



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA
PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Contable Financiera y Tributaria E.2

AUTORA: VÁSQUEZ CANACUÁN ALEXANDRA NOEMI

ASESOR: ING. JORGE FILIBERTO ENRÍQUEZ GRIJALVA, MBA.

IBARRA, ENERO – 2018

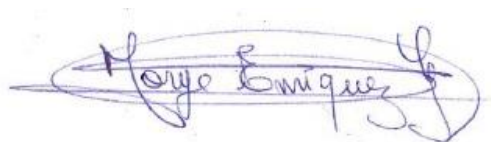
Ibarra, 9 de Enero del 2018

Ing. Jorge F. Enríquez Grijalva, MBA.

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

A handwritten signature in blue ink, reading "Jorge Enríquez", with a stylized flourish at the end.

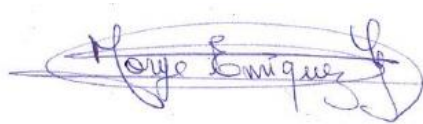
(f):

Ing. Jorge F. Enríquez Grijalva MBA

C.C.: 1001839479

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI):



(f):

Ing. Jorge F. Enríquez Grijalva, MBA.

C.C.: 1001839479

(f):

.....

C.C.:.....

(f):

.....

C.C.:.....

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Alexandra Noemi Vásquez Canacuán, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 9 de Enero 2018



f):

Alexandra Noemi Vásquez Canacuán

C.C.: 100380351-5

AUTORÍA

Yo, Alexandra Noemi Vásquez Canacuán, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100380351-5, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



f):

Alexandra Noemi Vásquez Canacuán

C.C.: 100380351-5

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar la factibilidad de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro.

Para lo cual fue necesario realizar un estudio de mercado, en el que mediante la aplicación de las encuestas realizadas a las familias de la Parroquia Mariano Acosta, se ha determinado una necesidad insatisfecha, la cual es no contar con un lugar adecuado que oferte productos de primera necesidad y a un precio justo. Lo cual causa una limitación a las familias, por lo que tienen que trasladarse hasta las ciudades de Pimampiro o Ibarra, para adquirir los productos necesarios.

Con la finalidad de brindar una solución a la necesidad insatisfecha anteriormente mencionada, ha sido necesario emplear técnicas de investigación que permitan obtener información sustentable para el presente proyecto.

Además se realizó un análisis a los propietarios de tiendas de la Parroquia y a las tiendas que se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad de Pimampiro, consideradas las de mayor afluencia, las cuales conforman nuestra competencia directa e indirecta, utilizamos técnicas de investigación como son: encuestas y observación directa, para determinar aspectos importantes del proyecto.

La propuesta se encuentra orientada hacia un emprendimiento y a promover la funcionalidad de la actividad de comercio a través de un proceso de comercialización eficiente y eficaz, que permita cumplir con el objetivo principal que es una atención enfocada a los clientes y a lograr una satisfacción al momento de la compra. Para lo cual se requiere brindar un ambiente adecuado, variedad de productos a ofertar en diferentes marcas y con precios justos.

En la investigación propuesta se plantearon los requerimientos necesarios para establecer un micromercado tales como: aspectos legales, administrativos y procesos los cuales establecen la pauta para un funcionamiento adecuado de una empresa de este tipo.

La factibilidad del proyecto se refleja mediante el estudio económico-financiero, el cual muestra la inversión, necesaria para la creación de un micromercado, como

también los beneficios económicos a través del tiempo, asumiendo los costos y gastos. Además con la utilización de indicadores, permiten reflejar la recuperación de la inversión, el crecimiento del micromercado y la obtención de réditos.

Finalmente el presente proyecto de investigación, determina que la venta de productos de primera necesidad, es una actividad rentable, a pesar de la potencial competencia que existente, por ende es importante dar a conocer los beneficios que obtendría la población al comprar en el micromercado.

Palabras claves: Proyecto, micromercado, familias, emprendimiento, productos, precios.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of determining the feasibility of a market in the Parroquia Mariano Acosta, Pimampiro canton.

For which it was necessary to carry out a market study, in which through the application of the surveys made to the families of the Parroquia Mariano Acosta, an unmet need has been determined, which is not having a suitable place that offers products of first necessity and at a fair price. Which causes a limitation to families, so they have to move to the cities of Pimampiro or Ibarra, to acquire the necessary products.

In order to provide a solution to the above-mentioned unmet need, it has been necessary to use research techniques to obtain sustainable information for this project.

In addition, an analysis was made to the owners of the stores of the Parish and to the stores that are located in the center of the city of Pimampiro, considered the most affluent, which make up our direct and indirect competence, we use research techniques such as: surveys and direct observation, to determine important aspects of the project.

The proposal is oriented towards an enterprise and to promote the functionality of the commerce activity through an efficient and effective commercialization process, which allows to fulfill the main objective that is a focused attention to the clients and to achieve a satisfaction at the moment of the purchase. For which it is required to provide an adequate environment, variety of products to be offered in different brands and with fair prices that fit the economy of each family.

In the proposed research the necessary requirements were established to establish a market such as: legal, administrative and process aspects which establish the guidelines for the proper functioning of a company of this type.

The feasibility of the project is reflected through the economic-financial study, which shows the investment, necessary for the creation of a market, as well as the economic benefits over time, assuming costs and expenses. Furthermore, with the use of

indicators, they allow to reflect the recovery of the investment, the growth of the micro market and the obtaining of revenues.

Finally the present research project, determines that the sale of products of first necessity, is a profitable activity, despite the potential competition that exists, therefore it is important to publicize the benefits that the population would obtain when buying in the market.

Key words: Project, market, families, entrepreneurship, products, prices.

Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado a mi hermano, la luz de mis ojos, mi pilar y fortaleza. Por quien alcanzare mis metas propuestas, para demostrarle que en la vida la constancia es lo primordial, que a pesar de estar llena de obstáculos siempre habrá una nueva oportunidad, que nos permita ser mejores cada día. Que en la vida pueden existir derrotas y podemos caer muchas veces, pero al igual que caemos podemos levantarnos y seguir siempre adelante.

A mi madre, mi fuente de formación, mi compañera de vida que me ha enseñado a ser perseverante, a luchar por hacer reales mis sueños y anhelos, a conseguir mis propósitos, enseñándome que con el trabajo diario se pueden alcanzar grandezas.

A mi padre, muestra de esfuerzo, quien me ha brindado paz, armonía y sabiduría para la toma de decisiones, su apoyo incondicional ha hecho que persiga mis metas y las alcance, mostrándome que la grandeza de la vida se alcanza viviendo un día a la vez.

Alexandra Vásquez

Agradecimiento

Primeramente, quiero expresar mi eterno agradecimiento a mis padres, por ser el pilar de formación de mi vida, y a mi hermano por acompañarme siempre en cada propósito propuesto.

De igual manera a todas las personas que me apoyaron incondicionalmente, como también a los que llegaron a mi vida, aportándome conocimientos y un nuevo aprendizaje.

Mi gratitud para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra por brindarme una educación de calidad y excelencia, con su amplia gama de oportunidades académicas y formativas, que me permitieron desarrollarme en los diferentes campos, obteniendo un vasto conocimiento, mediante el aprendizaje diario.

El infinito agradecimiento para todos los docentes que durante mis años de estudio, compartieron sus conocimientos, aportándome no solo conocimientos técnicos, sino conocimientos vivenciales.

A mi asesor por ser mi guía durante el presente trabajo de investigación.

Alexandra Vásquez.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORÍA.....	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
ABSTRACT	VIII
Dedicatoria	X
Agradecimiento.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
MARCO TEÓRICO	2
1.1 EMPRESA	2
1.1.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA	2
1.1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	2
1.1.2.1 Según su naturaleza o actividad económica.....	2
1.1.3 RÉGIMEN TRIBUTARIO.....	6
1.2 PLAN DE NEGOCIOS.....	10
1.2.1 DEFINICIÓN.....	10
1.2.2 MISIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS	10
1.2.3 CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.....	11
1.3 DEFINICIÓN DE MICROMERCADO.....	13

1.4	ESTUDIO DE MERCADO	14
1.4.1	DEFINICIÓN	14
1.4.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	15
1.4.3	ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	16
1.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	18
1.5.1	DEFINICIÓN DE LA DEMANDA	18
1.5.2	DEFINICIÓN DE LA OFERTA	19
1.6	ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO.....	19
1.7.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	20
1.7.1.3	TIPOS DE CAPACIDAD	21
1.7.2	LOCALIZACIÓN.....	23
1.7.3	MANO DE OBRA, MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	26
1.7.4	MAQUINARIA Y EQUIPO	27
1.7.5	DISEÑO DE PLANTA	27
1.8	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	28
1.8.1	MISIÓN	28
1.8.2	VISIÓN.....	29
1.8.3	OBJETIVOS CORPORATIVOS	29
1.8.4	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	30
1.9	MARKETING	31
1.9.1	DEFINICIÓN DE MARKETING	31
1.9.2	MARKETING MIX	32
1.10	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	34
1.10.1	DEFINICIÓN DE ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	34
1.10.2	DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN	35
1.10.3	FINANCIAMIENTO	37
1.10.4	DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	38
1.10.5	DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS.....	39
1.10.6	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS.....	40
1.10.7	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.....	42
1.10.8	PROYECCIÓN DE LOS GASTOS.....	43
1.10.9	ESTADO DE RESULTADOS	44

1.10.10	ESTADO DE EFECTIVO PRESUPUESTADO	45
1.10.11	FLUJO NETO DE EFECTIVO.....	46
1.10.12	MEDIDAS DE BONDAD FINANCIERA.....	47
1.11	PARROQUIA MARIANO ACOSTA.....	49
CAPÍTULO II.....		51
ESTUDIO DE MERCADO		51
2.1	ANTECEDENTES	51
2.2	OBJETIVOS	51
2.2.1	OBJETIVO GENERAL	51
2.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	52
2.3	VARIABLES	52
2.4	INDICADORES	53
2.5	MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO	55
2.6	MECÁNICA OPERATIVA.....	57
2.6.1	POBLACIÓN O UNIVERSO	57
2.6.2	MUESTRA	59
2.6.3	INFORMACIÓN PRIMARIA	61
2.7	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	62
2.7.1	Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas.....	62
2.7.2	Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta.....	76
2.8.1	Observaciones.....	91
2.9	DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	103
2.10	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	105
2.11	CONCLUSIONES DE LA OFERTA.....	108
2.12	CONCLUSIONES DE LA DEMANDA.....	109
CAPÍTULO III.....		111
ESTUDIO TÉCNICO		111
3.1	LOCALIZACIÓN	111
3.1.1	MACROLOCALIZACIÓN	111

3.1.2	MICROLOCALIZACIÓN.....	112
3.2	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	113
3.3	ASPECTO LEGAL.....	114
3.4	PROPUESTA ADMINISTRATIVA	117
3.4.1	MISIÓN	117
3.4.2	VISIÓN.....	117
3.4.3	OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	118
3.4.4	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	118
3.4.5	MANUAL DE FUNCIONES.....	119
3.5	PROPUESTA OPERATIVA.....	123
3.5.1	FLUJOGRAMA DE PROCESOS	123
3.6	INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO	127
3.6.1	PLANTA.....	127
3.6.2	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	127
3.6.3	INSTALACIONES	128
3.6.4	EQUIPAMIENTO	128
3.6.5	PRODUCTOS.....	134
3.7	MARKETING	138
3.7.1	LAS 4`P	140
	CAPÍTULO IV	145
	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	145
4.1	INVERSIONES.....	145
4.1.1	INVERSIÓN FIJA.....	145
4.2	TALENTO HUMANO	146
4.3	DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DEL TRABAJO	149
4.3.1	CAPITAL DE TRABAJO	149
4.4	INVERSIÓN INICIAL	165
4.5.1	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	166
4.6	DEPRECIACIONES	168
4.7	PRESUPUESTO DE INGRESOS OPERACIONALES	169

4.8	COSTOS	220
4.8.1	COSTOS VARIABLES	220
4.9	PROPUESTA LEGAL	271
4.10	PROYECCIÓN DE GASTOS	272
4.10.1	SUMINISTROS DE OFICINA.....	272
4.11	PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD	273
4.12	ESTADOS FINANCIEROS.....	274
4.12.1	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.....	274
4.12.2	ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL	275
4.13	PRESUPUESTO DE EFECTIVO.....	276
4.14	FLUJO DE EFECTIVO	276
4.15	MEDIDAS DE BONDAD FINANCIERA	277
4.15.1	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	277
4.15.2	LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	277
4.15.3	VALOR ECONÓMICO AGREGADO (EVA)	278
4.15.4	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	278
4.15.5	RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....	279
	CONCLUSIONES.....	280
	RECOMENDACIONES	282
	FUENTES DE INFORMACIÓN	283
	ANEXOS.....	289
A.	Plan de Proyecto de Investigación.....	290
B.	Encuesta dirigida a las Familias de la Parroquia Mariano Acosta	309
C.	Encuesta dirigida a los propietarios de las Tiendas.....	312
D.	Ficha de Observación	314
E.	Fichas de observación directa aplicadas a las tiendas	315
F.	Contrato de trabajo	342
G.	Contrato de Arrendamiento	345

H.	Anexos Capítulo Económico-Financiero Inventario de Mercaderías	347
I.	Anexos Capítulo Económico-Financiero Establecimiento de precios.....	403
J.	Anexos Capítulo Económico-Financiero Proyección mensual de Ingresos.....	414
K.	Anexos Capítulo Económico-Financiero Proyección de costos mensuales	425
L.	Proformas	436

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Tiendas de la Parroquia Mariano Acosta.....	57
TABLA 2. Tiendas de la Ciudad de Pimampiro.....	59
TABLA 3. Productos comercializados.....	62
TABLA 4. Otros productos comercializados	64
TABLA 5. Productos de mayor venta.....	65
TABLA 6. Forma de asignación de precios.....	67
TABLA 7. Principales proveedores	68
TABLA 8. Frecuencia de abastecimiento de mercadería.....	69
TABLA 9. Personal	72
TABLA 10. Preparación del personal.....	73
TABLA 11. Medios publicitarios	74
TABLA 12. Horario de Atención.....	75
TABLA 13. Productos de mayor preferencia.....	76
TABLA 14. Características de los productos	78
TABLA 15. Características relevantes de un micromercado.....	79
TABLA 16. Preferencia de Horario de Atención.....	80
TABLA 17. Frecuencia de Compra	81
TABLA 18. Productos de mayor compra	83
TABLA 19. Dinero invertido en compras.....	85
TABLA 20. Percepción de precios	86
TABLA 21. Ubicación idónea de un Micromercado	87
TABLA 22. Calidad del Servicio Actual	88
TABLA 23. Medio de Comunicación de uso frecuente	89
TABLA 24. Aceptación de un nuevo micromercado	90
TABLA 25. Impuesto a la Renta	94
TABLA 26. Impuesto al Valor Agregado	94
TABLA 27. Proyección poblacional de la Parroquia Mariano Acosta.....	104
TABLA 28. Requisitos para la identificación del contribuyente (persona natural) o representante legal.....	114
TABLA 29. Requisitos generales para identificación de la ubicación del domicilio y establecimiento del Contribuyente (persona natural o sociedad) en inscripción o actualización del RUC	115
TABLA 30 Manual de Funciones, Cargo Gerente General.....	119
TABLA 31 Manual de Funciones, Cargo Cajero	120
TABLA 32. Manual de Funciones, cargo Vendedor.....	121
TABLA 33. Manual de Funciones, cargo Bodeguero.....	122
TABLA 34. Manual de Funciones, cargo Contador.....	123
TABLA 35. Maquinaria y Equipo.....	129
TABLA 36. Datos	145
TABLA 37. Activos fijos.....	146
TABLA 38. Rol de pagos del talento humano mensual	148
TABLA 39. Rol de pagos del talento humano anual	148

