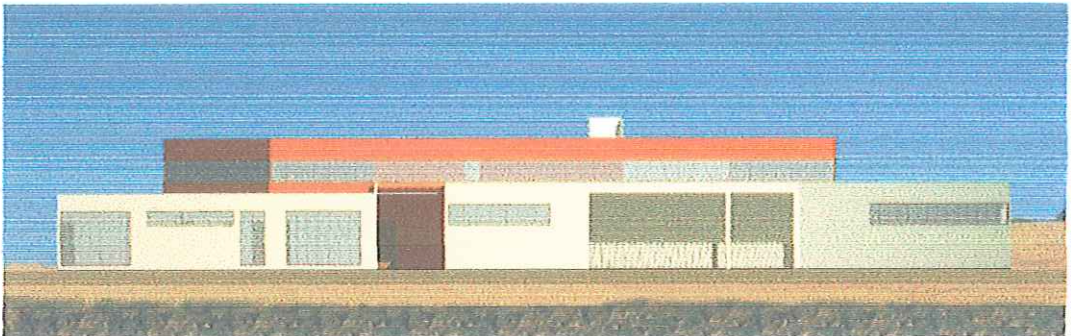
El tamaño estructural del proyecto en estudio será de 2.430m² (54mts x 45mts), lo que en la línea de supermercados se considera un establecimiento de estructura grande.

A continuación imágenes de vista externa de la estructura del supermercado:

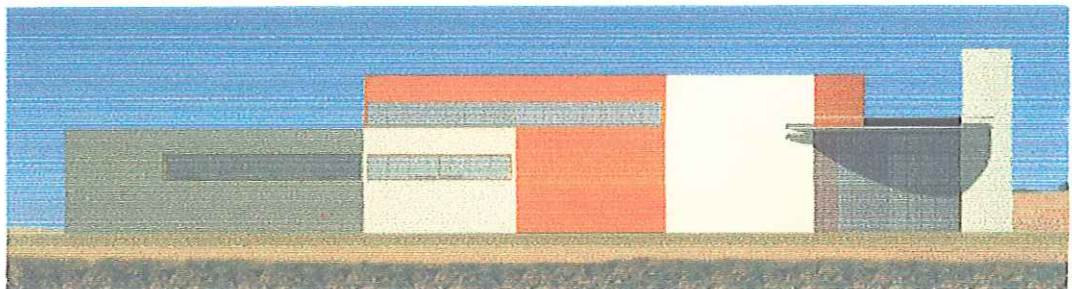
Vista Exterior Frontal.-



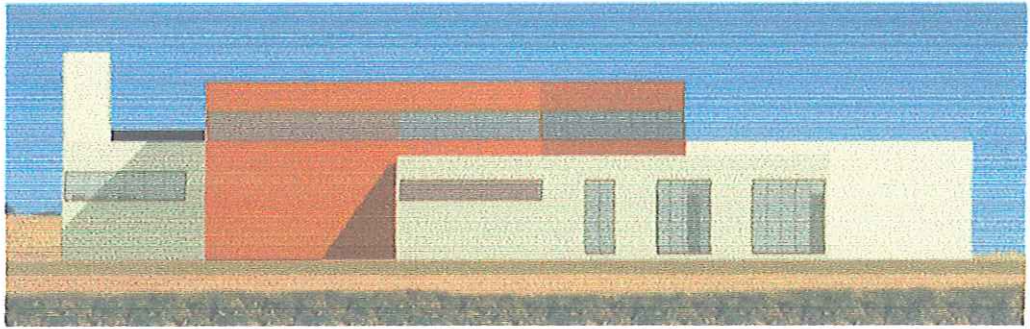
Vista Exterior Posterior.-



Vista Exterior Lado Izquierdo.-



Vista Exterior Lado Derecho.-



Imágenes Interior Supermercado Área Exposición Perchas.-

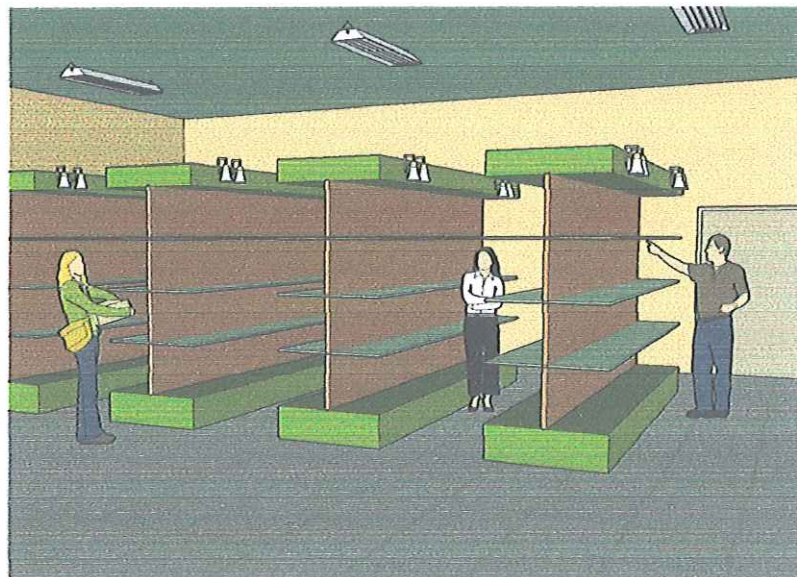
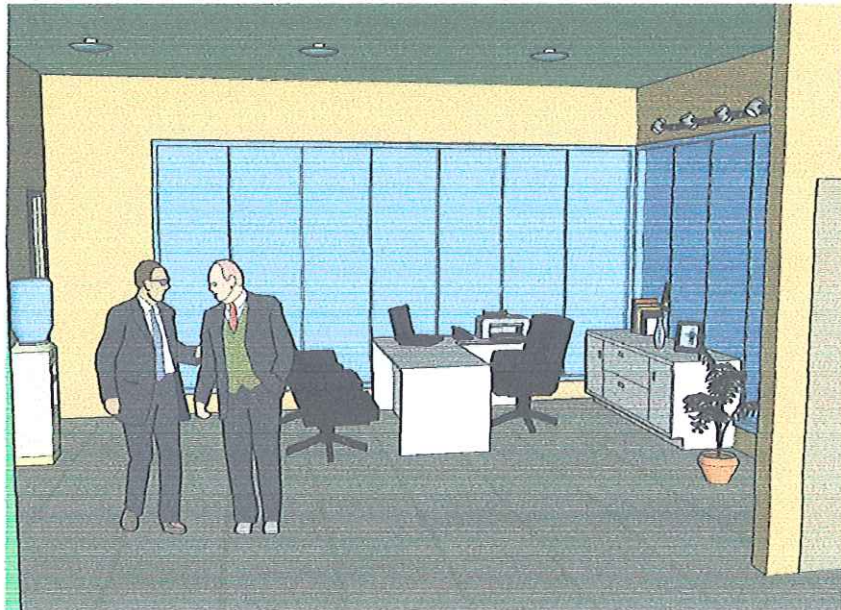


Imagen Interior Área Cajas.-



Imagen Interior Área Oficinas Administrativa.-



4.7.1. INFRAESTRUCTURA. (Ver Anexo N°3 Plano de Planta Anexo N°4 P. 3D)

Los sistemas constructivos diseñados tendrán una arquitectura compuesta de estructuras metálicas montadas, mampostería de bloques, madera para acabados interiores y hormigón fundido para áreas que requieran debido a su función de base para mayor resistencia de la construcción.

Cimentación.- Se excavara hasta un máximo de 1.30 mts. Colocando un replantillo de hormigón.

Estructuras.- Las estructuras serán metálicas y de hormigón.

- Pilares: de hormigón llegando hasta la viga de cubierta.
- Vigas: de hierro correa tipo U y G, con perfiles para todas las edificaciones.

Pisos.- Estarán dados dependiendo del lugar.

- P. Interiores : baldosa uniforme
- P. Exteriores : hormigón.

Paredes.- Dependiendo del uso y el acabado. Estarán construidas en mamposterías de bloque prensado de 15cm. Gymsup, mamparas de vidrio en caso de divisiones de oficinas.

Construcción instalaciones agua potable.- se usaran tuberías de pvc con diámetros de 2 y 1 pulgada para la red externa y de ½ pulgada para la red interna.

Construcción instalaciones agua servidas.- se usaran tuberías de hormigón de 6 pulgadas en la red externa y en la interna pvc de 4 y 2 pulgadas; se construirán cajas de registro de 60 x 60 cm al nivel del terreno las cuales serán desalojadas a la red de AASS.

Construcción instalaciones Aguas Lluvias.- se desalojaran mediante cunetas y canales que llegaran a las cajas de 60 x 60 cm con tuberías de 6 pulgadas las cuales se desalojaran directamente a la red AASS.

Construcción instalaciones Eléctricas.- las instalaciones en su mayoría serán empotradas y/o recubiertas con tubería de pvc de forma decorativa.

Instalaciones.- Los sistemas que se utilizaran en la construcción estarán de acuerdo con las normas y reglamentos INEN, ISO 9000, Código eléctrico norteamericano y otros. Para dichas instalaciones se ha realizado distintos sistemas para suplir las necesidades básicas del proyecto como son agua, luz, teléfono y en general.

Sistema de agua potable.- Se refiere a la construcción de todos los circuitos de los sistemas de agua potable de la parte interna del proyecto.

- **Red externa.-** El suministro de Agua Potable estará dado por la red que abastece a las poblaciones que se encuentran aledañas, de la cual se tomará con una acometida hasta el sistema de red interior.
- **Red interior.-** EL agua potable luego de pasar por el medidor se la traslada hacia la cisterna general donde distribuirá mediante bomba de presión de forma equitativa a toda la edificación.

Sistema agua servidas.- Se refiere a la construcción de todos los circuitos de los sistemas de agua servida de la parte interna del proyecto.

- **Red exterior.-** estará conectada a la red de AA SS. Publica con la cual cuenta el sector donde se ubicara el proyecto.
- **Red interior.-** El sistema de la red interior desaloja las aguas servidas de todas las secciones de manera organizada, existiendo cajas de registro en cada una de ellas.

Sistema de agua lluvias.- El sistema de desalojo de las aguas lluvias se realizara; mediante sumideros que pasan a una caja de registro independiente de las de aguas servidas las cuales se dirigirán directamente hacia la red AASS.

Sistema eléctricos.- Se refiere a la construcción de todos los circuitos de los sistemas eléctricos, alumbrado público y otros. El suministro de energía proviene de la red pública de CNEL la cual distribuirá a todas las áreas; mediante un tendido eléctrico por todo el proyecto.

Sistema de telefonía.- Se tomara de la red de CNT, y se distribuirá estaciones por las áreas y departamentos que el proyecto lo requiera.

Sistema contra incendio.- Se utilizaran sistemas de ahogamiento los cuales funcionan con la utilización de bancos de área ubicados en sectores estratégicos; también se utilizaran extintores de PQS (polvo químico seco) que se lo utiliza en materiales altamente combustionantes y extintores de CO2 para oficinas de administración donde funcionan computadoras, maquinas de escribir, etc.

Área de Parquadero.- El área destinada para el cuidado y estacionamiento de vehículos es de 10x45 mts, y estará ubicada en la parte frontal del establecimiento, con capacidad para estacionar a 35 vehículos.

4.8. MAQUINARIA, EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES

Los manejos administrativos demandan, en la actualidad una serie de equipos, maquinas altamente tecnificados, ya sea para procesar información, como por manejo logístico, es por ello que se ha de contar con maquinas y equipos acorde al producto y a los procesos que giran entorno de el, se requiere entonces:

Cuadro N°2: Equipos Informáticos

EQUIPOS INFORMATICOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
5	EQUIPO DE COMPUTO REGISTRO Y SERVIDOR	550,00	2.750,00
1	EQUIPO DE SONIDO	320,00	320,00
1	EQUIPO DE SEGURIDAD	1.240,00	1.240,00
5	IMPRESORAS	125,00	625,00
	TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS		4.935,00

Cuadro N°3: Equipos Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
3	CALCULADORA	45,00	135,00
1	TELEFONO BASE	85,00	85,00
2	VENTILADOR	65,00	130,00
1	TELEVISOR 14"	165,00	165,00
2	EXTENSION TELEFONO	15,00	30,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		545,00

Cuadro N°4: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
3	ESCRITORIOS - MESA DE COMPUTO	265,00	795,00
2	SILLA CAJEROS	85,00	170,00
5	VITRINAS	125,00	625,00
3	SILLA ERGONOMICA	75,00	225,00
3	SILLA CORDOBAN	35,00	105,00
2	CASILLERO	160,00	320,00
2	ARCHIVADOR	120,00	240,00
1	MESA CENTRAL	180,00	180,00
	TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES		2.660,00

Cuadro N°5: Maquinaria

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
50	ESTANTERIAS GONDOLAS	95,00	4.750,00
8	PUNTO FINAL GONDOLA	85,00	680,00
4	PUNTOS PAGOS	350,00	1.400,00
6	REFRIGERADOR VERTICAL	4.560,00	27.360,00
4	TIQUETEADORAS	45,00	180,00
35	CARROS DE MERCADO	185,00	6.475,00
50	CANASTAS DE MERCADO	27,00	1.350,00
4	ESTANTERIAS DE BODEGA	220,00	880,00
4	VITRINA FRIGORIFICO EXPOSITORA (CARNES, EMBUTIDOS, LÁCTEO, VERDURAS)	3.800,00	15.200,00
1	FRIGORIFICO BODEGA	5.500,00	5.500,00
	TOTAL MAQUINARIA		63.775,00

4.9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.9.1. NOMBRE DEL SUPERMERCADO

El nombre del supermercado será “**Supermercados 7-11**” el nombre parte de una de las estrategias de ventas en la cual se pretende dar atención al cliente desde las 7am hasta las 11pm, para satisfacer esa demanda que no es atendida por los demás locales de este tipo y características que mantienen un horario más estrecho (abren un poco más tarde y cierran más temprano).

4.9.2. LOGO

Para la identificación de la empresa y como imagen general de supermercado, se usará en el letrero publicitario a la entrada del establecimiento, en la publicidad contratada a través de los medios de comunicación social, en la impresión de hojas membretadas para oficios, comunicaciones, reportes, facturas, balances, el logotipo que se expone a continuación.



4.9.3. SLOGAN

“... Todo en uno!!! Los 7 días de la semana”. Se refiere a la variedad de productos y beneficios con los que contaría el supermercado ya que el slogan lo dice: aquí se encuentra de todo! Los siete días de la semana, desde las 7 de la mañana hasta las 11 de la noche.

4.10. TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Para mantener un negocio en el mercado se debe tener presente la importancia de conocer el sistema jurídico para los empresarios, es decir tener conciencia del sinnúmero de obligaciones que se deben cumplir para evitar litigios, o también tener suficientes elementos de defensa justas si se dan tales problemas., asumiendo que el cumplimiento de las obligaciones mercantiles para el empresario es una forma de garantizar el normal desarrollo de la empresa.

De acuerdo a lo antes mencionado el supermercado 7-11, como organización o empresa será una SOCIEDAD ANÓNIMA.

Las sociedades anónimas pueden establecerse con dos o más accionistas, los cuales son responsables hasta por el valor de sus aportes al capital de la compañía.

Las sociedades anónimas emiten acciones libremente negociables. No se requiere de autorización previa para la venta de acciones, aún en el caso de compradores extranjeros.

Al momento de constitución de la sociedad anónima, el capital debe estar íntegramente suscrito y pagado en por lo menos el 25%. El saldo debe pagarse en un plazo máximo de dos años. El capital mínimo requerido actualmente es de \$800.

Al menos el 10% de las utilidades líquidas deben destinarse a la reserva legal, hasta que dicha reserva sea equivalente al 50% del capital suscrito. La reserva legal puede utilizarse para compensar pérdidas o para aumentar el capital, pero solamente puede distribuirse entre los accionistas en caso de liquidación de la sociedad.

Generalmente las juntas generales de accionistas pueden reunirse válidamente en primera convocatoria si está presente más del 50% del capital pagado. En segunda convocatoria pueden reunirse con el capital presente. El quórum necesario puede ser incrementado en los estatutos sociales. Las juntas generales de accionistas deben necesariamente realizarse dentro del territorio de la república del Ecuador.

Generalmente las resoluciones de las juntas generales de accionistas se adoptan por mayoría simple del capital pagado representado en la reunión. Se requiere de mayorías calificadas para resolver sobre: (i) no distribuir dividendos; aumentos de capital por incremento del valor nominal de las acciones; cualquier otro asunto determinado en los estatutos sociales.

Se permite la suscripción pública de acciones a través del mercado de valores. También se pueden emitir obligaciones convertibles en acciones.

Constitución de sociedades

Con la comparecencia de todos los socios o accionistas se otorga una escritura pública que contiene el contrato de sociedad y los estatutos sociales. La existencia jurídica de la sociedad se inicia una vez que la superintendencia de compañías autoriza su constitución y los documentos relativos a su constitución se inscriben en el registro mercantil.

Los nombramientos de administradores también se inscriben en el registro mercantil. Los administradores pueden ser ecuatorianos o extranjeros. Mediante su designación como administrador, una persona extranjera puede obtener su visa de residencia en el Ecuador.

Administración

Las compañías se administran por un representante legal, la junta de accionistas y cualquier otro cuerpo o funcionario determinado en los estatutos sociales. La existencia de una junta directiva no es obligatoria. Las sucursales de empresas extranjeras se administran a través de un apoderado general con amplios poderes para el efecto.

Los funcionarios pueden designarse por períodos de hasta cinco años y pueden ser libremente reelegidos.

Tributación de compañías

Las sociedades están sujetas a una tarifa fija del 25% de impuesto a la renta o del 15% en caso de reinversión de las utilidades. Se permite la deducción de aquellos costos y gastos necesarios para la operación de la compañía y para la generación del ingreso.

Los dividendos distribuidos por una sociedad sobre utilidades que ya han pagado el impuesto a la renta del 25% están exentos del pago de impuestos adicionales, ya sea que se distribuyan a favor de socios o accionistas residentes en el Ecuador o en el extranjero.

En el caso de dividendos remitidos al exterior, el impuesto a la renta del 25% pagado por la sociedad ecuatoriana, se entiende pagado por cuenta del accionista extranjero, de manera que pueda utilizarlo como crédito tributario en su país de origen.

La ganancia ocasional de capital generada por la venta ocasional de acciones o participaciones no está sujeta a impuesto. Se entiende por venta ocasional aquella

realizada por personas o sociedades que no se dedican a la venta de acciones u otros valores.

Las remesas al exterior de otros ingresos distintos a los dividendos, tales como regalías o pagos similares, están generalmente sometidas a un impuesto único del 25% sobre el valor remitido o acreditado al exterior. El impuesto debe ser retenido en la fuente al momento en que se realiza el pago o crédito en cuenta, por la persona o sociedad que realiza el pago.

Existen convenios tendientes a evitar la doble tributación entre los países miembros de la comunidad andina y con terceros países tales como Argentina, Brasil, Alemania, España, Francia, Italia, Suiza, Bélgica y México. Como norma general, los impuestos pagados en el Ecuador pueden ser total o parcialmente deducidos por la matriz en países como Estados Unidos o Canadá y la mayoría de países europeos.

Garantía de inversiones

Ecuador ha celebrado convenios de garantía de inversiones con países como Estados Unidos, Canadá, Alemania, Suiza, Reino Unido, Francia, España, Bélgica, Argentina, Chile y Uruguay.

Estos convenios permiten a los inversionistas asegurar sus inversiones mediante un sistema en el cual el gobierno correspondiente puede iniciar un reclamo directamente a otro gobierno en el caso de expropiaciones o tratamiento arbitrario ocasionado a sus inversionistas nacionales

4.11. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS

4.11.1. MISIÓN

Supermercados 7-11, es un establecimiento comercial de expendio de productos de primera necesidad y de consumo diario, cuyo propósito principal es la de satisfacer la demanda potencial que existe en el sector Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas, a través de una gran variedad de artículos buena atención, calidad, más cercanía y bajo precios.

4.11.2. VISIÓN

Supermercados 7-11, en el 2011 será un establecimiento fortalecido y posicionado en el mercado meta y en búsqueda de ampliar su mercado a través de la creación de nuevos locales sucursales al interior de la ciudad y provincia.

4.11.3. OBJETIVO

Brindar una amplia variedad de productos de primera necesidad y de consumo diarios a los habitantes del sector Valle San Rafael y urbanizaciones aledañas, en un horario más amplio para mayor comodidad del cliente, acompañado de un buen trato, calidad y demás beneficios.

4.11.4. POLITICAS

Para cumplir con objetivos del proyecto de creación de un supermercado en el sector Valle San Rafael se tiene las siguientes políticas:

- ✓ El personal que trabaje en el supermercado, deben ser profesionales y tener un amplio conocimiento de relaciones y trato para con el cliente.

- ✓ El personal que trabajará será escogido a través de entrevistas y pruebas realizadas y los seleccionados ocuparan su cargo por ser la persona más idónea.
- ✓ Se deberán realizar planificaciones mensuales para la adquisición de productos a proveedores.
- ✓ La administración deberá presentar cada mes informes económicos que demuestren la situación que se encuentra el proyecto.
- ✓ Competir sanamente con los demás ofertantes a través de precios cómodos, ofertas, buena calidad y demás beneficios.
- ✓ Herramientas difusivas, es decir cuñas publicitarias en las radios locales y nacionales, Internet, revistas, folletos, trípticos.

4.12. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En este apartado se definen las funciones que debe cumplir cada miembro de la compañía, así como el proceso de toma de decisiones y la forma prevista de retribución.

Una vez establecidas estas condiciones se definió la estructura operativa de la siguiente manera:

GERENTE GENERAL

- Perfil: Administrador, economista, abogado con conocimientos en el área administrativa y legal.
- Forma de contratación: Personal de planta de la compañía con contrato laboral de un año.

Funciones:

1. Ser el representante legal de la compañía.
2. Diseñar estrategias de mercado para penetrar en nuevas industrias y grupos de empresas.
3. Determinar el nivel operativo y administrativo de la compañía.
4. Diseñar estrategias para optimizar los servicios de la empresa y ampliar el portafolio de servicios.

CONTADOR

- Perfil: Profesional en contaduría pública, con tarjeta profesional, experiencia certificada y conducta reconocida por su honestidad.
- Forma de contratación: Personal de planta de la compañía con contrato laboral de un año.

Funciones:

1. Llevar la contabilidad de la empresa.
2. Realizar los balances, estados de resultados y demás estados financieros de la empresa
3. Realizar los flujos de caja de la compañía.
4. Responder por las actuaciones contables ante los entes públicos.

SECRETARIA

- Perfil: Experiencia certificada y conducta reconocida por su honestidad, con conocimientos básicos de contabilidad y secretariado.
- Forma de contratación: Personal de planta de la compañía con contrato laboral de un año.

Funciones:

1. Alimentar el sistema contable.
2. Manejar archivos y correspondencia de la empresa y demás asignadas por el administrador

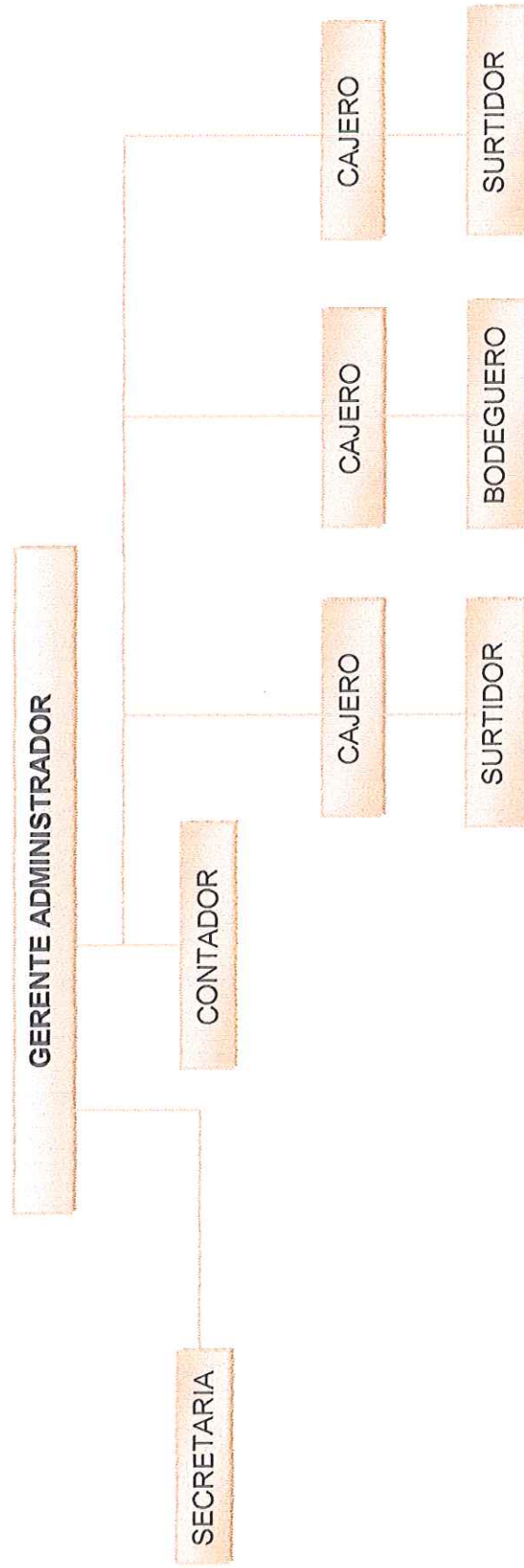
- CAJERO
- BODEGUERO
- SURTIDOR

Los Cajeros cumplirán funciones específicas de ventas y atención al cliente, recaudo y registro de las existencias, de manera detallada. No obstante en general han de llevar a cabo, procesos y labores en los casos de bodegueros y surtidores.

PROCESOS

- ✓ De pedidos
- ✓ De almacenaje
- ✓ De limpieza

4.12.1. ORGANIGRAMA SUPERMERCADOS 7 - 11



4.13. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

4.13.1. COSTOS DEL PRODUCTO

Teniendo como premisa que el producto es un mercado, se obvia pretender incluir costos de otra índole referentes a producción, sino que se aporta directamente el valor comercial con que los proveedores hacen su distribución.

Un proyecto de manera general lleva consigo, el análisis de costos y gastos tanto administrativos, como de ventas, no obstante teniendo en cuenta que el proyecto referencia la propuesta para la creación de un supermercado, cabe resaltar que el uso es casi estrictamente generalizado, quiere decir esto que la implicación de dichos costos y gastos tienden a tener una definición clara hacia área de mercadeo o sea costos y gastos para vender y comercializar.

4.13.2. MANO DE OBRA

Para realizar sus operaciones de manera eficiente y acorde con las especificaciones descritas en el capítulo del estudio técnico, el supermercado empleara el personal que se relaciona a continuación con los sueldos correspondientes de acuerdo al cargo.

Cuadro N°6: Nómina General Mensual y Anual del primer año

NOMINA LABORAL											
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	GERENTE - ADMINISTRADOR	310,00		310,00	25,83	20,00			12,92	58,75	368,75
1	SECRETARIA	292,00		292,00	24,33	20,00			12,17	56,50	348,50
1	CONTADOR	300,00		300,00	25,00	20,00			12,50	57,50	357,50
3	CAJEROS	292,00		876,00	73,00	60,00			36,50	169,50	1045,50
1	BODEGUERO	292,00		292,00	24,33	20,00			12,17	56,50	348,50
2	SURTIDORES	292,00		584,00	48,67	40,00			24,33	113,00	697,00
9	TOTAL	1778,00	0,00	2654,00	221,17	180,00	0,00	0,00	110,58	511,75	3165,75
		MENSUAL	ANUAL								
	TOTAL IESS PATRONAL	322,46	3869,532								4188,53

Nómina del primer año

Cuadro N°7: Nómina General Mensual y Anual a partir del segundo año.

NOMINA LABORAL												
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION	
1	GERENTE - ADMINISTRADOR	310,00		310,00	25,83	20,00	25,83	6,46	12,92	91,04	401,04	
1	SECRETARÍA	292,00		292,00	24,33	20,00	24,33	6,08	12,17	86,92	378,92	
1	CONTADOR	300,00		300,00	25,00	20,00	25,00	6,25	12,50	88,75	388,75	
3	CAJEROS	292,00		876,00	73,00	60,00	73,00	18,25	36,50	260,75	1136,75	
1	BODEGUERO	292,00		292,00	24,33	20,00	24,33	6,08	12,17	86,92	378,92	
2	SURTIDORES	292,00		584,00	48,67	40,00	48,67	12,17	24,33	173,83	757,83	
9	TOTAL	1778,00	0,00	2654,00	221,17	180,00	221,17	55,29	110,58	788,21	3442,21	
		MENSUAL	ANUAL									
	TOTAL IEESPATRONAL	322,46	3869,532								4517,63	

Nómina a partir del segundo año

4.13.3. SERVICIOS PUBLICOS

Los costos por servicios públicos se estiman a continuación para el año de inicio con valores mensuales y año tras año proyectados, se incrementa con los índices inflacionarios ya establecidos para el proyecto.

Cuadro N°8: Nómina Gastos por Servicios Públicos

SERVICIOS BASICOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	\$900,00	\$10800,00
Agua	\$300,00	\$3600,00
Telecomunicaciones	\$250,00	\$3000,00
TOTAL	\$1450,00	\$17400,00

4.13.4. SERVICIOS DE MANTENIMIENTO

Mantenimiento de vehículo

Se determina establecer un rubro mensual de USD 150,00 para el mantenimiento de una camioneta Nissan D/C Diesel, la cual estará al servicio exclusivamente para actividades referentes al supermercado.

Otros mantenimientos

Para subsanar posibles imprevistos que se puedan dar durante la marcha de la empresa, es prudente asignar una partida para tal fin, que en este caso se la ha estimado en USD 150,00 mensual y estará proyectado año tras año.

Inmuebles

El inmueble para la sede del proyecto se tiene como valor de USD 212.916,37. El cual se separa en terreno con valor de USD 95.000,00 y la parte edificada con un valor de USD 117.916,37 (Ver Anexo N°5: Cotización Construcción Supermercado). La construcción de este inmueble se realizará con los aportes sociales de los accionistas, en bienes y propiedades para junto con el crédito correspondiente, iniciar la edificación y equipamiento de las instalaciones donde funcionará en proyecto en estudio.

Muebles y enseres

Con el fin de dar continuidad para la operación y llevar un registro de activos fijos se discrimina la parte de muebles y enseres y se estiman designar partidas en valores para muebles y enseres.

Maquinaria y equipo

Para el manejo de alimentos que requieren ser refrigerados se debe tener en cuenta los respectivos equipos, al igual que se debe contar con otros que den un aporte en medida de seguridad y control así como los respectivos manejos de información, por ello se hace la estimación en esta parte de la siguiente manera:

Por lo general son referentes a la operación de los supermercados y deben considerarse, una serie de herramientas y accesorios que son de uso común, y que son importantes para el normal desenvolvimiento de la actividad operativa y que por consiguiente se deben valorar.

4.13.5. DEPRECIACIONES

El método utilizado para calcular la depreciación del proyecto es de línea recta, y esta dado teniendo en cuenta la ley en el momento de realizar el estudio del proyecto.