TABLA 40.	Víveres	150
TABLA 41.	Panificados	153
TABLA 42.	Lácteos	154
TABLA 43.	Frutas	154
TABLA 44.	Verduras	155
TABLA 45.	Carnes y embutidos.....	156
TABLA 46.	Confitería.....	156
TABLA 47.	Bebidas	158
TABLA 48.	Productos de aseo personal	160
TABLA 49.	Productos de limpieza del hogar	161
TABLA 50.	Medicina de libre venta.....	163
TABLA 51.	Resumen del Capital de Trabajo de productos.....	164
TABLA 52.	Insumos indirectos.....	164
TABLA 53.	Resumen del Capital de Trabajo	164
TABLA 54.	Inversión inicial total	165
TABLA 55.	Estructura del capital	165
TABLA 56.	Amortización de los recursos financiados	166
TABLA 57.	Valoración de activos fijos	168
TABLA 58.	Depreciación anual.....	168
TABLA 59.	Presupuesto de ingresos operacionales 1 Año	169
TABLA 60.	Presupuesto de ingresos operacionales año 2.....	179
TABLA 61.	Presupuesto de ingresos operacionales año 3.....	190
TABLA 62.	Presupuesto de ingresos operacionales año 4.....	200
TABLA 63.	Presupuesto de ingresos operacionales año 5.....	210
TABLA 64.	Proyección Costos Variables 1 año.....	221
TABLA 65.	Proyección Costos Variables 2 Año	231
TABLA 66.	Proyección Costos Variables 3 Año	241
TABLA 67.	Proyección Costos Variables Año 4	251
TABLA 68.	Proyección Costos Variables 5 Año	261
TABLA 69.	Propuesta legal.....	271
TABLA 70.	Proyección propuesta legal	271
TABLA 71.	Proyección anual de gastos	272
TABLA 72.	Suministros de oficina	272
TABLA 73.	Proyección anual suministros de oficina.....	272
TABLA 74.	Proyección anual publicidad	273
TABLA 75.	Estado de Situación Financiera Inicial.....	274
TABLA 76.	Estado de Resultado Integral Proyección 5 años	275
TABLA 77.	Presupuesto de Efectivo.....	276
TABLA 78.	Cálculo del valor económico agregado (EVA)	278
TABLA 79.	Cálculo del PRI.....	278
TABLA 80.	Cálculo de relación costo beneficio	279
Tabla 81.	Inventario de Mercadería Año 1	347
Tabla 82.	Inventarío de Mercaderías Año 2	358
Tabla 83.	Inventarío de Mercadería, Proyección Año 3	369
Tabla 84.	Inventario de Mercadería, Proyección Año 4	381

Tabla 85 Inventario de Mercadería, Proyección Año 5	392
Tabla 86 Establecimiento de Precios	403
Tabla 87 Proyección de Ingresos Mensuales, 1 Año	414
Tabla 88. Proyección de costos mensuales, del 1 Año	425

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 Matriz de Evaluación Diagnóstica.....	56
Figura 2 Productos comercializados.....	63
Figura 3 Otros productos comercializados.....	64
Figura 4 Productos de mayor demanda.....	66
Figura 5 Forma de asignación de precios.....	67
Figura 6 Principales proveedores	68
Figura 7 Frecuencia de abastecimiento de productos	70
Figura 8 Personal	72
Figura 9 Preparación del personal.....	73
Figura 10 Medios Publicitarios.....	74
Figura 11 Horario de Atención	75
Figura 12 Productos de mayor preferencia.....	76
Figura 13 Características de los productos.....	78
Figura 14 Características relevantes de un micromercado.....	79
Figura 15 Preferencia de Horario de Atención.....	80
Figura 16 Frecuencia de Compra	81
Figura 17 Productos de mayor compra.....	83
Figura 18 Dinero destinado mensualmente a la compra de productos.....	85
Figura 19 Percepción de precios	86
Figura 20 Ubicación idónea de un micromercado.....	87
Figura 21 Calidad del Servicio Actual	88
Figura 22 Medios de comunicación de uso frecuente.....	89
Figura 23 Aceptación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta	90
Figura 24 Macrolocalización	111
Figura 25 Microlocalización	112
Figura 26 Logotipo	113
Figura 27 Organigrama estructural	118
Figura 28 Proceso de compra de productos.....	124
Figura 29 Proceso de venta de productos	125
Figura 30 Proceso de Recepción de Productos.....	126
Figura 31 Planta	127
Figura 32 Canal de Distribución.....	142
Figura 33 Canal de Distribución Corto	142
Figura 34 Página red social Facebook	144

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios para la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, es la culminación de una investigación que se basó en la consecución de los objetivos planteados inicialmente y que contribuyeron a desarrollar la propuesta.

El estudio de mercado ha sido una herramienta de gran importancia, la cual permitió determinar una necesidad y con ello una demanda insatisfecha de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, pese a la existencia de tiendas que brindan el servicio de venta de productos de primera necesidad, sin embargo, estas no llegan a cubrir con las necesidades de las familias de la Parroquia Mariano Acosta, las que requieren variedad de productos, precios justos e instalaciones adecuadas.

Los productos de primera necesidad son necesarios e indispensables, por ende el micromercado Mariano Acosta ofertara las siguientes líneas de productos; víveres, panificados, frutas, verduras, lácteos, carnes, embutidos, aseo personal, limpieza del hogar y medicina de libre venta. Además de brindar un valor agregado a través de unas instalaciones idóneas, variedad de productos, a través de las diferentes marcas y precios justos que se ajusten a la economía de las familias.

La Parroquia Mariano, pertenece al sector rural, la cual no cuenta con un micromercado que comercialice productos en variedad. Es por ello que este emprendimiento posee posibilidad de una gran acogida en el mercado, generando un mejoramiento y una mejor calidad de vida.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 EMPRESA

1.1.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA

“Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizara a través de uno o más establecimientos de comercio” (Díaz, 2011, p. 6).

Zapata (2011), menciona “Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general” (p. 5).

Una empresa es una forma de organización, que realiza diversas actividades económicas, tiene como finalidad producir y/o comercializar un bien o prestar un servicio, mediante los cuales obtendra lucro que son necesarios para la continuacion del ciclo productivo de la empresa.

1.1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

1.1.2.1 Según su naturaleza o actividad económica

Díaz (2011), clasifica a las empresas según la actividad económica en:

- **AGROPECUARIAS:** Aquellas que se dedican a actividades de agricultura y ganadería. Pertenecen al sector primario de la economía; por ejemplo: granjas agrícolas, porcinas, haciendas agrícolas.

- **MINERAS:** Empresas cuyo objetivo primordial es la explotación de los recursos del subsuelo. Ejemplo: empresas petroleras, auríferas, piedras preciosas y otros minerales.
- **INDUSTRIALES:** Aquellas dedicadas a la compra de materias primas para transformarlas en nuevos productos que más tarde se venderán al consumidor final.
En este proceso de manufactura intervienen recursos humanos, maquinarias y equipos. Estas empresas pertenecen al sector secundario de la economía.
- **COMERCIALES:** Se dedican a la compra y venta de productos, sin transformar o cambiar las características iniciales del mismo. Por lo general, este grupo de empresas o negocios compra directamente a los productores o mayoristas con el fin de reducir sus costos de operación: por ejemplo: empresas distribuidoras.
- **SERVICIOS:** Su actividad económica es vender servicios o capacidad profesional, es decir, productos intangibles; por ejemplo: centros de enseñanza (colegios, universidades); agencias de viajes, empresas de servicios públicos, etc. (p. 6-7).

Clasificación de las empresas acorde a su actividad en:

- **“INDUSTRIALES:** transforman materias primas en nuevos productos.
- **COMERCIALES:** compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- **SERVICIOS:** Generación y ventas de productos intangibles.
- **AGROPECUARIAS:** Explotan productos agrícolas y pecuarios.
- **MINERAS:** explotan los recursos del subsuelo” (Zapata, 2011, p. 5).

Las empresas según la actividad económica muestran las distintas opciones que se puede tener al momento de iniciar con una actividad económica, indicando cual será la adecuada para una toma de decisión adecuada, acorde a los fines que se quiere lograr.

1.1.2.2 Según la integración de capital o número de socios

Díaz (2011), expresa que las empresas en la integración de capital se dividen en:

- **De un solo socio o empresas unipersonales:** como su nombre lo indica, son empresas de propiedad de una persona natural o jurídica.
- **De varios socios o sociedades:** este grupo lo forman varias sociedades clasificadas en sociedades de personas y sociedades de capital.
 - **Sociedades de personas:** son aquellas en las que prevalece el concepto de la calidad de las personas que unen sus voluntades para aportar capitales o trabajo, con el fin de desarrollar una actividad económica. A este grupo pertenecen las sociedades colectivas, limitadas y en comandita simple.
 - **Sociedades de capital:** aquellas en las que prevalece el monto del capital aportado, su capital está conformado por acciones. En este grupo están las sociedades anónimas y en comandita por acciones (p. 7-8).

Clasificación de las empresas según el número de socios en:

- **“Unipersonales:** el capital es el aporte de una sola persona.
- **Sociedades:** aporte de capital por personas jurídicas o naturales” (Zapata, 2011, p. 5).

La clasificación de las empresas acorde a la integración de capital o número de socios, muestra la conformación de las empresas, siendo esta esencial para determinar la forma idónea de establecer una empresa. Las distintas formas de conformación de la empresa muestran las alternativas para conformar la misma, dando a conocer los beneficios de cada una de ellas.

1.1.2.3 Según el volumen de sus operaciones

Según Rojas (2014), clasifica a las empresas en:

- **Gran Empresa:** Es aquella conformada por más de 100 trabajadores que maneja gran cantidad de recursos dedicados a la producción, comercio o servicio en gran escala.
- **Mediana Empresa:** Organización conformada por menos de 100 trabajadores que venden sus productos o servicios a través de una mejor división de trabajo.
- **Pequeña o Micro Empresa:** Aquella que con una fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos, directamente al público. Entre ellas están los restaurantes, las bodegas, los talleres, las panaderías, etc. (p. 19).

Para Vázquez, Escudero & De la Encarnación (2010), clasifica a las empresas según la dimensión en:

- **Microempresa:** Su volumen de negocios anual no supera los 2 millones, y tiene menos de 10 trabajadores.
- **Pequeña empresa:** Su volumen de negocios anual no supera los 10 millones y tiene menos de 50 trabajadores.
- **PYME:** Su volumen de negocio anual no supera los 50 millones y tiene menos de 250 trabajadores.
- **Gran empresa:** Su volumen de negocios anual no supera los 50 millones y tiene más de 250 trabajadores.
- **Multinacional:** Cuando se posee ventas internacionales (p. 29).

La determinación del tamaño de una empresa es un factor importante para conocer la forma adecuada de conformar la misma, dependerá principalmente de la actividad a realizar, la capacidad instalada, mano de obra, infraestructura, equipamiento, etc.

1.1.3 RÉGIMEN TRIBUTARIO

El Servicio de Rentas Internas clasifica a los contribuyentes en:

- **PERSONAS NATURALES REGIMEN GENERAL**

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en:

- ✓ **Obligadas a llevar contabilidad:** Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

- ✓ **No obligadas a llevar contabilidad:** Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores

autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

- **PERSONAS NATURALES DEL REGIMEN SIMPLIFICADO (RISE)**

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Condiciones:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

- **SOCIEDADES**

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de

Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

IMPUESTO A LA RENTA

Según el régimen tributario interno, determina los contribuyentes en:

✓ CONTRIBUYENTES OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD

De acuerdo al reglamento de aplicación de la Ley de régimen tributario Interno en el Artículo 37 expresa los contribuyentes obligados a llevar contabilidad son: Todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad.

Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada. Para fines del cumplimiento de lo establecido en el presente artículo, el contribuyente evaluará al primero de enero de cada ejercicio fiscal su obligación de llevar contabilidad con

referencia a la fracción básica desgravada del impuesto a la renta establecida para el ejercicio fiscal inmediato anterior.

La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado.

Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán conservarse durante el plazo mínimo de siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario como plazo máximo para la prescripción de la obligación tributaria, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.

✓ **CONTRIBUYENTES NO OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD**

En el artículo 38 expresa: los contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos son las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital, obtengan ingresos y efectúen gastos inferiores a los previstos en el artículo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Los documentos sustentatorios de los registros de ingresos y egresos deberán conservarse por siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

El régimen tributario interno permite conocer las responsabilidades y los beneficios que tiene cada tipo de contribuyente, de esta manera se obtiene un conocimiento basto y se reconoce las responsabilidades pertinentes, además de las obligaciones que se adquiere al momento de obtener una actividad económica, en el caso de un micromercado se planteara ser una persona natural no obligada a llevar contabilidad.

1.2 PLAN DE NEGOCIOS

1.2.1 DEFINICIÓN

El plan de negocios también es conocido como plan de empresa, este es una carta de presentación utilizado por una persona natural, un empresario o directivos de una organización, con la finalidad de dar a conocer sobre un negocio y su mercado. Posee el objetivo de atraer financiamiento externo ya sea de posibles inversiones, socios, entidades financieras, proveedores potenciales, etc.

Los planes de negocios suelen tener un horizonte de tiempo de 3 a 5 años, durante los cuales se determina el aspecto comercial, la estrategia de marketing y ventas, la organización e infraestructura idónea, los planes de acción y el análisis económico financiero del negocio los cuales determinan la factibilidad y rentabilidad del plan de negocio. (Neira, 2012, p. 15-16).

Mateo (2010), afirma: “El plan de empresa es el resumen que incorpora todas las claves con las que nos enfrentaremos, lo que nos permitirá tener una visión global de todas las variables que pueden determinar el éxito o fracaso del negocio” (p. 85).

Un plan de negocio es un procedimiento elaborado con previa planificación, que tiene como finalidad ser una guía en la cual se establecerán los recursos a utilizar, al igual que determina la inversión necesaria para que un proyecto pueda nacer y a la vez ser sustentado en el tiempo, generando una propuesta viable la cual cumpla con el horizonte de vida propuesto, genere rentabilidad y beneficios.

1.2.2 MISIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Neira (2012), afirma que la misión de un plan de negocios es:

- Presentar el diseño o modelo de un negocio que va a poner en marcha.
- Proponer un plan de seguimiento y control periódico, donde se pretende reflejar el comportamiento de la empresa o unidad de negocio.
- Hacer atractivo el lanzamiento de una actividad, producto o negocio a personas, instituciones o empresas potencialmente interesadas en el desarrollo del mismo (p. 17).

La misión o los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios son:

- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.
- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha.
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo el proyecto.
- Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos.
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- Valuar una empresa para su fusión o venta.
- Guiar la puesta en marcha del negocio (Dúron, 2014, p. 29).

Un plan de negocios debe contener los principales fundamentos que sustenten su realización o ejecución, es decir, poseer bases económicas, financieras que sustenten la factibilidad y rentabilidad del proyecto a ejecutar, además de contar con bases que le permitan verificar el avance del proyecto, la corrección de errores y establecimiento de estrategias en el tiempo correcto.

1.2.3 CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Según Dúron (2014), un plan de negocios debe poseer las siguientes características:

- Definir diversas etapas con el fin de facilitar la medición de resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales que se esperan.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo (p. 31).

Flórez (2012), menciona que los planes de negocios tienen cinco características importantes:

- Un plan de negocio tiene un principio y un fin definidos.
- Los planes de negocios usan recursos (personas, tiempo, dinero) que se han asignado en forma específica al plan de negocio.
- Los resultados finales tienen metas específicas de calidad y desempeño.
- Los planes de negocios siguen un enfoque planeado, organizado, para cumplir con sus objetivos.
- Un plan de negocios incluye un equipo de personas para que pueda realizarse (p. 169).

Un plan de negocios debe ser claro y conciso, a la vez contar con una programación que le permite verificar el avance del proyecto propuesto, además de establecer los recursos humanos, económicos y de infraestructura necesarios para la ejecución del proyecto, con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos al inicio del proyecto.

1.3 DEFINICIÓN DE MICROMERCADO

Es un pequeño comercio en el que se vende productos que conforman la canasta básica, así como otros productos de consumo: limpieza, bebidas y entre otros. Una de sus características principales es que manejan el concepto de autoservicio en el sentido de que los clientes entran al establecimiento, cogen los productos que necesitan y luego se dirigen a pagar en caja. (Anónimo, pymex.pe, 2014)

Los MiniMarket, o tiendas de conveniencia son negocios dedicados a la venta de productos de consumo inmediato ubicados regularmente en las cercanías a zonas residenciales o ejecutivas.

Sus principales líneas de productos son las bebidas, botanas, abarrotes, cigarrillos, productos de limpieza y algunos medicamentos que se expenden sin receta.

Su característica principal es que el cliente entra al negocio en modalidad de autoservicio. Estas tiendas suelen ser negocios excelentes y muy rentables si están planificados, administrados y ubicados estratégicamente. (Amaya, 1000ideasdenegocios.com, 2012)

Un micromercado es una pequeña empresa dedicada a la comercialización de diversas líneas de productos, tales como; productos de la canasta básica, productos de aseo personal y del hogar, confitería, panificados, medicina de libre venta, entre otros, que tienen como finalidad satisfacer las necesidades de compra de los clientes, teniendo como principal característica el autoservicio.

1.4 ESTUDIO DE MERCADO

1.4.1 DEFINICIÓN

La investigación de mercado es el instrumento que posibilita a la empresa conocer el mercado donde va a ofrecer sus productos y servicios, acercarse al mismo para comprender y luego desarrollar su estrategia para satisfacerlo.

La investigación de mercado permite aproximarse a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la misma. Es necesario definir quiénes van a ser los posibles clientes, tratando de averiguar con el mayor detalle posible sobre sus ingresos, sexo, edad, educación, etc. (Dúron, 2014, p. 57).

Mateo (2010), en su libro menciona:

El estudio de mercado es una etapa básica en el proyecto empresarial. No podemos considerar nuestros productos o servicios sin tener en cuenta a los clientes, ya que en última instancia, todas nuestras acciones se encaminaran a ellos. Analizar quiénes son esos clientes, cuáles son sus necesidades, deseos, demandas y expectativas, y cómo responder a todo ello es el objetivo prioritario del estudio de mercado a realizar (p. 8).

El estudio de mercado es elemental al momento de iniciar con un proyecto, porque mediante este determinaremos el mercado objetivo, en el cual introducir los bienes o servicios que ofertamos, a la vez sirve de guía para enfocarnos a un segmento de mercado, permitiendo conocer sus necesidades y deseos, cumpliendo con las mismas. También permite identificar a la competencia y establecer estrategias para los posibles clientes.

1.4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Baca (2013), menciona los objetivos y generalidades del estudio de mercado son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado en apariencia saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume (p. 24).

El estudio de mercado de un proyecto persigue los siguientes objetivos:

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio.
- Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción.
- Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización (Córdoba, 2011, p. 52).

Los objetivos de un estudio de mercado determinan algunos elementos necesarios a tener presentes al momento de introducirnos en un mercado tales como; un nicho de

mercado, la demanda insatisfecha, los productos o servicios a ofertar, la cantidad demandada de productos y sustitutos, marketing, canales de distribución, entre otras. Elementos que son indispensables para lograr una acierto idónea en el mercado objetivo.

1.4.3 ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Murcia et al. (2009), Mencionan las etapas de un estudio de mercado en los siguientes pasos:

- **PASO 1:** Definir problema y objetivos: ante un proyecto es necesario tener claro lo que desea estudiar, así como también definir a donde se quiere llegar y los objetivos que se desea alcanzar.
- **PASO 2:** Desarrollo del plan de estudio: el plan de estudio debe contener:
 - **Fuentes de información:** estas son fuentes primarias o secundarias.
 - Las fuentes primarias hacen referencia a la recolección de información que se obtiene luego de aplicar algunas técnicas tales como; encuestas, técnicas de observación, grupos focales, entrevistas, entre otros.
 - Las fuentes secundarias se refieren a la información que se encuentra disponible, que ha sido obtenido previamente por instituciones especializadas u afines. Estas pueden ser; fuentes internas, publicaciones oficiales, libros, periódicos, revistas, entre otros.
- **PASO 3. Recolección de la información:** hace referencia al momento en el cual se recolecta la información, para analizar el proyecto, es decir, se realiza por medio de encuestadores o en la actualidad con la utilización de medios tecnológicos que contribuyen a que el sesgo de la información sea reducido.
- **PASO 4. Análisis de la información:** mediante la información recolectada el investigador realiza un análisis y busca la interrelación y relación entre

las diferentes variables, labor que permite obtener conclusiones que ayudan a disminuir los riesgos del proyecto.

- **PASO 5. Presentación de los resultados:** a través de la presentación de los resultados más relevantes, se generan acciones y decisiones estratégicas que harán la diferencia entre las diferentes propuestas en el mercado (p. 65-73).

Según Sapag Chain, Sapag Chain, y Sapag Puelma (2014), las etapas del estudio de mercado acorde a la función cronológica son tres:

- a) **Análisis histórico del mercado:** tiene como objetivo recolectar información cuantitativa para hacer las proyecciones estadísticas. La importancia de reconocer una relación causa-efecto en los resultados de la gestión comercial reside en que la experiencia de otros puede evitar que se comieran los mismos errores que ellos cometieron y, por el contrario repetir o imitar las acciones que les produjeron beneficios.

Normalmente los antecedentes son los que unidos a una proyección basada en datos estadísticos del pasado permitirán la estimación más adecuada que de ninguna manera garantiza su realismo y exactitud de la variable que desea pronosticarse.

En este sentido será de suma importancia conocer, entre otras: la participación que han tenido las empresas en el mercado, las características y evolución de la oferta de productos similares y sustitutos del que se elaborará el proyecto, así como la composición y la evolución de la demanda.

- b) **Análisis de la situación vigente:** es importante porque es la base de cualquier predicción. Sin embargo, hay que tener en cuenta que por estar en permanente evolución, cualquier estudio de la situación actual puede tener cambios sustanciales cuando el proyecto se esté implementando.
- c) **Análisis de la situación proyectada:** el estudio de la situación futura es el más importante para evaluar el proyecto. Sin embargo, es preciso mencionar: las informaciones histórica y vigente permiten proyectar una

situación suponiendo el mantenimiento de un orden de cosa que con la sola implementación del proyecto debería modificarse (p. 51-52).

Las etapas del estudio de mercado permiten conocer los pasos a seguir desde el inicio y durante el desarrollo del proyecto, garantizando la obtención de información necesaria acerca de la oferta y la demanda. Además permite analizar la oferta y demanda en diferentes tiempos, desde lo histórico, hasta las proyecciones futuras, recolectando datos e información importante.

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

1.5.1 DEFINICIÓN DE LA DEMANDA

Para Baca (2013), el análisis de la demanda es:

Determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingresos de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc. (p. 28).

Según Lara (2014), “La demanda es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades” (p. 31).

La determinación de la demanda es esencial en un proyecto, pues mediante la demanda se conoce los productos a ofertar y se determinan los posibles clientes,

cumpliendo con el objetivo de satisfacer una demanda insatisfecha, mediante la oferta de un producto o un servicio.

1.5.2 DEFINICIÓN DE LA OFERTA

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2013, p. 54).

Murcia et al. (2009), expresan:

La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicio estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces, para realizar ofertas de valor, es importante entender los mercados y sus necesidades (p. 45).

La oferta determina la cantidad idónea de productos o servicios que un determinado mercado estaría dispuesto a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, por lo cual, se realiza un intercambio de un bien por una moneda. Al momento de establecer la oferta es necesario identificar las necesidades del mercado.

1.6 ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

Baca (2013), establece “El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (p. 6).

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto (Córdoba, 2011, p. 106).

Mediante el estudio técnico-administrativo se determina el tamaño de la planta, la localización de la misma y los recursos productivos (mano de obra, maquinaria y equipo) necesarios para la puesta en marcha de la empresa, para con ello establecer los recursos económicos necesarios para iniciar con el proyecto.

1.7.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

1.7.1.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño óptimo de la planta es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca, 2013, p. 6).

Murcia et al. (2009) afirman:

El tamaño se refiere básicamente a la capacidad de producción que el proyecto va a tener durante cada uno de los años del horizonte de vida que el proyectista ha definido. Y esta capacidad de producción se expresa en el número de unidades del bien o en el número de usuarios del servicio que el proyecto va a producir o comercializar o atender anualmente en el transcurso de ese periodo (p. 219).

El tamaño del proyecto es un factor de gran importancia ante la realización de un proyecto, mediante este se determina la capacidad de producción en un periodo de

tiempo, acorde a los usuarios que adquieren un bien o servicio. Con la finalidad de optimizar recursos y reducir costos.

1.7.1.2 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

Córdoba Padilla (2011), menciona “Los factores que determinan el tamaño de un proyecto son los siguientes: tamaño del mercado, capacidad financiera, disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos, problemas de transporte, problemas institucionales, capacidad administrativa, proceso tecnológico y problemas legales” (p. 108).

Los principales factores que pueden determinar o condicionar el tamaño de un proyecto son el mercado disponible para el bien o para el servicio que se va a ofrecer, el capital disponible para invertir (propio y de otras fuentes), la disponibilidad de materias primas (en la cantidad y calidad requeridas), la mano de obra (en la cantidad y perfiles definidos), las tecnologías disponibles en el mercado, las economías de escala, los costos de inversión y de operación asociados a cada posible tamaño, la localización del proyecto y las políticas oficiales (Murcia, 2009, p. 225).

Para obtener el tamaño óptimo del proyecto es necesario conocer: el mercado del bien o servicio a ofertar, los recursos económicos necesarios destinados a la inversión y operación de la empresa, los recursos productivos tales como; mano de obra, maquinaria, equipo, tecnología, etc. Además de conocer las bases legales a cumplir acorde a la empresa.

1.7.1.3 TIPOS DE CAPACIDAD

Murcia et al. (2009), en relación con el tamaño se deben diferenciar tres clases de capacidades de producción:

- **La capacidad instalada:** la capacidad instalada o normal se puede identificar con el nivel máximo de producción que puede obtenerse en un periodo determinado, con la utilización plena de la tecnología elegida para el proyecto.
- **La capacidad utilizada:** la capacidad utilizada puede ser definida como la cantidad de unidades del bien o usuarios del servicio que efectivamente se van a producir o a tender anualmente con el proyecto.
- **La capacidad ociosa:** es la que resulta de restar la capacidad utilizada de la capacidad instalada (es decir, la capacidad instalada que no se utiliza) (p. 235).

Córdoba (2011) presenta tres tipos de capacidad:

- **Capacidad diseñada:** que corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.
- **Capacidad instalada:** corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicio que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.
- **Capacidad real:** es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado (p. 108).

La determinación del tipo de capacidad a instalar en un proyecto es necesario para establecer la capacidad óptima, en la cual se trabaje con los recursos idóneos y no se incurra en costos innecesarios, ni se desaproveche la capacidad de la planta instalada.

1.7.2 LOCALIZACIÓN

1.7.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

Galindo (2011), afirma la macrolocalización consiste en:

Mediante este sistema se puede ubicar el país, región, estado o departamento donde estará ubicada la empresa y sus áreas de influencia, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Geográficos: si el proyecto estará ubicado cerca de las contratistas, proveedores de las materias primas, de la mano de obra o cerca de los clientes.

Climáticos: dependiendo de las actividades productivas, de servicios o comercializadora del proyecto, esta podrá ser ubicada en clima frío, medio o cálido.

Malla vial, fluvial, aérea o férrea: esta ubicación se hará dependiendo del tipo de transporte requerido por nuestro proyecto, para el desarrollo de sus productos o servicios y de la logística empleada en la consecución y despacho de materias primas, insumos, productos terminados, mano de obra, etc., con el fin de minimizar costos de transporte y fletes (p. 47).

Murcia et al. (2009), mencionan que:

La macrolocalización se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser toda una zona o región geográfica que cumpla con las exigencias requeridas para dar la mejor respuesta a esta necesidad, teniendo en cuenta:

- Las condiciones básicas de una región son: distancias y acceso a la infraestructura, mercados amplios, disponibilidad de insumos, abastecimiento de servicios, industrias conexas y servicios auxiliares y disponibilidad de mano de obra.

- La macrolocalización se perfila mediante la determinación de los factores locacionales así: disponibilidad del terreno, disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada, disponibilidad de capital, disponibilidad de la tecnología y de conocimiento, distribución de la demanda, disponibilidad de materias primas, cantidad y calidad, distancias y acceso a infraestructura de transporte y de servicios, la actividad económica conexas a la región: bancos, canales de distribución, ventajas de una industria centralizada, disposiciones legales y fiscales que coadyuven al desarrollo y condiciones generales de vida (p. 246 y 247).

Mediante la macrolocalización se determinan los factores necesarios que intervienen en el abastecimiento de los bienes o servicios, tales como: el mercado en el cual se adquieren los bienes o productos a ofertar, en caso de producción la adquisición de materias primas, el estado de las vías de acceso, servicios auxiliares necesarios para la operación y mantenimiento del ciclo productivo de la empresa, además de la disponibilidad de la mano de obra y demás servicios que están inmersos para el desarrollo de la actividad económica.

1.7.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

Galindo (2011), expresa acerca de la microlocalización:

Permite analizar en forma específica el área de influencia de la empresa, teniendo en cuenta la ciudad, el barrio o sector y la dirección de la misma, adicionalmente se puede analizar los factores locales que le permitirán evaluar su capacidad de éxito o de fracaso. Los aspectos que debe tener en cuenta son los siguientes:

- **Estrato:** dependiendo de la actividad y de las necesidades que tenga el proyecto se puede clasificar dentro de los siguientes estratos: bajo, medio o alto.