Cuadro N°9: CUADRO DE DEPRECIACIONES

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES Y ENSERES	10	2.660,00	19,95	239,40	266,00
EDIFICIO	20	117.916,37	442,19	5.306,24	11.791,64
VEHICULO	5	9.500,00	142,50	1.710,00	950,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	545,00	4,09	49,05	54,50
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	4.935,00	123,38	1.480,50	493,50
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	63.775,00	478,31	5.739,75	6.377,50
TOTAL		199.331,37	1.210,41	14.524,94	19.933,14

4.14. ESTADOS FINANCIEROS

Con base en los datos anteriores, se elaboran los estados financieros proyectados para un horizonte de 10 años los cuales se presentan consolidados, después de describir la forma de elaborarlos y teniendo en cuenta los postulados contables.

Balance General

El balance general se constituye como un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero.

Para los activos corrientes únicamente se estima, que se deben manejar la caja, los bancos y los inventarios, no se involucran entonces otras cuentas o partidas que muy seguramente aparecerán en el desarrollo de la actividad económica en el proyecto.

Para el caso del pasivo aparecerán las cuentas que representen obligaciones financieras por cubrir por parte de la empresa.

El patrimonio lo constituye en la práctica, los aportes patrimoniales, y el capital de trabajo, las utilidades serán acumuladas, con distribución libre al momento que se desee.

Estado de Resultados

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos de efectivo (FE) del proyecto, que son, el beneficio real de la operación de la planta.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. *Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.*

Flujo de caja

El flujo de caja, año tras año, de una empresa que se esté proyectando corresponde a la suma de la utilidad neta después del pago del impuesto sobre la renta, más la depreciación de los activos sometidos a la depreciación y menos el pago del capital principal que se tomó en préstamo de una entidad bancaria.

Este flujo de caja para cada año se debe descontar a valor presente con una tasa de descuento igual al costo de oportunidad del dinero (digamos la tasa de interés que ganaría un capital colocado a plazo fijo).

Este flujo de caja descontado, se debe comparar con la inversión patrimonial a fin de saber si se puede obtener un valor actual neto (VAN) o bien una tasa de rendimiento (TIR) adecuada a la naturaleza del negocio y a los riesgos e incertidumbres posibles a futuro para el proyecto.

4.15. EVALUACION FINANCIERA

A continuación se muestra la proyección del negocio en el ámbito financiero y el respectivo análisis sistemático de las razones que le afectan al proyecto, teniendo en cuenta que cada uno de los estudios aporta en cierta medida, los datos que se requieren para estructurar la información que se encuentra en las páginas siguientes.

Los costos como se observó previamente corresponden, al costo de inversión inicial en inventario de productos establecido dentro del estudio técnico, junto con la proporción de los costos por administración y ventas de la comercialización que corresponden cargar al producto.

Las ventas totales se establecieron calculando mes a mes en el primer año, la cantidad promedio de dinero que las familias destinan a comprar en el supermercado multiplicado por el número de clientes a captar del total de mercado potencial.

Para los siguientes años se proyectó un incremento porcentual (5,80%), obtenido del promedio del índice inflacionario (5,29%), más el índice de crecimiento poblacional del sector (5,31%).

Tanto las ventas como los costos son las que fundamentan los diferentes estados tanto de resultados, como el presupuesto de caja, realizando las deducciones tributarias y legales de reservas e impuestos que deben realizarse.

Todos los activos en mención al inicio del proyecto y la inversión inicial operativa son quienes básicamente conforman el balance general teniendo en cuenta, que el flujo de caja y el estado de resultados, son quienes hacen que fluctúe en gran parte este estado financiero.

Finalmente se observa la viabilidad del proyecto, en el flujo de caja neto resultando un margen de rentabilidad del 16.00% y se obtuvo con un VAN de \$ 683.749,84 una TIR del 19.80% y un índice de relación costo beneficio de 1.64, lo que expresa que por cada dólar que se invierta se recuperará \$1.64 dólares, lo cual es favorable para el proyecto.

CUADRO N°10: RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL			
DESCRIPCIÓN			TOTAL
Recursos materiales y equipos		296.350,35	296.350,35
Recurso Humano	3,00	3.165,75	9.497,25
Gastos de Constitución			1.500,00
Capital de Trabajo	3,00	2.678,00	8.034,00
Materia Prima	3,00	133.919,52	401.758,55
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			717.140,15

EL CAPITAL DE TRABAJO ESTA PRESUPUESTADO PARA 3 MESES
SE ESTABLECE EL VALOR DEL INVENTARIO EN PRODUCTOS QUE SE REQUIERE PARA INICIAR EL NEGOCIO

**QUE REQUIERE EL NEGOCIO PARA INICIAR SU
FUNCIONAMIENTO Y ESTA DISTRIBUIDO ASI:**

1.- Activos Fijos	296.350,35
2.- Inventario	401.758,55
3.- Recursos Humanos	9.497,25
4.- Gastos de Constitución	1.500,00
5.- Capital de Trabajo	8.034,00
TOTAL DE INVERSION \$	717.140,15

CUADRO N°11: CUADRO CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		1.500,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		3.165,75
Sueldos y salarios del personal fijo	3.165,75	
Sueldos y salarios del personal eventual		
SERVICIOS BÁSICOS		1.450,00
Energía Eléctrica	900,00	
Agua	300,00	
Telecomunicación	250,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		100,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		218,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		300,00
SUMINISTROS DE SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO		300,00
SERVICIO BANCARIO		30,00
OTROS		280,00
SUBTOTAL		7.343,75
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		7.343,75
Nota: El capital de trabajo ha sido provisionado para tres meses		

CUADRO N°12: PRESUPUESTO DE GASTOS

PRESUPUESTO DE GASTOS	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	2.654,00
Luz	900,00
Agua	300,00
Teléfono	250,00
Publicidad	300,00
Pago de intereses crédito	1.650,23
Utiles de Asco y Limpieza	218,00
Utiles de Oficina	100,00
Manten. De Maquinarias y equipos	150,00
Manten. De Instalaciones	150,00
Depreciación de Activos Fijos	1.210,41
Servicios Bancarios	30,00
Décimo Tercer Sueldo	221,17
Décimo Cuarto Sueldo	180,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	110,58
Fondo de Reserva	221,17
Gastos de Constitución	25,00
Otros Gastos	100,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	8.770,56
TOTAL GASTOS ANUALES	105.246,67

CUADRO: N°13: RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		ANUALES		TOTAL ANUAL
	VARIABLES		VARIABLES		
	FIJOS	TOTAL MENSUAL	FIJOS	TOTAL ANUAL	
Sueldos	2.654,00	2.654,00	31.848,00	31.848,00	31.848,00
Luz	900,00	900,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
Agua	300,00	300,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Teléfono	250,00	250,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Publicidad	300,00	300,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Pago de intereses crédito	1.650,23	1.650,23	19.802,74	19.802,74	19.802,74
Utiles de Aseo y Limpieza	218,00	218,00	2.616,00	2.616,00	2.616,00
Utiles de Oficina	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Manten. De Maquinarias y equipos	150,00	150,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Manten. De Instalaciones	150,00	150,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Depreciación de Activos Fijos	1.210,41	1.210,41	14.524,94	14.524,94	14.524,94
Servicios Bancarios	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00
Décimo Tercer Sueldo	221,17	221,17	2.654,00	2.654,00	2.654,00
Décimo Cuarto Sueldo	180,00	180,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	110,58	110,58	1.327,00	1.327,00	1.327,00
Fondo de Reserva	221,17	221,17	2.654,00	2.654,00	2.654,00
Gastos de Constitución	25,00	25,00	300,00	300,00	300,00
Otros Gastos	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
INVENTARIO DE PRODUCTOS		69.418,78		833.025,39	833.025,39
TOTAL	8.770,56	69.418,78	105.246,67	833.025,39	938.272,06

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	1.190.036,27	15.539.074,45
COSTOS FIJOS TOTALES	8.770,56	105.246,67
COSTOS VARIABLES TOTALES	69.418,78	833.025,39
PUNTO DE EQUILIBRIO	9.313,86	111.208,38

SIGNIFICA QUE EL VALOR DE S
MENSUALMENTE.

9.313,86 ES LO MÍNIMO QUE DEBO VENDER PARA NO PERDER NI GANAR

Punto de Equilibrio = $\text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$

CUADRO N°14: ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

INGRESOS	AÑO 0	VIDA UTIL DEL PROYECTO										TOTAL	
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10		
Ventas		99169.69	1.190.036.27	1.259.058.37	1.332.083.76	1.409.344.62	1.491.086.60	1.577.569.63	1.669.068.67	1.765.874.65	1.868.295.38	1.976.656.51	15.539.074.4
Recursos materiales y equipos	296.350.35												
Recurso Humano	9.497.25												
Gastos de Constitución	1.500.00												
Capital de Trabajo	8.034.00												
Inventario de Productos	401.758.55												
TOTAL INGRESOS		1.190.036.27	1.259.058.37	1.332.083.76	1.409.344.62	1.491.086.60	1.577.569.63	1.669.068.67	1.765.874.65	1.868.295.38	1.976.656.51	15.539.074.4	
COSTO DE VENTA													
Costo producto		69418.78	833.025.39	877.092.43	923.490.62	972.343.27	1.023.780.23	1.077.938.21	1.134.961.14	1.195.000.58	1.258.216.11	1.324.775.75	10.620.623.7
TOTAL COSTO DE VENTA			833.025.39	853.851.02	875.197.30	897.077.23	919.504.16	942.491.77	966.054.06	990.205.41	1.014.960.55	1.040.334.56	9.332.701.4
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			357.010.88	365.936.15	375.084.56	384.461.67	394.073.21	403.925.04	414.023.17	424.373.75	434.983.09	445.857.67	3.999.729.1
GASTOS OPERACIONALES													
Gastos de Administración													
Sueldos		2654.00	31.848.00	32.644.20	33.460.31	34.296.81	35.154.23	36.033.09	36.933.92	37.857.26	38.803.70	35.154.23	352.185.7
Luz		900.00	10.800.00	11.070.00	11.346.75	11.630.42	11.921.18	12.219.21	12.524.69	12.837.81	13.158.75	11.921.18	119.429.5
Agua		300.00	3.600.00	3.690.00	3.782.25	3.876.81	3.973.73	4.073.07	4.174.90	4.279.27	4.386.25	3.973.73	39.809.5
Telefono		250.00	3.000.00	3.075.00	3.151.88	3.230.67	3.311.44	3.394.22	3.479.08	3.566.06	3.653.21	3.311.44	33.175.0

Publicidad	300.00	3.600.00	3.690.00	3.782.25	3.876.81	3.973.73	4.073.07	4.174.90	4.279.27	4.386.25	3.973.73	39.809.5
Pago de intereses crédito	1650.23											
Útiles de Asso y Limpieza	218.00	2.616.00	2.681.40	2.748.44	2.817.15	2.887.57	2.959.76	3.033.76	3.109.60	3.187.34	2.887.57	28.928.6
Útiles de Oficina	100.00	1.200.00	1.230.00	1.260.75	1.292.27	1.324.58	1.357.69	1.391.63	1.426.42	1.462.08	1.324.58	13.270.0
Manten. De Maquinarias y equipos	150.00	1.800.00	1.845.00	1.891.13	1.938.40	1.986.86	2.036.53	2.087.45	2.139.63	2.193.13	1.986.86	19.905.0
Manten. De Instalaciones	150.00	1.800.00	1.845.00	1.891.13	1.938.40	1.986.86	2.036.53	2.087.45	2.139.63	2.193.13	1.986.86	19.905.0
Depreciación de Activos Fijos	1210.41	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	14.524.94	145.249.3
Servicios Bancarios	30.00	360.00	369.00	378.23	387.68	397.37	407.31	417.49	427.93	438.63	397.37	3.981.0
Décimo Tercer Sueldo	221.17	2.654.00	2.720.35	2.788.36	2.858.07	2.929.52	3.002.76	3.077.83	3.154.77	3.233.64	2.929.52	29.348.8
Décimo Cuarto Sueldo	180.00	2.160.00	2.214.00	2.269.35	2.326.08	2.384.24	2.443.84	2.504.94	2.567.56	2.631.75	2.384.24	23.886.0
Provisión Años de Servicio y Vacac.	110.58	1.327.00	1.360.18	1.394.18	1.429.03	1.464.76	1.501.38	1.538.91	1.577.39	1.616.82	1.464.76	14.674.4
Fondo de Reserva	221.17		221.17	226.70	232.36	238.17	244.13	250.23	256.49	262.90	238.17	2.170.3
Gastos de Constitución		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00						1.500.0
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		81.589.94	83.480.23	85.196.61	86.955.90	88.759.18	90.307.53	92.202.10	94.144.03	96.134.50	88.459.18	887.229.1
Gastos Financieros												
Intereses Bancarios			19.802.74	18.372.03	16.819.96	15.136.23	13.309.67	11.328.15	9.178.55	6.846.60	4.316.83	115.110.7
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			19.802.74	18.372.03	16.819.96	15.136.23	13.309.67	11.328.15	9.178.55	6.846.60	4.316.83	115.110.7
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		81.589.94	103.282.97	103.568.64	103.775.86	103.895.41	103.617.20	103.530.25	103.322.58	102.981.10	92.776.00	1.002.339.5
UTILIDAD OPERACIONAL		275.420.94	282.306.47	289.364.13	296.598.23	304.013.19	311.613.52	319.403.86	327.388.95	335.573.68	304.013.19	3.045.696.1
15% Participación trabajadores	15%	41.313.14	42.345.97	43.404.62	44.489.73	45.601.98	46.742.03	47.910.58	49.108.34	50.336.05	45.601.98	456.854.4
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		234.107.80	239.960.50	245.959.51	252.108.50	258.411.21	264.871.49	271.493.28	278.280.61	285.237.62	258.411.21	2.588.841.7
25% Impuesto a la Renta	25%	58.526.95	59.990.12	61.489.88	63.027.12	64.602.80	66.217.87	67.873.32	69.570.15	71.309.41	64.602.80	647.210.4
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		175.580.85	179.970.37	184.469.63	189.081.37	193.808.41	198.653.62	203.619.96	208.710.46	213.928.22	193.808.41	1.941.631.3
Pago de cuénta bancaria			16.865.58	18.296.29	19.848.36	21.532.09	23.338.66	25.340.17	27.489.77	29.821.72	32.351.49	214.904.1

Depreciación de Activos fijos	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	14.524,94	145.249,5
Gastos de Constitución	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.500,0
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	190.405,79	177.929,73	180.998,28	184.057,95	187.101,25	189.819,90	192.804,73	195.745,62	198.631,43	198.631,43	198.631,43	198.631,43	198.631,43	198.631,43	175.981,85	1.873.476,5
VALOR DE RESCATE															19933,137	19.933,1
FLUJO NETO	190.405,79	177.929,73	180.998,28	184.057,95	187.101,25	189.819,90	192.804,73	195.745,62	198.631,43	198.631,43	198.631,43	198.631,43	198.631,43	198.631,43	195.914,99	1.893.409,4

RENTABILIDAD = 1.190.036,27 190.405,79 IER. AÑO 15,00%

En la construcción del Flujo anual se ha considerado el gasto mensual y este se lo multiplica por doce, el cual construye este flujo. Se ha considerado para el flujo, la inversión de inventarios y de recurso humano, como todos los ingresos, costos y gastos operacionales que genera el proyecto.

CUADRO N°16: CUADRO INDICADORES DEL PROYECTO

INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

INVERSION INICIAL		717.140,15	TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE
TASA PASIVA REFERENCIAL		4,59%		
TASA ACTIVA REFERENCIAL		9,04%	0,0580	0,1580
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS		0,1
VIDA UTIL PROYECTO		FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE
0	-717.140,15		-717.140,15	
1	190.405,79	0,0579893	179.969,49	0,8636
2	177.929,73	0,0579893	158.959,31	0,7457
3	180.998,28	0,0579893	152.837,75	0,6440
4	184.037,95	0,0579893	146.902,60	0,5561
5	187.101,25	0,0579893	141.146,57	0,4803
6	189.819,90	0,0579893	135.348,70	0,4147
7	192.804,73	0,0579893	129.941,77	0,3582
8	195.745,62	0,0579893	124.692,95	0,3093
9	198.631,43	0,0579893	119.595,97	0,2671
10	195.914,99	0,0579893	111.494,88	0,2307
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO			1.400.889,99	912.461,48
INVERSION INICIAL			717.140,15	717.140,15
VAN			683.749,84	195.321,33
PRC			6,0967	
TIR			19,80%	
R.C.B.			1,64	
RENTABILIDAD SIMPLE			16,40	

EXPLICACION DE LOS RESULTADOS FINANCIEROS

TRAIDO EL DINERO DE LOS
FLUJOS DE LOS 10 AÑOS A
LA ACTUALIDAD EL
PROYECTO GANARÍA EL
VALOR SEÑALADO

VAN	VALOR ACTUAL NETO	683.749,84
PRC	RECUPERACION DE CAPITAL	
TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	
RCB	RECUPERACION COSTO BENEFICIO	
RENTAB.	INDICE DEL MERCADO	

Se observa como tiempo de recuperación alrededor de 6 años, tomando en cuenta el año de gracia de la entidad financiera que influye mucho en el PRC, además de una rentabilidad buena ya que según esto indicadores de costo beneficio, por cada \$1 dólar que se invierte se recupera \$1,64 dólares que es relativamente aceptable.

INDICES DEL MERCADO	
TASA ACTIVA	8,17%
RIESGO PAIS	7,97%
RENDIMIENTO BONO PAIS	12,46%

Al analizar los índices financieros, se puede establecer que el Proyecto es viable y factible, por tanto, dependerá de los socios de que el negocio culmine en éxito.

CUADRO N°17: FUENTE DE FINANCIAMIENTO

SUPERMERCADOS "7 - 11"						
FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
				TASA SISTEMA FINANCIERO	TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
INVERSION INICIAL	717.140,15	100%				
TOTAL APORTE SOCIOS	467.140,15	0,65	Tasa Pasiva	4,53	0,05	0,03
CREDITO	250.000,00	0,35	TASA ACTIVA	8,17	0,08	0,03
TOTAL INVERSION	717.140,15	1,00	TASA DE RENTABILIDAD			0,06
						5,80%

Dentro del financiamiento para la puesta en marcha de este proyecto estará dado en un 35% mediante un crédito al BNF, a 10 años plazo a una tasa del 8,17%, y el 65% por capital propio de los socios compuesto en dinero, maquinarias y propiedades, como se detalla a continuación:

CUADRO N° 18: SOCIOS CAPITALISTAS DEL PROYECTO

N°	NOMBRES SOCIOS	DESCRIPCIÓN APORTE	AVALUO	TOTAL	FUENTE
1	SAMANIEGO VERA CARLOS	CAMIONETA DIESEL USADA	9500,00	105500,00	Propiedad uso personal Ahorro / venta propiedad (finca)
		CAPITAL	96000,00		
2	BONE LIZARDO ENRIQUE	TERRENO	95000,00	181000,00	Propiedad Ahorro / Ingresos libre ejercicio profesión
		CAPITAL	86000,00		
3	COOLER BEEN MAX	CLIMATIZACIÓN Y EQUIPOS	87377,40	180640,15	Propietario Distribuidor Equipos Ahorro / Ingresos negocio profesión
		CAPITAL	93262,75		
		TOTAL		467140,15	65% CAPITAL PROPIO

CUADRO N° 19: AMORTIZACIÓN GRADUAL DEL CRÉDITO

**TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL
CRÉDITO BANCARIO**

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	250.000,00	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	8,37%	PERIODOS	120	
PLAZO	30	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	8,37%	PAGO PERIODICO		3.055,69
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				250.000,00
1	3.055,69	1.702,08	1.353,61	248.646,39
2	3.055,69	1.692,87	1.362,83	247.283,56
3	3.055,69	1.683,59	1.372,10	245.911,46
4	3.055,69	1.674,25	1.381,45	244.530,01
5	3.055,69	1.664,84	1.390,85	243.139,16
6	3.055,69	1.655,37	1.400,32	241.738,84
7	3.055,69	1.645,84	1.409,85	240.328,99
8	3.055,69	1.636,24	1.419,45	238.909,53
9	3.055,69	1.626,58	1.429,12	237.480,41
10	3.055,69	1.616,85	1.438,85	236.041,57
11	3.055,69	1.607,05	1.448,64	234.592,92
12	3.055,69	1.597,19	1.458,51	233.134,42
TOTAL	36.668,32	19.802,74	16.865,58	
13	3.055,69	1.587,26	1.468,44	231.665,98
14	3.055,69	1.577,26	1.478,43	230.187,54
15	3.055,69	1.567,19	1.488,50	228.699,04
16	3.055,69	1.557,06	1.498,63	227.200,41
17	3.055,69	1.546,86	1.508,84	225.691,57
18	3.055,69	1.536,58	1.519,11	224.172,46
19	3.055,69	1.526,24	1.529,45	222.643,01
20	3.055,69	1.515,83	1.539,87	221.103,15
21	3.055,69	1.505,34	1.550,35	219.552,80
22	3.055,69	1.494,79	1.560,90	217.991,89
23	3.055,69	1.484,16	1.571,53	216.420,36
24	3.055,69	1.473,46	1.582,23	214.838,13
TOTAL	36.668,32	18.372,03	18.296,29	
25	3.055,69	1.462,69	1.593,00	213.245,12
26	3.055,69	1.451,84	1.603,85	211.641,27
27	3.055,69	1.440,92	1.614,77	210.026,50
28	3.055,69	1.429,93	1.625,76	208.400,74
29	3.055,69	1.418,86	1.636,83	206.763,91
30	3.055,69	1.407,72	1.647,98	205.115,93
31	3.055,69	1.396,50	1.659,20	203.456,74
32	3.055,69	1.385,20	1.670,49	201.786,25
33	3.055,69	1.373,83	1.681,87	200.104,38

34	3.055,69	1.362,38	1.693,32	198.411,06
35	3.055,69	1.350,85	1.704,84	196.706,22
36	3.055,69	1.339,24	1.716,45	194.989,77
TOTAL	36.668,32	16.819,96	19.848,36	
37	3.055,69	1.327,56	1.728,14	193.261,63
38	3.055,69	1.315,79	1.739,90	191.521,73
39	3.055,69	1.303,94	1.751,75	189.769,98
40	3.055,69	1.292,02	1.763,68	188.006,30
41	3.055,69	1.280,01	1.775,68	186.230,62
42	3.055,69	1.267,92	1.787,77	184.442,84
43	3.055,69	1.255,75	1.799,95	182.642,90
44	3.055,69	1.243,49	1.812,20	180.830,70
45	3.055,69	1.231,16	1.824,54	179.006,16
46	3.055,69	1.218,73	1.836,96	177.169,20
47	3.055,69	1.206,23	1.849,47	175.319,73
48	3.055,69	1.193,64	1.862,06	173.457,67
TOTAL	36.668,32	15.136,23	21.532,09	
49	3.055,69	1.180,96	1.874,74	171.582,94
50	3.055,69	1.168,19	1.887,50	169.695,44
51	3.055,69	1.155,34	1.900,35	167.795,09
52	3.055,69	1.142,40	1.913,29	165.881,80
53	3.055,69	1.129,38	1.926,31	163.955,49
54	3.055,69	1.116,26	1.939,43	162.016,06
55	3.055,69	1.103,06	1.952,63	160.063,42
56	3.055,69	1.089,77	1.965,93	158.097,49
57	3.055,69	1.076,38	1.979,31	156.118,18
58	3.055,69	1.062,90	1.992,79	154.125,39
59	3.055,69	1.049,34	2.006,36	152.119,03
60	3.055,69	1.035,68	2.020,02	150.099,02
TOTAL	36.668,32	13.309,67	23.358,66	
61	3.055,69	1.021,92	2.033,77	148.065,25
62	3.055,69	1.008,08	2.047,62	146.017,63
63	3.055,69	994,14	2.061,56	143.956,08
64	3.055,69	980,10	2.075,59	141.880,48
65	3.055,69	965,97	2.089,72	139.790,76
66	3.055,69	951,74	2.103,95	137.686,81
67	3.055,69	937,42	2.118,28	135.568,53
68	3.055,69	923,00	2.132,70	133.435,83
69	3.055,69	908,48	2.147,22	131.288,62
70	3.055,69	893,86	2.161,84	129.126,78
71	3.055,69	879,14	2.176,56	126.950,22
72	3.055,69	864,32	2.191,37	124.758,85
TOTAL	36.668,32	11.328,15	25.340,17	
73	3.055,69	849,40	2.206,29	122.552,56
74	3.055,69	834,38	2.221,31	120.331,24
75	3.055,69	819,26	2.236,44	118.094,80
76	3.055,69	804,03	2.251,66	115.843,14
77	3.055,69	788,70	2.266,99	113.576,14
78	3.055,69	773,26	2.282,43	111.293,71
79	3.055,69	757,72	2.297,97	108.995,75
80	3.055,69	742,08	2.313,61	106.682,13
81	3.055,69	726,33	2.329,37	104.352,77

82	3.055,69	710,47	2.345,23	102.007,54
83	3.055,69	694,50	2.361,19	99.646,35
84	3.055,69	678,43	2.377,27	97.269,08
TOTAL	36.668,32	9.178,55	27.489,77	
85	3.055,69	662,24	2.393,45	94.875,63
86	3.055,69	645,94	2.409,75	92.465,88
87	3.055,69	629,54	2.426,15	90.039,72
88	3.055,69	613,02	2.442,67	87.597,05
89	3.055,69	596,39	2.459,30	85.137,75
90	3.055,69	579,65	2.476,05	82.661,70
91	3.055,69	562,79	2.492,91	80.168,80
92	3.055,69	545,82	2.509,88	77.658,92
93	3.055,69	528,73	2.526,97	75.131,95
94	3.055,69	511,52	2.544,17	72.587,78
95	3.055,69	494,20	2.561,49	70.026,29
96	3.055,69	476,76	2.578,93	67.447,36
TOTAL	36.668,32	6.846,60	29.821,72	
97	3.055,69	459,20	2.596,49	64.850,87
98	3.055,69	441,53	2.614,17	62.236,70
99	3.055,69	423,73	2.631,97	59.604,74
100	3.055,69	405,81	2.649,88	56.954,85
101	3.055,69	387,77	2.667,93	54.286,93
102	3.055,69	369,60	2.686,09	51.600,84
103	3.055,69	351,32	2.704,38	48.896,46
104	3.055,69	332,90	2.722,79	46.173,67
105	3.055,69	314,37	2.741,33	43.432,34
106	3.055,69	295,70	2.759,99	40.672,35
107	3.055,69	276,91	2.778,78	37.893,57
108	3.055,69	257,99	2.797,70	35.095,87
TOTAL	36.668,32	4.316,83	32.351,49	
109	3.055,69	238,94	2.816,75	32.279,12
110	3.055,69	219,77	2.835,93	29.443,19
111	3.055,69	200,46	2.855,23	26.587,96
112	3.055,69	181,02	2.874,67	23.713,28
113	3.055,69	161,45	2.894,25	20.819,04
114	3.055,69	141,74	2.913,95	17.905,09
115	3.055,69	121,90	2.933,79	14.971,30
116	3.055,69	101,93	2.953,76	12.017,53
117	3.055,69	81,82	2.973,87	9.043,66
118	3.055,69	61,57	2.994,12	6.049,54
119	3.055,69	41,19	3.014,51	3.035,03
120	3.055,69	20,66	3.035,03	-0,00
TOTAL	36.668,32	1.572,46	35.095,87	
	366.683,22	116.683,22	250.000,00	

CAPITULO V

5. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Después de dar cumplimiento a las fases iniciales del Estudio, el paso siguiente es realizar ciertos análisis que permitan dar un criterio más preciso de cómo esta investigación va afectar el entorno, es por ello que a continuación se analizará el proyecto en base a diferentes enfoques.

Para hacer mucho más fácil la interpretación del trabajo, se ha considerado una metodología sencilla de acuerdo a los instrumentos bibliográficos aportados por la comunidad; y, como se detalló en un inicio, para determinar los niveles de impacto se ha utilizado la información del texto guía.

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACION
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO NEGATIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

Para determinar el impacto se desarrolló una fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impacto de cada indicador para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis, indicador por indicador en el que se fundamenta los motivos o las razones por los que se asignó determinado nivel de impacto a cada indicador.

5.1. Impacto Socio - Cultural.

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Servicio de calidad							x	3
Seguridad						x		2
Actitud comercial					x			1
TOTAL					1	2	3	6
<p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = $\frac{\text{SUMATORIA } (\Sigma)}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = $\frac{6}{3}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = 2</p> <p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = Medio Positivo</p>								

ANÁLISIS:

El nivel de impacto es medio positivo, es decir que a pesar de existir la demanda establecida por parte de las familias de la zona y el mejoramiento del ornato sectorial debido a la creación del supermercado en proyecto con las características positivas

que presenta éste, disminuirá notablemente el porcentaje de la demanda hacia los demás sitios de expendio de artículos de primera necesidad.

El supermercado contará con una seguridad de buen nivel, factor muy importante en la actualidad y que es pedido por todos los cliente potenciales de establecimiento.

Fundamentalmente se puede señalar al componente de salud e higiene, que son trascendentales para el desarrollo en la calidad de los servicios.

5.2. Impacto Económico.

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Fuentes de empleo					x			1
Actividad Comercial						x		2
Precios						x		2
TOTAL					1	4		5

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{\text{SUMATORIA } (\Sigma)}{\text{Número de Indicadores}}$

Número de Indicadores

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{5}{3}$

3

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = **1,67**

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = **Medio Positivo**

ANÁLISIS:

Aunque dentro de los objetivos del proyecto no está generar directamente fuentes de empleo, se abrirán plazas de trabajos que permitirán mejorar el nivel de vida de familias del sector.

La actividad comercial realizada por esta empresa, proyectará nuevos ingresos, los cuales serán destinados a la reinversión y mejoramiento continuo de las instalaciones y el servicio que pueda brindar a sus clientes, contribuyendo así al cumplimiento de los objetivos.

Los precios de los productos a expenderse en el supermercado, estarán dados por el libre mercado, y en lo posible se tratará de mantenerlos iguales o inferiores a los de la competencia.

5.3. Impacto Educativo

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Valores					x			1
Capacitación						x		2
Profesionales					x			1
TOTAL						2	6	4

NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO = $\frac{\text{SUMATORIA } (\Sigma)}{\text{Número de Indicadores}}$

Número de Indicadores

NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO = $\frac{4}{3}$

3

NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO = **1,33**

1,33

NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO = **Bajo Positivo**

Bajo Positivo

ANÁLISIS:

En este campo el proyecto tiene un impacto bajo positivo ya que se incentivará al personal con el que se cuenta y a sus familias a superarse profesionalmente para aspirar puestos mejores; ya que la base más importante de un ser humano son sus valores, aquellos que se aprenden en los primeros años, por lo general son los padres o familiares los que tienen la difícil tarea de enseñarlos; pero en vista de que muchas personas se han olvidado de ellos, vale la pena reforzarlos con el objetivo de reconstruir la personalidad de cada individuo.