- **Área de influencia:** involucra los factores relacionados con la logística de consecución de materias primas, distribución de los productos o servicios, comercialización, competidores, clientes, etc.
- **Competidores:** quienes son y dónde están ubicados nuestros competidores, cuáles estrategias utilizan, dónde compran y a qué precio venden, todos estos datos favorecen al proyecto, ya que se puede utilizar un proceso de benchmarking.
- **Clientes:** dónde están ubicados, cuáles son sus gustos, necesidades, preferencias, expectativas de consumo, estrato social, actividad económica, entre otros (p. 47-48).

Murcia et al (2009), afirma:

La microlocalización se encarga de elaborar las datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el macroanálisis. Para una toma de decisiones se utiliza el criterio de costo mínimo por unidad o la tasa neta de recuperación máxima en proyectos privados; para ello se consideran los siguientes aspectos:

- Cuenta de fletes: costo de transporte y seguros
- Costo de la mano de obra
- Costo de los servicios
- Costo de los terrenos
- Subsidios e impuestos (p. 247).

La microlocalización permite la delimitación micro de un proyecto, determinando el lugar idóneo para establecer el proyecto, acorde a la capacidad adquisitiva de los consumidores, los canales de distribución, la competencia y los costos de instalación.

1.7.3 MANO DE OBRA, MAQUINARIA Y EQUIPOS

1.7.3.1 MANO DE OBRA

1.7.3.1.1 MANO DE OBRA DIRECTA

Rojas, (2014) menciona:

Se conoce como mano de obra directa aquella que se identifica con la producción de una orden específica y, por tanto, es conveniente y fácil cargar a la hoja de costos de esa orden.

El costo de la mano de obra directa, forma parte de la cuenta Inventario de productos en proceso. Sin embargo es importante aclarar que no todo el tiempo que un trabajador permanece en la fábrica se considera mano de obra directa, aplicable a tal o cual orden de producción (p. 372).

“La mano de obra directa comprender a los obreros, o trabajadores que realizan actividades directas para la transformación de la materia prima en productos terminados” (Baca, 2013, p.123).

La mano de obra directa es aquella que se encuentra relacionada directamente con la producción del producto o la prestación de un servicio, la cual será tomada como un costo directo, dependiendo de la actividad de la empresa.

1.7.3.1.2 MANO DE OBRA INDIRECTA

Baca (2013), menciona “La mano de obra indirecta trabaja en el área de producción, pero no interviene directamente en la transformación de la materia prima” (p. 123).

Bravo y Ubidia (2009), afirma “Mano de obra indirecta es el sueldo o salario que se paga al personas que no interviene directamente en la fabricación del producto, pero sirve de apoyo indispensable en el proceso productivo” (p. 19).

La mano de obra indirecta es aquella que se encuentra inmersa en la producción de un bien, es considerado como un costo necesario para desarrollar el proceso productivo.

1.7.4 MAQUINARIA Y EQUIPO

“La maquinaria y equipo comprender todos aquellos elementos o artículos materiales que se requieren para desarrollar el proceso de producción o prestación del servicio y su selección debe realizar teniendo en cuenta aspectos como: características técnicas, costos y comportamiento” (Córdoba, 2011, p. 130).

Para Neira (2012), en el equipamiento se identificaran las necesidades mínimas para el inicio de la actividad, asegurando que la inversión no sea excesiva, permitiendo la producción de la empresa. Para seleccionar el equipamiento adecuado es necesario analizar los procesos de la empresa para de esta manera obtener un equipamiento de calidad y fiabilidad, con garantías. Los procesos determinan la utilización rentable de los equipos, logrando un trabajo acorde al número de horas.

1.7.5 DISEÑO DE PLANTA

Un estudio de la distribución de la planta debe facilitar flexibilidad y expansiones futuras, lograr eficacia en el recorrido, utilización adecuada del espacio, mejorar las condiciones de trabajo y seguridad, facilitar la supervisión y mantenimiento y lograr una armonía en la organización.

Con el plano de distribución de la planta se debe hacer una descripción de las obras civiles a realizar con indicación del tipo de materiales a utilizar y los aspectos complementarios de ingeniería, tales como acondicionamiento del aire, iluminación, acondicionamiento del calor, control del ruido, sistema de abastecimiento del agua potable, evacuación del agua residual y control de desperdicios (Córdoba, 2011, p. 136).

El diseño y equipamiento de las instalaciones debe describir el espacio físico que albergará al negocio, además incluirá las necesidades de equipo. Este puede requerir una estructura nueva o aprovechar una ya existente. La infraestructura debe ser capaz de cumplir con las operaciones de la empresa y albergar al personal, además de garantizar conveniencia, comodidad y seguridad a los clientes y empleados de la empresa (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2010, p. 398).

El diseño de la planta permite realizar un estudio adecuado y preciso de la utilización del espacio, estableciendo un lugar idóneo de trabajo con las condiciones adecuadas y el equipo necesario. Garantizando condiciones óptimas de trabajo.

1.8 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1.8.1 MISIÓN

Galindo (2011), afirma

La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividades que se realizarán durante su periodo de operación. Para definir la misión es necesario cumplir con los siguientes requisitos: debe ser motivadora y específica (p. 49).

Bateman & Snell (2009), establecen: “La misión es una expresión clara y concisa del propósito elemental de la organización. Describe lo que hace la organización, su propósito, sus servicios y bienes elementales y sus valores” (p. 142).

La misión muestra su actividad económica juntamente con los objetivos propuestos por la empresa, con la finalidad de inducir a los trabajadores o empleados a perseguir los mismos objetivos empresariales.

1.8.2 VISION

Galindo (2011), expresa: “Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a dónde quiere llegar la empresa a proyecto a futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas, las cuales deben estar alineadas con la misión organizacional” (p. 50).

Bateman & Snell (2009), mencionan “la visión estratégica apunta hacia el futuro, ofrece una perspectiva del punto al que se dirige la organización y de lo que puede llegar a ser. La visión aclara la dirección de largo plazo de la compañía y su intención estratégica” (p. 143).

La visión muestra la proyección de la empresa, es decir, hacia donde quiere llegar, mediante esta se determinan los objetivos a largo plazo, como también las estrategias a emplear para lograr un mercado más amplio.

1.8.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS

Galindo (2011), menciona:

Permiten establecer los planes de acción en que incurrirá la empresa, a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos deben ser medibles, claros, alcanzables y realizables, en el tiempo proyectado.

Estos deben ser específicos dando cuenta de la cantidad de recursos asignados para cada actividad, además, son los responsables de la ejecución de las tareas programadas y del tiempo empleado en cada una de ellas. La

visión y los objetivos corporativos deben complementarse para justificar el alcance de la misión (p. 50).

Se definen como los resultados a largo plazo que una organización aspira a lograr a través de su misión básica. Los objetivos son de vital importancia en el éxito de las organizaciones, pues suministran dirección, ayudan en la evaluación, revelan prioridades, permiten coordinación y son esenciales para las actividades de control, motivación, organización y planificación efectivas. Los objetivos deben hacer énfasis más en los resultados que en las actividades (Montes, Montilla & Mejía 2014, p. 124).

Los objetivos corporativos son esenciales en una empresa, porque estos determinan las metas que se desean alcanzar, además proporcionan la dirección estratégica, permiten una evaluación continua y corrección de errores.

1.8.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Pavía (2012), afirma:

Los organigramas son una representación gráfica de la estructura de la organización que aporta de manera esquemática información referente a la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos y la línea de autoridad.

El objetivo principal del organigrama es plasmar y transmitir de manera gráfica, la composición de una organización o empresa (p. 31).

Un organigrama es la representación gráfica y esquemática de la estructura de una organización que muestra las áreas que la integran y sus relaciones.

El organigrama muestra: la división de funciones representada por las áreas o departamentos, los niveles jerárquicos, las líneas de responsabilidad y

autoridad, los canales formales de comunicación, la posición de línea o equipo del área y las relaciones entre los puestos y las dependencias (Huamán y Rios, 2015, p. 219).

Un organigrama estructural es la representación gráfica de las diferentes áreas funcionales existentes en una empresa, además de mostrar la jerarquía en la misma, determinando los diferentes mandos.

1.9 MARKETING

1.9.1 DEFINICIÓN DE MARKETING

El marketing mix es el conjunto de herramientas controlables y tácticas que la empresa utiliza para producir la respuesta que desea en su mercado objetivo: el marketing mix consiste en todo aquello que la firma puede hacer para influir en la demanda de sus productos (Armstrong, Kotler, Merino, Pintado, & Juan et al., 2011, p. 46-47).

Carl y Gates (2011), mencionan:

Marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, transmitir e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general. Las buenas relaciones con el cliente a menudo resultan en intercambios; es decir, un bien o servicio se intercambia por dinero (p. 4).

El marketing es considerado como una herramienta fundamental para llegar al público consumidor, puesto que brinda las estrategias necesarias y adecuadas para obtener una penetración de mercado, considerando que el marketing se basa en establecer las relaciones de cliente-vendedor.

1.9.2 MARKETING MIX

1.9.2.1 PRODUCTO

Kerin, Hartley, y Rudelius (2009), definen “Un producto es un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor” (p. 254).

Kotler y Armstrong (2008), afirman “Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizando o consumido y que pueda satisfacer una necesidad o deseo” (p. 274).

Un producto es un bien o servicio que se oferta a un determinado mercado, este satisface las necesidades o deseos de los consumidores, la entrega se realiza a través de un proceso de intercambio en el que intervienen unidades monetarias y el producto o servicio.

1.9.2.2 PRECIO

Armstrong, Kotler, Harker y Brennan (2011), establecen:

El precio es la cantidad de dinero que los consumidores tienen que pagar para obtener el producto. Normalmente se negocia el precio con cada cliente, al que se le ofrecen descuentos o diversas formas de financiación. Estas acciones sirven para ajustar los precios a la situación competitiva del mercado y los linean con la percepción del comprador sobre el valor del bien o servicio (p. 47).

Kotler y Armstrong (2008), mencionan “precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio, o la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio” (p. 355).

El precio se expresa en unidades monetarias, es aquel que los consumidores están dispuestos a entregar para adquirir un bien o un servicio, a la vez se produce una renuncia hacia otro bien o servicio que pueden adquirir con las mismas unidades monetarias.

1.9.2.3 PUNTO DE VENTA (DISTRIBUCIÓN)

Armstrong et al. (2011), mencionan “La distribución incluye las actividades que ponen el producto a disposición de los clientes objetivo” (p. 47).

Córdoba (2011), afirma:

Distribución es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial.

La distribución está determinada por la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de producto y factores diversos (legislación, convenios, tradiciones). En la distribución del producto se tiene en cuenta: posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos (p. 78-79).

El punto de venta o también conocido como distribución, es el lugar destinado a la oferta de productos o servicios, con la finalidad de que este sea idóneo es necesario contar con canales de distribución que faciliten la entrega de los bienes o servicios.

1.9.2.4 PROMOCIÓN

Armstrong et al. (2011), definen “La comunicación abarca actividades que muestran los méritos del producto y persuaden al mercado objetivo, para que lo compre” (p. 47).

“Una empresa se compone de un conjunto de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo que la empresa utiliza para comunicar de forma persuasiva el valor para el cliente y crear relaciones con él” (Kotler y Armstrong, 2008, p. 495).

La promoción es el medio que busca atraer al público consumidor mediante ofertas, descuentos, promociones en ventas, etc., con la finalidad de convencer y vender el producto o servicio.

1.10 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

1.10.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial (Baca, 2013, p. 6-7).

Sapag, Sapag, y Sapag (2014), señalan “El estudio financiero ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elabora los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad” (p.34).

El estudio económico-financiero es considerado como un estudio de gran importancia, debido a que determina los recursos monetarios que se requieren para un proyecto, evaluando las etapas anteriores del plan de negocio. Se basa en hechos pasados con

la finalidad de realizar proyecciones de ingresos, costos y gastos. Además permite la evaluación financiera a través de las medidas de bondad financiera.

1.10.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

1.10.2.1 INVERSIÓN

Heredia (2013), menciona:

Se refiere a toda erogación económica, que debe hacer la organización y que será empleada en la adquisición de elementos que el sistema proyecta comercializar. Este factor se basa en la clasificación de los bienes muebles e inmuebles, de que alguna manera se refleja finalmente en utilidades de la empresa, cuando se vende la producción (p. 214).

Tapia y Aire (2011), definen:

La inversión es la realización de un sacrificio presente o renuncia a una satisfacción actual para percibir un ingreso futuro que se espera que sea mayor que el sacrificio inicial. El beneficio futuro es latente y es una función del sacrificio actual.

Desde una visión restringida, puede denominarse inversión al uso de los fondos remanentes de un negocio (p. 47).

La inversión de un proyecto muestra los principales desembolsos que se realizan y son necesarios para la operación de un determinado proyecto. Los desembolsos se realizan principalmente con la finalidad de iniciar con la operación de las actividades, es decir, la inversión representa las erogaciones que se realizan para la adquisición de maquinaria y equipo, permisos de funcionamiento y demás. La inversión se recupera a través de la producción y venta de los bienes o servicios.

1.10.2.2 INVERSIÓN FIJA

Baca (2013), afirma:

Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas. Son activos tangibles o fijos los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas, otros (p. 175).

Flórez (2015), afirma:

La inversión fija hace referencia a la compra de maquinaria y equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, las licencias, adecuaciones de los locales, los registros de marcas y patentes, la constitución de la sociedad, entre otras. Estas inversiones se clasifican en: inversiones no depreciables, depreciables, agotables, diferibles y gastos preoperativos (p. 214).

La inversión fija es aquella considerada necesaria para el inicio de las operaciones de la empresa, esta representa la inversión de los activos fijos que son necesarios para que realizar la actividad productiva.

1.10.2.3 INVERSIÓN VARIABLE

Baca (2013), asevera:

Se denomina una inversión diferida o intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre-operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono,

internet, agua y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etc. (p. 175).

Flórez (2015), define:

Hace referencia a los desembolsos que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudios técnicos, económicos y jurídicos, gastos de creación, montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por uso de marcas y patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del personal (p. 214).

La inversión variable se realiza con la finalidad de instalar y poner en marcha el negocio, es decir, está relacionada con las erogaciones de dinero enfocadas a la adquisición de bienes o servicios necesarios para iniciar con la actividad económica, estos pueden ser; pago de permisos de funcionamiento, estudios de innovación, capacitación del personal, etc.

1.10.3 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es necesario que se definan las necesidades de recursos financieros, el origen de los mismos y las condiciones en que serán otorgados para ejecutar el proyecto. El financiamiento implica un análisis del costo del capital, detectando la opción más conveniente para la empresa; esto es, la fuente de recursos más accesible y económica para operar, lo que implica conocer todas las alternativas existentes (Pacheco y Pérez, 2012, p. 143).

Córdova (2012), asevera:

El financiamiento que utilizan las distintas organizaciones, les brinda la posibilidad de mantener una economía y una continuidad de sus actividades

comerciales estables y eficientes y en consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico del cual participan. El financiamiento es la manera de cómo una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso (p. 308).

El financiamiento son los recursos que requiere la empresa para operar, los cuales pueden ser adquiridos de diferentes fuentes. Para la adquisición de estos recursos es necesario conocer las condiciones de financiamiento y evaluar la mejor alternativa. Cabe recalcar que el financiamiento es la alternativa que permite la funcionalidad y operación a un negocio.

1.10.4 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

1.10.4.1 CAPITAL DE TRABAJO

Baca (2013), establece:

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, es decir, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa (p. 177).

Varela (2010), menciona:

El capital de trabajo es el dinero necesario para mantener la empresa en funcionamiento. Es una inversión que está representada por la necesidad que tienen la mayoría de las organizaciones de tener:

- a) **Inventarios:** de materia prima, productos en proceso, productos terminados y repuestos.
- b) **Cartera:** o sea la financiación que se brinda a los compradores para el pago de sus facturas.

- c) **Colchón de efectivo:** el dinero necesario para cubrir los costos y gastos de operación durante un periodo de tiempo, por si se atrasan los ingresos.
- d) **Crédito de proveedores:** la financiación que nos brindan nuestros proveedores de materias primas, servicios e insumos (p. 244).

El capital de trabajo son los recursos necesarios con los cuales la empresa inicia con sus actividades y operaciones, los recursos son destinados a la adquisición de inventarios, solventar la cartera, el colchón de efectivo y brindar crédito a proveedores. Este sufre modificaciones en el transcurso del tiempo dándose principalmente por el cambio de las políticas de cartera, variación en el nivel de producción y variaciones en los costos.

1.10.5 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS

Longenecker et al. (2010), Expresan la fijación de precios debe ser adecuado para el producto o servicio que se ofrece a la venta, para establecer los precios es necesario recordar que el total de los ingresos provenientes de las ventas depende de dos componentes, el volumen de ventas y el precio del producto o servicio, como también se debe considerar que los cambios en los precios pueden influir de manera drástica en los ingresos.

Neira (2012), menciona la determinación del precio del producto se basa en dos aspectos: en la política comercial y en los costos de producción del bien o servicio.

Para establecer la fijación de precios existen varias opciones, tales como:

- **Costo más margen:** se constituyen los costos totales del producto o servicio y se les agrega un margen de beneficios.
- **Precio de mercado:** se cobran los productos en base a las tarifas establecidas en el mercado para productos similares.

- **Precio negociado:** se negocia en forma directa con el cliente el precio de los productos o servicios.
- **Precio flexible:** depende de los objetivos que la empresa ya cumple.

La fijación de precios se basa en establecer el precio a un determinado producto o servicio, para ello es necesario tener en cuenta aspectos como; costo de adquisición, porcentaje de utilidad, margen de utilidad, además los precios determinan los ingresos y la rentabilidad de la empresa.

1.10.6 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

1.10.6.1 COSTOS

Según Rojas (2014) “El costo se capitaliza al formar parte del producto y es un valor recuperable en el momento en que éste se vende” (p. 312).

“Los costos son las inversiones que se realizan con la expectativa de obtener beneficios presentes y/o futuros. Por lo tanto conocer los costos de una actividad es reconocer el monto de la inversión realizada” (Rincón y Villarreal, 2014, p. 18).

Los costos son los valores monetarios que se incurren al momento de producir un bien o un servicio, este valor es recuperable al momento de la venta del bien o en la prestación del servicio.

1.10.6.1.1 COSTOS FIJOS

Córdova (2012), asevera los costos fijos:

Son aquellos que no están en relación con el volumen de producción. Son aquellas erogaciones que no se alteran, se mantienen fijas frente al volumen

total de ventas. Son los costos y/o gastos que no se modifican con la actividad o volumen de producción o ventas.

Estos costos, aunque permanecen estáticos con el paso del tiempo y los cambios en el volumen de actividad, ocasionan variaciones, motivo por el cual debe recalcar que son relativamente fijos y esto solo durante periodos limitados (p. 155).

Rincón y Villarreal (2014), mencionan “Son las inversiones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción” (p. 38).

Los costos fijos se encuentran inmiscuidos en la producción de un bien o en la prestación de un servicio, estos permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado y no se modifican ante los cambios del volumen de producción.

1.10.6.1.2 COSTOS VARIABLES

Córdova (2012), afirma:

Son aquellos que se mueven en relación con el volumen de la producción, es decir, que los costos variables están en relación al volumen de ventas. Los costos variables se modifican en proporción directa a los cambios en la base de actividad, por lo que el costo unitario variable es constante (p. 155).

Murcia et al. (2009), establecen “Son los costos que dependen del nivel de producción, como pueden ser las materias primas, los materiales indirectos, algunos servicios públicos, etc.” (p. 105).

Los costos variables son aquellos que se encuentran inmiscuidos en la producción de un bien o en la prestación de un servicio, están relacionados con el volumen de ventas y cambian acorde al nivel de producción.

1.10.7 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Galindo (2011), menciona los ingresos involucran las entradas de efectivo operacionales y no operacionales.

- **Operacionales:** ingresos de efectivo por ventas al contado, recuperación de cartera.
- **No operacionales:** ingresos de efectivo por cuentas por cobrar a empleados, cuentas por cobrar a socios, inversiones, prestamos financieros, intereses recibidos de préstamos efectuados a terceros, etc. (p. 146).

Las fuentes de ingresos pueden ser de carácter operacional y no operacional. Dentro de los operacionales se encuentran las ventas de productos o la prestación de servicios; los no operacionales pueden considerarse los rendimientos que pueden producir los activos por la colocación de excedentes de efectivo.

Los ingresos operacionales son muy importantes en la construcción del flujo de fondos y en la rentabilidad del plan de negocio. Una inadecuada proyección de ingresos, puede generar desfases en el flujo de fondos netos, situación que puede llevar al fracaso de un proyecto. Una buena proyección de estos, se puede lograr si se hace con detalle el estudio de mercado, en lo que respecta a la proyección de la demanda y a una buena estructura y comportamiento de una política de precios (Flórez, 2010, p. 84).

La proyección de los ingresos, permite conocer la cantidad de dinero que se obtendrán por los bienes o servicios prestados, dependiendo del volumen de ventas. Es

necesario realizar una adecuada proyección de ingresos para conocer los posibles ingresos que se planean obtener como también es necesario para que no existan inconsistencias en el estado de flujo de efectivo.

1.10.8 PROYECCIÓN DE LOS GASTOS

1.10.8.1 GASTOS

Rojas (2014), menciona “El gasto es un valor no recuperable porque no forma parte del producto puesto a la venta” (p. 312).

Fierro (2011), define: “Agrupa las cuentas que representan los cargos operativos y financieros en que incurre el ente económico en el desarrollo del giro normal de su actividad en un ejercicio económico determinado” (p. 206).

Se considera como gasto a todas las erogaciones realizadas para la producción de un bien o la prestación de un servicio, que no se encuentran dentro del ciclo productivo, pero son necesarios para complementar el mismo.

1.10.8.1.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Galindo (2011), establece: “Son los gastos en que incurre una empresa para su funcionamiento administrativo, organizacional y gerencial. En este rubro se asignan algunas partidas, resultados de cálculos por prorratio, asignaciones directas o por cargos porcentuales de los diferentes tipos de gasto” (p. 144).

Bravo (2013), define “Son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo” (p. 192).

Los gastos administrativos se encuentran relacionados con las actividades administrativas o de oficina, son necesarios para complementar a la actividad económica.

1.10.8.1.2 GASTOS DE VENTAS

Galindo (2011), señala “Se emplean para controlar y optimizar los procesos de venta y comercialización, encontramos sueldos y salarios de vendedores, conductores, transporte y despachos, facturación, suministros, servicios públicos, etc.” (p. 144).

Bravo (2013), asevera “Son todos los gastos que se relacionan directamente con el departamento de ventas” (p. 193).

Los gastos de venta están relacionados con las ventas de los productos o prestación de servicios, son necesarios para concretar las ventas con los clientes.

1.10.9 ESTADO DE RESULTADOS

Prieto (2014), afirma:

Este estado expone los resultados de una empresa en un periodo respecto a sus ingresos, costos y gastos. Dicha información facilita la identificación del tipo de operaciones que las originaron. Asimismo, permite realizar el cálculo de la utilidad y pérdida en dicho lapso de tiempo comparando los ingresos, costos y gastos efectuados.

- Los ingresos resultan por la entrega de un producto u ofrecimiento de algún servicio propios de su actividad.
- El costo se refiere al valor del producto o servicio que ofrece la empresa, resultado del costo de producirlo.

- Los gastos se refieren a las deducciones que provienen de las operaciones genéricas de la empresa como gastos de administración, venta e investigación (p. 143).

“El estado de resultados se elabora al finalizar el periodo contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa” (Bravo, 2013, p. 191).

El Estado de Resultados establece la situación económica actual de la empresa en un determinado periodo de tiempo, se realiza en base a los ingresos, costos y gastos. Generando resultados de pérdida o ganancia.

1.10.10 ESTADO DE EFECTIVO PRESUPUESTADO

El presupuesto de efectivo es una herramienta primordial en la planeación financiera a corto plazo. Permite al administrador financiero identificar las necesidades (y las oportunidades) financieras a corto plazo. Además, le indica la necesidad de contratar préstamos a corto plazo. Es una forma de identificar la brecha entre flujos de efectivo en el diagrama de tiempo del flujo de efectivo. La idea del presupuesto de efectivo es simple: registrar las estimaciones de ingresos y desembolsos de efectivo (Ross, Westerfield y Jaffe, 2012, p. 810).

Prieto (2014), menciona:

Este informe permite conocer los movimientos de efectivo que se realizan en una empresa, (entradas y salidas), conocer su origen y saber cómo se han usado en un periodo determinado. Todas las operaciones que no estén relacionadas con efectivo se excluyen de este estado. Para realizar el flujo de efectivo, se reportan los orígenes y usos del mismo: actividades de operación, inversión y financiamiento (p. 144).

El estado de Efectivo muestra las transacciones de efectivo efectuadas durante un periodo de tiempo establecido, se basa en conocer los orígenes y las aplicaciones del efectivo que posee la empresa, verificando los desembolsos y los ingresos.

1.10.11 FLUJO NETO DE EFECTIVO

Prieto (2014), indica:

Este indicador permite identificar si se esperará un déficit o excedente de efectivo en los periodos que se reportan al cuantificar la diferencia entre gastos e ingresos derivados del proyecto de inversión.

El flujo neto de efectivo considera aquel efectivo que resulte de los ingresos restándole los costos, gastos, intereses e impuestos. El FNE abarca únicamente aquel saldo disponible en efectivo, es decir, aquellas ventas que sí se convirtieron en efectivo (p. 147-148).

Bravo (2013), afirma:

Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.

La información sobre los flujos de efectivo de una empresa es útil para proporcionar a los usuarios de estados financieros una base para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la empresa en las que fueron utilizados dichos flujos de efectivo. Las decisiones económicas que toman los usuarios requieren una evaluación de la habilidad de una empresa para generar efectivo y sus equivalentes, así como la oportunidad y certidumbre de su generación (p. 198).

El flujo neto de efectivo se realiza al finalizar un ejercicio económico con la finalidad de determinar un déficit o excedente de efectivo. Lo cual es importante para la toma de decisiones para realizar una inversión o reinversión.

1.10.12 MEDIDAS DE BONDAD FINANCIERA

1.10.12.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Prieto (2014), establece:

El valor actual neto es el indicador que da a conocer si un proyecto incrementará el monto de inversión inicial. Si el VAN es una cifra positiva significa que la empresa incrementará su valor al aumentar el capital que se invirtió para su creación; si el resultado es negativo, el negocio verá reducidas sus utilidades. Finalmente si el VAN es cero entonces la organización no verá cambios significativos en su valor al no incrementar ni reducir sus ganancias. En los dos últimos casos, el indicador señala que un proyecto de inversión no es rentable (p. 149).

Córdoba (2011), define:

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión, definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero (p. 236).

El Valor actual neto conocido también por sus siglas como VAN, es un indicador financiero que mide la factibilidad de un proyecto, se basa en los ingresos y egresos netos realizados por la empresa, permitiendo conocer la rentabilidad del proyecto en términos monetarios, además compara la inversión inicial, con los flujos de efectivo, mostrando la recuperación de la inversión.

1.10.12.2 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

Prieto (2014) define:

Mide la rentabilidad del proyecto para ello y consiste en la tasa que iguala el VAN a cero. Para fines de evaluación cuando la TIR representa una cantidad mayor a la tasa de descuento, entonces el proyecto resultará rentable pues se generará un rendimiento mucho mayor al mínimo requerido, es decir genera utilidad.

Sapag, Sapag y Sapag (2014), mencionan:

El criterio de la tasa de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La tasa interna de retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} + \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} + I_0$$

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

La tasa así calculada se compara con el costo de capital utilizado por la empresa o inversionista para el descuento de los flujos proyectados. Si la TIR es igual o mayor que esta, el proyecto debe aceptarse; si es menor, debe rechazarse (p. 253).

La tasa interna de retorno es un indicador financiero que mide la rentabilidad entre los cobros y pagos realizados en un periodo de tiempo, este indicador muestra la rentabilidad en términos porcentuales.

1.10.12.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

“El periodo de recuperación de un proyecto se obtiene al contar el número de años que pasarán antes de que la acumulación del flujo de efectivo pronosticado sea igual a la inversión inicial” (Allen, Myers, y Brealey, 2010, p. 120).

Pacheco y Pérez (2012), mencionan:

Este índice permite alinear el ciclo de vida de un giro con su tiempo de recuperación de la inversión, es decir, que aunque su valor presente neto, su tasa interna de rendimiento o su tasa de rendimiento mínima aceptada sean positivas, si el tiempo no es suficiente para recuperarse, es probable que sucedan dos eventos: que no se recupere o que el riesgo sea negativo y al operar el proyecto, este quiebre y la inversión se pierda (p. 160).

El periodo de recuperación de una inversión permite conocer el tiempo en el cual la inversión será recuperable, y el proyecto empieza a generar utilidades, caso contrario el proyecto resultará ineficiente.

1.11 PARROQUIA MARIANO ACOSTA

La parroquia Mariano Acosta, es una parroquia rural del Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura, se encuentra a una altura entre los 2.080 m.s.n.m. y 3.960 m.s.n.m. Con un área geográfica de 13.225,93 ha., está constituida por cuatro comunidades: Yanajaca, Puetaquí, La Florida y Guanupamba. Su clima es templado, con un hermoso paisaje y una tierra generosa. (CIPRADEC, 2015)

FUNDACIÓN

La parroquia fue fundada el 18 de noviembre de 1919. Lleva el nombre del ilustre patriota y religioso Reverendísimo Canónigo Doctor Mariano Acosta.

Los pobladores de la parroquia Angochagua y del anejo la Rinconada solían trabajar en calidad de aparceros, peones y huasipungueros en las haciendas de la jurisdicción. Esta condición social constituyó un estímulo que les obligó a buscar la manera de independizarse del yugo de los terratenientes.

En 1919, con 600 pobladores, se eleva a la categoría de parroquia civil. Gracias al incremento de los recursos económicos y a la administración de justicia que contribuyó a su organización. (Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado de Pimampiro , s.f.)