Otro aspecto fundamental que ayuda al desarrollo y crecimiento de un pueblo, es lograr que la población tenga interés por educarse, por convertirse en un profesional especializado capaz de desenvolverse en los diferentes campos de acción que le permitan mejorar sus condiciones de vida y adaptarse a los cambios tecnológicos.

5.4. Impacto Ambiental

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Recolección de basura							x	3
Aguas servidas							x	3
TOTAL						4	3	6

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = SUMATORIA (Σ)

Número de Indicadores

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = 6

2

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = 3

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = Medio Positivo

ANÁLISIS:

El nivel de impacto es alto positivo, debido a que el sector cuenta con un programa de recolección de basura, además de contribuir mediante la separación de desechos orgánicos e inorgánicos para de esta manera conservar el medio ambiente y en el sector donde estará ubicado el supermercado ya cuenta con un sistema de aguas servidas.

5.5. Impacto Global del Proyecto.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
SOCIO – CULTURAL						x		2
ECONÓMICO						x		2
EDUCATIVO						x		2
AMBIENTAL						x		2
TOTAL						6	3	8

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GLOBAL} = \frac{\text{SUMATORIA } (\Sigma)}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GLOBAL} = \frac{8}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GLOBAL} = 2$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GLOBAL} = \text{Medio Positivo}$$

ANÁLISIS

Todo proyecto de inversión que esté orientado a mejorar las condiciones de vida de una sociedad; y, fomente el cambio y desarrollo de la misma debe ser considerado positivo, por cuanto demostrará que es un proceso de cambios que va más allá de ser un buen negocio.

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo a los análisis realizados en lo que hace referencia a la parte económica, se determino que poner en marcha la ejecución de este proyecto resulta muy factible y rentable, ya que el mercado está esperando ser atendido y las estrategias planteadas en este plan de negocio, garantizan que cada día mas se amplíe el mercado; además según indicadores la inversión se recupera en un plazo aceptable (a partir del sexto año), siendo que ésta es considerablemente fuerte.
- ✓ El proyecto elaborado para la creación de un supermercado en el sector valle de San Rafael de la ciudad de Esmeraldas, es una herramienta que permitió determinar las estrategias que se deben desarrollar para posicionar cada uno de los productos y servicios que ofrecerá la compañía al mercado.
- ✓ Como aspectos relevados de este estudio mediante el análisis de lo positivo y negativo de él, se tiene las 10.000 familias potencialmente clientes para el proyecto, constituyendo la demanda latente de la zona sur de la ciudad, lo cual es un excelente indicador para crear un supermercado en sector valle San Rafael, claro está tomando en cuenta siempre la tentativa del mercado para la competencia.
- ✓ La inversión inicial requerida para la puesta en marcha es de \$ 717.140,15; así como en los primeros meses en que no hubiesen ventas esperadas se apalanca con ahorros y con manejos de proveedores.
- ✓ Como fuente de financiamiento se definen 2: la de financiamiento propio en un porcentaje del 65% y la del financiamiento por parte de Banco Nacional de Fomento con un aporte de 35%, a 10 años plazo y 8.17% de interés anual, además de un año de gracia.

6.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Tomar en cuenta todos los parámetros y escenarios encontrados en el proyecto, para que éste tenga la viabilidad esperada durante el tiempo de ejecución del proyecto en estudio.
- ✓ Realizar una adecuada promoción y publicidad, por parte del supermercado, para siempre estar a la vanguardia de las estrategias necesarias a aplicar para seguir en el mercado.
- ✓ Explotar las oportunidades que se encontraron en el mercado del sector y tratar en la medida de lo posible de trabajar para fortalecer esas debilidades que puedan afectar el normal desenvolvimiento del supermercado.
- ✓ Realizar un adecuado y continuo análisis de los estados financieros, para poder tomar las decisiones adecuadas en el momento oportuno en que amerite para poder obtener los resultados esperados.
- ✓ Tomar en cuenta todas las recomendaciones antes mencionadas para poder tener una óptima gestión que responda a la responsabilidad adquirida y a la confianza depositada en el proyecto por parte de la entidad crediticia.

ANEXOS

ANEXO N° 1: FORMATO ENCUESTAS A LAS FAMILIAS DEL SECTOR

Número: _____		Ciudad: _____			
Fecha: _____					
Sexo:	M () F ()				
Edad:	Menos de 20 ()	20 - 30 ()	30 - 50 ()	50 o más ()	
1) ¿Cuántos miembros son en su familia?	1-3 ()	4-6 ()	7-9 ()	10 o más ()	
2) ¿Acude de preferencia a realizar sus compras a un Supermercado?		Si _____		No _____	
		A veces _____			
3) ¿Quién realiza las compras en su hogar?		Papá ()		Hermanos ()	
		Mamá ()		Abuelos ()	
		Tío ()	Otros ()	Juntos ()	
4) ¿Cuánto dinero gasta normalmente al acudir a realizar sus compras en un Supermercado?:					
De \$5.01 a \$10.00 dólares ()			De \$10.01 a \$20.00 dólares ()		
De \$20.01 a \$35.00 dólares ()			De \$35.01 a \$50.00 dólares ()		
De \$50.01 a \$100.00 dólares ()			De \$100.01 dólares en adelante ()		
5) ¿Cuál es normalmente su forma de pago?					
Tarjeta de Crédito ()			Efectivo ()		
Tarjeta de Débito ()			Tarjeta / convenios ()		
6) ¿Qué tipo de productos acostumbra a consumir en los Supermercados?:					
Abarrotes		Bebidas y Jugos		Licores	
Arroz ()	Sal ()	Agua ()	Whisky ()		

Azúcar ()	Fideos ()	Colas ()	Vodka ()
Aceite ()	Enlatados ()	Jugos ()	Ron ()
Harina ()	Condimentos ()	Refrescos ()	Cerveza ()
Lácteos		Carnes y Fiambrerías	
Leche ()	Mantequilla ()	Mariscos ()	Carne de Res ()
Queso ()	Crema de Leche()	Pollo ()	Carne de Cerdo ()
Yogurt ()	Queso crema ()	Embutidos ()	Otras ()
Limpieza y Lavado		Frutas y Verduras	
Desinfectantes()	Detergentes ()	Manzanas ()	Papayas ()
Ceras de piso ()	Jabón de Lavar ()	Frutillas ()	Duraznos ()
Ambientador ()	Suavizantes ()	Peras ()	Verduras general()
Bazar y Bisutería		Productos Plásticos	
Perfumes ()	Ropa ()	Platos ()	Vasos ()
Maquillajes ()	Zapatos ()	Sillas ()	Mesas ()
Joyas imitación()	Lencería ()	Cucharas ()	Otros ()
Cuidado Personal		Accesorios	
Desodorantes ()	Crema uso corporal ()	Utensilios de cocina ()	Para vehículos ()
Pasta dental ()	Lociones ()	Para el hogar ()	De jardinería ()
Shampoo ()	Acondicionador()	Para oficina ()	Otros ()
7) ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?			
Día a día ()			
Pasando un día ()			
Semanal ()			

Mensual ()			
Trimestral ()			
No se ()			
8) ¿Estaría de acuerdo en que se ubicara un Supermercado en el sector "Valle San Rafael"?			
Si ()			
No ()			
9) ¿Por qué estaría dispuesto a visitar y realizar sus compras en dicho local?			
Curiosidad ()	Diversidad Productos ()		Comodidades ()
Cercanía ()	Atención ()	Calidad ()	precios ()



LISTA DE PRECIOS PRODUCTOS SUPERMERCADOS

" 7 - 11 "

PRODUCTOS	COSTO	PVP	INVENTARIO INICIAL	INVERSIÓN TOTAL INVENTARIO
DELICATESSEM				
Frutas y Vegetales en masapan 2U.	\$ 9,92	\$ 12,10	50	\$ 496,10
Frutas y Vegetales de Masapan 6U	\$ 12,14	\$ 14,80	50	\$ 606,80
Cheesecake de Frutilla Mediano 6-8p	\$ 22,14	\$ 27,00	50	\$ 1.107,00
Cheesecake de Frutilla Grande 20p	\$ 8,62	\$ 10,51	50	\$ 430,91
Brownies (negritos) Pequeños 6-8p	\$ 19,01	\$ 23,18	50	\$ 950,38
Brownies (negritos) Grande 20p	\$ 14,60	\$ 17,80	50	\$ 729,80
FRUTAS				
Duraznos 1Lb	\$ 1,85	\$ 2,25	50	\$ 92,25
Frutilla 500Gr	\$ 1,59	\$ 1,94	50	\$ 79,54
Guineo 1Kl	\$ 0,66	\$ 0,80	50	\$ 32,80
Kiwi 1Lb	\$ 0,94	\$ 1,15	50	\$ 47,15
Limonos (malla) 1Kl	\$ 1,99	\$ 2,43	50	\$ 99,63
Maduros 1Kg	\$ 0,74	\$ 0,90	50	\$ 36,90
Mandarina 1Kl.	\$ 2,04	\$ 2,49	50	\$ 102,09
Manzana Roja 1Lb	\$ 1,20	\$ 1,46	50	\$ 59,86
Melón Mediano	\$ 3,16	\$ 3,85	50	\$ 157,85
Naranjas (Malla) 2 1/2Kl.	\$ 2,07	\$ 2,52	50	\$ 103,32
Naranjas Tangelo importadas 6U.	\$ 4,35	\$ 5,30	50	\$ 217,30
Naranjilla 1Lb	\$ 0,64	\$ 0,78	50	\$ 31,98
Papaya Hawaiana 2U	\$ 1,39	\$ 1,69	50	\$ 69,29
Papaya Mediana	\$ 2,36	\$ 2,88	50	\$ 118,08
Peras 1Lb	\$ 1,08	\$ 1,32	50	\$ 54,12
Piña	\$ 1,44	\$ 1,76	50	\$ 72,16
Sandía Grande	\$ 5,33	\$ 6,50	50	\$ 266,50
Tomate de Árbol 1Lb	\$ 5,43	\$ 6,62	50	\$ 271,42
Uvas Rojas 1Kl	\$ 5,43	\$ 6,62	50	\$ 271,42
VEGETALES				
Ajo Pelado 200 Gr	\$ 1,65	\$ 2,01	50	\$ 82,41
Apio Verde (atado)	\$ 0,27	\$ 0,33	25	\$ 6,77
Berenjena 1Lb.	\$ 0,36	\$ 0,44	25	\$ 9,02
Brócoli	\$ 0,59	\$ 0,72	50	\$ 29,52
Cebolla Blanca en rama (atado)	\$ 0,75	\$ 0,92	50	\$ 37,72
Cebolla Paiteña 1lb	\$ 0,57	\$ 0,70	50	\$ 28,70
Cebolla Perla 1Lb	\$ 0,74	\$ 0,90	50	\$ 36,90
Choclo Serrano 1U	\$ 0,57	\$ 0,70	50	\$ 28,70
Coliflor Mediana	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Culantro o Hierbita (atado)	\$ 0,34	\$ 0,42	50	\$ 17,22
Ensalada Americana Hortana 300Gr	\$ 1,94	\$ 2,36	50	\$ 96,76
Ensalada Italiana Hortana 200Gr	\$ 1,89	\$ 2,30	50	\$ 94,30
Espinaca 1Lb	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Haba Pelada 500Gr.	\$ 1,30	\$ 1,59	50	\$ 65,19
Habichuela 500Gr.	\$ 2,10	\$ 2,56	50	\$ 104,96
Lechuga	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50
Lechuga César La Hortana 300Gr.	\$ 0,75	\$ 0,92	50	\$ 37,72
Lechuga Romana empacada La Huerta	\$ 0,70	\$ 0,85	50	\$ 34,85
Nabo	\$ 0,34	\$ 0,42	50	\$ 17,22
Papa chola 3Kl.	\$ 2,07	\$ 2,52	50	\$ 103,32
Pepino	\$ 0,30	\$ 0,36	50	\$ 14,76
Perejil (atado)	\$ 0,34	\$ 0,42	50	\$ 17,22
Pimiento Rojo 1Lb	\$ 1,50	\$ 1,83	50	\$ 75,03

Pimiento Verde 1Lb	\$ 0,81	\$ 0,99	50	\$ 40,59
Rabano 1Lb	\$ 0,45	\$ 0,55	50	\$ 22,55
Tomate 1Lb	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Vainitas 500Gr.	\$ 0,53	\$ 0,65	50	\$ 26,65
Verdes 1 Kg	\$ 0,78	\$ 0,95	50	\$ 38,95
Yuca	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50
Zanahoria 1Lb	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50
LACTEOS				
Mantequilla Fleishmann's 335Gr	\$ 3,14	\$ 3,83	50	\$ 157,03
Mantequilla Fleishmann's Light 1Lb	\$ 3,07	\$ 3,74	50	\$ 153,34
Mantequilla Floralp sin sal 250Gr	\$ 1,73	\$ 2,11	50	\$ 86,51
Mantequilla Gonzalez 300Gr.	\$ 2,25	\$ 2,74	50	\$ 112,34
Mantequilla La Finca 500Gr.	\$ 3,52	\$ 4,29	50	\$ 175,89
Mantequilla Miraflores 100Gr.	\$ 0,77	\$ 0,94	50	\$ 38,54
Mantequilla Miraflores 250Gr.	\$ 1,89	\$ 2,30	50	\$ 94,30
Margarina Bonella 1Kg.	\$ 3,18	\$ 3,88	50	\$ 159,08
Margarina Bonella 250Gr.	\$ 1,16	\$ 1,41	50	\$ 57,81
Margarina Bonella 500Gr.	\$ 1,83	\$ 2,23	50	\$ 91,43
Margarina Bonella Batida 350G	\$ 1,63	\$ 1,99	50	\$ 81,59
Margarina Bonella Light 500Gr.	\$ 2,06	\$ 2,51	50	\$ 102,91
Margarina Dorina 500Gr.	\$ 1,92	\$ 2,34	50	\$ 95,94
Margarina Dorina Light 500gr.	\$ 2,17	\$ 2,65	50	\$ 108,65
Alpina Queso Holandes 450Gr.	\$ 4,35	\$ 5,30	50	\$ 217,30
Gonzalez Queso Crema 500Gr	\$ 3,07	\$ 3,74	50	\$ 153,34
Kiosko Queso Mozzarella 900Gr	\$ 6,28	\$ 7,66	50	\$ 314,06
Kiosko Queso Mozzarella Light 500Gr	\$ 3,77	\$ 4,60	50	\$ 188,60
Kiosko Queso Ricotta 250Gr.	\$ 1,35	\$ 1,65	50	\$ 67,65
Kiosko Queso Ricotta 500Gr.	\$ 1,94	\$ 2,36	50	\$ 96,76
La Chonta Queso Fresco 500Gr	\$ 3,23	\$ 3,94	50	\$ 161,54
Nutrileche Queso Fresco 500Gr.	\$ 2,62	\$ 3,19	50	\$ 130,79
Queso Parmesano Gonzalez 50Gr.	\$ 0,81	\$ 0,99	50	\$ 40,59
Société Queso Roquefort 100Gr.	\$ 4,19	\$ 5,11	50	\$ 209,51
Toni Queso Crema 250Gr.	\$ 1,39	\$ 1,69	50	\$ 69,29
Alpina Regeneris Yogurt Durazno 180Gr	\$ 0,52	\$ 0,64	50	\$ 26,24
Alpina Regeneris Yogurt Durazno 1Lt	\$ 2,43	\$ 2,96	50	\$ 121,36
Alpina Regeneris Yogurt Frutilla 1 Lt	\$ 2,43	\$ 2,96	50	\$ 121,36
Alpina Regeneris Yogurt Frutilla 180Gr	\$ 0,52	\$ 0,64	50	\$ 26,24
Alpina Regeneris Yogurt Mora 1Lt	\$ 2,43	\$ 2,96	50	\$ 121,36
Caffè-Lato Capuccino 250Cc.	\$ 0,61	\$ 0,74	50	\$ 30,34
Caffè-Lato Capuccino 300Cc.	\$ 0,89	\$ 1,08	50	\$ 44,28
Chiveria Yogurt Dietético 200 MI	\$ 0,51	\$ 0,62	50	\$ 25,42
Chiveria Yogurt Durazno 200 MI	\$ 0,51	\$ 0,62	50	\$ 25,42
Chiveria Yogurt Durazno 2Lt.	\$ 3,91	\$ 4,77	50	\$ 195,57
Chiveria Yogurt Frutilla 200 MI	\$ 0,51	\$ 0,62	50	\$ 25,42
Chiveria Yogurt Frutilla 2Lt	\$ 3,91	\$ 4,77	50	\$ 195,57
Chiveria Yogurt Guanábana 1Kg	\$ 1,16	\$ 1,42	50	\$ 58,22
Chiveria Yogurt Mora 200 MI	\$ 0,51	\$ 0,62	50	\$ 25,42
Chiveria Yogurt Mora 2Lt.	\$ 3,91	\$ 4,77	50	\$ 195,57
Chiveria Yogurt Natural 200 MI	\$ 0,51	\$ 0,62	50	\$ 25,42
Chiveria Yogurt Vainilla 2Lt	\$ 3,91	\$ 4,77	50	\$ 195,57
Crema de Leche Rey Leche 200MI	\$ 0,78	\$ 0,95	50	\$ 38,95
Crema La Lechera 1LT.	\$ 3,53	\$ 4,30	50	\$ 176,30
Crema UHT La Lechera 200MI.	\$ 0,80	\$ 0,97	50	\$ 39,77
Kiosko Yogurt Bebible Durazno 150Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Kiosko Yogurt Bebible Frutilla 150Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Kiosko Yogurt Bebible Frutilla 1Lt	\$ 1,36	\$ 1,66	50	\$ 68,06
Kiosko Yogurt Trozos de Fruta Mora 1Lt	\$ 2,12	\$ 2,58	50	\$ 105,78
La Lechera 3 Leches 1Lt.	\$ 3,23	\$ 3,94	50	\$ 161,54
La Lechera Chocolatada 1Lt.	\$ 1,44	\$ 1,75	50	\$ 71,75

La Lechera Deslactosada 1Lt.	\$ 1,35	\$ 1,65	50	\$ 67,65
La Lechera Entera 1Lt.	\$ 1,18	\$ 1,44	50	\$ 59,04
La Lechera Leche Condensada 100Gr.	\$ 0,75	\$ 0,92	50	\$ 37,72
La Lechera Leche Condensada 397Gr.	\$ 1,94	\$ 2,36	50	\$ 96,76
La Lechera Leche Condensada Light 390Gr	\$ 3,58	\$ 4,37	50	\$ 179,17
La Lechera Leche Condensada Skuisi 450Gr.	\$ 3,16	\$ 3,85	50	\$ 157,85
La Lechera Leche Evaporada 410Gr.	\$ 1,25	\$ 1,53	50	\$ 62,73
La Lechera Semidescremada 1Lt.	\$ 1,25	\$ 1,52	50	\$ 62,32
La Vaquita 200Gr.	\$ 1,55	\$ 1,89	50	\$ 77,49
La Vaquita 400Gr.	\$ 3,10	\$ 3,78	50	\$ 154,98
Nesquik Chocolate 200Ml.	\$ 0,56	\$ 0,68	50	\$ 27,88
Nesquik Fresa 200Ml.	\$ 0,56	\$ 0,68	50	\$ 27,88
Nesquik Vainilla 200Ml.	\$ 0,56	\$ 0,68	50	\$ 27,88
NutriLeche Deslactosada 1Lt.	\$ 1,10	\$ 1,34	50	\$ 54,94
NutriLeche Entera 1Lt.	\$ 0,98	\$ 1,20	50	\$ 49,20
Nutrileche Entera en Funda 1Lt.	\$ 0,93	\$ 1,14	50	\$ 46,74
NutriLeche Light 1Lt.	\$ 1,03	\$ 1,25	50	\$ 51,25
NutriLeche Semidescremada 1Lt.	\$ 1,01	\$ 1,23	50	\$ 50,43
Parmalat Leche Light 1Lt.	\$ 0,89	\$ 1,08	50	\$ 44,28
Parmalat Zymil deslactosada 1Lt	\$ 1,19	\$ 1,45	50	\$ 59,45
Rey Leche Chocolatada 240Cc. 6pack	\$ 2,43	\$ 2,96	50	\$ 121,36
Rey Leche Entera 1Lt.	\$ 0,92	\$ 1,12	50	\$ 45,92
Rey Leche Frutilla 1Lt.	\$ 1,36	\$ 1,66	50	\$ 68,06
Rey Leche Semidescremada 1Lt.	\$ 1,01	\$ 1,23	50	\$ 50,43
Rey Rocker Yogurt 6pack 95Gr	\$ 1,38	\$ 1,68	50	\$ 68,88
Svelty 1Lt.	\$ 1,35	\$ 1,65	50	\$ 67,65
Svelty Actifibras (lata) 450Gr.	\$ 5,18	\$ 6,32	50	\$ 259,12
Toni Diet Yogurt Durazno 200Gr.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Diet Yogurt Frutilla 1Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Diet Yogurt Frutilla 200Gr.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Diet Yogurt Mora 1 Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Diet Yogurt Mora 200Gr.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Diet Yogurt Natural 1Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Diet Yogurt Vainilla 1Lt.	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Leche Chocolatada 1Lt.	\$ 1,80	\$ 2,20	50	\$ 90,20
Toni Leche Chocolatada 200Ml.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Leche Descremada 1Lt	\$ 1,25	\$ 1,53	50	\$ 62,73
Toni Leche Semidescremada 1Lt	\$ 1,21	\$ 1,47	50	\$ 60,27
Toni Mix Frutilla -Corn flakes- 200Gr	\$ 0,59	\$ 0,72	50	\$ 29,52
Toni Vivaly Yogurt Ciruela 1Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Vivaly Yogurt Ciruela 200Ml	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Vivaly Yogurt Fresa Cool 200Ml	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Vivaly Yogurt Frutos de Fuego 1Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Vivaly Yogurt Frutos de Fuego 200Ml	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Vivaly Yogurt Frutos de Pasión 1Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Vivaly Yogurt Frutos de Pasión 200Ml	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Vivaly Yogurt Piña Coco 1Lt	\$ 2,39	\$ 2,91	50	\$ 119,31
Toni Vivaly Yogurt Piña Coco 200Ml	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Yogurt Durazno 1Lt.	\$ 2,17	\$ 2,65	50	\$ 108,65
Toni Yogurt Frutilla 1Lt.	\$ 2,17	\$ 2,65	50	\$ 108,65
Toni Yogurt Frutilla 200Gr.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Toni Yogurt Mora 1Lt.	\$ 2,17	\$ 2,65	50	\$ 108,65
Toni Yogurt Mora 200Gr.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Yogu Yogu Durazno 1Lt.	\$ 1,98	\$ 2,41	50	\$ 98,81
Yogu Yogu Durazno 200Ml.	\$ 0,57	\$ 0,69	50	\$ 28,29
Yogu Yogu Frutilla 1Lt.	\$ 1,98	\$ 2,41	50	\$ 98,81
Yogu Yogu Frutilla 200Ml.	\$ 0,57	\$ 0,69	50	\$ 28,29
Yogu Yogu Manzana 1Lt.	\$ 1,98	\$ 2,41	50	\$ 98,81
Yogu Yogu Manzana 200Ml.	\$ 0,57	\$ 0,69	50	\$ 28,29

Yogu Yogu Mora 1Lt.	\$ 1,98	\$ 2,41	50	\$ 98,81
Yogu Yogu Mora 200Ml.	\$ 0,57	\$ 0,69	50	\$ 28,29
ARROZ				
Arroz Gustadina Blanco 10Kg	\$ 10,16	\$ 12,39	150	\$ 1.523,97
Arroz Home Deliverers 2Kg.	\$ 1,74	\$ 2,12	50	\$ 86,92
Arroz Rendidor Blanco 10Kg	\$ 9,53	\$ 11,62	150	\$ 1.429,26
Arroz Rendidor Blanco 2Kg	\$ 1,97	\$ 2,40	100	\$ 196,80
Arroz Rendidor Blanco 5Kg	\$ 4,94	\$ 6,02	100	\$ 493,64
Arroz solo arroz tipo flor 2Kl	\$ 1,80	\$ 2,20	100	\$ 180,40
AZUCAR				
Azúcar Blanca San Carlos 2Kg.	\$ 1,61	\$ 1,96	200	\$ 321,44
Azúcar Blanca Valdez 2Kg.	\$ 1,61	\$ 1,96	150	\$ 241,08
Azúcar Blanca Valdez Light 1Kg	\$ 1,59	\$ 1,94	100	\$ 159,08
Endulzante Equal 50u.	\$ 2,71	\$ 3,30	100	\$ 270,60
Endulzante Splenda 200u.	\$ 11,20	\$ 13,66	75	\$ 840,09
Endulzante Splenda 50u.	\$ 3,50	\$ 4,27	100	\$ 350,14
Endulzante Valdez Morena Light 50u	\$ 0,47	\$ 0,57	100	\$ 46,74
Endulzante Valdez Light 50u	\$ 0,48	\$ 0,58	100	\$ 47,56
Endulzante Valdez Morena 100u	\$ 1,19	\$ 1,45	75	\$ 89,18
GRANOS				
Arvejas El Sabor 500Gr.	\$ 0,70	\$ 0,85	50	\$ 34,85
Canguil El Sabor 500Gr.	\$ 0,82	\$ 1,00	50	\$ 41,00
Fréjol Bayo Bolón El Sabor 250Gr	\$ 0,80	\$ 0,98	50	\$ 40,18
Fréjol Bayo Bolón El Sabor 500Gr	\$ 1,54	\$ 1,88	50	\$ 77,08
Fréjol Blanco Bolón El Sabor 500Gr.	\$ 1,35	\$ 1,65	50	\$ 67,65
Fréjol Canario El Sabor 250Gr.	\$ 0,95	\$ 1,16	50	\$ 47,56
Fréjol Canario El Sabor 500Gr	\$ 1,85	\$ 2,25	50	\$ 92,25
Fréjol Cholo Bolón El Sabor 500Gr	\$ 1,53	\$ 1,87	50	\$ 76,67
Fréjol Negro El Sabor 500Gr.	\$ 1,29	\$ 1,57	50	\$ 64,37
Fréjol Panamito El Sabor 250Gr.	\$ 0,75	\$ 0,92	50	\$ 37,72
Fréjol Panamito El Sabor 500Gr.	\$ 1,29	\$ 1,57	50	\$ 64,37
Fréjol Tierno 500Gr.	\$ 1,93	\$ 2,35	50	\$ 96,35
Garbanzo El Sabor 250Gr.	\$ 0,80	\$ 0,98	50	\$ 40,18
Garbanzo El Sabor 500Gr.	\$ 1,49	\$ 1,82	50	\$ 74,62
Lentejón el Sabor 250Gr.	\$ 0,61	\$ 0,74	50	\$ 30,34
Lentejón El Sabor 500 Gr.	\$ 1,16	\$ 1,41	50	\$ 57,81
Mote El Sabor 500Gr.	\$ 1,30	\$ 1,58	50	\$ 64,78
ACEITES Y VINAGRES				
Aceite Alesol Vegetal 900ml	\$ 1,71	\$ 2,09	100	\$ 171,38
Aceite Alesoya Light 1Lt.	\$ 2,35	\$ 2,86	100	\$ 234,52
Aceite de Maíz Arcor 1Lt.	\$ 2,67	\$ 3,25	100	\$ 266,50
Aceite Dos Coronas 1/2Lt.	\$ 1,07	\$ 1,30	100	\$ 106,60
Aceite La Favorita 1Lt.	\$ 2,35	\$ 2,86	50	\$ 117,26
Aceite La Favorita 2Lt.	\$ 4,11	\$ 5,01	50	\$ 205,41
Aceite La Favorita Light 1Lt.	\$ 2,05	\$ 2,50	50	\$ 102,50
Aceite La Favorita Omega 1Lt.	\$ 2,76	\$ 3,37	50	\$ 138,17
Aceite Puro Maíz con vitamina E 1Lt	\$ 6,28	\$ 7,66	50	\$ 314,06
Aceite Vegetal Pure Wesson 1.42Lt	\$ 6,37	\$ 7,77	50	\$ 318,57
Arbolito Aceite de Oliva 1/4Lt.	\$ 3,21	\$ 3,92	25	\$ 80,36
La Española Aceite de Oliva Clásico 250Ml.	\$ 4,04	\$ 4,93	25	\$ 101,07
La Española Aceite de Oliva Extra Virgen 250Ml.	\$ 3,85	\$ 4,69	25	\$ 96,15
Vinagre Blanco Guayas 500Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	25	\$ 18,45
Vinagre Blanco Gustadina 500Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	25	\$ 18,45
ESPECIES				
Ají para Seco El Sabor 40Gr.	\$ 0,30	\$ 0,37	50	\$ 15,17
Ajonjolí El Sabor 50Gr.	\$ 0,35	\$ 0,43	50	\$ 17,63
Anís Español El Sabor 12Gr.	\$ 0,33	\$ 0,40	50	\$ 16,40
Anís Estrellado El Sabor 12Gr.	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Canela en Rama Gustositos 16Gr.	\$ 0,52	\$ 0,63	50	\$ 25,83