LÍMITES

La Parroquia Mariano Acosta limita al norte con la cabecera cantonal de Pimampiro, y con la Parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra; al sur con las parroquias de Olmedo del cantón Cayambe y El Reventador del cantón Gonzalo Pizarro (provincia de Sucumbíos), al oeste con las parroquias de Angochagua y La Cabecera Cantonal del cantón Ibarra y al este con la Parroquia de San Francisco de Sigsipamba del cantón Pimampiro. (CIPRADEC, 2015)

POBLACIÓN

Mariano Acosta tiene 1.544 habitantes, la población masculina abarca un 48,96%, mientras que la población femenina alcanza un 51,04%. Según se auto-identificaron en la parroquia Mariano Acosta, existen 1.102 Indígenas, siendo esta la etnia predominante de la parroquia. (CIPRADEC, 2015)

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANTECEDENTES

Mediante la realización del presente estudio de mercado se pretende obtener información relacionada con la percepción que tienen las familias de la parroquia Mariano Acosta, perteneciente al cantón Pimampiro, ante la creación de un micromercado en la misma, puesto que se ha detectado la necesidad de tener un lugar de abastecimiento de productos que brinde una atención más idónea y satisfaga las necesidades de la población.

Para ello es necesario conocer ciertos aspectos que permitan conocer a los compradores tales como; gustos y preferencias en productos, calidad de la atención, infraestructura adecuada y horario de atención.

Además es importante conocer aspectos relevantes sobre nuestra competencia directa e indirecta, ya que mediante el estudio de las mismas proporcionarán información de utilidad con respecto a aspectos como: productos de preferencia de los clientes, forma de atención, infraestructura, horarios, frecuencia de abastecimientos de productos, principales proveedores y asignación de precios aspectos que pueden ser mejorados para brindar una atención más satisfactoria a los clientes, ofrecer un valor agregado, y ganar la fidelidad de los posibles clientes.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta.

2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los aspectos legales necesarios para la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta.
- Conocer las características de la competencia para determinar la factibilidad de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta.
- Identificar los diferentes tipos de productos a ofertar en un micromercado, acorde a las preferencias y frecuencia de compra de los clientes.
- Determinar el precio de las líneas de productos, que los consumidores están dispuestos a pagar acorde a su nivel de ingresos.
- Identificar el lugar idóneo para establecer un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta.
- Establecer los medios de publicidad a utilizar en la promoción y difusión del micromercado.

2.3 VARIABLES

Con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados anteriormente se concluyen algunas variables, las mismas que establecen indicadores con los cuales se podrá realizar el análisis pertinente de los objetivos propuestos.

VARIABLE 1: Base legal

VARIABLE 2: Competencia

VARIABLE 3: Producto

VARIABLE 4: Precio

VARIABLE 5: Plaza

VARIABLE 6: Publicidad

2.4 INDICADORES

VARIABLE 1: Base legal

INDICADORES

- Permisos de funcionamiento
- Tributaria
- Laboral

VARIABLE 2: Competencia

INDICADORES

- Tipos de productos que comercializan
- Precios
- Proveedores
- Infraestructura y equipos
- Ubicación
- Publicidad
- Horarios de atención

VARIABLE 3: Producto

INDICADORES

- Tipos de productos a ofertar
- Gustos y preferencias
- Frecuencia de compra

VARIABLE 4: Precio

INDICADORES

- Porcentaje de ingresos destinados al consumo de productos
- Precio dispuesto a pagar por línea de producto

VARIABLE 5: Plaza

INDICADORES

- Lugar de prestación del servicio
- Calidad del actual servicio

VARIABLE 6: Publicidad

INDICADORES

- Medios de publicidad

2.5 MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS DIAGNÓSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Determinar los aspectos legales necesarios para la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta	Base Legal	Permisos de funcionamiento	Observación directa	Documental
		Tributaria	Observación directa	Documental
		Laboral	Observación directa	Documental
Conocer las características de la competencia para determinar la factibilidad de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta	Competencia	Tipos de productos que comercializan	Encuesta	Propietarios de las tiendas en la Parroquia Mariano
		Precios	Encuesta	Propietarios de las tiendas en la Parroquia Mariano Acosta
		Proveedores	Encuesta	Propietarios de las tiendas en la Parroquia Mariano Acosta
		Mano de obra	encuesta	Propietarios de las tiendas en la Parroquia Mariano Acosta
		Infraestructura y equipos	Observación directa	Tiendas de la Parroquia Mariano Acosta y de la ciudad de Pimampiro
		Ubicación	Observación directa	Tiendas de la Parroquia Mariano Acosta
		Publicidad	Encuesta	Propietarios de las tiendas en la Parroquia Mariano Acosta

		Horarios de atención	Encuesta	Propietarios de las tiendas en la Parroquia Mariano Acosta
Identificar los diferentes tipos de productos a ofertar en un micromercado, acorde a las preferencias y frecuencia de compra de los clientes	Producto	Tipos de productos a ofertar	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
		Gustos y preferencias	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
		Frecuencia de compra	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
Determinar el precio de las líneas de productos, que los consumidores están dispuestos a pagar acorde a su nivel de ingresos	Precio	Porcentaje de ingresos	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
		Precio dispuesto a pagar por línea de producto	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
Identificar el lugar idóneo para establecer un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta	Plaza	Lugar de prestación del servicio	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
		Calidad del actual servicio	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta
Establecer los medios de publicidad a utilizar en la promoción y difusión del micromercado	Publicidad	Medios de publicidad	Encuesta	Pobladores de Mariano Acosta

Figura 1 Matriz de Evaluación Diagnóstica
Elaborado Por: La Autora

2.6 MECÁNICA OPERATIVA

2.6.1 POBLACIÓN O UNIVERSO

Para el presente estudio de mercado se ha tomado como referencia a dos poblaciones:

⇒ POBLACIÓN 1

Oferta

En esta población se analizará a la competencia potencial del micromercado, la cual se encuentra en las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta, para obtener un mayor conocimiento también se ha considerado a las tiendas del centro de la ciudad de Pimampiro, que son la fuente principal de compra de los habitantes de la Parroquia Mariano Acosta y lugar de abastecimiento de las tiendas de la misma. Para realizar el análisis respectivo de cada una de ellas se ha obtenido información proporcionada por la Tenencia Política de Mariano Acosta, la cual ha brindado un listado de las tiendas que se encuentran en vigencia, mientras que la información del centro de la ciudad de Pimampiro se ha tomado como referencia un listado del catastro de los Bomberos de Pimampiro.

Como se muestra a continuación la población está conformada por 27 tiendas en su totalidad, 23 de la Parroquia Mariano Acosta y 4 de la ciudad de Pimampiro.

TABLA 1. Tiendas de la Parroquia Mariano Acosta

TIENDAS DE LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA		
Nº	PROPIETARIOS	UBICACIÓN
1	Alomía Loza Laura Mercedes	Calle 18 de Noviembre y Camilo Gallegos
2	Amaguaña Molina Dora	Comunidad Puetaquí
3	Amaguaña Transito	Comunidad la Florida en la casa comunal

4	Carlosama Chacón Carlos Luis Eduardo	Calle 18 de Noviembre y Cenepa
5	Chacón Mariana	Comunidad Yanajaca
6	Chafuelan Enríquez Mariana Susana	Comunidad Puetaquí
7	Cuasqui Colimba Manuel Fidencio	Calle Camilo Gallegos
8	Farinango Carlosama Susana Esperanza	Calle 18 de Noviembre y Camilo Gallegos
9	Farinango Toapanta Carmen Amelia	Comunidad Yanajaca
10	Garcito Nóquez José Antonio	Calle Intipungo y Galo Larrea
11	Hidalgo Amaguaña Luz Bertha Teresa	Calle Camilo Gallegos y 18 de Noviembre
12	Hidalgo Amaguaña Laura Marina	Calle Camilo Gallegos
13	Nóquez Álvaro	Calle Camilo Gallegos
14	Ortega Borja Aida Beatriz	Calle 18 de Noviembre y Nicolás Terán
15	Pineda Chuquin Luis Oswaldo	Vía principal a Guanupamba
16	Pineda Hinojoza Blanca Inés	Calle 18 de Noviembre y Galo Larrea
17	Pineda Loyo Carmen Amelia	Calle Intipungo
18	Pupiales Gilo Carlos Anibal	Calle 18 de Noviembre
19	Pupiales Santacruz Luis Alfonso	Calle 18 de Noviembre
20	Ruiz Gubio Verónica Marilud	Comunidad Guanupamba
21	Sánchez Urcuango Cruz	Calle 18 de Noviembre
22	Sandoval Carlosama Fabiola	Calle Jaime Roldos y Los Laureles
23	Yáñez Cárdenas María Isabel	Calle 18 de Noviembre

Elaborado Por: La Autora

TABLA 2. Tiendas de la Ciudad de Pimampiro

TIENDAS DE LA CIUDAD DE PIMAMPIRO		
N°	PROPIETARIOS	UBICACIÓN
1	Benítez Irua Nubia Magdalena	Calle Luis A. Martínez y Rocafuerte
2	Cabrera David	Calle Paquisha y Olmedo
3	Martínez Cuasquer Luis Amable	Calle Luis A. Martínez
4	Oyagata Carlos	Calle Flores

Elaborado por: La Autora

⇒ **POBLACIÓN 2**

Demanda

En esta población se analizará a la potencial demanda para un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, para lo cual se tomaron datos del censo poblacional del año 2010 y las proyecciones poblacionales del año 2016 realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Acorde al censo realizado en el año 2010 la Parroquia Mariano Acosta contaba con 1544 habitantes, según las proyecciones para el año 2016 cuenta con 1599 habitantes.

Para la presente investigación se tomará en cuenta a la población distribuida por familias, debido a que estas se consideran como los potenciales clientes de un micromercado, por lo cual al obtener 1599 habitantes y el número promedio de familias son 4 personas se obtienen 400 familias.

2.6.2 MUESTRA

⇒ **Muestra 1**

En vista de que el número de tiendas no supera 30 se considera la totalidad de la población existente por lo cual se realizará un censo.

⇒ **Muestra 2**

La población conformada por las familias de la Parroquia Mariano Acosta, por ser mayor a cien unidades se procede al cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

En donde:

n= Es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N= Es el tamaño de la población total.

σ = Representa la desviación estándar de la población.

Z= Es el valor obtenido mediante niveles de confianza.

E= Representa el límite aceptable de error muestral.

$$n = \frac{1,96^2 0,50^2 400}{0,05^2 (400 - 1) + 1,96^2 0,50^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 400}{0,0025 * 399 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{384,16}{0,9975 + 0,9604}$$

$$n = 196$$

2.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria se obtendrá de las tiendas y de las familias de la parroquia Mariano Acosta mediante los siguientes instrumentos de investigación:

Encuestas: estas brindaran información directa acerca de la oferta y de la demanda de la Parroquia Mariano Acosta, para lo cual se realizó encuestas a los dos grupos mencionados anteriormente. Las dos primeras semanas del mes de junio estuvieron destinadas a la aplicación de las encuestas a las familias, las cuales se efectuaron en el centro de la Parroquia y en las comunidades, casa a casa. Mientras que la siguiente semana se destinó a la realización de las encuestas a las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta y al centro de la ciudad de Pimampiro.

Observación directa: Mediante este instrumento se logró analizar y visualizar características de las tiendas de la Parroquia y del centro de la ciudad de Pimampiro, tales como: infraestructura, adecuaciones, maquinaria y equipo. Las observaciones se realizaron al mismo momento de las encuestas a las tiendas, para obtener una información más concreta.

Observación documental: Este instrumento se empleará para obtener información acerca de los requisitos y documentos necesarios para la creación de un micromercado, además permite conocer las bases de la ley tributaria y laboral.

2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.7.1 Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

P.1 ¿Mencione qué tipo de productos comercializa en su tienda?

TABLA 3. Productos comercializados

CATEGORÍAS	FRECUENCIA		TOTAL	%		TOTAL
	Comercializa	No comercializa		Comercializa	No comercializa	
Víveres	25	2	27	93%	7%	100%
Verduras	3	24	27	11%	89%	100%
Carnes y Embutidos	8	19	27	30%	70%	100%
Confitería	27	0	27	100%	0%	100%
Productos de limpieza del hogar	20	7	27	74%	26%	100%
Bazar	6	21	27	22%	78%	100%
Medicina de libre venta	10	17	27	37%	63%	100%
Frutas	7	20	27	26%	74%	100%
Lácteos	10	17	27	37%	63%	100%
Bebidas	24	3	27	89%	11%	100%
Panificados	15	12	27	56%	44%	100%
Productos de Aseo personal	22	5	27	81%	19%	100%
Papelería	6	21	27	22%	78%	100%
Ferretería	2	25	27	7%	93%	100%
Otros	3	24	27	11%	89%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

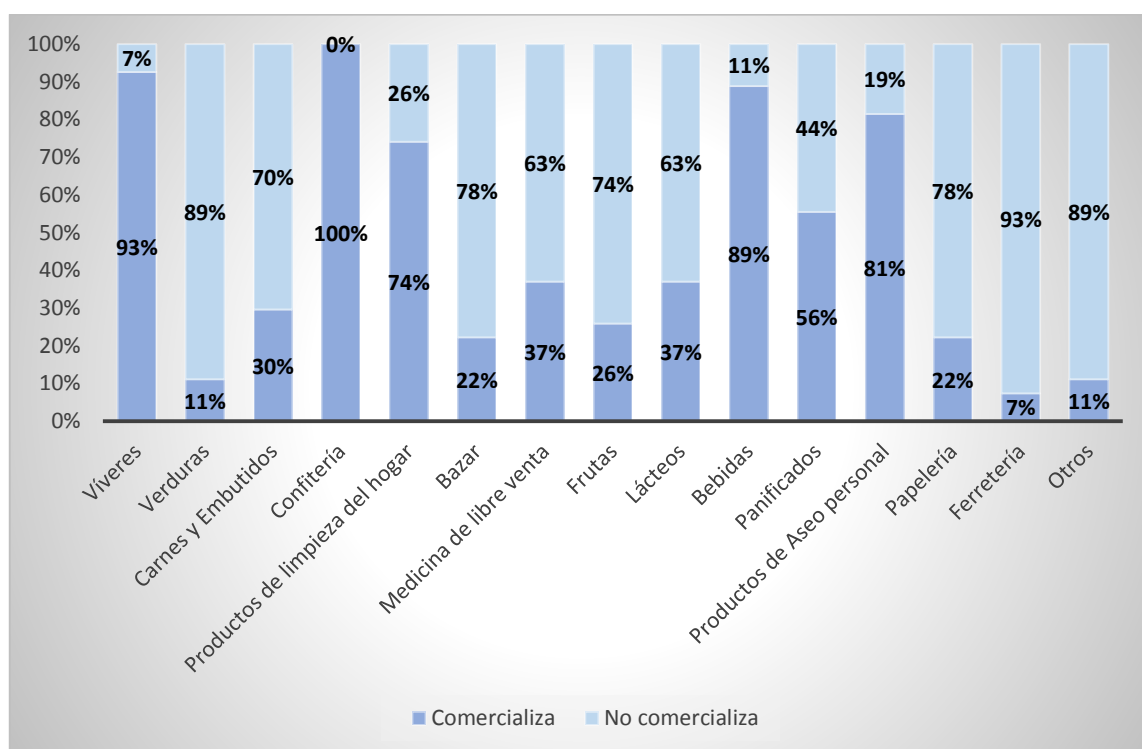


Figura 2 Productos comercializados
Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas
Elaborado por: La Autora

Interpretación

Mediante la encuesta realizada se obtiene que las tiendas ofrecen una variedad de productos, sin embargo existe el predominio de algunos en la mayoría de tiendas, lo cual se refleja en la respuesta de la pregunta. Los resultados obtenidos muestran que los productos más comercializables son: confitería, víveres, bebidas, productos de aseo personal, productos de limpieza del hogar y panificados. Reflejando que las tiendas se abastecen de productos que consideran de venta más rápida, y prioritarios para la población de la Parroquia, considerando que las familias de la Parroquia satisfacen sus necesidades básicas, como es la alimentación, además del cuidado personal y del hogar. Los productos de confitería y bebidas son más apetecibles para los niños y jóvenes.

P.1.1 En caso de responder otros, mencione cuales:

TABLA 4. Otros productos comercializados

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Zapatos	1	33%
Ropa	1	33%
Productos plásticos	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

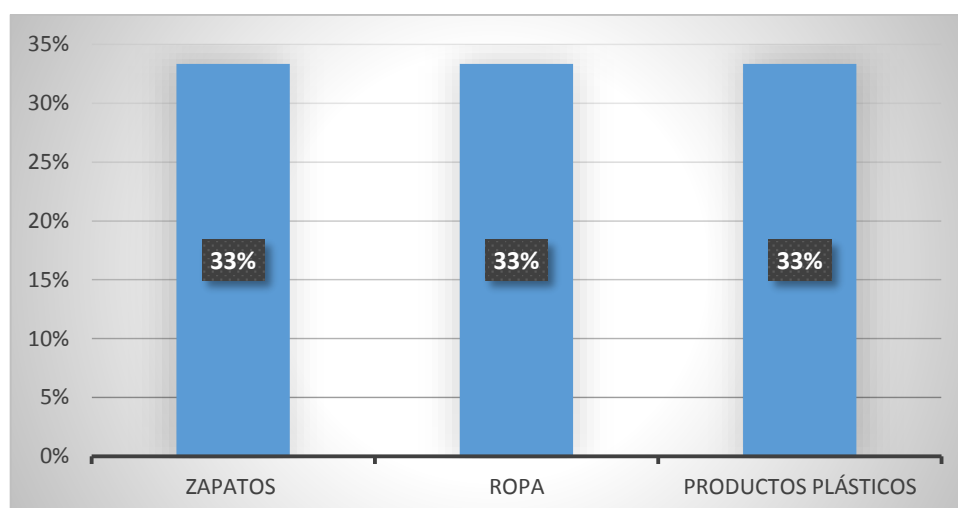


Figura 3 Otros productos comercializados

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

De las tiendas encuestadas tres de ellas venden otros productos tales como; zapatos, ropa y productos plásticos, considerando que estos productos son necesarios para la población en ciertas ocasiones y se venden cada determinado tiempo, es por ello que no se abastecen de estos con tanta frecuencia.

P.2 ¿Cuál de los diferentes tipos de productos mencionados anteriormente vende usted con mayor frecuencia en su tienda?

TABLA 5. Productos de mayor venta

CATEGORÍA	FRECUENCIA		TOTAL	%		TOTAL
	Vende con mayor frecuencia	No vende		Vende con mayor frecuencia	No vende	
Víveres	19	8	27	70%	30%	100%
Panificados	7	20	27	26%	74%	100%
Confitería	4	23	27	15%	85%	100%
Aseo personal	4	23	27	15%	85%	100%
Carnes y embutidos	3	24	27	11%	89%	100%
Frutas	2	25	27	7%	93%	100%
Limpieza del hogar	1	26	27	4%	96%	100%
Lácteos	1	26	27	4%	96%	100%
Papelería	1	26	27	4%	96%	100%
Medicina de libre venta	1	26	27	4%	96%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

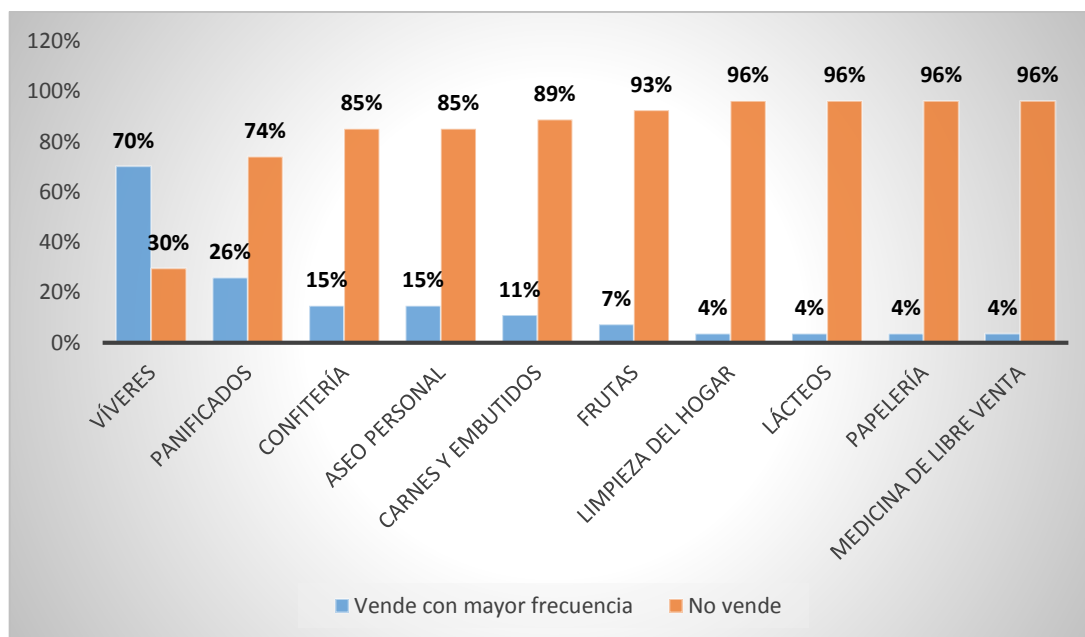


Figura 4 Productos de mayor demanda

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Las líneas de productos que son de mayor venta son los víveres y panificados, puesto que los diferentes productos que se ofertan en los víveres son de primera necesidad tales como; azúcar, arroz, sal, aceite, entre otros, necesarios para el consumo diario y al ser una Parroquia agrícola, estos productos son de venta diaria para las tiendas, como también los panificados que su consumo es diario, este producto es ofertado por las tiendas, a pesar de la existencia de panaderías, este factor se debe a que las panaderías sirven como lugar de abastecimiento y de venta propia.

Los productos de aseo personal y confitería, representan porcentajes menores con respecto a la frecuencia de compra de las familias, sin embargo son vendibles. Los productos de aseo personal son necesarios y de gran importancia para el cuidado diario, mientras que los productos como; carnes, embutidos, frutas, lácteos, medicina de libre venta y de aseo personal son considerados como productos necesarios, más no prioritarios.

P.3 ¿Cómo asigna usted el precio a los productos que comercializa?

TABLA 6. Forma de asignación de precios

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Asignación propia	18	67%
Estipula el Proveedor	4	15%
Precio de referencia competencia	5	19%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

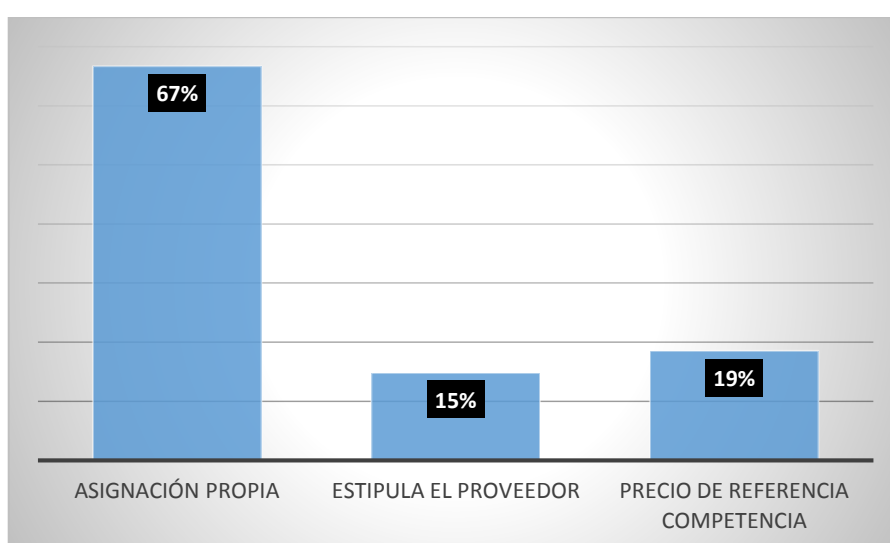


Figura 5 Forma de asignación de precios

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Con respecto a la asignación de precios se puede concluir que los propietarios de las tiendas en su mayoría fijan los precios por su propia cuenta de las diferentes líneas de productos, teniendo en consideración que es necesario ganar un porcentaje por el servicio prestado, por ende, asumen gastos de transporte, incrementando el precio con relación al de referencia establecido para la venta al público, mientras que un menor porcentaje venden los productos acorde al precio de referencia de la competencia, considerando que los precios es un factor importante para ganar clientes, mientras que en menor opción asignan el precio de referencia del proveedor, que son las tiendas de Pimampiro ya que poseen mayor competencia.

P.4 ¿Sus principales proveedores son?

TABLA 7. Principales proveedores

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Locales	0	0%
Cantoniales	20	74%
Provinciales	7	26%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

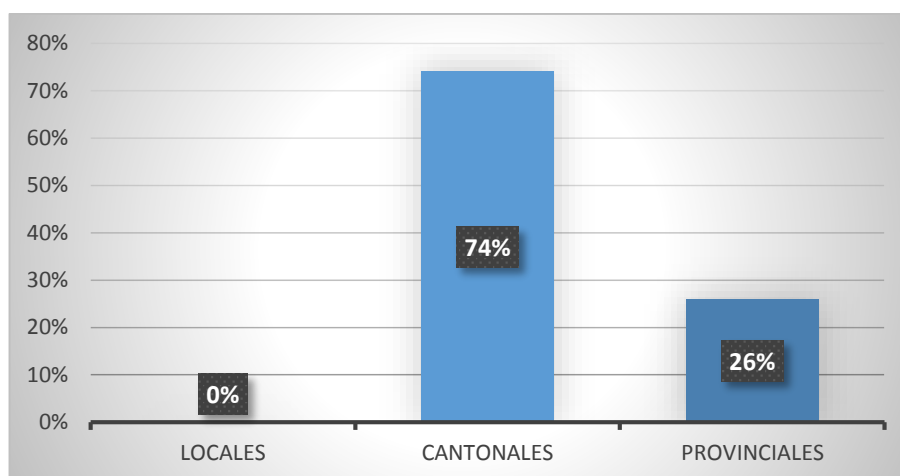


Figura 6 Principales proveedores

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

La encuesta manifiesta que las tiendas en un 74% se abastecen mediante proveedores cantoniales, es decir, las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta realizan un abastecimiento en las grandes tiendas del cantón Pimampiro, mientras que en un 26% se abastecen de proveedores provinciales, las cuales son representadas por las tiendas del cantón Pimampiro y una minoría de las tiendas de la Parroquia, estas realizan un abastecimiento de proveedores de la ciudad de Ibarra principalmente, mientras que los proveedores locales son nulos, es decir, no son considerados por las tiendas, sabiendo que la Parroquia Mariano Acosta y el cantón Pimampiro son lugares netamente agrícolas y podrían obtener productos perecibles de la misma zona.

P.5 ¿Con qué frecuencia se abastece usted de estos productos?

TABLA 8. Frecuencia de abastecimiento de mercadería

CATEGORÍAS	FRECUENCIA					Total	%					Total
	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	No se abastece		Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	No se abastece	
Víveres	3	7	10	5	2	27	11%	26%	37%	19%	7%	100%
Frutas y verduras	1	2	-	3	21	27	4%	7%	-	11%	78%	100%
Lácteos	-	8	2	-	17	27	-	30%	7%	-	63%	100%
Carnes y embutidos	-	8	-	1	18	27	-	30%	-	4%	67%	100%
Bebidas	2	10	6	6	3	27	7%	37%	22%	22%	11%	100%
Confitería	-	15	7	5	0	27	-	56%	26%	19%	0%	100%
Panificados	11	4	-	-	12	27	41%	15%	-	-	44%	100%
Limpieza del hogar	2	6	5	7	7	27	7%	22%	19%	26%	26%	100%
Aseo personal	2	7	6	6	6	27	7%	26%	22%	22%	22%	100%
Bazar	-	2	3	1	21	27	-	7%	11%	4%	78%	100%
Papelería	-	2	-	3	22	27	-	7%	-	11%	81%	100%
Medicina de libre venta	-	1	3	6	17	27	-	4%	11%	22%	63%	100%
Ferretería	-	-	-	2	25	27	-	-	-	7%	93%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

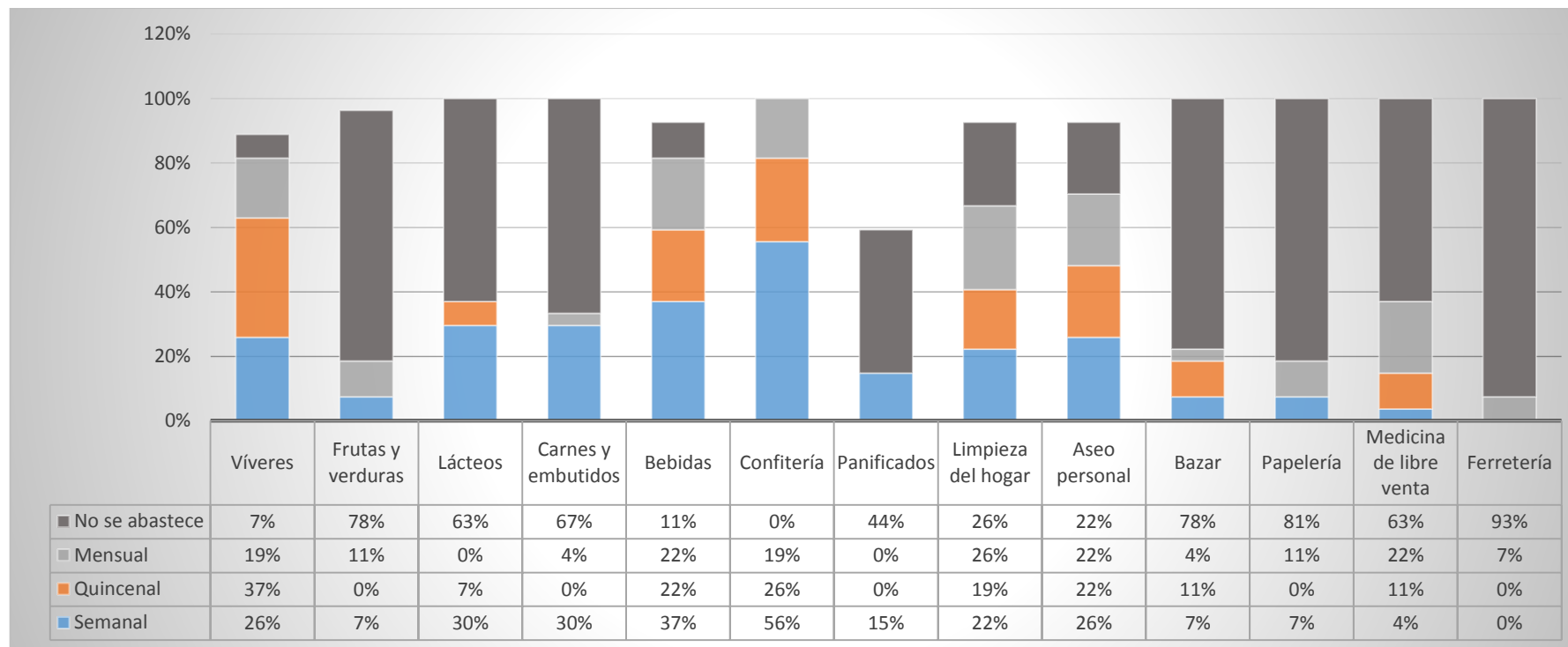


Figura 7 Frecuencia de abastecimiento de productos
Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas
Elaborado por: La Autora

Interpretación

La frecuencia de abastecimiento de los diferentes productos que ofrecen las tiendas, muestran el consumo de las familias y las ventas de la competencia, ya que cada tienda se abastece acorde a la terminación de los productos, considerando que no es necesario abastecerse en grandes cantidades o guardar productos en una bodega, este factor se evidencia con mayor frecuencia en las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta, mientras que las tiendas del centro de la ciudad de Pimampiro consideran necesario poseer una bodega de productos donde tienen reservas. Al ser la mayoría de tiendas encuestadas de la Parroquia se evidencia un mayor abastecimiento semanalmente, seguido del abastecimiento mensual y quincenal.