Canela Molida El Sabor 12Gr.	\$ 0,53	\$ 0,65	50	\$ 26,65
Canela Rama El Sabor 15Gr.	\$ 0,57	\$ 0,70	50	\$ 28,70
Clavo de Olor El Sabor 12Gr.	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Clavo de Olor Gustosito 12Gr.	\$ 0,52	\$ 0,63	50	\$ 25,83
Comino Molido El Sabor 12Gr.	\$ 0,39	\$ 0,48	50	\$ 19,68
Linaza El sabor 50Gr.	\$ 0,60	\$ 0,73	50	\$ 29,93
Linaza Molida El Sabor 100Gr.	\$ 0,71	\$ 0,86	50	\$ 35,26
Orégano en hoja El Sabor 50Gr.	\$ 0,52	\$ 0,64	50	\$ 26,24
Orégano Molido El Sabor 12Gr.	\$ 0,30	\$ 0,37	50	\$ 15,17
Pimienta Picante en Grano El Sabor 12Gr.	\$ 0,36	\$ 0,44	50	\$ 18,04
CONDIMENTOS				
Achiote La Favorita 500Cc.	\$ 1,53	\$ 1,87	50	\$ 76,67
Caldo de Costilla Maggi 8u.	\$ 0,68	\$ 0,83	50	\$ 34,03
Caldo de Gallina Maggi 1Kl.	\$ 5,08	\$ 6,19	50	\$ 253,79
Caldo de Gallina Maggi 88Gr.	\$ 0,81	\$ 0,99	50	\$ 40,59
Caldo de Gallina Maggi en Polvo 50u	\$ 2,99	\$ 3,65	50	\$ 149,65
Doña Criollita 50gr.	\$ 0,61	\$ 0,74	50	\$ 30,34
Doña Criollita 50u. 250Gr.	\$ 2,05	\$ 2,50	50	\$ 102,50
La Sazón (Adobo) Maggi 250Gr.	\$ 1,30	\$ 1,58	50	\$ 64,78
Pasta de Ajo El Sabor 250Gr.	\$ 1,16	\$ 1,41	50	\$ 57,81
Pasta de Tomate Facundo 150Gr.	\$ 0,75	\$ 0,92	50	\$ 37,72
Pasta de Tomate Facundo 250Gr.	\$ 1,29	\$ 1,57	50	\$ 64,37
Pasta de Tomate Facundo 800Gr.	\$ 2,89	\$ 3,52	50	\$ 144,32
Pasta de Tomate Gustadina 250Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	50	\$ 61,09
Pasta de Tomate Gustadina 500Gr.	\$ 1,57	\$ 1,92	50	\$ 78,72
Ranchero Caldo de Gallina Criolla 40Gr.	\$ 0,60	\$ 0,73	50	\$ 29,93
Sabora Condimento Completo 50Gr.	\$ 0,32	\$ 0,39	50	\$ 15,99
Sal Cri-Sal 2Kg	\$ 0,51	\$ 0,62	50	\$ 25,42
Sal Mar y Sal 1/2Kg	\$ 0,11	\$ 0,14	50	\$ 5,74
Sal Mar y Sal 2Kg	\$ 0,35	\$ 0,43	50	\$ 17,63
Sal Valdez yodada y fluorada 1Kg	\$ 0,21	\$ 0,25	50	\$ 10,25
Sal Valdez yodada y fluorada 2Kg	\$ 0,35	\$ 0,43	50	\$ 17,63
Sal Valdez yodada y fluorada 500Gr	\$ 0,11	\$ 0,14	50	\$ 5,74
Tomate con Aliño Facundo 425Gr.	\$ 1,47	\$ 1,79	50	\$ 73,39
SALSAS				
Ají Indio Bravo 100Gr.	\$ 0,53	\$ 0,65	40	\$ 21,32
Crema de Coco Goya 425Gr.	\$ 2,70	\$ 3,29	40	\$ 107,91
Mayonesa Alacena 220Cc.	\$ 1,34	\$ 1,64	40	\$ 53,79
Mayonesa Gustadina Light Skuisi	\$ 1,62	\$ 1,98	40	\$ 64,94
Mayonesa Gustadina Skuisi 300Gr.	\$ 1,43	\$ 1,74	40	\$ 57,07
Mayonesa Light Maggi (Doypack) 400Gr	\$ 2,04	\$ 2,49	40	\$ 81,67
Mayonesa Light Maggi 220Gr.	\$ 1,50	\$ 1,83	40	\$ 60,02
Mayonesa Maggi (Doypack) 200Gr.	\$ 0,93	\$ 1,13	40	\$ 37,06
Mayonesa Maggi (Doypack) 480Gr.	\$ 1,98	\$ 2,42	40	\$ 79,38
Mayonesa Maggi (Doypack) 900Gr.	\$ 4,21	\$ 5,13	40	\$ 168,26
Mayonesa Maggi Skuisi 330Gr.	\$ 1,82	\$ 2,22	40	\$ 72,82
Milano Chocolate 650Gr.	\$ 2,30	\$ 2,80	40	\$ 91,84
Mostaza (Doypack) Maggi 200Gr.	\$ 0,63	\$ 0,77	40	\$ 25,26
Mostaza (Doypack) Maggi 550Gr.	\$ 1,60	\$ 1,95	40	\$ 63,96
Mostaza (Doypack) Maggi 900Gr.	\$ 2,98	\$ 3,63	40	\$ 119,06
Mostaza Maggi 240Gr.	\$ 1,05	\$ 1,28	40	\$ 41,98
Mostaza Maggi 480Gr.	\$ 1,73	\$ 2,11	40	\$ 69,21
Mostaza Maggi Skuisi 370Gr.	\$ 1,36	\$ 1,66	40	\$ 54,45
Salsa BBQ Gustadina 380Gr.	\$ 1,33	\$ 1,62	40	\$ 53,14
Salsa BBQ Gustadina 500Gr.	\$ 2,28	\$ 2,78	40	\$ 91,18
Salsa China de Soya Oriental 130Ml.	\$ 0,53	\$ 0,65	40	\$ 21,32
Salsa China de Soya Oriental 200Ml.	\$ 0,90	\$ 1,10	40	\$ 36,08
Salsa China Gustadina 170Gr.	\$ 1,23	\$ 1,50	40	\$ 49,20
Salsa de Tomate (Doypack) Maggi 1000Gr.	\$ 2,50	\$ 3,05	40	\$ 100,04

Salsa de Tomate (Doypack) Maggi 200Gr.	\$ 0,64	\$ 0,78	40	\$ 25,58
Salsa de Tomate (Doypack) Maggi 550Gr.	\$ 1,56	\$ 1,90	40	\$ 62,32
Salsa de Tomate con Carne Maggi 245Gr.	\$ 0,76	\$ 0,93	40	\$ 30,50
Salsa de Tomate Facundo 375Gr.	\$ 1,03	\$ 1,25	40	\$ 41,00
Salsa de Tomate Facundo 600Gr.	\$ 1,61	\$ 1,96	40	\$ 64,29
Salsa de Tomate Gustadina Skuisi 360 Gr.	\$ 1,16	\$ 1,42	40	\$ 46,58
Salsa de Tomate Los Andes 390Gr.	\$ 1,35	\$ 1,65	40	\$ 54,12
Salsa de Tomate Maggi 395Gr.	\$ 0,80	\$ 0,97	40	\$ 31,82
Salsa de Tomate Skuisi Maggi 400Gr.	\$ 1,52	\$ 1,85	40	\$ 60,68
Salsa de Tomate Superba 380Gr.	\$ 0,84	\$ 1,03	40	\$ 33,78
Salsa Golf Gustadina 340Gr	\$ 1,34	\$ 1,64	40	\$ 53,79
Salsa para Taco Sauce Mild Old El Paso 226Gr.	\$ 1,86	\$ 2,27	40	\$ 74,46
Salsa Pesto Gourmet 30Gr	\$ 0,51	\$ 0,62	40	\$ 20,34
Salsa Spaghetti Clásica Rubino 480Gr	\$ 2,16	\$ 2,63	40	\$ 86,26
Salsa Spaghetti Gustadina 500Gr.	\$ 1,97	\$ 2,40	40	\$ 78,72
Salsa Spaghetti Napolitana Rubino 480Gr	\$ 2,19	\$ 2,67	40	\$ 87,58
Schullo Miel de Abeja 490Gr.	\$ 4,31	\$ 5,25	40	\$ 172,20
HARINAS Y MAICENAS				
Harina de Trigo Estrellita de Octubre 1Kg.	\$ 1,66	\$ 2,02	100	\$ 165,64
Harina YA 1/2Kl	\$ 0,89	\$ 1,08	100	\$ 88,56
Harina YA 1Kl.	\$ 1,76	\$ 2,15	100	\$ 176,30
Harina YA 2Kl.	\$ 3,90	\$ 4,76	100	\$ 390,32
Maicena Royal 200Gr.	\$ 0,71	\$ 0,87	100	\$ 71,34
Maizabrosa Harina de Maíz Precocido 500 Gr.	\$ 0,65	\$ 0,79	100	\$ 64,78
CEREALES EN POLVO				
Arroz de Cebada El Sabor 250Gr.	\$ 0,40	\$ 0,49	50	\$ 20,09
Arroz de Cebada El Sabor 500Gr.	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Avena Molida Quaker 500Gr.	\$ 0,90	\$ 1,10	50	\$ 45,10
Avena Quaker 250Gr.	\$ 0,35	\$ 0,43	50	\$ 17,63
Avena Quaker 500Gr.	\$ 0,70	\$ 0,85	50	\$ 34,85
Avena Ya 250Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	50	\$ 11,89
Avena YA 500Gr	\$ 0,80	\$ 0,97	50	\$ 39,77
Machica El Sabor 500Gr.	\$ 0,66	\$ 0,80	50	\$ 32,80
Pinol El Sabor 500Gr.	\$ 0,55	\$ 0,67	50	\$ 27,47
Quinoa El Sabor 500Gr.	\$ 1,80	\$ 2,19	50	\$ 89,79
Tapiokita Colada Fresa 200Gr.	\$ 0,50	\$ 0,61	50	\$ 25,01
Vitasoya Oriental Colada Cereza 200Gr.	\$ 0,53	\$ 0,65	50	\$ 26,65
Vitasoya Oriental Colada Manzana 200Gr.	\$ 0,53	\$ 0,65	50	\$ 26,65
CEREALES EN BARRA				
All-Bran Barras Pasas 6barras	\$ 2,81	\$ 3,43	50	\$ 140,63
Cereal Cap'n Crunch de Maíz y Avena 453Gr.	\$ 3,55	\$ 4,33	50	\$ 177,53
Cereal Chocapic 250Gr.	\$ 1,90	\$ 2,32	50	\$ 95,12
Cereal Chocapic 30Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Cereal Chocapic 500Gr.	\$ 3,44	\$ 4,19	50	\$ 171,79
Cereal Choco Krispis de Melvin 320Gr.	\$ 2,07	\$ 2,52	50	\$ 103,32
Cereal Corn Flakes de Nestlé 500Gr.	\$ 3,25	\$ 3,96	50	\$ 162,36
Cereal Corn Flakes de Nestlé 200Gr.	\$ 1,70	\$ 2,07	50	\$ 84,87
Cereal Corn Flakes de Nestlé 30Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Cereal Estrellitas 240Gr.	\$ 2,58	\$ 3,15	50	\$ 129,15
Cereal Estrellitas 25Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Cereal Estrellitas 500Gr.	\$ 4,33	\$ 5,28	50	\$ 216,48
Cereal Froot Loops! 365Gr.	\$ 3,82	\$ 4,66	50	\$ 191,06
Cereal La Lechera Flakes 270Gr.	\$ 2,16	\$ 2,63	50	\$ 107,83
Cereal La Lechera Flakes 440Gr.	\$ 3,29	\$ 4,01	50	\$ 164,41
Cereal Mc Dougal Hojuelas de Maíz con azúcar 30Gr.	\$ 0,20	\$ 0,24	50	\$ 9,84
Cereal Milo 250Gr.	\$ 2,10	\$ 2,56	50	\$ 104,96
Cereal Milo 30Gr.	\$ 0,33	\$ 0,40	50	\$ 16,40
Cereal Milo 500Gr.	\$ 3,89	\$ 4,74	50	\$ 194,34
Cereal Nesquik 230Gr.	\$ 1,82	\$ 2,22	50	\$ 91,02

Cereal Trix 230Gr.	\$ 2,39	\$ 2,92	50	\$ 119,72
Cereal Trix 30Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Cereal Trix 480Gr.	\$ 3,90	\$ 4,76	50	\$ 195,16
Cereal Zucosos 300Gr.	\$ 2,21	\$ 2,69	50	\$ 110,29
Cereal Zucosos 30Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Cereal Zucosos 510Gr.	\$ 3,09	\$ 3,77	50	\$ 154,57
Granola Gustamas 340Gr	\$ 1,66	\$ 2,03	50	\$ 83,23
Granola Schullo 14.11Oz	\$ 2,53	\$ 3,09	50	\$ 126,69
Mixer Barras Soya, Quinoa, Avena, Trigo y Maíz 6U.	\$ 2,57	\$ 3,14	50	\$ 128,74
Nature Valley Barras de Fruta y Nuez 6barras	\$ 4,31	\$ 5,26	50	\$ 215,66
Nature Valley Barras de Granola y Yogurt 6barras	\$ 4,87	\$ 5,94	50	\$ 243,54
Nutri-Grain Ciruela pasa 6U. 234Gr.	\$ 3,07	\$ 3,74	50	\$ 153,34
Nutri-Grain Fresa 6U. 234Gr.	\$ 3,07	\$ 3,74	50	\$ 153,34
INFANTILES				
Cerelac 5 Cereales 400Gr.	\$ 5,03	\$ 6,13	50	\$ 251,33
Cerelac Trigo 1000Gr.	\$ 8,51	\$ 10,38	50	\$ 425,58
Cerelac Trigo 500Gr.	\$ 4,49	\$ 5,47	50	\$ 224,27
Colado de Manzana Gerber Paso 2 113Gr.	\$ 0,77	\$ 0,94	50	\$ 38,54
Colado de Pera Gerber Paso 2 113Gr.	\$ 0,77	\$ 0,94	50	\$ 38,54
Colado de Pera Nestlé 115Gr.	\$ 0,85	\$ 1,04	50	\$ 42,64
Colado de Pollo con Verdura Nestlé 132Gr.	\$ 0,97	\$ 1,18	50	\$ 48,38
Jugo de Manzana y Durazno Nestlé 210Gr.	\$ 1,53	\$ 1,86	50	\$ 76,26
Jugo de Zanahoria y Naranja Nestlé 210Gr.	\$ 1,53	\$ 1,86	50	\$ 76,26
Nestúm Frutilla 250Gr.	\$ 2,97	\$ 3,62	50	\$ 148,42
Nestúm Vainilla 250Gr.	\$ 2,97	\$ 3,62	50	\$ 148,42
Nido 1+ Crecimiento 400Gr.	\$ 5,08	\$ 6,20	50	\$ 254,20
Nido 1+ Crecimiento Instantáneo 900Gr.	\$ 10,77	\$ 13,14	50	\$ 538,74
Nido 1+ Stand Pack 400Gr.	\$ 4,81	\$ 5,86	50	\$ 240,26
Nido 3+ 400Gr.	\$ 5,08	\$ 6,20	50	\$ 254,20
Nido 3+. 900Gr.	\$ 9,94	\$ 12,12	50	\$ 496,92
Nido Instantáneo 400Gr.	\$ 4,35	\$ 5,31	50	\$ 217,71
Picado de frutas Surtidas 225G.	\$ 1,22	\$ 1,49	50	\$ 61,09
Picado de Pollo y Verduras Nestlé 215Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	50	\$ 61,09
SOPAS				
Crema de Champiñones Knorr 70Gr.	\$ 0,95	\$ 1,16	25	\$ 23,78
Crema de Champiñones Maggi 67Gr.	\$ 0,87	\$ 1,06	25	\$ 21,73
Crema de Choclo Maggi 79Gr.	\$ 0,87	\$ 1,06	25	\$ 21,73
Crema de Espárragos Maggi 68Gr.	\$ 0,87	\$ 1,06	25	\$ 21,73
Crema de Pollo Maggi 72Gr.	\$ 0,87	\$ 1,06	25	\$ 21,73
Sopa de Pollo con Arroz Maggi 70Gr.	\$ 0,59	\$ 0,72	25	\$ 14,76
Sopa de Pollo con Fideos Maggi 60Gr.	\$ 0,59	\$ 0,72	25	\$ 14,76
Sopa Divertida Maggi 60Gr.	\$ 0,60	\$ 0,73	25	\$ 14,97
CAFÉ Y CHOCOLATES EN POLVO				
Buendía Café Descafeinado Liofilizado 50Gr	\$ 2,89	\$ 3,53	50	\$ 144,73
Café de Loja Tostado y Molido 400Gr	\$ 3,44	\$ 4,20	50	\$ 172,20
Café Molido Gardella 453Gr.	\$ 4,20	\$ 5,12	50	\$ 209,92
Café Pres 2 Deltapack 50Gr.	\$ 0,66	\$ 0,80	50	\$ 32,80
Chocolyne	\$ 2,54	\$ 3,10	50	\$ 127,10
Cocoa Diet Radisson 54Gr.	\$ 5,75	\$ 7,01	50	\$ 287,41
Colcafé Cappuccino Mix 9.5Oz	\$ 5,40	\$ 6,59	50	\$ 270,19
Colcafé Todo en 1 Light 280Gr	\$ 4,76	\$ 5,81	50	\$ 238,21
Funda Cocoa en polvo azucarada La Universal 200Gr.	\$ 0,61	\$ 0,74	50	\$ 30,34
Funda Cocoa La Universal 450Gr.	\$ 1,56	\$ 1,90	50	\$ 77,90
Milo 1000Gr.	\$ 16,13	\$ 19,67	50	\$ 806,47
Milo 200Gr.	\$ 3,97	\$ 4,84	50	\$ 198,44
Milo 400Gr.	\$ 6,91	\$ 8,43	50	\$ 345,63
Mr. Choc Light 180Gr	\$ 0,76	\$ 0,93	50	\$ 38,13
Nescafé Café con Leche (doypack) 450Gr.	\$ 8,47	\$ 10,33	50	\$ 423,53
Nescafé Dolca 170Gr.	\$ 7,59	\$ 9,26	50	\$ 379,66

Nescafé Dolca 85Gr.	\$ 3,83	\$ 4,67	50	\$ 191,47
Nescafé Lata 500Gr.	\$ 17,65	\$ 21,53	50	\$ 882,73
Nescafé Sobre 25Gr.	\$ 0,87	\$ 1,06	50	\$ 43,46
Nescafé Tradición 200Gr.	\$ 5,73	\$ 6,99	50	\$ 286,59
Nescafé Tradición 85Gr.	\$ 3,52	\$ 4,29	50	\$ 175,89
Nesquik Nutract B Chocolate 200Gr.	\$ 1,16	\$ 1,41	50	\$ 57,81
Nesquik Nutract B Chocolate 400Gr.	\$ 3,11	\$ 3,79	50	\$ 155,39
Nesquik Nutract B Chocolate 900Gr.	\$ 5,63	\$ 6,87	50	\$ 281,67
Ricacao 200Gr.	\$ 0,58	\$ 0,71	50	\$ 29,11
Ricacao 500Gr.	\$ 1,54	\$ 1,88	50	\$ 77,08
Ricacao Canela 200Gr.	\$ 0,64	\$ 0,78	50	\$ 31,98
Ricacao Repostería 200Gr.	\$ 1,10	\$ 1,34	50	\$ 54,94
SiCafé Clásico Instantáneo 50Gr.	\$ 1,47	\$ 1,79	50	\$ 73,39
CONSERVAS				
Aceitunas Enteras Gustadina 250Gr.	\$ 1,31	\$ 1,60	50	\$ 65,60
Bonanza Nueces Peladas 200Gr.	\$ 5,49	\$ 6,70	50	\$ 274,70
Canguil ACT II mantequilla 99Gr	\$ 0,90	\$ 1,10	50	\$ 45,10
Canguil ART POP Sweet para Microondas 100Gr. 1U	\$ 0,56	\$ 0,68	50	\$ 27,88
Canguil Planet Pop Natural para Microondas 100Gr. 1U	\$ 0,74	\$ 0,90	50	\$ 36,90
Cerezas Rojas Rubino 200Gr.	\$ 1,70	\$ 2,07	50	\$ 84,87
Choclitos Enteros Facundo 230Gr.	\$ 1,38	\$ 1,68	50	\$ 68,88
Mantequilla de Maní Schullo 250Gr.	\$ 2,00	\$ 2,44	30	\$ 60,02
Mermelada de Durazno Facundo 300Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	30	\$ 36,65
Mermelada de Frutilla Facundo 300Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	30	\$ 36,65
Mermelada de Frutilla Gustadina 300Gr.	\$ 1,18	\$ 1,44	30	\$ 35,42
Mermelada de Frutimora Facundo 300Gr.	\$ 1,12	\$ 1,37	30	\$ 33,70
Mermelada de Guayaba Facundo 300Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	30	\$ 36,65
Mermelada de Guayaba Facundo 550Gr.	\$ 2,16	\$ 2,64	30	\$ 64,94
Mermelada de Guayaba Gustadina 300Gr.	\$ 1,18	\$ 1,44	30	\$ 35,42
Mermelada de Guayaba Gustadina 600Gr.	\$ 2,27	\$ 2,77	30	\$ 68,14
Mermelada de Mora Facundo 300Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	30	\$ 36,65
Mermelada de Mora Gustadina 300Gr.	\$ 1,18	\$ 1,44	30	\$ 35,42
Mermelada de Piña Facundo 300Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	30	\$ 36,65
Mermelada de Piña Gustadina 300Gr.	\$ 1,18	\$ 1,44	30	\$ 35,42
Mermelada Light de Frutilla Facundo 250Gr.	\$ 1,53	\$ 1,86	30	\$ 45,76
Mermelada Light de Frutilla Gustadina 330Gr.	\$ 1,64	\$ 2,00	30	\$ 49,20
Mermelada Light de Frutimora Gustadina 330Gr.	\$ 1,64	\$ 2,00	30	\$ 49,20
Mermelada Light de Guayaba Gustadina 330Gr.	\$ 1,64	\$ 2,00	30	\$ 49,20
Mermelada Light de Mora Facundo 250Gr.	\$ 1,53	\$ 1,86	30	\$ 45,76
Mermelada Tropical Gustadina 300Gr.	\$ 1,07	\$ 1,30	30	\$ 31,98
Papas Fritas Facundo 1000Gr	\$ 2,89	\$ 3,52	25	\$ 72,16
Pasta de Guayaba Facundo 595Gr.	\$ 1,70	\$ 2,07	25	\$ 42,44
Puré de Papa Gustadina 250Gr.	\$ 1,44	\$ 1,75	25	\$ 35,88
Puré de Papa Maggi 125Gr.	\$ 0,75	\$ 0,92	25	\$ 18,86
Puré de Papa Maggi 250Gr.	\$ 1,38	\$ 1,68	25	\$ 34,44
Sunshine Ciruelas Pasas con Pepa 250Gr.	\$ 1,36	\$ 1,66	25	\$ 34,03
Sunshine Uvas Pasas sin Semilla 300Gr.	\$ 1,10	\$ 1,34	25	\$ 27,47
Té de Anís Hornimans	\$ 0,86	\$ 1,05	25	\$ 21,53
Té de Anís Pusuqui 25U.	\$ 0,74	\$ 0,90	25	\$ 18,45
Té de Cedrón Menta y Manzanilla Hornimans	\$ 0,74	\$ 0,90	25	\$ 18,45
Té de Cedrón Pusuqui 25U.	\$ 0,76	\$ 0,93	25	\$ 19,07
Té de Manzanilla con Miel Hornimans	\$ 1,34	\$ 1,63	25	\$ 33,42
Té de Manzanilla Hornimans	\$ 0,80	\$ 0,98	25	\$ 20,09
Té de Manzanilla Pusuqui 25U.	\$ 0,76	\$ 0,93	25	\$ 19,07
ENLATADOS				
Albacora Real en Aceite de oliva 220Gr.	\$ 3,34	\$ 4,07	30	\$ 100,12
Arroz con Fréjol Negro Facundo 340Gr.	\$ 1,09	\$ 1,33	30	\$ 32,72
Arroz con Lenteja Facundo 340Gr.	\$ 1,09	\$ 1,33	30	\$ 32,72
Arvejas con Zanahoria Facundo 425Gr.	\$ 0,94	\$ 1,15	30	\$ 28,29

Atún Isabel en Aceite Vegetal 1000Gr.	\$ 4,85	\$ 5,91	100	\$ 484,62
Atún Real en Aceite 80Gr. x 3u.	\$ 1,72	\$ 2,10	100	\$ 172,20
Atún Real en Agua 80Gr. x 3u.	\$ 1,61	\$ 1,96	100	\$ 160,72
Atún Real Light Abre Fácil 180Gr.	\$ 0,95	\$ 1,16	100	\$ 95,12
Atún Real Lomitos en Aceite Abre Fácil 180Gr.	\$ 0,97	\$ 1,18	100	\$ 96,76
Atún Van Camp's en Aceite de Oliva 160Gr x 2	\$ 2,44	\$ 2,97	100	\$ 243,54
Atún Van Camp's Light 3x80Gr.	\$ 1,62	\$ 1,98	100	\$ 162,36
Atún Van Camp's Lomitos en Aceite 184Gr.	\$ 0,92	\$ 1,12	100	\$ 91,84
Atún Van Camp's Lomitos en Aceite Abre Fácil 184Gr.	\$ 0,97	\$ 1,18	100	\$ 96,76
Atún Yeli (ventrescas) Aceite de Oliva 120Gr	\$ 2,03	\$ 2,48	100	\$ 203,36
Atún Yeli a la mexicana 170Gr.	\$ 0,89	\$ 1,08	100	\$ 88,56
Atún Yeli Cazuela Manabita 170Gr.	\$ 0,89	\$ 1,08	100	\$ 88,56
Champiñones Enteros Facundo 390Gr.	\$ 1,56	\$ 1,90	50	\$ 77,90
Champiñones Rebanados Facundo 390Gr.	\$ 1,60	\$ 1,95	50	\$ 79,95
Chili con Fréjol Facundo 425Gr.	\$ 1,37	\$ 1,67	30	\$ 41,08
Coctel de Frutas Facundo 850Gr.	\$ 2,25	\$ 2,74	30	\$ 67,40
Coctel de Frutas Gustadina 820Gr.	\$ 2,31	\$ 2,82	30	\$ 69,37
Dulce de Leche La Lechera 380Gr.	\$ 1,96	\$ 2,39	30	\$ 58,79
Duraznos en mitades Facundo 820Gr.	\$ 2,16	\$ 2,63	30	\$ 64,70
Duraznos en mitades Superba 820Gr.	\$ 1,76	\$ 2,15	30	\$ 52,89
Esparragos Blancos Enteros Snob 430Gr.	\$ 2,79	\$ 3,40	30	\$ 83,64
Fréjol con Tocino Facundo 425Gr.	\$ 1,36	\$ 1,66	30	\$ 40,84
Fréjol Negro Facundo 425Gr.	\$ 0,84	\$ 1,02	30	\$ 25,09
Fréjol Rojo Facundo 425Gr.	\$ 0,84	\$ 1,02	30	\$ 25,09
Fréjol Rojo Gustadina 425Gr.	\$ 0,78	\$ 0,95	30	\$ 23,37
Gandules verdes Facundo 425Gr.	\$ 0,84	\$ 1,02	30	\$ 25,09
Garbanzo Facundo 425Gr.	\$ 1,21	\$ 1,48	30	\$ 36,41
Maíz Dulce con Arvejas (Primavera) Facundo 425Gr	\$ 1,40	\$ 1,71	30	\$ 42,07
Maíz Dulce con Pimientos (Fiesta) Facundo 425Gr.	\$ 1,17	\$ 1,43	30	\$ 35,18
Maíz Dulce Facundo 425Gr.	\$ 1,36	\$ 1,66	30	\$ 40,84
Maíz Dulce Gustadina 425Gr.	\$ 1,34	\$ 1,64	30	\$ 40,34
Menestra de Fréjol Negro Facundo 425Gr.	\$ 1,07	\$ 1,31	30	\$ 32,23
Menestra de Fréjol Rojo Facundo 425Gr.	\$ 1,17	\$ 1,43	30	\$ 35,18
Menestra de Lenteja Facundo 425Gr	\$ 1,05	\$ 1,28	30	\$ 31,49
Menestra de Lenteja Gustadina 425Gr.	\$ 0,86	\$ 1,05	30	\$ 25,83
Mote Facundo 425Gr.	\$ 1,15	\$ 1,40	30	\$ 34,44
Sardinas Real in tomato sauce 156Gr.	\$ 0,56	\$ 0,68	30	\$ 16,73
PASTAS				
Barilla Bavette #13. 500Gr	\$ 1,95	\$ 2,38	50	\$ 97,58
Barilla Maccheroncini#10. 500Gr	\$ 1,95	\$ 2,38	50	\$ 97,58
Don Vittorio Spaghetti 400Gr.	\$ 0,72	\$ 0,88	50	\$ 36,08
Fideo Rapidito Oriental 100Gr.	\$ 1,41	\$ 1,72	50	\$ 70,52
Fideos Amancay Cabello de Angel 400Gr.	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Fideos Amancay Plumita 400Gr.	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Fideos Diamante Tallarines 200Gr.	\$ 0,44	\$ 0,54	50	\$ 22,14
Fideos Diana Lazo 200Gr.	\$ 0,42	\$ 0,51	50	\$ 20,91
Fideos Diana Macarrones 200Gr.	\$ 0,33	\$ 0,40	50	\$ 16,40
Fideos Diana Precortados 200Gr	\$ 0,39	\$ 0,48	50	\$ 19,68
Fideos Diana Tallarines 200Gr.	\$ 0,49	\$ 0,60	50	\$ 24,60
Fideos Diana Tallarines 400Gr.	\$ 0,54	\$ 0,66	50	\$ 27,06
Fideos Oriental 200Gr.	\$ 0,57	\$ 0,69	50	\$ 28,29
Fideos Oriental 400Gr.	\$ 1,06	\$ 1,29	50	\$ 52,89
Macaroni & Cheese Kraft 206Gr.	\$ 2,34	\$ 2,85	50	\$ 116,85
Macaroni & Cheese Sumesa 206Gr.	\$ 0,92	\$ 1,12	50	\$ 45,92
Pasta Zara Tagliatelle 500Gr.	\$ 2,86	\$ 3,49	50	\$ 143,09
Sopitas (Fideo Infantil) Sumesa 200Gr.	\$ 0,72	\$ 0,88	50	\$ 36,08
Sumesa Coditos 200Gr.	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50
Sumesa Lasaña 400Gr.	\$ 1,02	\$ 1,24	50	\$ 50,84
Sumesa Plumita 200Gr	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50

Sumesa Spaguetti 200Gr	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50
Sumesa Spaguetti 400Gr.	\$ 0,77	\$ 0,94	50	\$ 38,54
Sumesa Tirabuzón 200Gr.	\$ 0,41	\$ 0,50	50	\$ 20,50
PANADERIA				
Bimbo Apanadura 250Gr.	\$ 0,46	\$ 0,56	50	\$ 22,96
Bimbo Pan Hamburguesa 8U.	\$ 1,05	\$ 1,28	50	\$ 52,48
Bimbo Pan Hot-Dog 8U.	\$ 1,07	\$ 1,30	50	\$ 53,30
Braun Pan Molde 7 cereales	\$ 1,89	\$ 2,31	50	\$ 94,71
Grilé Light Pan Molde 20u	\$ 1,41	\$ 1,72	50	\$ 70,52
Grilé Mini Tostaditas Ajonjolí 45U	\$ 0,75	\$ 0,92	50	\$ 37,72
Grilé Mini Tostaditas Integral 45U	\$ 0,75	\$ 0,91	50	\$ 37,31
Grilé Pan Brioche	\$ 2,04	\$ 2,49	50	\$ 102,09
Grilé sin corteza 22u	\$ 1,75	\$ 2,14	50	\$ 87,74
Grilé Tostaditas Integrales 15U	\$ 0,61	\$ 0,74	50	\$ 30,34
Grilé Tostaditas Naturales 15U	\$ 0,46	\$ 0,56	50	\$ 22,96
La Española Apanadura 500Gr.	\$ 0,84	\$ 1,02	50	\$ 41,82
La Española Mini Tostaditas 150Gr.	\$ 0,77	\$ 0,94	50	\$ 38,54
La Española Mini Tostaditas 200Gr.	\$ 1,03	\$ 1,26	50	\$ 51,66
La Española Pan Molde Blanco 500Gr.	\$ 1,01	\$ 1,23	50	\$ 50,43
La Española Pan Molde Gigante 800Gr.	\$ 1,30	\$ 1,59	50	\$ 65,19
La Española Pan Molde Integral 600Gr.	\$ 1,34	\$ 1,64	50	\$ 67,24
La Española Pan Tostado en Cubitos Ajo 200Gr.	\$ 1,44	\$ 1,75	50	\$ 71,75
La Española Pan Tostado en Cubitos Oregano 200Gr.	\$ 1,44	\$ 1,75	50	\$ 71,75
La Española Pasta Seca de Hojaldré 200Gr.	\$ 1,12	\$ 1,37	50	\$ 56,17
La Moderna Pan Gourmet Manzana y Macadamia	\$ 2,26	\$ 2,75	50	\$ 112,75
Mama Fany Tortilla de Harina de Trigo 12u.	\$ 1,94	\$ 2,36	50	\$ 96,76
Pan Baguette 1U	\$ 0,59	\$ 0,72	50	\$ 29,52
Pan de Dulce 1U	\$ 0,20	\$ 0,24	50	\$ 9,84
Pastelo Grissini 20u.	\$ 0,86	\$ 1,05	50	\$ 43,05
Pastelo Masa Pre Pizza 2u.	\$ 0,94	\$ 1,15	50	\$ 47,15
Pastelo Mini Pan Arabe 24 u. 300Gr.	\$ 1,15	\$ 1,40	50	\$ 57,40
Pastelo Pan Arabe 10u. 560Gr.	\$ 1,92	\$ 2,34	50	\$ 95,94
Pastelo Pan Arabe Integral 10u. 560Gr.	\$ 1,94	\$ 2,36	50	\$ 96,76
Pastelo Rosquitas de Cebolla 24u.	\$ 1,23	\$ 1,50	50	\$ 61,50
Pastelo Rosquitas Naturales 24u.	\$ 1,15	\$ 1,40	50	\$ 57,40
Supan 20u.	\$ 1,15	\$ 1,40	50	\$ 57,40
DULCESY CHOCOLATES				
Alfajor Chocolate x2. 55Gr.	\$ 0,85	\$ 1,04	50	\$ 42,64
Alfajor Merengue x 2. 55Gr.	\$ 0,85	\$ 1,04	50	\$ 42,64
Betty Crocker Buttermilk Complete Pancake Mix 191Gr.	\$ 1,43	\$ 1,74	50	\$ 71,34
Betty Crocker Chocolate Chip Muffin Mix 184Gr.	\$ 1,50	\$ 1,83	50	\$ 75,03
Betty Crocker Fudge Brownie 290Gr.	\$ 1,56	\$ 1,90	50	\$ 77,90
Betty Crocker Hershey's Supreme Brownie Mix 637Gr.	\$ 4,22	\$ 5,15	50	\$ 211,15
Betty Crocker Super Moist Cake Mix 517Gr.	\$ 1,41	\$ 1,72	50	\$ 70,52
Bombón de Leche La Universal 250Gr.	\$ 2,26	\$ 2,76	50	\$ 113,16
Bombones de Manjar American 12U	\$ 2,66	\$ 3,24	50	\$ 132,84
Bony 50Gr.	\$ 0,28	\$ 0,34	50	\$ 13,94
Chococake 100Gr.	\$ 0,33	\$ 0,40	50	\$ 16,40
Chocolate Bon o Bon 288Gr.	\$ 3,92	\$ 4,78	50	\$ 195,98
Chocolate Croqueta La Universal 300Gr.	\$ 2,70	\$ 3,29	50	\$ 134,89
Chocolate Superior La Universal 120Gr.	\$ 1,00	\$ 1,22	50	\$ 50,02
Chocolate Superior La Universal 240Gr.	\$ 1,71	\$ 2,08	50	\$ 85,28
Chocolates Ferrero Rocher 100g	\$ 3,80	\$ 4,64	50	\$ 190,24
Corazones de Chocolate Confiteca 33u	\$ 1,82	\$ 2,22	50	\$ 91,02
Dulzones Pan con gotitas de chocolate 360Gr 12U	\$ 1,43	\$ 1,74	50	\$ 71,34
Dulzones Pan de Canela con Manzana 360Gr 12 U	\$ 1,41	\$ 1,72	50	\$ 70,52
Ferrero Noggy 100g	\$ 1,53	\$ 1,87	50	\$ 76,67
Huevitos La Universal 250Gr.	\$ 2,65	\$ 3,23	50	\$ 132,43
Huevitos La Universal 400Gr.	\$ 3,30	\$ 4,03	50	\$ 165,23

Manicho Bombón x 6U 144Gr.	\$ 1,66	\$ 2,02	50	\$ 82,82
Manicho Croqueta la Universal 300Gr	\$ 2,78	\$ 3,39	50	\$ 138,99
Negrito Brownie 60Gr.	\$ 0,43	\$ 0,52	50	\$ 21,32
Nickys 50Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	50	\$ 11,89
Nutella 200Gr.	\$ 3,36	\$ 4,10	50	\$ 168,10
Nutella 350Gr.	\$ 4,94	\$ 6,03	50	\$ 247,23
Nutella 750Gr.	\$ 10,09	\$ 12,30	50	\$ 504,30
Rebanada Blanca (Inacake) 80Gr.	\$ 0,32	\$ 0,39	50	\$ 15,99
Rebanada Chocolate y Vainilla (Inacake) 80Gr.	\$ 0,31	\$ 0,38	50	\$ 15,58
Tango cubierto de chocolate blanco 625Gr	\$ 4,67	\$ 5,69	50	\$ 233,29
Tango Mini cubierto de chocolate 300G	\$ 2,39	\$ 2,92	50	\$ 119,72
Tango Mini cubierto de chocolate blanco 300G	\$ 2,39	\$ 2,92	50	\$ 119,72
Tigretón 50Gr.	\$ 0,30	\$ 0,37	50	\$ 15,17
CARAMELOS Y CHICLES				
Caramelo American Toffee de Café 300 Gr	\$ 2,09	\$ 2,55	100	\$ 209,10
Caramelo Delicia La Universal 270Gr.	\$ 1,50	\$ 1,83	100	\$ 150,06
Caramelo Menta Glacial La Universal 450Gr.	\$ 1,98	\$ 2,42	100	\$ 198,44
Caramelo Tafi Leche Rhum 300Gr.	\$ 1,16	\$ 1,41	100	\$ 115,62
Caramelo Tafi menta 50U	\$ 1,16	\$ 1,41	100	\$ 115,62
Caramelo Tropical La Universal 270Gr.	\$ 1,56	\$ 1,90	100	\$ 155,80
Caramelos de Leche Miel La Universal 450Gr.	\$ 1,78	\$ 2,17	100	\$ 177,94
Caramelos Glacial Extremo La Universal 450Gr.	\$ 1,22	\$ 1,49	100	\$ 122,18
Caramelos Surtidos La Universal 450Gr.	\$ 2,07	\$ 2,52	100	\$ 206,64
Caramelos Zoom 300g	\$ 1,12	\$ 1,37	100	\$ 112,34
Chicle Tumix Menta 100u	\$ 2,92	\$ 3,56	100	\$ 291,92
GALLETAS				
Bizcotelas Inalecsa 12u.	\$ 1,01	\$ 1,23	100	\$ 100,86
Bizcotelas Inalecsa 24u.	\$ 1,33	\$ 1,62	100	\$ 132,84
Club Social Integral x 9	\$ 1,06	\$ 1,29	100	\$ 105,78
Club Social x9U. 234Gr.	\$ 1,06	\$ 1,29	100	\$ 105,78
Galletas Amor Classic 100Gr.	\$ 0,59	\$ 0,72	100	\$ 59,04
Galletas Circus Chocolate 360Gr	\$ 1,24	\$ 1,51	100	\$ 123,82
Galletas Circus Fresa 360Gr	\$ 1,24	\$ 1,51	100	\$ 123,82
Galletas Circus Naranja 360Gr	\$ 1,24	\$ 1,51	100	\$ 123,82
Galletas Circus Vainilla 360Gr	\$ 1,24	\$ 1,51	100	\$ 123,82
Galletas Crakeñas Integrales 8P de 4U	\$ 1,28	\$ 1,56	100	\$ 127,92
Galletas de Sal Nestlé 400Gr.	\$ 1,34	\$ 1,64	100	\$ 134,48
Galletas Diet Fibra Soja y Manzana 75Gr.	\$ 1,36	\$ 1,66	100	\$ 136,12
Galletas Diet Nature sin azúcar Gullón 2U. 165Gr.	\$ 3,72	\$ 4,54	100	\$ 372,28
Galletas Ducales 312Gr	\$ 1,21	\$ 1,48	100	\$ 121,36
Galletas Integrales Nesfit 9U	\$ 2,61	\$ 3,18	100	\$ 260,76
Galletas Konitos Coronita Fresa 560Gr.	\$ 3,28	\$ 4,00	100	\$ 328,00
Galletas María 170Gr.	\$ 0,61	\$ 0,74	100	\$ 60,68
Galletas Olivia & Marino	\$ 2,68	\$ 3,27	100	\$ 268,14
Galletas Oreo (Caja) 390Gr.	\$ 2,24	\$ 2,73	100	\$ 223,86
Galletas Oreo 430Gr. 10U.	\$ 2,35	\$ 2,86	100	\$ 234,52
Galletas Oreo Chocolate 10U 43Gr	\$ 2,35	\$ 2,86	100	\$ 234,52
Galletas Oreo wafer 6U	\$ 0,94	\$ 1,15	100	\$ 94,30
Galletas Salticas Dip sabor a pizza 170Gr.	\$ 0,99	\$ 1,21	100	\$ 99,22
Galletas Siluet con Linaza 9U	\$ 1,01	\$ 1,23	100	\$ 100,86
Galletas Siluet Integrales con Ajonjolí 9U.	\$ 1,01	\$ 1,23	100	\$ 100,86
Galletas Soda Biosal 180Gr	\$ 1,04	\$ 1,27	100	\$ 104,14
Galletas Sodas Light 6paquete 252Gr.	\$ 1,82	\$ 2,22	100	\$ 182,04
Galletas Tosh Noel Integrales con Salvado y Miel 270Gr.	\$ 1,48	\$ 1,80	100	\$ 147,60
Ritz Galletas x 4U. 280Gr.	\$ 1,29	\$ 1,57	100	\$ 128,74
HELADOS GELATINAS Y FLAN				
Flan Royal Fresa Frutilla 40Gr.	\$ 0,40	\$ 0,49	100	\$ 40,18
Flan Royal Manjar 80Gr.	\$ 1,07	\$ 1,31	100	\$ 107,42
Flan Royal Vainilla 80Gr.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80

Gelatina Royal Fresa 40g	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20
Gelatina Royal Fresa/cereza 450Gr.	\$ 2,31	\$ 2,82	100	\$ 231,24
Gelatina Royal Naranja 450Gr.	\$ 2,16	\$ 2,64	100	\$ 216,48
GelaToni Manzana 200Gr.	\$ 0,37	\$ 0,45	100	\$ 36,90
GelaToni Cereza 200Gr.	\$ 0,37	\$ 0,45	100	\$ 36,90
GelaToni Diet Cereza 200Gr.	\$ 0,43	\$ 0,52	100	\$ 42,64
GelaToni Diet Fresa 200Gr.	\$ 0,43	\$ 0,52	100	\$ 42,64
GelaToni Diet Naranja 200Gr.	\$ 0,43	\$ 0,52	100	\$ 42,64
GelaToni Fresa 200Gr.	\$ 0,37	\$ 0,45	100	\$ 36,90
Helado Gino's Chocolate 1Lt.	\$ 2,71	\$ 3,30	100	\$ 270,60
Helado Gino's Frutilla 1Lt.	\$ 2,71	\$ 3,30	100	\$ 270,60
Helado Gino's Vainilla 1Lt.	\$ 2,71	\$ 3,30	100	\$ 270,60
Helado Pinguino Chocolate Gourmet 1Lt.	\$ 3,37	\$ 4,11	100	\$ 337,02
Helado Pinguino Clásico Chocolate 1Lt.	\$ 2,63	\$ 3,21	100	\$ 263,22
Helado Pinguino Clásico Frutilla 1Lt.	\$ 2,63	\$ 3,21	100	\$ 263,22
Helado Pinguino Clásico Marmoleado de Mora 1Lt.	\$ 2,63	\$ 3,21	100	\$ 263,22
Helado Pinguino Clásico Vainilla 1Lt.	\$ 2,63	\$ 3,21	100	\$ 263,22
BOCADITOS				
Chicharrones 100Gr.	\$ 1,23	\$ 1,50	100	\$ 123,00
Chicharrones 15Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	100	\$ 23,78
Concha de Maíz Mama Fany 10u.	\$ 1,45	\$ 1,77	100	\$ 145,14
Doritos de Queso 38Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	100	\$ 23,78
Facundo Empanaditas de Maíz 500Gr	\$ 2,51	\$ 3,06	100	\$ 250,92
Facundo Empanaditas de Verde 500Gr	\$ 2,70	\$ 3,29	100	\$ 269,78
Facundo Muchines 500Gr	\$ 2,43	\$ 2,96	100	\$ 242,72
Facundo Pan de Yuca 500Gr.	\$ 3,28	\$ 4,00	100	\$ 328,00
Jalapeños 150Gr.	\$ 0,62	\$ 0,75	100	\$ 61,50
Jalapeños 45Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	100	\$ 23,78
K-chitos Naturales 200Gr.	\$ 0,70	\$ 0,85	100	\$ 69,70
La Quiteña Papas doradas palito 200Gr.	\$ 2,27	\$ 2,77	100	\$ 227,14
Lays Artesanas Naturales 29Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	100	\$ 23,78
Mani Cris x 12u. 336Gr.	\$ 2,86	\$ 3,49	100	\$ 286,18
Mani Cris x 6u	\$ 1,47	\$ 1,79	100	\$ 146,78
Ronditos 150Gr.	\$ 0,66	\$ 0,81	100	\$ 66,42
Ronditos 300Gr.	\$ 0,84	\$ 1,03	100	\$ 84,46
Rosquitas Inalecsa 25Gr.	\$ 0,30	\$ 0,36	100	\$ 29,52
Ryskos 175Gr.	\$ 0,75	\$ 0,91	100	\$ 74,62
Ryskos 50Gr.	\$ 0,24	\$ 0,29	100	\$ 23,78
CARNES EMBUTIDOS Y HUEVOS				
Alitas BBQ Mr. Cook 560Gr. 12-16U.	\$ 5,49	\$ 6,69	100	\$ 548,58
Consomé y Estofado Mr. Pavo	\$ 4,67	\$ 5,70	100	\$ 467,40
Cordon Blue Mr. Cook 400Gr.	\$ 5,46	\$ 6,66	100	\$ 546,12
Filete de Muslo sin piel en Bandeja Mr. Pollo 85Gr.	\$ 3,76	\$ 4,58	100	\$ 375,56
Filete de Pechuga en Funda Mr. Pollo 1Kg	\$ 10,30	\$ 12,56	100	\$ 1.029,92
Filete de Pechuga Marinada Mr. Cook 400Gr 4U	\$ 4,38	\$ 5,34	100	\$ 437,88
Fresh Chicken Pollo despresado (5lbs)	\$ 7,40	\$ 9,03	100	\$ 740,46
Gallina La Estancia Grande	\$ 11,11	\$ 13,55	100	\$ 1.111,10
Hamburguesa de Pollo Mr. Cook 400Gr. 5U.	\$ 3,58	\$ 4,37	100	\$ 358,34
Muslos Deshuesados Mr. Pavo 6U.	\$ 3,15	\$ 3,84	100	\$ 314,88
Muslos en Bandeja Mr. Pollo 85Gr.	\$ 1,80	\$ 2,20	100	\$ 180,40
Muslos en funda Mr. Pollo 1Kg	\$ 2,26	\$ 2,75	100	\$ 225,50
Nuggets Pollo Mr. Cook 315Gr. 15U	\$ 3,01	\$ 3,67	100	\$ 300,94
Pechuga en Bandeja Mr. Pollo	\$ 4,42	\$ 5,39	100	\$ 441,98
Pechuga especial en Bandeja Mr. Pollo 85Gr.	\$ 5,33	\$ 6,50	100	\$ 533,00
Pechuga y Ala Mr. Pollo (Funda) 1 Kg.	\$ 2,62	\$ 3,19	100	\$ 261,58
Piernas y Muslos Mr. Pollo en Bandeja	\$ 2,19	\$ 2,67	100	\$ 218,94
Piernas y Muslos Mr. Pollo en Funda 1Kg.	\$ 3,46	\$ 4,22	100	\$ 346,04
Piernitas Mr. Pollo (funda) 1Kg	\$ 4,63	\$ 5,65	100	\$ 463,30
Piernitas Mr. Pollo en Bandeja	\$ 2,64	\$ 3,22	100	\$ 264,04

Pollo Hornero Mr. Pollo	\$ 13,30	\$ 16,22	100	\$ 1.330,04
Pollo Mr. Pollo Con Menudencia	\$ 4,94	\$ 6,02	100	\$ 493,64
Pollo Mr. Pollo Sin Menudencia	\$ 4,57	\$ 5,57	100	\$ 456,74
Carne Asadero Mr. Chancho (funda) 1 Kl.	\$ 4,41	\$ 5,38	100	\$ 441,16
Carne molida especial 1/2Kg	\$ 3,33	\$ 4,06	100	\$ 332,92
Carne molida especial 1Kg	\$ 6,40	\$ 7,80	100	\$ 639,60
Carne Suave Mr. Chancho (funda)	\$ 5,13	\$ 6,25	100	\$ 512,50
Carne Suave Mr. Chancho (funda) 459Gr	\$ 2,19	\$ 2,67	100	\$ 218,94
Chuletas en Bandeja Mr. Chancho 4U.	\$ 6,23	\$ 7,60	100	\$ 623,20
Costilla de Res 1Kl	\$ 2,87	\$ 3,50	100	\$ 287,00
Fritada Mr. Chancho (funda)	\$ 4,41	\$ 5,38	100	\$ 441,16
Hamburguesa de Res Mr. Cook 550Gr. 10U.	\$ 5,40	\$ 6,59	100	\$ 540,38
Lomo Fino de Res 1Kg.	\$ 15,58	\$ 19,00	100	\$ 1.558,00
Pajarilla Fileteada 1Kl	\$ 8,72	\$ 10,63	100	\$ 871,66
Parrillada 3 (1Kl aprox)	\$ 5,33	\$ 6,50	100	\$ 533,00
Pecho de Res 1 Kl	\$ 3,10	\$ 3,78	100	\$ 309,96
Pulpa Prieta 1Kl	\$ 8,32	\$ 10,15	100	\$ 832,30
Pulpa Blanca 1 Kl	\$ 8,54	\$ 10,41	100	\$ 853,62
Chorizo Español Juris 1Kg	\$ 8,63	\$ 10,53	100	\$ 863,46
Fiambre de Cerdo rebanado Plumrose 24a26U	\$ 3,03	\$ 3,70	100	\$ 303,40
Jamón de Espalda Rebanada Plumrose 5a7U	\$ 2,34	\$ 2,85	100	\$ 233,70
Jamón de Pavo Fritz 1Kl	\$ 11,22	\$ 13,68	100	\$ 1.121,76
Jamón de Pechuga de Pavo Light Fritz 200Gr.	\$ 2,71	\$ 3,30	100	\$ 270,60
Jamón de Pierna Plumrose 1/2Kl	\$ 6,82	\$ 8,32	100	\$ 682,24
Jamón de Pollo Don Diego 1Kl	\$ 12,87	\$ 15,69	100	\$ 1.286,58
Mortadela Bologna Rebanada Plumrose 10a12U	\$ 1,44	\$ 1,75	100	\$ 143,50
Mortadela La Danesa 1.150Kl	\$ 3,71	\$ 4,52	100	\$ 370,64
Salchicha de Pavo Light Fritz 400Gr 6 U	\$ 3,00	\$ 3,66	100	\$ 300,12
Salchicha de Pollo Plumrose 8a9U	\$ 1,28	\$ 1,56	100	\$ 127,92
Salchicha de Ternera Plumrose 6U	\$ 2,64	\$ 3,22	100	\$ 264,04
Salchicha Perro Caliente Plumrose 200Gr.	\$ 1,16	\$ 1,42	100	\$ 116,44
Salchichas Light Mr. Pollo 400Gr 7U.	\$ 3,02	\$ 3,68	100	\$ 301,76
Tocineta Ahumada Plumrose 9a12U.	\$ 3,42	\$ 4,17	100	\$ 341,94
Cubeta de Huevos Extragrande Indaves 12U	\$ 1,79	\$ 2,18	100	\$ 178,76
Cubeta de Huevos Grandes Indaves (Café) 12u.	\$ 1,79	\$ 2,18	100	\$ 178,76
Cubeta de Huevos Indaves Medianos (café) 12u	\$ 1,63	\$ 1,99	100	\$ 163,18
Cubeta de Huevos Jumbo Indaves 20u	\$ 3,49	\$ 4,26	100	\$ 349,32
Chuncks de Pescado 454Gr.	\$ 4,66	\$ 5,68	100	\$ 465,76
Filete Apanado de Pescado Mr. Cook 425Gr. 5U.	\$ 4,13	\$ 5,04	100	\$ 413,28
Filete Apanado Mr. Cook 430Gr. 4U	\$ 3,93	\$ 4,79	100	\$ 392,78
Filete de Corvina 1Kl	\$ 13,74	\$ 16,76	100	\$ 1.374,32
Filete de Corvina Mr. Fish 454Gr.	\$ 6,89	\$ 8,40	100	\$ 688,80
Filete de Dorado Mr. Fish 5-6u	\$ 4,60	\$ 5,61	100	\$ 460,02
Filete de Tilapia Mr. Fish 454Gr.	\$ 3,12	\$ 3,81	100	\$ 312,42
BEBIDAS CON ALCOHOL				
Champagne Concha y Toro Brut 750Ml	\$ 12,65	\$ 15,43	100	\$ 1.265,26
Champagne Grand Duval	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Finlandia Vodka 750Ml.	\$ 20,35	\$ 24,82	100	\$ 2.035,24
Menta dulce de la abuela 750Cc.	\$ 6,37	\$ 7,77	100	\$ 637,14
Skyy Vodka 750Ml	\$ 17,62	\$ 21,49	100	\$ 1.762,18
Zhumir Coco	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Zhumir Durazno	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Zhumir Limón	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Zhumir Mango	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Zhumir Manzana	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Zhumir Piña Colada	\$ 5,94	\$ 7,24	100	\$ 593,68
Zhumir Seco	\$ 3,55	\$ 4,33	100	\$ 355,06
Zhumir Watermelon Pink	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Cerveza Brahma 6pack 300Cc.	\$ 3,43	\$ 4,18	100	\$ 342,76

Cerveza Budweiser 355Cc.	\$ 1,27	\$ 1,55	100	\$ 127,10
Cerveza Club Verde 330Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80
Cerveza Club Verde 6pack 330Cc.	\$ 3,90	\$ 4,75	100	\$ 389,50
Cerveza Corona Extra 330Cc.	\$ 1,63	\$ 1,99	100	\$ 163,18
Cerveza Pilsener 6pack 330 Cc.	\$ 3,43	\$ 4,18	100	\$ 342,76
Cerveza Pilsener Light 300Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80
Cerveza Pilsener Light 6pack 300Cc.	\$ 3,67	\$ 4,47	100	\$ 366,54
Grant's 750MI.	\$ 17,38	\$ 21,19	100	\$ 1.737,58
Johnnie Walker Negro 750MI.	\$ 58,58	\$ 71,44	100	\$ 5.858,08
Johnnie Walker Rojo 750MI.	\$ 23,75	\$ 28,96	100	\$ 2.374,72
Boone's Delicious Apple 750MI	\$ 5,69	\$ 6,94	100	\$ 569,08
Boone's Strawberry Hill 750MI	\$ 5,69	\$ 6,94	100	\$ 569,08
Boone's Sun Peak Peach 750MI	\$ 5,69	\$ 6,94	100	\$ 569,08
Boone's Tropical 750MI	\$ 5,69	\$ 6,94	100	\$ 569,08
Casillero del Diablo Cabernet Sauvignon 750Cc.	\$ 21,88	\$ 26,68	100	\$ 2.187,76
Casillero del Diablo Sauvignon Blanc 750Cc.	\$ 15,90	\$ 19,39	100	\$ 1.589,98
Casillero del Diablo Shiraz 750MI	\$ 15,90	\$ 19,39	100	\$ 1.589,98
Concha y Toro Reservado Cabernet Sauvignon 750MI	\$ 16,92	\$ 20,64	100	\$ 1.692,48
Frontera Concha y Toro Cabernet Sauvignon 750MI.	\$ 10,36	\$ 12,64	100	\$ 1.036,48
Frontera Concha y Toro Carmeniere 750MI	\$ 10,36	\$ 12,64	100	\$ 1.036,48
Frontera Concha y Toro Chardonnay 750MI	\$ 10,36	\$ 12,64	100	\$ 1.036,48
Frontera Concha y Toro Shiraz 750MI	\$ 10,36	\$ 12,64	100	\$ 1.036,48
Termidor Vino Tinto 1Lt	\$ 3,89	\$ 4,74	100	\$ 388,68
Trio Cabernet Sauvignon shiraz cabernet franc 750MI	\$ 17,42	\$ 21,24	100	\$ 1.741,68
Undurraga Cabernet Sauvignon 750MI	\$ 11,02	\$ 13,44	100	\$ 1.102,08
Undurraga Merlot 750MI	\$ 11,02	\$ 13,44	100	\$ 1.102,08
BEBIDA SIN ALCOHOL				
Ades Bebida de Soya con jugo de Durazno 1 Lt	\$ 1,77	\$ 2,16	100	\$ 177,12
Ades Bebida de Soya Natural 1 Lt	\$ 1,77	\$ 2,16	100	\$ 177,12
Alpina Avena con Leche 250Gr.	\$ 0,66	\$ 0,81	100	\$ 66,42
Alpina Avena finesse 250Gr	\$ 0,85	\$ 1,04	100	\$ 85,28
Avena con Frutas 1Lt.	\$ 1,29	\$ 1,57	100	\$ 128,74
Avena con Frutas 200MI.	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Avena con Leche 1Lt.	\$ 1,79	\$ 2,18	100	\$ 178,76
Avena con Leche 200MI.	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
NutriAvena con Maracuyá 200MI.	\$ 0,31	\$ 0,38	100	\$ 31,16
Organic EdenSoy Extra Soymilk 946MI	\$ 4,17	\$ 5,08	100	\$ 416,56
Svelty Avena 200MI	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20
Toni Avena Casera 250Cc.	\$ 0,46	\$ 0,56	100	\$ 45,92
Toni Avena Casera con Leche 1Lt	\$ 1,61	\$ 1,96	100	\$ 160,72
Toni Avena Casera con Naranja 1Lt	\$ 1,24	\$ 1,51	100	\$ 123,82
Toni Avena Casera con Naranja 250MI	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Agua All Natural 500Cc.	\$ 0,25	\$ 0,31	100	\$ 25,42
Agua All Natural 5lts.	\$ 0,98	\$ 1,19	100	\$ 97,58
Agua Manantial 500Cc.	\$ 0,18	\$ 0,22	100	\$ 18,04
Agua Mineral Guitig 3000Cc.	\$ 0,90	\$ 1,10	100	\$ 90,20
Agua Mineral Guitig 500Cc.	\$ 0,32	\$ 0,39	100	\$ 31,98
Agua Mineral Guitig Essences Limón 2250Cc.	\$ 0,81	\$ 0,99	100	\$ 81,18
Agua Mineral Guitig Essences Limón 3000Cc.	\$ 0,75	\$ 0,92	100	\$ 75,44
Agua Mineral Guitig Essences Limón 500Cc.	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
Agua Natural Tesalia 1500Cc.	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
Agua Natural Tesalia 5000Cc.	\$ 0,97	\$ 1,18	100	\$ 96,76
Agua Natural Tesalia 500Cc.	\$ 0,18	\$ 0,22	100	\$ 18,04
Hielo Purificado Dados	\$ 0,82	\$ 1,00	100	\$ 82,00
Adelgazate Limón 500Cc.	\$ 0,60	\$ 0,73	100	\$ 59,86
Adelgázate Toronja 500Cc.	\$ 0,60	\$ 0,73	100	\$ 59,86
Bebida Facundo Durazno 235MI.	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20
Bebida Facundo Mango 235MI.	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20
Bebida Facundo Mora 235MI	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20

Bebida Rehidratante Tesalia Sport Limón 591Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80
Bebida Rehidratante Tesalia Sport Mix Frutal 591Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80
Bebida Rehidratante Tesalia Sport Naranja 591Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80
Bebida Rehidratante Tesalia Sport Uva 591Cc.	\$ 0,74	\$ 0,90	100	\$ 73,80
Bebida Sumesa de Mandarina 500Ml.	\$ 0,33	\$ 0,40	100	\$ 32,80
Bebida Sunny Durazno 235Ml.	\$ 0,43	\$ 0,53	100	\$ 43,46
Bebida Sunny Guayaba 235Ml	\$ 0,43	\$ 0,53	100	\$ 43,46
Bebida Sunny Light Mango 235Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Bebida Sunny Mango 235Ml.	\$ 0,43	\$ 0,53	100	\$ 43,46
beLight Manzana+Uva 560Ml.	\$ 0,75	\$ 0,92	100	\$ 75,44
Clight Naranja 9Gr.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Energizate Blackberry 500Cc.	\$ 0,66	\$ 0,81	100	\$ 66,42
Ice Tesalia Naranjilla 500Cc.	\$ 0,35	\$ 0,43	100	\$ 35,26
Jugo de Manzana Facundo 235Ml.	\$ 0,39	\$ 0,47	100	\$ 38,54
Natura Durazno Light 1Lt.	\$ 1,60	\$ 1,95	100	\$ 159,90
Natura Durazno Light 200Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Natura Durazno Néctar 1Lt.	\$ 1,44	\$ 1,76	100	\$ 144,32
Natura Durazno Néctar 200Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Natura Manzana Néctar 1Lt.	\$ 1,44	\$ 1,76	100	\$ 144,32
Natura Manzana Néctar 200Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Natura Manzana Refrescante 1Lt.	\$ 1,44	\$ 1,76	100	\$ 144,32
Natura Naranja Light 1Lt.	\$ 1,60	\$ 1,95	100	\$ 159,90
Natura Naranja Light 200Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Natura Naranja Néctar 1Lt.	\$ 1,44	\$ 1,76	100	\$ 144,32
Natura Naranja Néctar 200Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Natura Pera Néctar 1Lt.	\$ 1,44	\$ 1,76	100	\$ 144,32
Natura Pera Néctar 200Ml.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Néctar de Durazno Facundo 1Lt.	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
Néctar de Mango Facundo 1Lt.	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
Néctar de Manzana Facundo 1Lt.	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
Nectar de Naranja Facundo 1Lt.	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
Nestea Bebida en Polvo Limón 450Gr	\$ 4,60	\$ 5,61	100	\$ 460,02
Nestea Bebida en Polvo Limón Lata 800Gr.	\$ 7,01	\$ 8,55	100	\$ 701,10
Profit Frutas Tropicales 500Cc.	\$ 0,68	\$ 0,83	100	\$ 68,06
Profit Limón 500Cc.	\$ 0,68	\$ 0,83	100	\$ 68,06
Profit Mandarina 500Cc.	\$ 0,68	\$ 0,83	100	\$ 68,06
Profit Manzana 500Cc.	\$ 0,68	\$ 0,83	100	\$ 68,06
Profit Uva 500Cc.	\$ 0,68	\$ 0,83	100	\$ 68,06
Pulpa Congelada Fruteiro Coco 500Gr.	\$ 1,12	\$ 1,36	100	\$ 111,52
Pulpa Congelada Fruteiro Mora 500Gr.	\$ 1,75	\$ 2,14	100	\$ 175,48
Pulpa Congelada Fruteiro Tomate de Árbol 500Gr.	\$ 1,80	\$ 2,20	100	\$ 180,40
Pulpa Congelada Frutella Guayaba 400Gr.	\$ 1,13	\$ 1,38	100	\$ 113,16
Pulpa Congelada Frutella Mango 400Gr.	\$ 1,13	\$ 1,38	100	\$ 113,16
Pulpa El Sabor Tamarindo 250Gr.	\$ 2,05	\$ 2,50	100	\$ 205,00
Red Bull	\$ 2,53	\$ 3,09	100	\$ 253,38
Relajate Durazno 500Cc.	\$ 0,58	\$ 0,71	100	\$ 58,22
Tampico Citrus 500Cc.	\$ 0,47	\$ 0,57	100	\$ 46,74
Tang Bebida en Polvo Mandarina 540Gr.	\$ 2,31	\$ 2,82	100	\$ 231,24
Tang Bebida en Polvo Naranja 540Gr.	\$ 2,31	\$ 2,82	100	\$ 231,24
V220 Energizante 365Cc.	\$ 0,84	\$ 1,02	100	\$ 83,64
Vivant Toronja con L-Carnitina 500Cc.	\$ 0,41	\$ 0,50	100	\$ 41,00
Coca Cola 1.75Lt.	\$ 1,25	\$ 1,52	100	\$ 124,64
Coca Cola 1/2Lt.	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Coca Cola 3Ltrs	\$ 1,51	\$ 1,84	100	\$ 150,88
Coca Cola Light 1/2Lt.	\$ 0,59	\$ 0,72	100	\$ 59,04
Coca Cola Light 2Lt.	\$ 1,16	\$ 1,42	100	\$ 116,44
Coca Cola Zero 1.95Lt	\$ 1,16	\$ 1,42	100	\$ 116,44
Cola Cola Zero 1/2Lt.	\$ 0,52	\$ 0,64	100	\$ 52,48
Cola Okey Manzana 1.5Lts	\$ 0,71	\$ 0,87	100	\$ 71,34

Fanta 1.75Lt	\$ 0,89	\$ 1,08	100	\$ 88,56
Fanta 3Lts.	\$ 1,47	\$ 1,79	100	\$ 146,78
Fioravanti Fresa 410MI	\$ 0,34	\$ 0,41	100	\$ 33,62
Manzana Dieta 625Cc.	\$ 0,46	\$ 0,56	100	\$ 45,92
Mas Manzana 3Lt	\$ 1,23	\$ 1,50	100	\$ 123,00
Pepsi 3Lt.	\$ 1,51	\$ 1,84	100	\$ 150,88
Pepsi Light 2.25Lt	\$ 1,30	\$ 1,59	100	\$ 130,38
Pepsi Light 600MI.	\$ 0,52	\$ 0,63	100	\$ 51,66
Sprite 1.75Lt.	\$ 0,89	\$ 1,08	100	\$ 88,56
Sprite 3Lt.	\$ 1,47	\$ 1,79	100	\$ 146,78
Sprite Zero 1.95Lt.	\$ 1,07	\$ 1,30	100	\$ 106,60
Sprite Zero 1/2Lt.	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Tropical 3Lt.	\$ 1,32	\$ 1,61	100	\$ 132,02
Tropical Dieta 2Lt	\$ 1,10	\$ 1,34	100	\$ 109,88
Tropical Limón 360Cc.	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
SALUD Y BELLEZA				
Advil Grageas 24u.	\$ 2,12	\$ 2,59	100	\$ 212,38
Agua Oxigenada 100Cc.	\$ 0,48	\$ 0,58	100	\$ 47,56
Agudol 12U	\$ 5,85	\$ 7,14	100	\$ 585,48
Alcohol Antiséptico 100Cc.	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
Alcohol Antiseptico 500Cc.	\$ 1,97	\$ 2,40	100	\$ 196,80
Alcohol Antiséptico Mentolado Laturi 500MI.	\$ 2,07	\$ 2,52	100	\$ 206,64
Alcohol Weir Antiseptico 500Cc.	\$ 1,82	\$ 2,22	100	\$ 182,04
Algodón Sana 25Gr.	\$ 0,70	\$ 0,85	100	\$ 69,70
Alka-Seltzer Efervescente 12U	\$ 1,27	\$ 1,55	100	\$ 127,10
Aspergomycin 5Gr.	\$ 0,48	\$ 0,58	100	\$ 47,56
Bialcol 100MI	\$ 1,33	\$ 1,62	100	\$ 132,84
Bialcol Spray 100MI.	\$ 1,15	\$ 1,40	100	\$ 114,80
Buscapina 12U	\$ 3,81	\$ 4,65	100	\$ 381,30
Caladryl	\$ 1,57	\$ 1,92	100	\$ 157,44
Comtrex Forte 30U	\$ 2,96	\$ 3,61	100	\$ 296,02
Cotonetes Caricia 100U	\$ 0,56	\$ 0,68	100	\$ 55,76
Femen 12U	\$ 3,92	\$ 4,78	100	\$ 391,96
Merthioturi Blanco 100MI.	\$ 0,66	\$ 0,81	100	\$ 66,42
Neko Loción Herbal	\$ 2,29	\$ 2,79	100	\$ 228,78
Repelente Angelino 150MI.	\$ 3,36	\$ 4,10	100	\$ 336,20
Repelente de Insectos Off Crema 190MI.	\$ 3,57	\$ 4,35	100	\$ 356,70
Repelente Detan 240MI.	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Repelente Detan Niños 120MI.	\$ 2,21	\$ 2,69	100	\$ 220,58
Sal de Andrews Original 12u..	\$ 1,20	\$ 1,46	100	\$ 119,72
Tempra 500 Tabletas 30 U	\$ 2,62	\$ 3,19	100	\$ 261,58
Venditas Cure Band 30U	\$ 0,90	\$ 1,10	100	\$ 90,20
Venditas transparentes Band-Aid 40U	\$ 1,46	\$ 1,78	100	\$ 145,96
Visina 15MI.	\$ 1,66	\$ 2,02	100	\$ 165,64
Vitamina C Cebión Tropical 500Mg.	\$ 1,09	\$ 1,33	100	\$ 109,06
Vitamina C MK Tutti Frutti 12u.	\$ 1,21	\$ 1,48	100	\$ 121,36
Voltaren Emulgel Gel 60Gr.	\$ 8,33	\$ 10,16	100	\$ 833,12
Angelino Cabellos Claros Shampoo 250MI.	\$ 1,80	\$ 2,20	100	\$ 180,40
Anua Shampoo Cabello Mixto 350MI.	\$ 3,42	\$ 4,17	100	\$ 341,94
Clinpex Shampoo Antipojos 60Cc.	\$ 0,93	\$ 1,13	100	\$ 92,66
Garden Rinse 500MI.	\$ 6,14	\$ 7,49	100	\$ 614,18
Garden Shampoo 500MI.	\$ 6,14	\$ 7,49	100	\$ 614,18
Herbal Essences Acondicionador caídas 355MI	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Herbal Essences Acondicionador Curvas Peligrosas 355MI	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Herbal Essences Acondicionador Domador de Fieras 355MI	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Herbal Essences Acondicionador Hidradisiaco 355MI	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Herbal Essences Acondicionador Parafisalos 355MI	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Herbal Essences Shampoo caídas 355MI	\$ 3,77	\$ 4,60	100	\$ 377,20
Herbal Essences Shampoo Curvas Peligrosas 355MI	\$ 3,77	\$ 4,60	100	\$ 377,20

Herbal Essences Shampoo Domador de fieras 355MI	\$ 3,77	\$ 4,60	100	\$ 377,20
Herbal Essences Shampoo hidradisiaco 355MI	\$ 3,37	\$ 4,11	100	\$ 337,02
Herbal Essences Shampoo paraLisalo 355MI	\$ 3,77	\$ 4,60	100	\$ 377,20
Johnson's Baby Acondicionador Manzanilla 400MI.	\$ 4,61	\$ 5,62	100	\$ 460,84
Johnson's Baby Shampoo Cabellos Rizados 400MI.	\$ 4,00	\$ 4,88	100	\$ 400,16
Johnson's Baby Shampoo con Lavanda y Manzanilla 400MI	\$ 4,00	\$ 4,88	100	\$ 400,16
Johnson's Baby Shampoo Manzanilla 400MI.	\$ 4,00	\$ 4,88	100	\$ 400,16
Naturaleza y Vida Acondicionador Activo Hamamelis 250MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Acondicionador Activo Lupulo 250MI	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Acondicionador Activo Malvavisco 250MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Acondicionador Anticaída 250 MI.	\$ 6,56	\$ 8,00	100	\$ 656,00
Naturaleza y Vida Acondicionador Bálsamo de Salvia 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Mascarilla Capilar Reflejos Caoba 250MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Mascarilla Capilar Reflejos Castaño 250MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Mascarilla Capilar Reflejos Rubios 250MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Activo Aloe Vera 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Activo Camomila 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Activo Ginseng 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Activo Hamamelis 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Activo Lupulo 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Anticaída Anticaspa 300MI.	\$ 6,56	\$ 8,00	100	\$ 656,00
Naturaleza y Vida Shampoo Anticaída Cabello Graso 300MI.	\$ 6,56	\$ 8,00	100	\$ 656,00
Naturaleza y Vida Shampoo Anticaída Cabello Normal 300MI.	\$ 6,56	\$ 8,00	100	\$ 656,00
Naturaleza y Vida Shampoo Anticaída Cabello Seco 300MI.	\$ 6,76	\$ 8,24	100	\$ 675,68
Naturaleza y Vida Shampoo Henna Reflejos Caoba 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Henna Reflejos Castaños 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Henna Reflejos Cobrizos 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Henna Reflejos Negros 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Shampoo Henna Reflejos Rubios 300MI.	\$ 5,74	\$ 7,00	100	\$ 574,00
Naturaleza y Vida Tónico Anticaída 150MI.	\$ 14,76	\$ 18,00	50	\$ 738,00
Pantene Acondicionador Clásico 400MI	\$ 4,76	\$ 5,80	100	\$ 475,60
Pantene Acondicionador Control Caída 400MI	\$ 4,76	\$ 5,80	100	\$ 475,60
Pantene Acondicionador Liso Extremo 400MI	\$ 4,76	\$ 5,80	100	\$ 475,60
Pantene Acondicionador Rizos Definidos 400MI	\$ 4,26	\$ 5,19	100	\$ 425,58
Pantene Shampoo Clásico 400MI	\$ 4,00	\$ 4,88	100	\$ 400,16
Pantene Shampoo Control Caída 400MI	\$ 4,00	\$ 4,88	100	\$ 400,16
Pantene Shampoo Liso Extremo 400MI	\$ 4,26	\$ 5,19	100	\$ 425,58
Pantene Shampoo Rizos Definidos 400MI	\$ 4,76	\$ 5,80	100	\$ 475,60
Para mi bebé Girasol Shampoo 250MI.	\$ 2,02	\$ 2,46	100	\$ 201,72
Para mi bebé Rizos Manzanilla Shampoo 250MI.	\$ 2,03	\$ 2,48	100	\$ 203,36
Shampoo Nature's Garden 500MI.	\$ 6,17	\$ 7,53	100	\$ 617,46
Taft Hair Spray Fijación Fuerte 150MI	\$ 3,03	\$ 3,70	100	\$ 303,40
Vitane Caída de Cabello Shampoo Hombres 300MI.	\$ 2,09	\$ 2,55	100	\$ 209,10
Vitane Caja Loción Intensiva Control Caída del Cabello Hombres	\$ 4,38	\$ 5,34	100	\$ 437,88
Vitane Caja Loción Intensiva para Cabello Grasos 60ml.	\$ 6,29	\$ 7,67	100	\$ 628,94
Vitane Control de Caspa Shampoo 300MI.	\$ 4,59	\$ 5,60	100	\$ 459,20
Vitane Regulador Shampoo 300MI.	\$ 3,23	\$ 3,94	100	\$ 323,08
Aceite Angelino 150MI.	\$ 2,44	\$ 2,98	100	\$ 244,36
Australian Gold Aceite exótico humectante 8Oz.	\$ 12,76	\$ 15,56	50	\$ 637,96
Australian Gold Acelerador y Bronceador en uno 8Oz.	\$ 13,28	\$ 16,20	50	\$ 664,20
Australian Gold Gel Acelerador de Bronceado 8Oz.	\$ 12,76	\$ 15,56	50	\$ 637,96
Australian Gold Gel Protector Solar SPF 30. 8Oz.	\$ 12,29	\$ 14,99	50	\$ 614,59
Australian Gold Gel protector solar SPF4 8Oz.	\$ 12,87	\$ 15,69	50	\$ 643,29
Australian Gold Gel protector Solar SPF6 8Oz.	\$ 10,57	\$ 12,89	50	\$ 528,49
Australian Gold Gel protector Solar SPF8 8Oz.	\$ 13,21	\$ 16,11	50	\$ 660,51
Australian Gold Loción Aceleradora de Bronceado 8 Oz.	\$ 15,37	\$ 18,74	50	\$ 768,34
Australian Gold Protector Solar Loción SPF 50. 8Oz.	\$ 14,59	\$ 17,79	50	\$ 729,39
Australian Gold Protector Solar para Bebés SPF 30. 8Oz.	\$ 12,29	\$ 14,99	50	\$ 614,59
Australian Gold Protector Solar en loción SPF15 8Oz.	\$ 13,73	\$ 16,74	50	\$ 686,34

Australian Gold Protector Solar Loción SPF 15. 8Oz.	\$ 20,97	\$ 25,57	50	\$ 1.048,37
Australian Gold Protector Solar Loción SPF 30 Baby Formula. 8Oz.	\$ 15,37	\$ 18,74	50	\$ 768,34
Australian Gold Protector Solar Sport Loción SPF30. 8Oz.	\$ 15,37	\$ 18,74	50	\$ 768,34
Byly Depil Corporal al Chocolate 12turbobandas	\$ 4,43	\$ 5,40	100	\$ 442,80
Byly Depil Corporal Menta y Té Verde 12turbobandas	\$ 4,43	\$ 5,40	100	\$ 442,80
Byly Depil Facial al Chocolate 12turbobandas	\$ 2,94	\$ 3,58	100	\$ 293,56
Byly Depil Facial Menta y Té Verde 12turbobandas	\$ 2,94	\$ 3,58	100	\$ 293,56
Crema Angelino 250ML.	\$ 2,33	\$ 2,84	100	\$ 232,88
Dove Crema Humectación Enriquecida Piel Seca 200ML.	\$ 2,94	\$ 3,58	100	\$ 293,56
Dove Crema Supreme Piel extra seca 200ML.	\$ 3,59	\$ 4,38	100	\$ 359,16
Eligarden Gel con Baba de caracol 120Gr.	\$ 12,30	\$ 15,00	100	\$ 1.230,00
Eligarden Jabón con baba de caracol 70Gr.	\$ 5,33	\$ 6,50	100	\$ 533,00
Máq. Afeitadora Gillette Prestobarba (Mujeres). 2U.	\$ 2,62	\$ 3,20	100	\$ 262,40
Máq. Afeitadora Gillette Prestobarba 3 (Hombres). 2U.	\$ 2,29	\$ 2,79	100	\$ 228,78
Nature's Garden Crema de Dulcamara 120Gr.	\$ 12,30	\$ 15,00	100	\$ 1.230,00
Nature's Garden Jabón con Aceite de Copaiba 70Gr.	\$ 5,33	\$ 6,50	100	\$ 533,00
Nature's Garden Jabón de Dulcamara 70Gr.	\$ 3,68	\$ 4,49	100	\$ 368,18
Nature's Garden Jabón de Noni 70Gr.	\$ 5,33	\$ 6,50	100	\$ 533,00
Nivea Body Good Bye Celulitis Crema 200ML.	\$ 9,01	\$ 10,99	100	\$ 901,18
Nivea for Men After Shave (Piel normal o seca) 100ML.	\$ 7,57	\$ 9,23	100	\$ 756,86
Pond's C. Crema de Limpieza 195Gr.	\$ 7,26	\$ 8,85	100	\$ 725,70
Pond's Rejuveness 200Gr.	\$ 13,60	\$ 16,58	100	\$ 1.359,56
Rayito de Sol Aceite Bronceador FPS5 200ML.	\$ 6,04	\$ 7,37	100	\$ 604,34
Rayito de Sol Aceite Gel Bronceador FPS2 200ML.	\$ 6,42	\$ 7,83	100	\$ 642,06
Rayito de Sol Autobronceador Anti-arrugas 70Gr.	\$ 4,03	\$ 4,91	100	\$ 402,62
Rayito de Sol Bloqueador Solar FPS 35. 200ML.	\$ 10,16	\$ 12,39	100	\$ 1.015,98
Rayito de Sol Bloqueador Solar FPS 45. 200ML.	\$ 11,14	\$ 13,59	100	\$ 1.114,38
Rayito de Sol Bloqueador Solar Kids FPS 45. 130ML.	\$ 7,50	\$ 9,15	100	\$ 750,30
Rayito de Sol Bloqueador Solar Kids FPS35. 130 ML.	\$ 6,77	\$ 8,25	100	\$ 676,50
Rayito de Sol Crema Bronceadora con filtro solar 70 Gr.	\$ 3,32	\$ 4,05	100	\$ 332,10
Rayito de Sol Crema Bronceadora SPF18 70 Gr.	\$ 4,05	\$ 4,94	100	\$ 405,08
Rayito de Sol Crema Bronceadora SPF8 70 Gr.	\$ 3,68	\$ 4,49	100	\$ 368,18
Rayito de Sol Crema Sapolan FPS2. 280 Gr.	\$ 4,21	\$ 5,13	100	\$ 420,66
Rayito de Sol Emulsión Autobronceante 130ML.	\$ 6,86	\$ 8,36	100	\$ 685,52
Rayito de Sol Emulsión Autobronceante Tono Dorado 130Gr.	\$ 4,57	\$ 5,57	100	\$ 456,74
Rayito de Sol Emulsión Bronceadora con repelente de insectos FPS	\$ 4,57	\$ 5,57	100	\$ 456,74
Rayito de Sol Emulsión Bronceadora FPS 4. 200 ML.	\$ 4,40	\$ 5,36	100	\$ 439,52
Rayito de Sol Emulsión Bronceadora FPS 8. 200 ML.	\$ 9,74	\$ 11,88	100	\$ 974,16
Rayito de Sol Gel Bronceador FPS2. 200 ML.	\$ 5,51	\$ 6,72	100	\$ 551,04
Rayito de Sol Gel ExtraRefrescante Post Solar. 200ML.	\$ 4,21	\$ 5,13	100	\$ 420,66
Rayito de Sol Jalea Bronceadora Instantánea 70Gr.	\$ 3,68	\$ 4,49	100	\$ 368,18
Rayito de Sol Protector Solar FPS 18. 200 ML.	\$ 6,04	\$ 7,37	100	\$ 604,34
Rayito de Sol Protector Solar FPS 25. 200 ML.	\$ 7,45	\$ 9,08	100	\$ 744,56
Vasenol Recuperación Intensiva 200ML.	\$ 2,62	\$ 3,19	100	\$ 261,58
Vasenol Toque de Bronceado (Tono Piel Claro) 400 ML.	\$ 6,04	\$ 7,37	100	\$ 604,34
Vasenol Toque de Bronceado (Tono Piel Medio) 400ML.	\$ 6,04	\$ 7,37	100	\$ 604,34
Desodorante Lady Speed stick Barra Double Defense 45Gr.	\$ 2,89	\$ 3,52	100	\$ 288,64
Desodorante Lady Speed stick Barra Floral 45Gr.	\$ 2,89	\$ 3,52	100	\$ 288,64
Desodorante Speed stick Barra 24/7. 50Gr.	\$ 4,35	\$ 5,31	100	\$ 435,42
Enjuague Bucal Colgate Plax Menta 250ML.	\$ 2,65	\$ 3,23	100	\$ 264,86
Enjuague Bucal Listerine Citrus 180ML.	\$ 2,35	\$ 2,87	100	\$ 235,34
Enjuague Bucal Listerine Menta Fresca 180ML.	\$ 2,35	\$ 2,86	100	\$ 234,52
Enjuague Bucal Listerine Menta Fresca 473ML.	\$ 4,96	\$ 6,05	100	\$ 496,10
Enjuague Bucal Listerine Whitening 473ML	\$ 5,30	\$ 6,46	100	\$ 529,72
Hilo Dental Johnson & Johnson 50ML	\$ 1,90	\$ 2,32	100	\$ 190,24
Jabón baby Dove 225Gr 3U de 75Gr.	\$ 2,44	\$ 2,97	100	\$ 243,54
Jabón Cremoso Dove 270Gr. 3U de 90G	\$ 2,82	\$ 3,44	100	\$ 282,08
Jabón Dove Reafirmante 270Gr. 3U de 90G	\$ 2,68	\$ 3,27	100	\$ 268,14
Jabón Líquido Palmolive Aroma Therapy 221ML.	\$ 2,77	\$ 3,38	100	\$ 277,16

Jabón Líquido Palmolive Menta & Eucalipto 211ML.	\$ 2,77	\$ 3,38	100	\$ 277,16
Jabón Líquido Palmolive Piel extraseca 221ML.	\$ 3,11	\$ 3,79	100	\$ 310,78
Jabón Líquido Protex Aloe 221ML	\$ 3,11	\$ 3,79	100	\$ 310,78
Jabón Líquido Protex Balance 221ML	\$ 3,11	\$ 3,79	100	\$ 310,78
Jabón Lux Pruébame 3x125Gr.	\$ 1,54	\$ 1,88	100	\$ 154,16
Jabón Palmolive Avena y Azúcar Morena 3 x 110Gr	\$ 1,68	\$ 2,05	100	\$ 168,10
Jabón Palmolive Yoghurt y Frutas 3 x 110Gr	\$ 1,68	\$ 2,05	100	\$ 168,10
Jabón Proactive 3x125Gr.	\$ 1,47	\$ 1,79	100	\$ 146,78
Jabón Protex Crema 3x125Gr.	\$ 2,15	\$ 2,62	100	\$ 214,84
Jabón Protex DE 0 12. 3x125Gr.	\$ 1,97	\$ 2,40	100	\$ 196,80
Lactacyd Femenina Jabón Líquido higiene íntima 200ML.	\$ 5,64	\$ 6,88	100	\$ 564,16
Lady Speed Stick Gel Double Defense Floral Fresh 65Gr	\$ 3,49	\$ 4,26	100	\$ 349,32
Pañal Tena Mujer Medium 8u.	\$ 5,92	\$ 7,22	100	\$ 592,04
Pañales Desechables Huggies Active Sec. M 24u.	\$ 5,38	\$ 6,56	100	\$ 537,92
Pañales Desechables Huggies Active Sec. P 28u.	\$ 5,38	\$ 6,56	100	\$ 537,92
Pañales Desechables Huggies Active Sec. XG 36u.	\$ 10,09	\$ 12,30	100	\$ 1.008,60
Pañales Desechables Huggies Active Sec. XG 44u.	\$ 13,76	\$ 16,78	100	\$ 1.375,96
Pañales Desechables Huggies Classic M 22u	\$ 3,12	\$ 3,81	100	\$ 312,42
Pañales Desechables Huggies Natural Care Jean G 24u	\$ 10,41	\$ 12,69	100	\$ 1.040,58
Pañales Desechables Huggies Natural G 24u	\$ 9,44	\$ 11,51	100	\$ 943,82
Pañales Desechables Huggies Natural G 48u	\$ 16,61	\$ 20,26	100	\$ 1.661,32
Pañales Desechables Huggies Natural M 48U.	\$ 11,46	\$ 13,98	100	\$ 1.146,36
Pañales Desechables Huggies Recien Nacidos 20u	\$ 3,35	\$ 4,09	100	\$ 335,38
Pañales Pañalín Ultraseco	\$ 3,14	\$ 3,83	100	\$ 314,06
Pañales Pequeñín Extraconfort 30u	\$ 5,37	\$ 6,55	100	\$ 537,10
Paños Humedecidos Sin Alcohol Pequeñín 50u.	\$ 1,54	\$ 1,88	100	\$ 154,16
Pañuelos Refrescantes Poise Fresh 20U.	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
Papel Higiénico Familia 3en1. 12R.	\$ 7,14	\$ 8,71	100	\$ 714,22
Papel Higiénico Familia Acolchado 3en1. 4R.	\$ 3,39	\$ 4,14	100	\$ 339,48
Papel Higienico Familia Plus 6 Rollos	\$ 1,01	\$ 1,23	100	\$ 100,86
Papel Higiénico Flor Clásico 12r.	\$ 6,98	\$ 8,51	100	\$ 697,82
Papel Higiénico Scott Plus Jumbo 2 en 1. 16R	\$ 6,02	\$ 7,34	100	\$ 601,88
Papel Higiénico Scott Plus Jumbo 2en1. 12R.	\$ 4,91	\$ 5,99	100	\$ 491,18
Pasta Dental Colgate Max Fresh Clean Mint 75ML.	\$ 2,37	\$ 2,89	100	\$ 236,98
Pasta Dental Colgate Original 75ML.	\$ 1,07	\$ 1,30	100	\$ 106,60
Pasta Dental Colgate Sensitive 75ML.	\$ 4,17	\$ 5,08	100	\$ 416,56
Pasta Dental Colgate Total 12. 75ML.	\$ 1,85	\$ 2,26	100	\$ 185,32
Pasta Dental Dentident 75Cc.	\$ 3,37	\$ 4,11	100	\$ 337,02
Pasta Dental Kolynos 75ML.	\$ 1,03	\$ 1,25	100	\$ 102,50
Pasta Dental Sensodyne 90Gr.	\$ 4,22	\$ 5,15	100	\$ 422,30
Talco Baby Johnson & Johnson 200Gr.	\$ 2,44	\$ 2,98	100	\$ 244,36
Tissues Familia Triple hoja sin aroma 80U.	\$ 2,57	\$ 3,14	100	\$ 257,48
Tissues Kleenex Triple hoja con extracto de Seda 80u.	\$ 3,03	\$ 3,70	100	\$ 303,40
Tissues Kleenex Triple hoja sin aroma 60u.	\$ 2,62	\$ 3,19	100	\$ 261,58
Toallas Sanitarias Kotex Teens 10u.	\$ 1,07	\$ 1,31	100	\$ 107,42
Toallas Sanitarias Kotex Ultrafinas 40u.	\$ 3,39	\$ 4,14	100	\$ 339,48
Toallas Sanitarias Nosotras Econopack 42u.	\$ 3,58	\$ 4,37	100	\$ 358,34
Toallas Sanitarias Nosotras Invisible Tela 14u.	\$ 2,57	\$ 3,14	100	\$ 257,48
Toallas Sanitarias Nosotras Maternidad	\$ 2,43	\$ 2,96	100	\$ 242,72
Toallas Sanitarias Nosotras Plus 8u.	\$ 1,66	\$ 2,02	100	\$ 165,64
Toallas Sanitarias Nosotras Tanga 10u.	\$ 1,90	\$ 2,32	100	\$ 190,24
Toallas Sanitarias Stayfree Adapt 8u.	\$ 0,95	\$ 1,16	100	\$ 95,12
Toallas Sanitarias Stayfree Sínea 16u.	\$ 2,16	\$ 2,63	100	\$ 215,66
Hepalive Hepatoprotector 30U.	\$ 11,23	\$ 13,70	100	\$ 1.123,40
Nature's Garden Aceite de Copaiba	\$ 7,79	\$ 9,50	100	\$ 779,00
Nature's Garden Gel Analgésico 100ML.	\$ 6,95	\$ 8,47	100	\$ 694,54
Nature's Garden Jugo de Noni 500ML.	\$ 10,33	\$ 12,60	100	\$ 1.033,20
Nature's Garden Noni y Linaza 250Gr.	\$ 9,05	\$ 11,04	100	\$ 905,28
Nature's Garden Noni y Linaza 500Gr.	\$ 16,15	\$ 19,69	100	\$ 1.614,58

Nature's Garden Triple Garlic Capsules 500Mg.	\$ 10,41	\$ 12,69	100	\$ 1.040,58
Terminex Unguento 45Gr.	\$ 1,21	\$ 1,47	100	\$ 120,54
FRAGANCIAS Y COSMETICOS				
47 Street Eau de Toilette Cutie y Desodorante.	\$ 14,11	\$ 17,21	50	\$ 705,61
47 Street Eau de Toilette Exotic 60Ml.	\$ 8,86	\$ 10,80	50	\$ 442,80
47 Street Eau de Toilette Urban 60Ml.	\$ 14,11	\$ 17,21	50	\$ 705,61
Adidas Floral Dream (Eau de Toilette 30Ml.)	\$ 11,50	\$ 14,03	50	\$ 575,23
Adidas Floral Dream (Eau de Toilette 50Ml.)	\$ 13,15	\$ 16,04	50	\$ 657,64
Adidas Fresh Vibes (Eau de Toilette 50Ml.)	\$ 16,40	\$ 20,00	50	\$ 820,00
Adidas Fruity Rhythm (Eau de Toilette 30Ml.)	\$ 11,50	\$ 14,03	50	\$ 575,23
Adidas Fruity Rhythm (Eau de Toilette 50Ml.)	\$ 13,15	\$ 16,04	50	\$ 657,64
Adidas Sensual Instinct (Eau de Toilette 30Ml.)	\$ 11,51	\$ 14,04	50	\$ 575,64
Adidas Sensual Instinct (Eau de Toilette 50Ml.)	\$ 11,50	\$ 14,03	50	\$ 575,23
Adidas Tropical Passion (Eau de Toilette 30Ml.)	\$ 13,15	\$ 16,04	50	\$ 657,64
Adidas Tropical Passion (Eau de Toilette 50Ml.)	\$ 2,15	\$ 2,62	50	\$ 107,42
Algabo Aloha Kiss Crema 236Ml.	\$ 3,44	\$ 4,19	50	\$ 171,79
Algabo Aloha Kiss splash 236Ml.	\$ 4,30	\$ 5,24	50	\$ 214,84
Algabo Crema Humectante Durazno Kiwi 400Ml	\$ 4,30	\$ 5,24	50	\$ 214,84
Algabo Crema Humectante Melón y Papaya 400Ml.	\$ 4,30	\$ 5,24	50	\$ 214,84
Algabo Crema Humectante Naranja Ananá 400Ml	\$ 2,15	\$ 2,62	50	\$ 107,42
Algabo Hawaiian Dream Crema 236Ml.	\$ 3,44	\$ 4,19	50	\$ 171,79
Algabo Hawaiian Dream splash 236Ml.	\$ 4,05	\$ 4,94	50	\$ 202,54
Algabo Humectante Milk Crema Cuerpo 400Ml	\$ 4,05	\$ 4,94	50	\$ 202,54
Algabo Loción Corporal Fresh 400Ml	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Aroma Skin Eau de Toilette Spray Freedom 60Ml.	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Aroma Skin Eau de Toilette Spray Ilusion 60Ml.	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Aroma Skin Eau de Toilette Spray Inocent 60Ml.	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Aroma Skin Eau de Toilette Spray Intuition 60Ml.	\$ 3,26	\$ 3,98	50	\$ 163,18
Aromasense Jabón Líquido Avena 400Ml	\$ 3,26	\$ 3,98	50	\$ 163,18
Aromasense Jabón Líquido Canela 400Ml.	\$ 3,26	\$ 3,98	50	\$ 163,18
Aromasense Jabón Líquido Fresa 400Ml	\$ 3,26	\$ 3,98	50	\$ 163,18
Aromasense Jabón Líquido Manzana 400Ml	\$ 6,10	\$ 7,44	50	\$ 305,04
Bath Therapy Gel de Ducha Batido de Frutas Salvajes 1Lt	\$ 6,10	\$ 7,44	50	\$ 305,04
Bath Therapy Gel de Ducha Fresas con crema 1Lt	\$ 6,10	\$ 7,44	50	\$ 305,04
Bath Therapy Gel de Ducha Vainilla Dulce 1Lt	\$ 9,54	\$ 11,63	50	\$ 476,83
Forever Pleasures crema y splash	\$ 14,79	\$ 18,04	50	\$ 739,64
Kosiuko Desodorante y Fragancia	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Kosiuko Fragancia Corporal Beauty Turquoise 200Ml	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Kosiuko Fragancia Corporal Delicious Pink 200Ml	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Kosiuko Fragancia Corporal Sweet Orange 200Ml	\$ 10,74	\$ 13,10	50	\$ 537,10
Kosiuko Fragancia Corporal Vanity Violet 200Ml	\$ 20,17	\$ 24,60	50	\$ 1.008,60
Kosiuko Perfume 50Ml	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence Carola (Caja Eau de Toilette 50Ml. Emulsión Corporal P	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence Acqua Di Greg (Caja. Eau de Toilette y Emulsión Corpora	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence Alanais (Caja Eau de Toilette 50Ml. Emulsión Corporal P	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence Flower Spirit (Eau de Toilette 50Ml./Emulsión Corporal	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence for woman (Eua de Toilette50Ml./Emulsión Corporal Perfu	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence Parfum (Eua de Toilette50Ml./Emulsión Corporal Perfumad	\$ 15,67	\$ 19,11	50	\$ 783,51
UDV Perfume y desodorante	\$ 11,81	\$ 14,40	50	\$ 590,40
Adidas Blue Challenge (Eau de Toilette 100Ml.)	\$ 11,78	\$ 14,36	50	\$ 588,76
Adidas Blue Challenge (Eau de Toilette 50Ml.)	\$ 11,81	\$ 14,40	50	\$ 590,40
Adidas Dynamic Pulse (Eau de Toilette 100Ml)	\$ 11,78	\$ 14,36	50	\$ 588,76
Adidas Dynamic Pulse (Eau de Toilette 50Ml)	\$ 11,81	\$ 14,40	50	\$ 590,40
Adidas Ice Dive (Eau de Toilette 100Ml)	\$ 11,81	\$ 14,40	50	\$ 590,40
Adidas Victory League (Eau de Toilette 100Ml.)	\$ 7,72	\$ 9,42	50	\$ 386,22
Kosiuko Blacks Gel y Desodorante	\$ 7,72	\$ 9,42	50	\$ 386,22
Kosiuko Blues Gel y Desodorante	\$ 7,72	\$ 9,42	50	\$ 386,22
Kosiuko Original Gel y Desodorante	\$ 7,72	\$ 9,42	50	\$ 386,22
Kosiuko Titanium Gel y Desodorante	\$ 13,09	\$ 15,96	50	\$ 654,36
Tendence 214Men (Eau de Toilette 50Ml. / Gel Hidratante 100Ml.)				

LIMPIEZA DEL HOGAR				
Aceite Pride (Cereza) 220MI	\$ 2,48	\$ 3,02	100	\$ 247,64
Aceite Rojo Moebel (Muebles) 250Cc.	\$ 1,56	\$ 1,90	100	\$ 155,80
Crema Pride Limón 220MI	\$ 2,07	\$ 2,52	100	\$ 206,64
Lustramuebles IntraPremio Limón en Aerosol 360MI	\$ 2,51	\$ 3,06	100	\$ 250,92
Lustrasol (Pisos) 1Lt.	\$ 2,07	\$ 2,52	100	\$ 206,64
Mansion Aceite Rojo (Muebles) 220Cc.	\$ 2,45	\$ 2,99	100	\$ 245,18
Mansion Lavanda (Muebles) 200Cc.	\$ 2,89	\$ 3,53	100	\$ 289,46
Poligloss para pisos 1Lt.	\$ 2,19	\$ 2,67	100	\$ 218,94
Rally Cera en Crema (Autos) 150Gr.	\$ 2,12	\$ 2,58	100	\$ 211,56
Rally Shampoo + Cera (Autos) 500Cc.	\$ 2,56	\$ 3,12	100	\$ 255,84
Virginia Lustramuebles Tradicional 250MI	\$ 1,39	\$ 1,70	100	\$ 139,40
DESECHABLES				
Contenedores Compartidos (3) Alegría 25U	\$ 3,71	\$ 4,52	100	\$ 370,64
Copas Plásticas Envaflex 12U	\$ 2,61	\$ 3,18	100	\$ 260,76
Filtro para Cafetera 8.25cm (base) 200U	\$ 2,74	\$ 3,34	100	\$ 273,88
Funda Blanca de Basura para Baño 46x46cm 10U	\$ 0,38	\$ 0,46	100	\$ 37,72
Funda de Basura La Dura 23"x28"	\$ 0,87	\$ 1,06	100	\$ 86,92
Funda de Basura La Dura 30"x36"	\$ 1,71	\$ 2,09	100	\$ 171,38
Funda de Basura La Extrema 61x86cm 10U.	\$ 1,60	\$ 1,95	100	\$ 159,90
Milenium Cuchara Sopera (transparente) 25U.	\$ 0,84	\$ 1,02	100	\$ 83,64
Milenium Cuchillos (transparentes) 25U	\$ 0,84	\$ 1,02	100	\$ 83,64
PlastiUtil Platos Soperos 28Oz. 25U	\$ 1,62	\$ 1,98	100	\$ 162,36
Plastiutil Tarrinas 1/2Lt plásticas 10U	\$ 1,35	\$ 1,65	100	\$ 135,30
Plastiutil Tarrinas 1Lt plásticas 10U	\$ 1,41	\$ 1,72	100	\$ 141,04
Platos Alegría P-9 25U	\$ 1,24	\$ 1,51	100	\$ 123,82
Removedor de café Plastiutil 300U.	\$ 0,94	\$ 1,15	100	\$ 94,30
Rollo de Papel Aluminio Diamond 2.32M	\$ 1,62	\$ 1,97	100	\$ 161,54
Rollo de Papel Plástico Adherente 30.4mt x 30.4cm	\$ 2,35	\$ 2,86	100	\$ 234,52
Rollo de Papel Scott Duramax 2 en 1	\$ 4,19	\$ 5,11	100	\$ 419,02
Rollo de Papel Scott Duramax 2R.	\$ 4,39	\$ 5,35	100	\$ 438,70
Rollo de Papel Scott Multiusos 6R.	\$ 5,10	\$ 6,22	100	\$ 510,04
Salvolett Cobertores Protectores para Inodoros	\$ 1,96	\$ 2,39	100	\$ 195,98
Servilleta Soff 100u.	\$ 0,43	\$ 0,52	100	\$ 42,64
Servilletas Familia Normal 100U.	\$ 0,67	\$ 0,82	100	\$ 67,24
Servilletas Familia Pequeña 100u.	\$ 0,52	\$ 0,63	100	\$ 51,66
Servilletas Scott Estilo 20U	\$ 1,58	\$ 1,93	100	\$ 158,26
Tarrinas Térmicas Alegría Gold 10U 1/2Lt.	\$ 0,98	\$ 1,19	100	\$ 97,58
Tenedores Plásticos Transparentes Alegría 25U	\$ 1,15	\$ 1,40	100	\$ 114,80
Vasos Anillados Alegría 6Oz. 25U	\$ 0,52	\$ 0,63	100	\$ 51,66
Vasos Plásticos PlastiUtil 12Oz. 25U	\$ 1,01	\$ 1,23	100	\$ 100,86
Vasos Térmicos Alegría Gold 4Oz. 25U	\$ 0,58	\$ 0,71	100	\$ 58,22
Vasos Térmicos Alegría Gold 6Oz. 25U	\$ 0,59	\$ 0,72	100	\$ 59,04
Vasos Térmicos Plastro 12Oz. 10U.	\$ 0,79	\$ 0,96	100	\$ 78,72
Vasos Térmicos Plastro 2.5 Oz 25U.	\$ 0,33	\$ 0,40	100	\$ 32,80
DESINFECTANTES				
Ajax Bicarbonato Multi-uso 1Lt	\$ 1,76	\$ 2,15	100	\$ 176,30
Ajax Clorazul en Polvo 500Gr.	\$ 1,40	\$ 1,71	100	\$ 140,22
Ajax Cloro Líquido Original 1000Cc.	\$ 1,07	\$ 1,30	100	\$ 106,60
Ajax Cloro Líquido Original 2000Cc.	\$ 1,89	\$ 2,31	100	\$ 189,42
Fresklin Manzana 1Lt.	\$ 1,76	\$ 2,15	100	\$ 176,30
Pinoklin con Aceite de Pino 1Lt	\$ 1,76	\$ 2,15	100	\$ 176,30
Sapolio Pulidor Baño 450Gr.	\$ 1,02	\$ 1,24	100	\$ 101,68
Tips Brisa Marina 1Lt.	\$ 1,66	\$ 2,02	100	\$ 165,64
Tips Eucalipto con Bicarbonato de Sodio 2000MI	\$ 3,26	\$ 3,98	100	\$ 326,36
Tips Floral 1 Lt.	\$ 1,66	\$ 2,02	100	\$ 165,64
Tips Frutilla con Bicarbonato de Sodio 1Lt	\$ 1,66	\$ 2,02	100	\$ 165,64
Tips Sacagrasa en Polvo 450Gr.	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
INSECTICIDAS				

Baygón Azul contra Zancudos e insectos voladores 250Cc.	\$ 2,02	\$ 2,46	100	\$ 201,72
Baygón Verde Contra cucarachas e insectos rastreros 250Cc.	\$ 2,02	\$ 2,46	100	\$ 201,72
Campex Cucarachicida Talquero 100G.	\$ 0,94	\$ 1,15	100	\$ 94,30
Campex Insecticida + Pistola 500Cc.	\$ 1,77	\$ 2,16	100	\$ 177,12
Campex Insecticida 1Lt.	\$ 2,35	\$ 2,87	100	\$ 235,34
Campex Insecticida 250Cc.	\$ 0,71	\$ 0,87	100	\$ 71,34
Campex Insecticida 500Cc.	\$ 1,05	\$ 1,28	100	\$ 104,96
Campex Rata-Campex 50G.	\$ 0,61	\$ 0,74	100	\$ 60,68
Raid 45Noches Irepuesto	\$ 3,28	\$ 4,00	100	\$ 328,00
Raid Casa y Jardines 400 Cc.	\$ 3,11	\$ 3,79	100	\$ 310,78
Raid Cucarachas y chiripas 400Cc.	\$ 3,11	\$ 3,79	100	\$ 310,78
Raid Insectos Voladores 250 Cc.	\$ 2,48	\$ 3,03	100	\$ 248,46
Raid Pulgas y Garrapatas 400Cc.	\$ 3,11	\$ 3,79	100	\$ 310,78
ESCOBAS Y CEPILLOS				
Cepillo de Ropa (mango madera)	\$ 2,30	\$ 2,80	50	\$ 114,80
Cepillo para piso (con sostenedor)	\$ 7,18	\$ 8,75	50	\$ 358,75
Cepillo Servicio Higiénico	\$ 1,13	\$ 1,38	50	\$ 56,58
Cepillo Servicio Higiénico con base	\$ 2,24	\$ 2,73	50	\$ 111,93
Escoba de fibra	\$ 3,97	\$ 4,84	50	\$ 198,44
Escoba Plástica	\$ 4,83	\$ 5,89	50	\$ 241,49
Escobas Betanín Novicia	\$ 4,90	\$ 5,98	50	\$ 245,18
Plumero Nylon Multicolor (Plástico)	\$ 1,01	\$ 1,23	50	\$ 50,43
Recogedor de Basura con Agarradera Alta	\$ 2,74	\$ 3,34	50	\$ 136,94
Secador (escurridor) Betanin	\$ 3,51	\$ 4,28	50	\$ 175,48
Trapeador Vileda	\$ 6,96	\$ 8,49	50	\$ 348,09
LIMPIADORES				
España de Baño Vileda	\$ 0,64	\$ 0,78	100	\$ 63,96
Franela Blanca 80x75cm.	\$ 1,52	\$ 1,85	100	\$ 151,70
Limpia Mágico 500Cc.	\$ 3,30	\$ 4,02	100	\$ 329,64
Limpiador Brasso 250Cc.	\$ 2,94	\$ 3,58	100	\$ 293,56
Limpiador Broncex Spray (metales) 250Ml.	\$ 2,35	\$ 2,87	100	\$ 235,34
Limpiador Silitor (cuero - vinil y plástico) 250Ml.	\$ 2,22	\$ 2,71	100	\$ 222,22
Limpiador Silvo 250Ml	\$ 3,14	\$ 3,83	100	\$ 314,06
Mr. Músculo Antigraza 500Cc	\$ 3,53	\$ 4,30	100	\$ 352,60
Paño Antibacterial Scotch-Brite 6u	\$ 6,44	\$ 7,85	100	\$ 643,70
Paño de Cocina Scotch-Brite 1u	\$ 5,33	\$ 6,50	100	\$ 533,00
Paño de Gamuza Comepolvo Vileda 1u.	\$ 2,61	\$ 3,18	100	\$ 260,76
Paño de Gamuza de Automóvil Vileda 2u.	\$ 2,49	\$ 3,04	100	\$ 249,28
Paños Multiusos Yes 5u.	\$ 2,29	\$ 2,79	100	\$ 228,78
Paños Scott Limpiamax 5u	\$ 2,19	\$ 2,67	100	\$ 218,94
Tips Vidrios 690Ml	\$ 3,04	\$ 3,71	100	\$ 304,22
Trapeador (rayas blancas con negro) 84Cm	\$ 3,51	\$ 4,28	100	\$ 350,96
Trapeador Fibra acrílica 65x45cm	\$ 2,76	\$ 3,36	100	\$ 275,52
DETERGENTES				
Ciclón Detergente Suavizante 2Lt	\$ 5,14	\$ 6,27	100	\$ 514,14
Ciclón Detergente Suavizante 800Ml	\$ 2,12	\$ 2,58	100	\$ 211,56
Deja Multiacción Limón 1Kl.	\$ 2,39	\$ 2,91	100	\$ 238,62
Deja Multiacción Limón 2Kl	\$ 4,54	\$ 5,54	100	\$ 454,28
Deja Multiacción Limón 4Kl	\$ 8,95	\$ 10,91	100	\$ 894,62
Deja Multiacción Suavizante 1Kg.	\$ 2,39	\$ 2,91	100	\$ 238,62
Deja Multiacción Suavizante 2 Kl.	\$ 4,54	\$ 5,54	100	\$ 454,28
Deja Multiacción Suavizante 4 Kl.	\$ 8,95	\$ 10,91	100	\$ 894,62
Detergente Cremoso Cierto 1Lt	\$ 2,55	\$ 3,11	100	\$ 255,02
Omo Intelligent 1Kg	\$ 2,14	\$ 2,61	100	\$ 214,02
Surf Baño de Blancura 2Kg	\$ 4,15	\$ 5,06	100	\$ 414,92
Vanish 900Ml	\$ 3,37	\$ 4,11	100	\$ 337,02
Woolite Classic Floral 1000Ml.	\$ 4,46	\$ 5,44	100	\$ 446,08
Woolite Ropa Negra y Oscura Floral 1000Ml.	\$ 4,46	\$ 5,44	100	\$ 446,08
AMBIENTADORES Y AROMATIZANTES				

Amb. en Pastilla Ambientol Manzana 75Gr.	\$ 0,54	\$ 0,66	100	\$ 54,12
Amb. en Pastilla Desinpex Cherry 90Gr.	\$ 0,64	\$ 0,78	100	\$ 63,96
Amb. en Pastilla Desinpex Fresa 90 Gr.	\$ 0,64	\$ 0,78	100	\$ 63,96
Amb. en Pastilla Tips Cereza 95Gr.	\$ 0,69	\$ 0,84	100	\$ 68,88
Amb. en Pastilla Tips Frutilla 95Gr.	\$ 0,69	\$ 0,84	100	\$ 68,88
Amb. Glade Pluggins Eléctrico(Dispensador Repuesto)21Ml.	\$ 7,47	\$ 9,11	100	\$ 747,02
Amb. Glade Pluggins Aceites Naturales (Repuesto) 21Ml.	\$ 4,08	\$ 4,98	100	\$ 408,36
Amb. Glade Pluggins Brisas de Vainilla (Repuesto) 21Ml.	\$ 4,43	\$ 5,40	100	\$ 442,80
Amb. Glade Pluggins Pastillas Brisas de Vainilla (2 Repuestos)	\$ 1,75	\$ 2,13	100	\$ 174,66
Amb. Glade Toque Caricias de Bebé (1aparato Irepuesto)	\$ 2,53	\$ 3,08	100	\$ 252,56
Amb. Glade Toque Mañana de Campo 1Rep 9Gr.	\$ 2,06	\$ 2,51	100	\$ 205,82
Amb. para Inodoros Tips Tanque (Pastilla vede) 48Gr.	\$ 1,69	\$ 2,06	100	\$ 168,92
Amb. Pulso Sapolio (Dispensador y Repuesto) 12Ml.	\$ 1,67	\$ 2,04	100	\$ 167,28
Amb. Pulso Sapolio (Repuesto) 12Ml.	\$ 1,47	\$ 1,79	100	\$ 146,78
Aromatizante Glade Lavanda 360Ml	\$ 2,39	\$ 2,91	100	\$ 238,62
Aromatizante Glade Mañana de Campo 360Ml	\$ 2,39	\$ 2,91	100	\$ 238,62
Aromatizante Sapolio Jardín de Rosas 360Ml.	\$ 2,13	\$ 2,60	100	\$ 213,20
Pato Purific para Inodoros (Pastilla azul) 48Gr.	\$ 1,93	\$ 2,35	100	\$ 192,70
Pato Purific para Inodoros (Pastilla verde) 48Gr.	\$ 1,82	\$ 2,22	100	\$ 182,04
JABON Y CREMAS DE LAVAR				
Esponja Lavaplatos Vileda	\$ 0,92	\$ 1,12	100	\$ 91,84
Jabón Ales Bebé 250Gr.	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Jabón Ales Maquinado 250Gr.	\$ 0,41	\$ 0,50	100	\$ 41,00
Jabón de Lavar Sandy Delicato 200Gr.	\$ 0,66	\$ 0,81	100	\$ 66,42
Jabón en Barra Woolite Floral 200Gr.	\$ 0,93	\$ 1,14	100	\$ 93,48
Jabón Perla Bebe 200Gr.	\$ 0,40	\$ 0,49	100	\$ 40,18
Jabón Sandy Delicato 3U x 200Gr	\$ 1,85	\$ 2,26	100	\$ 185,32
Lavaplatos Axión Extracto de Toronja 450Gr.	\$ 1,15	\$ 1,40	100	\$ 114,80
Lavaplatos Axión Limón 450Gr.	\$ 1,15	\$ 1,40	100	\$ 114,80
Lavaplatos Deja Barra 350Gr.	\$ 1,05	\$ 1,28	100	\$ 104,96
SUAVIZANTES				
Planche Fácil 500Cc.	\$ 2,92	\$ 3,56	100	\$ 291,92
Suavitel Fresca Primavera 1000Cc.	\$ 2,85	\$ 3,47	100	\$ 284,54
Suavitel Fresca Primavera 1900Cc.	\$ 5,23	\$ 6,38	100	\$ 523,16
Suavitel Fresca Primavera 3000Cc.	\$ 8,78	\$ 10,71	100	\$ 878,22
Suavitel Sin Enjuague Plus Fresca Primavera 850 Cc.	\$ 3,14	\$ 3,83	100	\$ 314,06
UTILES ESCOLARES Y DE OFICINA				
Almohadilla Kore	\$ 0,99	\$ 1,21	100	\$ 99,22
Archivadores T/T (mediano)	\$ 2,46	\$ 3,00	100	\$ 246,00
archivadores Tamaño Memo	\$ 2,46	\$ 3,00	100	\$ 246,00
Archivadores Unico T/Oficio	\$ 2,56	\$ 3,12	100	\$ 255,84
Bitácora de 200h (cuadros)	\$ 5,62	\$ 6,85	100	\$ 561,70
Bitácora de 200h (líneas)	\$ 5,62	\$ 6,85	100	\$ 561,70
Borrador Blanco Pelikan	\$ 0,18	\$ 0,22	100	\$ 18,04
Caja de Clips Mariposa	\$ 0,93	\$ 1,14	100	\$ 93,48
Caja de Clips Standard	\$ 0,25	\$ 0,30	100	\$ 24,60
Caja de Diskette Imation	\$ 3,25	\$ 3,96	100	\$ 324,72
Caja de Grapas 26/6	\$ 0,89	\$ 1,08	100	\$ 88,56
Caja de notitas	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Caja de Papel Carbón Azul T/Oficio	\$ 6,13	\$ 7,47	100	\$ 612,54
Caja de Papel Carbón Negro T/Oficio	\$ 4,93	\$ 6,01	100	\$ 492,82
Caja de Vinchas para carpetas	\$ 1,57	\$ 1,92	100	\$ 157,44
Calculadora Casio 8Dígitos	\$ 3,44	\$ 4,20	100	\$ 344,40
Carpeta Colgante	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
Carpeta Manila	\$ 0,10	\$ 0,12	100	\$ 9,84
Carpeta Manila de color	\$ 0,15	\$ 0,18	100	\$ 14,76
Carpeta plástica de portada transparente	\$ 0,21	\$ 0,25	100	\$ 20,50
Carpeta Portalistado de 30h.	\$ 1,93	\$ 2,35	100	\$ 192,70
Cartuchera con cierre Mickey Mouse	\$ 2,04	\$ 2,49	100	\$ 204,18

Cartuchos Lexmar # 16 (Negro)	\$ 42,80	\$ 52,19	30	\$ 1.283,87
Cartuchos Lexmar Z13/32 de color	\$ 46,25	\$ 56,40	30	\$ 1.387,44
CD-R Imation	\$ 0,59	\$ 0,72	100	\$ 59,04
CD-RW Imation	\$ 1,08	\$ 1,32	100	\$ 108,24
Cera	\$ 1,31	\$ 1,60	100	\$ 131,20
Cinta de Embalaje 100Mtrs.	\$ 1,83	\$ 2,23	100	\$ 182,86
Cinta de Embalaje 50Mtrs.	\$ 0,87	\$ 1,06	100	\$ 86,92
Cinta Negra Brothers	\$ 3,03	\$ 3,70	100	\$ 303,40
Cinta para sumadora Kores	\$ 0,84	\$ 1,02	100	\$ 83,64
Cinta Scotch 3M (caja roja)	\$ 1,34	\$ 1,64	100	\$ 134,48
Cuaderno Académico Cuadros	\$ 1,61	\$ 1,96	100	\$ 160,72
Cuaderno Académico Líneas	\$ 1,61	\$ 1,96	100	\$ 160,72
Cuaderno Junior Cuadros	\$ 0,70	\$ 0,85	100	\$ 69,70
Cuaderno Junior Línea	\$ 0,70	\$ 0,85	100	\$ 69,70
Cuaderno Pequeño Experto 100H. cuadros	\$ 0,52	\$ 0,63	100	\$ 51,66
Cuaderno Pequeño Experto 100H. líneas	\$ 0,52	\$ 0,63	100	\$ 51,66
Cuaderno Universitario de 4 líneas 100H	\$ 1,38	\$ 1,68	100	\$ 137,76
Cuaderno Universitario Experto (100H - cuadros)	\$ 1,33	\$ 1,62	100	\$ 132,84
Cuaderno Universitario Experto (100H - líneas)	\$ 1,47	\$ 1,79	100	\$ 146,78
Estilite Grande	\$ 1,14	\$ 1,39	100	\$ 113,98
Funda de ligas de colores	\$ 2,45	\$ 2,99	100	\$ 245,18
Funda de Separadores Plásticos de colores	\$ 1,13	\$ 1,38	100	\$ 113,16
Goma Bioplast	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Goma Ega 60Gr.	\$ 0,64	\$ 0,78	100	\$ 63,96
Goma Líquida UHU 50MI	\$ 1,10	\$ 1,34	100	\$ 109,88
Goma UHU Pegamento Universal 33MI.	\$ 2,17	\$ 2,65	100	\$ 217,30
Grapadora Mediana	\$ 6,55	\$ 7,99	100	\$ 655,18
Hojas de Dibujo 50U.	\$ 0,56	\$ 0,68	100	\$ 55,76
Hojas Perforadas A4 de 4 líneas 50U.	\$ 0,62	\$ 0,75	100	\$ 61,50
Hojas Perforadas t/Oficio de 1 línea 50U.	\$ 0,62	\$ 0,75	100	\$ 61,50
Hojas Perforadas t/Oficio de 2 líneas 50U.	\$ 0,62	\$ 0,75	100	\$ 61,50
Hojas Perforadas T/Oficio de Cuadros 50U	\$ 0,62	\$ 0,75	100	\$ 61,50
Juego Geométrico Cristal de 20Cm.	\$ 0,82	\$ 1,00	100	\$ 82,00
Juego Geométrico Cristal de 30Cm.	\$ 1,20	\$ 1,46	100	\$ 119,72
KableFlags 10 etiquetas	\$ 3,27	\$ 3,99	100	\$ 327,18
KableFlags Computer Cables Pack	\$ 3,27	\$ 3,99	100	\$ 327,18
KableFlags Home Theatre Pack	\$ 3,27	\$ 3,99	100	\$ 327,18
Lápiz 0.5 (mina)	\$ 0,93	\$ 1,14	100	\$ 93,48
Lápiz 0.7 (mina)	\$ 0,93	\$ 1,14	100	\$ 93,48
Lapiz Mongol HB	\$ 0,30	\$ 0,36	100	\$ 29,52
Libreta de Taquigrafía	\$ 0,87	\$ 1,06	100	\$ 86,92
Liquid Paper Bic	\$ 1,44	\$ 1,75	100	\$ 143,50
Marcador de Tiza Líquida	\$ 0,48	\$ 0,58	100	\$ 47,56
Marcador Permanente Pelikan Azul	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Marcador Permanente Pelikan Negro	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Marcador Permanente Pelikan Rojo	\$ 0,51	\$ 0,62	100	\$ 50,84
Marcador Resaltador	\$ 0,64	\$ 0,78	100	\$ 63,96
Marcadores Carioca 6U	\$ 0,47	\$ 0,57	100	\$ 46,74
Masking Tape	\$ 0,80	\$ 0,97	100	\$ 79,54
Mina para lápiz 0.5	\$ 0,69	\$ 0,84	100	\$ 68,88
Mina para lápiz 0.7	\$ 0,69	\$ 0,84	100	\$ 68,88
Multipeg Circulares (1Cm radio) 384U.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Multipeg extragrande (10x6.4Cm) 16U.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Multipeg ExtraMediano (3.2*2.2Cm) 96U.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Multipeg grande (4.5x6.5Cm) 24U.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Multipeg Mediano (4.4x3.3Cm) 64U.	\$ 0,45	\$ 0,55	100	\$ 45,10
Multipeg Pequeño (4.4x1.4Cm)120U	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20
Perforadora Mediana	\$ 3,84	\$ 4,68	100	\$ 383,76
Pluma Bic Azul	\$ 0,25	\$ 0,30	100	\$ 24,60

Pluma Bic Cristal Azul	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
Pluma Bic Cristal Negra	\$ 0,25	\$ 0,30	100	\$ 24,60
Pluma Bic Cristal Roja	\$ 0,30	\$ 0,37	100	\$ 30,34
Pluma Bic Negra	\$ 0,25	\$ 0,30	100	\$ 24,60
Pluma Bic Roja	\$ 0,25	\$ 0,30	100	\$ 24,60
Pluma Pilot BPS-GP	\$ 1,60	\$ 1,95	100	\$ 159,90
Post it (block notitas) 35x50mm	\$ 0,36	\$ 0,44	100	\$ 36,08
Post it (block notitas) 75x75 Ml.	\$ 0,78	\$ 0,95	100	\$ 77,90
Regla Plástica de 30Cm.	\$ 0,25	\$ 0,31	100	\$ 25,42
Resma de hojas A4	\$ 3,94	\$ 4,80	100	\$ 393,60
Resma de hojas legal	\$ 4,99	\$ 6,09	100	\$ 499,38
Resma de hojas precortadas	\$ 3,94	\$ 4,80	100	\$ 393,60
Rollo Panasonic #52=A (Caja de 2 u)	\$ 3,54	\$ 4,32	100	\$ 354,24
Rollo para Sumadora de 57	\$ 0,28	\$ 0,34	100	\$ 27,88
Sacagrapas	\$ 0,62	\$ 0,76	100	\$ 62,32
Sacapuntas de metal	\$ 0,46	\$ 0,56	100	\$ 45,92
Sobre Air Pack, tamaño Oficio	\$ 2,61	\$ 3,18	100	\$ 260,76
Sobre Bond T/Carta 50Unidades	\$ 0,77	\$ 0,94	100	\$ 77,08
Sobre Bond T/Oficio 50Unidades	\$ 0,99	\$ 1,21	100	\$ 99,22
Sobre Manila F1	\$ 0,05	\$ 0,06	100	\$ 4,92
Sobre Manila F2	\$ 0,06	\$ 0,07	100	\$ 5,74
Sobre Manila F3	\$ 0,08	\$ 0,10	100	\$ 8,20
Sobre Manila F4	\$ 0,08	\$ 0,10	100	\$ 8,20
Sobre Manila F5	\$ 0,09	\$ 0,11	100	\$ 9,02
Sobre Manila F6	\$ 0,10	\$ 0,12	100	\$ 9,84
Temperas Staedtler 6U.	\$ 2,67	\$ 3,26	100	\$ 267,32
Tijera Grande	\$ 3,85	\$ 4,70	100	\$ 385,40
Tinta para Sello	\$ 0,53	\$ 0,65	100	\$ 53,30
Vale de Caja	\$ 0,49	\$ 0,60	100	\$ 49,20
MASCOTAS ACCESORIOS				
Collar Nylon de Lujo para perro	\$ 5,40	\$ 6,59	25	\$ 135,10
Correa Nylon de Lujo para perro	\$ 5,40	\$ 6,59	25	\$ 135,10
Plato redondo para mascota	\$ 5,16	\$ 6,29	25	\$ 128,95
MASCOTAS ALIMENTOS				
Catchow Adultos 1.5Kl.	\$ 8,60	\$ 10,49	50	\$ 430,09
Dog Chow Adultos 2Kg.	\$ 9,61	\$ 11,72	50	\$ 480,52
Nutro Choice Lamb & Rice Puppy 2 Kg.	\$ 14,87	\$ 18,14	50	\$ 743,74
Pro Can Pollo (Cachorros) 2Kg.	\$ 4,03	\$ 4,91	50	\$ 201,31
Pro Can Pollo Adultos 2Kg	\$ 3,08	\$ 3,76	50	\$ 154,16
Show 1.5Kl.	\$ 2,93	\$ 3,57	50	\$ 146,37
MASCOTAS LIMPIEZA				
Levacan Baño Seco. Talquero 100Gr.	\$ 0,98	\$ 1,20	40	\$ 39,36
Levacan Shampoo Medicado 350Cc.	\$ 2,38	\$ 2,90	40	\$ 95,12
MUSICA - VIDEOS				
Andrea Bocelli - Mi navidad	\$ 19,58	\$ 23,88	5	\$ 97,91
Bon Jovi - Gratest Hits	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Britney Spears - Circus CD	\$ 15,93	\$ 19,43	5	\$ 79,66
Camila Dejarte Amar	\$ 15,93	\$ 19,43	5	\$ 79,66
Chenoa Desafiando La Gravedad	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Dadde Yankee Mundial	\$ 15,56	\$ 18,97	5	\$ 77,78
David Bisbal - Sin Mirar Atrás CD+DVD	\$ 26,31	\$ 32,08	5	\$ 131,53
Demi lovato - Here We Go Again CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Diego Torres - Distinto	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Éxitos Latinos Karaoke	\$ 9,33	\$ 11,38	5	\$ 46,66
Ferry Corsten - Twice in a blue moon CD	\$ 15,00	\$ 18,29	5	\$ 74,99
Fito Paez Confia	\$ 15,93	\$ 19,43	5	\$ 79,66
Grammy Nominees 2010	\$ 14,66	\$ 17,88	5	\$ 73,31
Green Day - 21st. Century Breakdown CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Guns N Roses - Chinese Democracy CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19

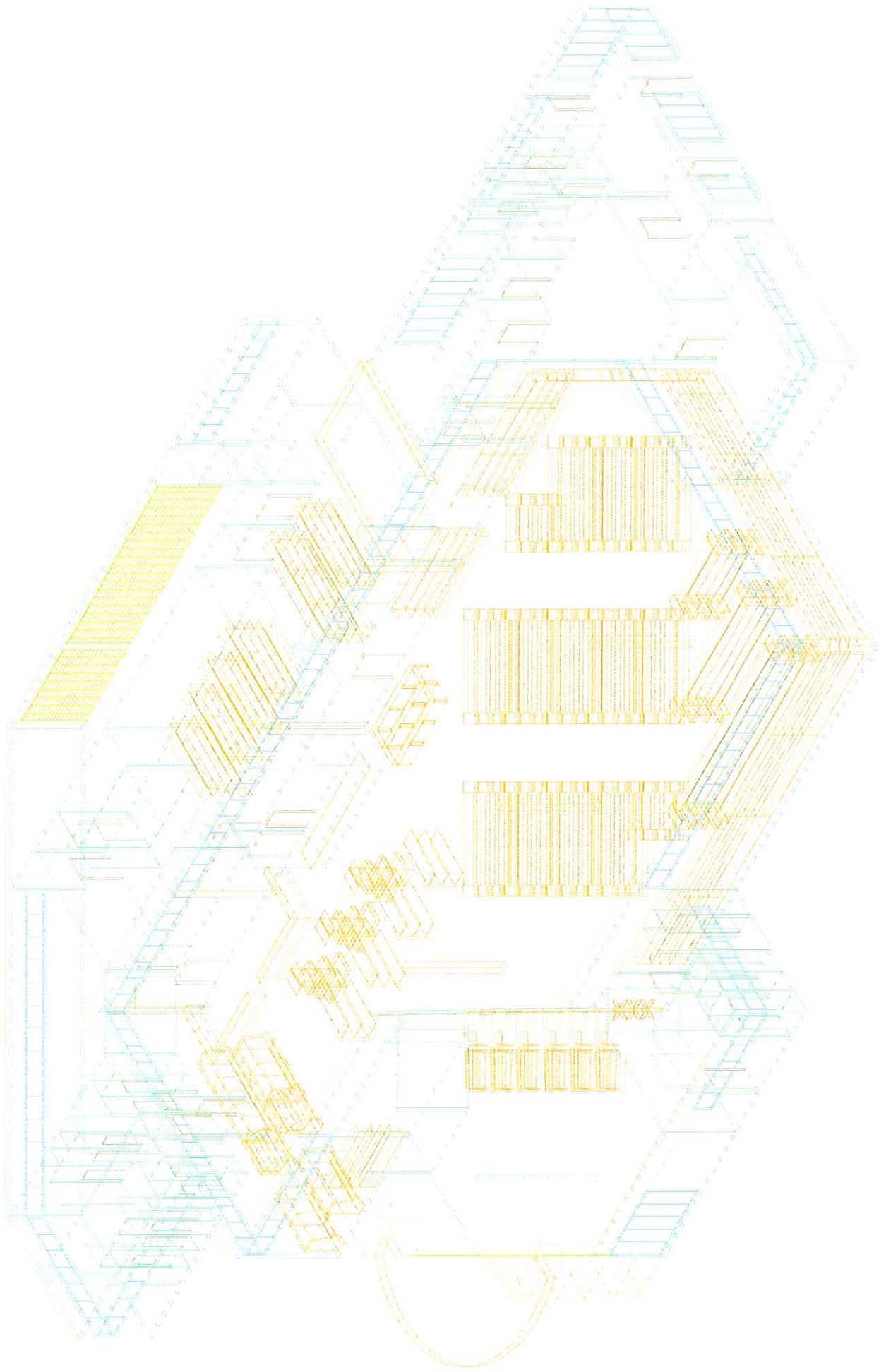
Joaquín Sabina Vinagre y Rosas	\$ 15,93	\$ 19,43	5	\$ 79,66
Juan Luis Guerra - Al son de Guerra	\$ 13,28	\$ 16,20	5	\$ 66,42
Juan Luis Guerra y su 440 - The collection 2CD's + DVD	\$ 32,91	\$ 40,13	5	\$ 164,53
Juanes - P.A.R.C.E.	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Julieta Venegas Otra Cosa	\$ 15,91	\$ 19,40	5	\$ 79,54
Justin Bieber - My Worlds - The Collection	\$ 19,58	\$ 23,88	5	\$ 97,91
La Oreja de Van Gogh - A las Cinco en El Astoria CD	\$ 16,01	\$ 19,52	5	\$ 80,03
Lady Gaga - The Fame CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Las Reinas del POP Karaoke	\$ 9,33	\$ 11,38	5	\$ 46,66
Luis Miguel - Navidades	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Madonna - Celebration CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Marc Anthony - Íconos	\$ 14,66	\$ 17,88	5	\$ 73,31
Marco Antonio Solís - En total plenitud	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Michael Jackson - This Is It CD	\$ 17,44	\$ 21,27	5	\$ 87,21
Miguel Bosé Cardio	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Miley Cyrus - The Time of Our Lives CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Nelly Furtado - Mi Plan CD	\$ 12,54	\$ 15,29	5	\$ 62,69
Nirvana - Gratest Hits CD	\$ 14,04	\$ 17,12	5	\$ 70,19
Queen & Paul Rodgers The Cosmos Rocks	\$ 9,33	\$ 11,38	5	\$ 46,66
Ricardo Arjona - Poquita ropa	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Rihanna - Loud	\$ 13,68	\$ 16,68	5	\$ 68,39
Rihanna CD	\$ 29,42	\$ 35,88	5	\$ 147,11
Robbie Williams Reality Killed the Video Star	\$ 16,87	\$ 20,57	5	\$ 84,34
Shakira - Loba CD	\$ 15,00	\$ 18,29	5	\$ 74,99
Shakira - Sale el Sol	\$ 12,69	\$ 15,48	5	\$ 63,47
Silvio Rodríguez - Segunda Cita	\$ 19,58	\$ 23,88	5	\$ 97,91
Tercer Mundo - Amigos de mi país	\$ 7,28	\$ 8,88	5	\$ 36,41
The Beatles - Nueva Colección remasterizada DVD + CD	\$ 425,22	\$ 518,56	5	\$ 2.126,10
The Black Eyes Peas - The E.N.D. CD	\$ 15,55	\$ 18,96	5	\$ 77,74
U2 - 360- DVD	\$ 34,34	\$ 41,88	5	\$ 171,71
U2 No Line on The Horizon CD	\$ 13,97	\$ 17,04	5	\$ 69,86
Vicente Fernandez - El hombre que más te amó DVD+CD	\$ 19,59	\$ 23,89	5	\$ 97,95
Vilma Palma La Pachanga	\$ 8,95	\$ 10,92	5	\$ 44,77
EQUIPOS ELECTRONICOS-CELULARES-ACC				
Griffin Outfit Shade para iPhone	\$ 26,96	\$ 32,88	3	\$ 80,88
Griffin RoadTrip para iPod y iPhone	\$ 99,12	\$ 120,88	3	\$ 297,36
iLuv Pantalla protectora para iPod y iPhone	\$ 13,44	\$ 16,39	3	\$ 40,32
EQUIPOS-TV-MONITORES-CAMARAS				
Camara de Video Conferencia Genius	\$ 16,53	\$ 20,16	2	\$ 33,06
Cámara Fotografica SONY 12Megapixel	\$ 187,35	\$ 228,48	2	\$ 374,71
Cámara Fotografica SONY 14.1 Mp	\$ 140,43	\$ 171,25	2	\$ 280,85
LCD LG 18.5"	\$ 146,03	\$ 178,08	2	\$ 292,05
LCD TV APEX 22"	\$ 256,23	\$ 312,48	2	\$ 512,47
Monitor LG LCD 18.5"	\$ 133,17	\$ 162,40	2	\$ 266,34
Monitor LG LCD 23"	\$ 225,01	\$ 274,40	2	\$ 450,02
Monitor LG LED 18.5"	\$ 157,05	\$ 191,52	2	\$ 314,09
Monitor LG LED 21.5"	\$ 214,91	\$ 262,08	2	\$ 429,81
Monitor LG LED 23"	\$ 238,78	\$ 291,20	2	\$ 477,57
Plasma LG 42"	\$ 688,80	\$ 840,00	2	\$ 1.377,60
Plasma LG 50"	\$ 973,50	\$ 1.187,20	2	\$ 1.947,01
TV LCD 32" SONY	\$ 594,20	\$ 724,64	2	\$ 1.188,41
TV Plasma 50" 3D Panasonic	\$ 3.010,52	\$ 3.671,36	2	\$ 6.021,03
TV Plasma 50" Panasonic	\$ 1.504,34	\$ 1.834,56	2	\$ 3.008,68
COMPUTADORAS				
Acer 5530	\$ 604,31	\$ 736,96	3	\$ 1.812,92
Acer One 3	\$ 399,50	\$ 487,20	3	\$ 1.198,51
COMBO core 2 duo	\$ 550,12	\$ 670,88	3	\$ 1.650,36
Combo Estudiantil	\$ 504,20	\$ 614,88	3	\$ 1.512,60
COMBO Profesional Dual Core	\$ 522,57	\$ 637,28	3	\$ 1.567,71

Combo Profesional I3	\$ 439,91	\$ 536,48	3	\$ 1.319,74
Combo Profesional I5	\$ 505,12	\$ 616,00	3	\$ 1.515,36
DELL 14"	\$ 1.160,86	\$ 1.415,68	2	\$ 2.321,72
HP Compaq CQ1-1004LA	\$ 483,91	\$ 590,13	2	\$ 967,81
HP Compaq CQ1-1008LA	\$ 544,52	\$ 664,05	2	\$ 1.089,04
HP Mini 110-1150	\$ 357,26	\$ 435,68	2	\$ 714,52
HP Mini 1140	\$ 449,10	\$ 547,68	2	\$ 898,20
HP mini 120	\$ 458,28	\$ 558,88	2	\$ 916,56
HP Touchsmart 300-1200	\$ 1.113,69	\$ 1.358,16	2	\$ 2.227,38
Toshiba C655-SP6009	\$ 594,13	\$ 724,55	2	\$ 1.188,26
Toshiba Satellite L635SP3001	\$ 772,66	\$ 942,27	2	\$ 1.545,32
Toshiba Satellite L645-SP4003L	\$ 792,51	\$ 966,47	2	\$ 1.585,01
Toshiba Satellite M645-SP6001L	\$ 931,36	\$ 1.135,81	2	\$ 1.862,73
IMPRESORAS MULTIFUNCIONES				
Multifunción Canon	\$ 76,05	\$ 92,74	5	\$ 380,23
Multifunción HP 1660	\$ 47,76	\$ 58,24	5	\$ 238,78
Multifunción HP 4280	\$ 90,92	\$ 110,88	5	\$ 454,61
Multifunción Lexmark 4270	\$ 81,74	\$ 99,68	5	\$ 408,69
CINES EN CASA Y REPRODUCTORES				
Cine en Casa SC-PT75 Panasonic	\$ 224,09	\$ 273,28	4	\$ 896,36
Cine en Casa DAV-TZ210 SONY	\$ 269,09	\$ 328,16	4	\$ 1.076,36
Cine en casa SC-PT770 Panasonic	\$ 450,02	\$ 548,80	4	\$ 1.800,06
Reproductor Blu-ray Panasonic	\$ 224,09	\$ 273,28	4	\$ 896,36
Reproductor Blu-ray SONY	\$ 269,09	\$ 328,16	4	\$ 1.076,36
Reproductor DVD DVP-SR700 SONY	\$ 81,08	\$ 98,88	4	\$ 324,33
IPAD IPOD				
iPad 16Gb	\$ 718,81	\$ 876,60	4	\$ 2.875,25
iPod Classic 160Gb	\$ 359,89	\$ 438,89	4	\$ 1.439,56
iPod Nano 16Gb	\$ 252,47	\$ 307,89	4	\$ 1.009,88
iPod Nano 8Gb	\$ 212,28	\$ 258,88	4	\$ 849,13
iPod Shuffle 2Gb	\$ 72,07	\$ 87,89	4	\$ 288,28
iPod Touch 32Gb	\$ 405,01	\$ 493,92	4	\$ 1.620,06
iPod Touch 8Gb	\$ 315,61	\$ 384,89	4	\$ 1.262,44
MP 4 quinta generación 8Gb.	\$ 71,64	\$ 87,36	4	\$ 286,54
TOTAL	\$ 29.581,39	36074,87		\$ 401.758,55



—• PLANO DE LA PLANTA .—

—• ESC 1: 100 .—



NOMBRE DEL PROPONETE: ECUEMPIRE CIA. LTDA. OBJETO: CONSTRUCCIÓN DE SUPERMERCADO COTIZACION ANEXO # 5					
RUBROS		UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO EN DOLARES	
NUMERO	DESCRIPCIÓN			UNITARIO	TOTAL
OBRAS PRELIMINARES					
1	Cerramiento provis. H=2.4 m con tabla de monte y pingos	m	298,00	\$ 1,50	\$ 447,00
2	Bodegas y oficinas con tabla de monte, pingos y vigas de eucalipto, cubierta de zinc	m2	30,00	\$ 6,40	\$ 192,00
3	Limpieza manual del terreno	m2	25,00	\$ 1,00	\$ 25,00
4	Replanteo y nivelación con equipo topográfico	m2	485,07	0,46	\$ 223,13
SUBTOTAL OBRAS PRELIMINARES:					887,13
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
5	Excavación manual de plintos y cimientos	m3	135,00	\$ 4,32	\$ 583,20
6	Desalojo de material con volqueta	m3	60,00	\$ 3,40	\$ 204,00
7	Relleno compactado suelo natural	m3	60,00	\$ 3,50	\$ 210,00
8	Relleno compactado con material de mejoramiento	m3	60,00	21,60	\$ 1.296,00
SUBTOTAL MOVIMIENTO DE TIERRAS:					2293,2
ESTRUCTURA					
8	Replantillo H.S. 140 kg/cm2. Equipo: concretera 1 saco	m3	2,76	\$ 12,65	\$ 34,91
9	Plintos H.S. 240 kg/cm2 Equipo: concretera 1 saco y vibrado	m3	13,82	\$ 24,56	\$ 339,42
10	Hormigón PILAR 0.25 x 0.25, f _c =240 kg/cm2 Equipo: concretera 1 saco, vibrador.	m3	9,90	\$ 45,65	\$ 451,94
11	Encofrado Hormigón RIOSTRAS 0.20x0.20, f _c =240 kg/cm2. Equi: concr. 1 saco, vibrador.	m3	15,86	\$ 16,43	\$ 260,58
12	Encof. paneles contrach.	m3	21,27	\$ 45,30	\$ 963,53
13	Hormigón VIGAS 0.30 x 0.30, f _c =240 kg/cm2 Equipo: concretera 1 saco, vibrador.	m2	485,07	\$ 8,54	\$ 4.142,50
14	Encofrado Contrapiso H.S. 180 Kg/cm2, e=8 cm, piedra bola e=15cm. Equipo concretera 1 saco	m2	485,07	\$ 5,94	\$ 2.881,32
15	Malla electros. 5 m m a 10 cm (MALLA R-196)	Kg	6205,17	\$ 1,69	\$ 10.486,74
16	Acero de refuerzo 8-12 mm (con alambre galv. #18) Equipo: cizalla	Kg	2743,24	\$ 2,36	\$ 6.474,05
17	Acero estructural. Equipo: soldadora Placas (0,20 x 0,20) e=4mm	UNIDAD	36,00	\$ 11,83	\$ 425,88
SUBTOTAL ESTRUCTURA:					26460,86
MAMPOSTERIA					
18	Mampostería de piedra con mortero 1:4	m3			0,00
19	Mampostería de bloque e=20cm con mortero 1:6 e=3cm	m2	228,00	\$ 4,86	\$ 1.108,08
20	Mampostería de bloque e=15cm con mortero 1:6 e=3cm	m2	328,00	\$ 9,24	\$ 3.030,72
21	Mampostería de bloque e=10cm con mortero 1:6 e=3cm	m2	112,00	\$ 5,65	\$ 632,80
22	Alisado de pisos (mortero 1:3; e=1,5 cm)	m2	224,00	\$ 11,20	\$ 2.508,80
SUBTOTAL MAMPOSTERIA:					7280,4
CUBIERTA					
23	Planchas metalicas de galvalume y/o similar e=0,4mm	m2	532,27	\$ 6,45	\$ 3.433,14
24	Cumbrero	m	43,70	\$ 5,80	\$ 253,46
SUBTOTAL CUBIERTA:					3686,60

2

RUBROS		UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO EN DOLARES	
NUMERO	DESCRIPCIÓN			UNITARIO	TOTAL
ENLUCIDO Y RECUBRIMIENTO					
26	Enlucido de fajas incluye andamios Mortero 1:6	m	265,00	\$ 3,50	\$ 927,50
28	Enlucido vertical incluye andamios, Mortero 1:6, e=1.5cm	m2	456,00	\$ 3,50	\$ 1.596,00
29	Enlucido liso exterior incluye andamios, Mortero 1:6, e=1.5cm	m2	880,00	\$ 3,50	\$ 3.080,00
30	Cerámica (GRAIMAN o similar) pared 20 x 20, cemento blanco, litopon, motero 1:3 e=1cm	m2	455,00	\$ 14,32	\$ 6.515,60
SUBTOTAL ENLUCIDO Y RECUBRIMIENTO:					12119,10
PISOS					
31	Cerámica para pisos GRAIMAN o similar 30x30 mortero 1:3, e=1cm	m2	1830,00	\$ 14,25	\$ 26.077,50
32	Barredera de Cerámica 30x10 cm, mortero 1:3, e=1cm	m2	460,00	\$ 13,90	\$ 6.394,00
SUBTOTAL PISOS:					32471,50
CARPINTERIA METAL / MADERA					
33	Cerradura principal (CESA), Tipo NOVA cromada	U	2,00	\$ 27,00	\$ 54,00
34	Cerradura de BANO (CESA), Tipo NOVA CROMADA	U	4,00	\$ 22,00	\$ 88,00
35	Puertas principales lacadas, incluye marco y tapamarco	U	4,00	\$ 165,00	\$ 660,00
36	Puertas plywood tambor. 0.70 lacada. Incluye marcos y tapamarco	U	5,00	\$ 80,00	\$ 400,00
37	Puertas plywood tambor. 0.90 lacada. Incluye marcos y tapamarcos	U	7,00	\$ 90,00	\$ 630,00
38	Vidrio claro 6mm incluye masilla	m2	360,00	\$ 14,00	\$ 5.040,00
39	Ventana de hierro con rejilla, protección con varilla cuadrada 1/2", pintura anticorrosiva	m2	205,00	\$ 16,00	\$ 3.280,00
40	Rejas en puertas planta baja. Equipo: soldadora. Pintura anticorrosiva	m2	85,00	\$ 16,00	\$ 1.360,00
SUBTOTAL CARPINTERIA METAL / MADERA:					11512,00
PINTURA					
41	Pintura caucho int. 2 manos. Látex vinyl acrilico (incluye andamios y cemento blanco)	m2	655,00	\$ 3,40	\$ 2.227,00
42	Esmalte en paredes/hierro. Equipo: compresor de aire	m2	285,00	\$ 3,50	\$ 997,50
SUBTOTAL PINTURA:					3224,50
43	AGUA POTABLE				

44	Tubería agua fría PVC 1/2 plg (incluye accesorios)	Pto.	24,00	\$ 14,00	\$ 336,00
45	Tubería agua fría PVC 3/4 plg (incluye accesorios)	Pto.	4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
46	Tubería PVC 1/2 plg (incluye accesorios)	m	225,00	\$ 1,75	\$ 393,75
47	Tubería PVC 3/4 plg (incluye accesorios)	m	27,00	\$ 2,25	\$ 60,75
SUBTOTAL AGUA POTABLE:					838,50
48	AGUAS SERVIDAS				
49	Canalización PVC 110 mm (incluye accesorios)	Pto.	34,00	\$ 8,00	\$ 272,00
50	Canalización exterior TC 150 mm CL2	m	125,00	\$ 4,00	\$ 500,00
51	Caja de revisión (60x60 cm) ladrillo mamborrón, enlucido interior 1:4 y tapa H.A.	UNIDAD	6,00	\$ 55,00	\$ 330,00
52	Canalización exterior TC 200 mm CL2	m	87,00	\$ 6,00	\$ 522,00
53	Tubería PVC 75mm	m			
54	Tubería PVC 110 desague	m	44,00	\$ 4,25	\$ 187,00
55	Salida A. Lluvias PVC 110mm. Unión y codo	Pto.	8,00	\$ 9,00	\$ 72,00
56	Canalones de Tol H.G. e=0.7 mm sección (15x10x10)cm	m	43,70	\$ 8,54	\$ 373,20
57	Rejilla exterior de piso 100 mm	U	12,00	\$ 14,00	\$ 168,00
58	Bajantes A. Luvias 110 mm. Unión y codo	m	114,00	\$ 1,23	\$ 140,22
SUBTOTAL AGUAS SERVIDAS:					940,42
	APARATOS SANITARIOS				
59	Lavamanos Popano blanco tubo de abasto, llave angular y grifería centerset 4"	u	6,00	\$ 55,00	\$ 330,00
60	Inodoro tanque bajo(savex blanco), tubo de abasto, llave angular y anclaje para sanitario	U	6,00	\$ 110,00	\$ 660,00
61	Urinario económico Colby plus blanco línea económica	U	2,00	\$ 45,00	\$ 90,00
62	Accesorios de baño FV (toallero metálicocromado, jabonera y papelera)	JGO	6,00	\$ 15,00	\$ 90,00
63	Jabonera (cromada) FV	u	6,00	\$ 5,00	\$ 30,00
SUBTOTAL APARATOS SANITARIOS:					1200,00
	INSTALACIONES ELECTRICAS				
64	Tubería conduit 1/2 plg. (incluye accesorios)	m	368,00	\$ 3,15	\$ 1.159,20
65	Tubería conduit 3/4 plg (incluye accesorios)	m	189,00	\$ 3,10	\$ 585,90
66	Iluminación Conductor # 12, Interruptor, boquilla, caja octogonal y caja rectangular	PTO	84,00	\$ 8,00	\$ 672,00
67	Tomacorrientes dobles Tubo conduit 1/2 ", conductor # 12, unión y caja rectangular	u	47,00	\$ 11,00	\$ 517,00
68	Tablero control GE 4-8 pto. Breaker 1 polo 15-50A con puesta a tierra	U	8,00	\$ 45,00	\$ 360,00
69	Breakers	U	34,00	\$ 12,00	\$ 408,00
70	Acometida principal. Conductor #10	m	32,00	\$ 45,00	\$ 1.440,00
71	Luminaria 2x40 W 121 V incluye difusor	U	48,00	\$ 16,00	\$ 768,00
SUBTOTAL INSTALACIONES ELECTRICAS:					5910,10
	OBRAS EXTERIORES (PARQUEADERO)				
72	Bordillo H. S.fc=180kg/cm2 , H=50 cm ; a= 20 cm. Equipo: concretera 1 saco, vibrador. Encofrado	m	94,00	\$ 12,45	\$ 1.170,30
73	Acera H.S. 180 kg/cm2 , e=6 cm, piedra bola e=15cm (incluye encofrado)	m2	224,00	\$ 12,46	\$ 2.791,04
74	Alisado de pisos (mortero 1:3; e=1,5 cm)	m2	568,00	\$ 8,54	\$ 4.850,72
75	Limpieza final de obra	GLOBAL	1,00	\$ 280,00	\$ 280,00
SUBTOTAL OBRAS EXTERIORES:					9092,06
SUMA TOTAL:					117916,37

ING. GALO SILVA VARELA
GERENTE GENERAL

NOVAFRIO C.Ltda

Amazonas E-256 y Japón
novafrio@hotmail.com
Quito - Ecuador

PROFORMA

Sr. Carlos Samaniego Vera
Solicitante
SUPERMERCADOS "7 - 11"
Valle San Rafael Km. 4 ½ vía Atacames
Esmeraldas - Ecuador

Estimado/a Sr. Carlos Samaniego, representante Supermercados "7-11".

Ha solicitado información sobre los precios de nuestra compañía. A continuación aparece nuestro presupuesto:

Cantidad	Descripción del artículo	Precio por unidad	Precio
50	ESTANTERIAS GONDOLAS	95.00	4750.00
8	PUNTO FINAL GONDOLA	85.00	680.00
4	PUNTOS PAGOS	350.00	1400.00
6	REFRIGERADOR VERTICAL	4560.00	27360.00
4	TIQUETEADORAS	45.00	180.00
35	CARROS DE MERCADO	185.00	6475.00
50	CANASTAS DE MERCADO	27.00	1350.00
4	ESTANTERIAS DE BODEGA	220.00	880.00
4	VITRINA FRIGORIFICO EXPOSITORA (CARNES, EMBUTIDOS, LÁCTEO, VERDURAS)	3800.00	15200.00
1	FRIGORIFICO BODEGA	5500.00	5500.00
Subtotal 1			63775.00
5% descuento			3188.75
Subtotal 2			60586.25
12% IVA.			7270.35
Total			67856.60
Fecha de entrega			20 días posterior a la compra

Gracias por darnos la oportunidad de ofrecerle este presupuesto. Como siempre, es para nosotros un placer hacer negocios con ustedes. Esperamos hacer realidad este pedido para su completa satisfacción.

Atentamente,

Ing. Coolen Beén Max
Administrador/Propietario

P.D.: Si desea discutir alguno de los puntos de este presupuesto o si necesita alguna otra información, no dude en llamarme personalmente al número 022 980 754.

NOVAFRIO C.Ltda

Amazonas E-256 y Japón
novafrio@hotmail.com
Quito - Ecuador

PROFORMA

Sr. Carlos Samaniego Vera
Solicitante
SUPERMERCADOS "7 - 11"
Valle San Rafael Km. 4 ½ vía Atacames
Esmeraldas - Ecuador

Estimado/a Sr. Carlos Samaniego, representante Supermercados "7-11".

Ha solicitado información sobre los precios de nuestra compañía. A continuación aparece nuestro presupuesto:

Cantidad	Descripción del artículo	Precio por unidad	Precio
50	ESTANTERIAS GONDOLAS	95.00	4750.00
8	PUNTO FINAL GONDOLA	85.00	680.00
4	PUNTOS PAGOS	350.00	1400.00
6	REFRIGERADOR VERTICAL	4560.00	27360.00
4	TIQUETEADORAS	45.00	180.00
35	CARROS DE MERCADO	185.00	6475.00
50	CANASTAS DE MERCADO	27.00	1350.00
4	ESTANTERIAS DE BODEGA	220.00	880.00
4	VITRINA FRIGORIFICO EXPOSITORA (CARNES, EMBUTIDOS, LÁCTEO, VERDURAS)	3800.00	15200.00
1	FRIGORIFICO BODEGA	5500.00	5500.00
Subtotal 1			63775.00
5% descuento			3188.75
Subtotal 2			60586.25
12% IVA.			7270.35
Total			67856.60
Fecha de entrega			20 días posterior a la compra

Gracias por darnos la oportunidad de ofrecerle este presupuesto. Como siempre, es para nosotros un placer hacer negocios con ustedes. Esperamos hacer realidad este pedido para su completa satisfacción.

Atentamente,

Ing. Coolen Been Max
Administrador/Propietario

P.D.: Si desea discutir alguno de los puntos de este presupuesto o si necesita alguna otra información, no dude en llamarme personalmente al número 022 980 754.

BIBLIOGRAFÍA

- * - BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos 4 Edición,
- * - ENCICLOPEDIA. MICROSOFT. ENCARTA. 2 000.
- * <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- * http://www.luisfernandotorres.com/index.php?option=com_content&task=view&id=281&Itemid=54
- * http://www.bvesmeraldas.com/index.php?ca_codigo=1&sca_codigo=39&act=cat
- * COOPERACION INTERNACIONAL CIDA, Metodología de análisis, empresas públicas Financieras.
- * <http://es.wikipedia.org/wiki/Supermercado>
- * <http://www.monografias.com/trabajos/futuropolios/futuropolios.shtml>
- * http://www.wikilearning.com/apuntes/los_supermercados_como_clientes-los_supermercados_un_mercado_dificil/14959-1
- * <http://www.ecobachillerato.com/recursosfag/planmarketing.htm>
- * [http://es.wikipedia.org/wiki/Esmeraldas_\(ciudad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Esmeraldas_(ciudad))
- * <http://www.monografias.com/trabajos42/proyecto-de-servicios/proyecto-de-servicios.shtml>
- * <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1s.htm>

N°	Descripción de las Actividades	M E S 1				M E S 2				M E S 3				M E S 4				M E S 5			
		SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Definición del Tema																				
2	Revisión Bibliográfica																				
3	Planteamiento del Problema																				
4	Elaboración de los Objetivos y Justificación																				
5	Construcción de la matriz y las Variables																				
6	Elaboración de los Instrumentos																				
7	1 era Exposición																				
8	Presentación del Plan de disertación																				
9	Desarrollo del Trabajo de Campo																				
10	Tabulación de la Información , Análisis y Resultados																				
11	2 da Exposición																				
12	Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones																				
13	Presentación del Informe Final																				
14	Defensa de Tesis																				