El abastecimiento de productos también se ve influenciado por la durabilidad de los productos, que al tener más tiempo se podrá abastecer en más cantidad y a menor costo.

P.6 ¿Cuenta usted con personal para atender su tienda?

TABLA 9. Personal

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
SI	4	15%
NO	23	85%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

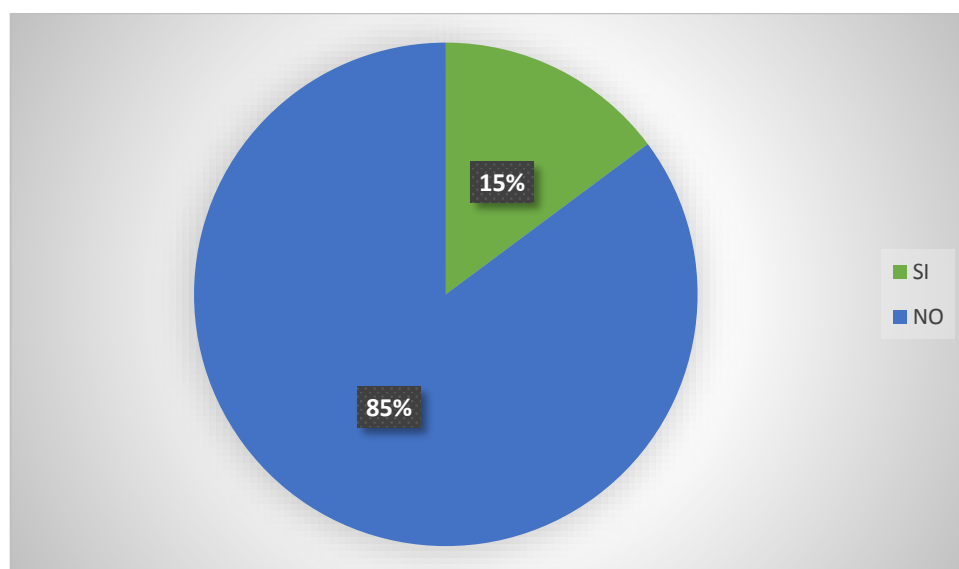


Figura 8 Personal

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Con respecto al personal los resultados evidencian que las tiendas en su mayoría no emplean personal para la atención de la misma, y la atención es realizada por los propietarios, este factor se debe a que consideran que su tienda es pequeña y no es necesario emplear ayuda, además mencionan que la atención es mejor si es brindada por su propietario, en un menor porcentaje emplean personal para la atención, porque los propietarios no pueden dedicarse por tiempo completo a su negocio y contratan personal.

P.6.1 El personal que atiende su tienda es:

TABLA 10. Preparación del personal

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Calificada	1	25%
No calificada	3	75%
Ambos	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

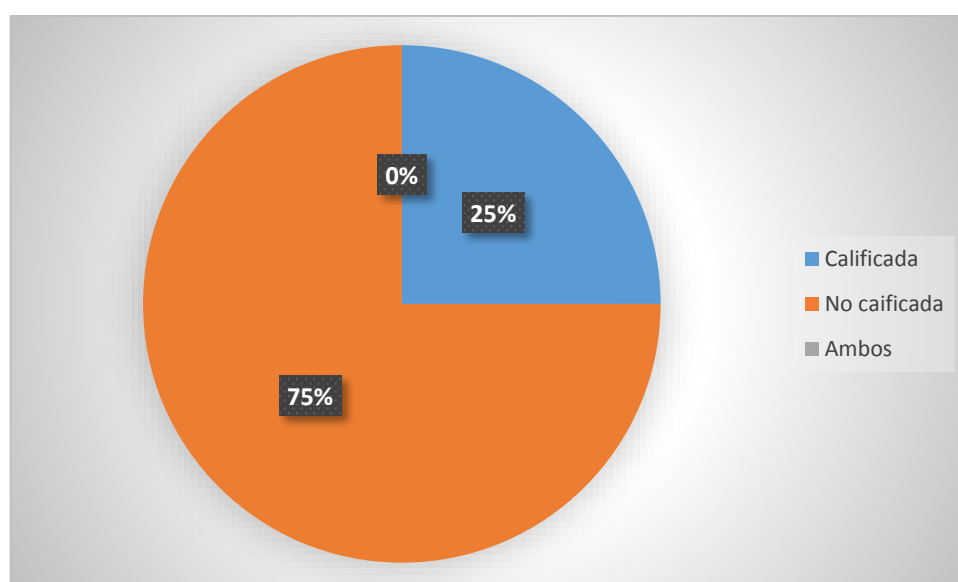


Figura 9 Preparación del personal

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

De las tiendas encuestadas cuatro de ellas cuentan con personal para la atención del público, de las cuales tres de ellas son personal no calificado, pero manifiestan que han adquirido experiencia mediante sus años de trabajo en las tiendas, mientras que una de ellas es personal calificado, lo cual es idóneo y se encuentra reflejado en la calidad de atención.

P.7 ¿Utiliza usted algún medio publicitario para anunciar su tienda?

TABLA 11. Medios publicitarios

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	27	100%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

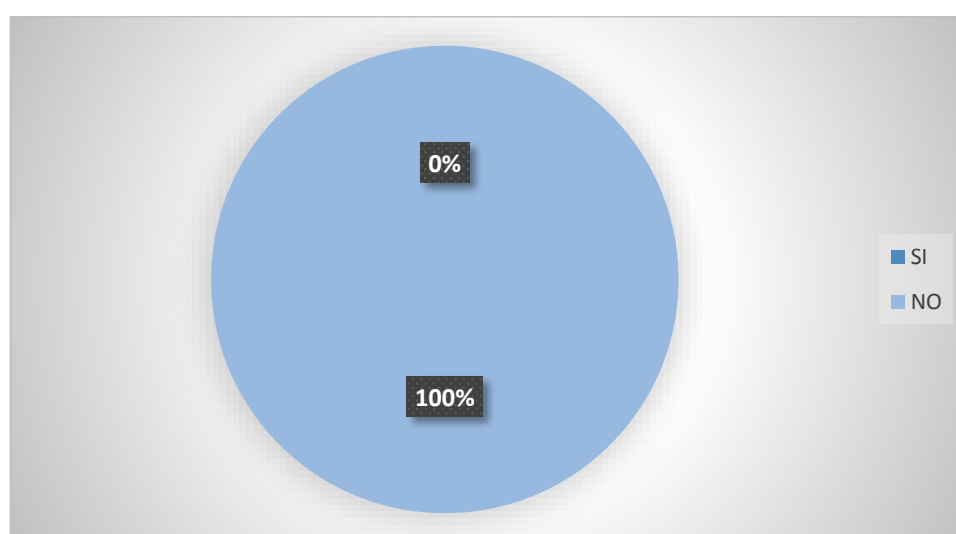


Figura 10 Medios Publicitarios

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Mediante la encuesta realizada se obtiene que las tiendas no utilizan algún medio publicitario para anunciar su tienda, lo cual puede ser visto como una opción no explotada, porque los medios publicitarios son atrayentes de mayor público que pueden convertirse en potenciales clientes. También es importante considerar que las tiendas no emplean un medio publicitario por los costos que implica adquirir un anuncio.

P.8 ¿Cuál es el horario de atención de su tienda?

TABLA 12. Horario de Atención

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
5:00 am - 8:00 pm	4	15%
6:00 am - 9:00 pm	16	59%
7:00 am - 9:00 pm	7	26%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

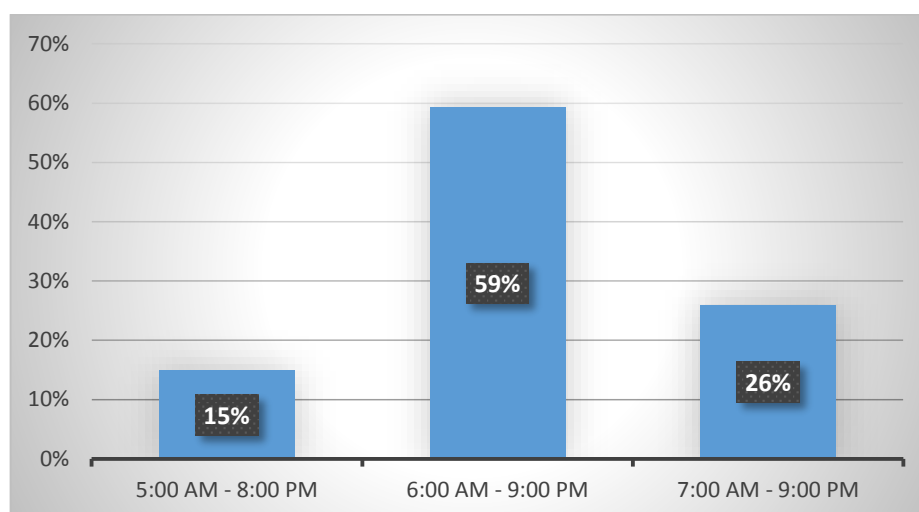


Figura 11 Horario de Atención

Fuente: Encuesta dirigida a los propietarios de tiendas

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Los horarios de atención muestran la disposición de las tiendas para brindar el servicio al público, los cuales se encuentran con mayor proporción entre el horario de las 5:00 de la mañana hasta las 8:00 de la noche, esto se debe a que la Parroquia Mariano Acosta, se encuentra ubicada en el sector rural y su población se dedica a actividades agrícolas, por lo tanto realizan sus compras desde la mañana, mientras que en menores porcentajes se presentan los horarios de atención de las 6 y 7 de la mañana hasta las 9 de la noche, los cuales son considerados idóneos para una atención diaria.

2.7.2 Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

P.1 ¿Qué tipos de productos le gustaría que vendiera un micromercado?

TABLA 13. Productos de mayor preferencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA		TOTAL	%		TOTAL
	Le gustaría	No le gustaría		Le gustaría	No le gustaría	
Viveres	160	36	196	82%	18%	100%
Verduras	169	27	196	86%	14%	100%
Carnes y Embutidos	90	106	196	46%	54%	100%
Confitería	70	126	196	36%	64%	100%
Limpieza del hogar	135	61	196	69%	31%	100%
Bazar	69	127	196	35%	65%	100%
Medicina de libre venta	91	105	196	46%	54%	100%
Frutas	159	37	196	81%	19%	100%
Lácteos	112	84	196	57%	43%	100%
Bebidas	63	133	196	32%	68%	100%
Panificados	103	93	196	53%	47%	100%
Aseo personal	124	72	196	63%	37%	100%
Papelería	88	108	196	45%	55%	100%
Ferretería	80	116	196	41%	59%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

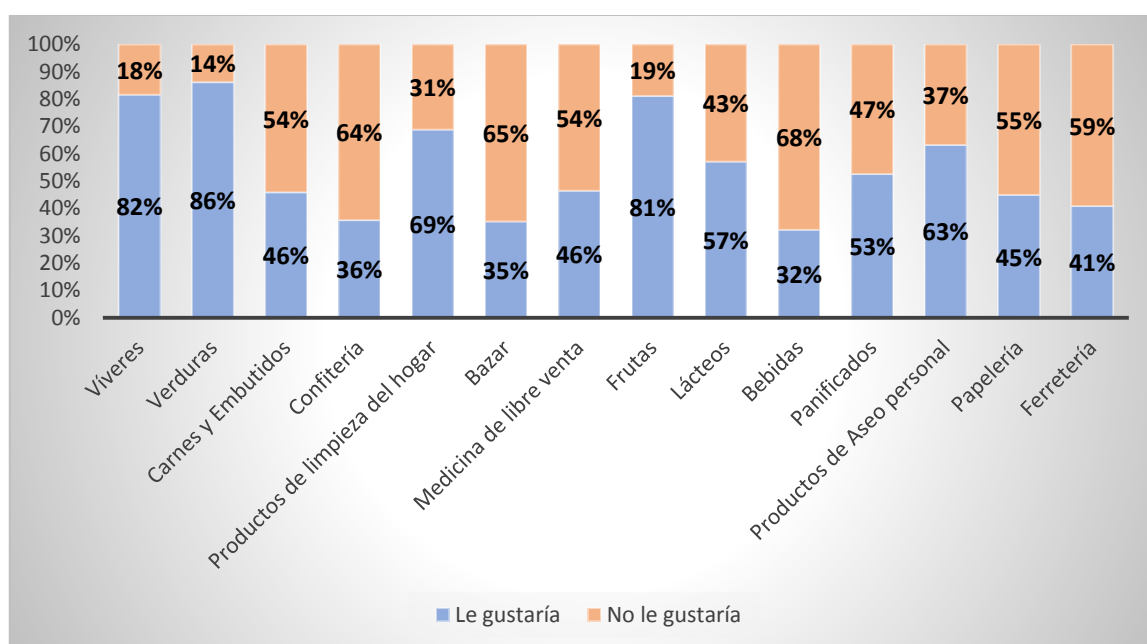


Figura 12 Productos de mayor preferencia

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Las familias de la Parroquia Mariano Acosta concuerdan que es idóneo y necesario que un micromercado ofrezca una variedad de productos, más aun los de primera necesidad y consumo diario. Es por ello que muestran su preferencia en productos como; víveres, verduras y frutas, productos de limpieza del hogar y productos de aseo personal. Mediante la adquisición de estos productos las familias cubren sus necesidades básicas o biológicas, como también las de cuidado personal y de su hogar.

P.2 ¿Qué características observa usted en los productos al momento de comprarlos?

TABLA 14. Características de los productos

CATEGORÍA	FRECUENCIA		TOTAL	%		TOTAL
	Prefiere	No Prefiere		Prefiere	No Prefiere	
Calidad	142	54	196	72%	28%	100%
Precio	130	66	196	66%	34%	100%
Promociones	36	160	196	18%	82%	100%
Cantidad	59	137	196	30%	70%	100%
Marcas	18	178	196	9%	91%	100%
Descuentos	41	155	196	21%	79%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

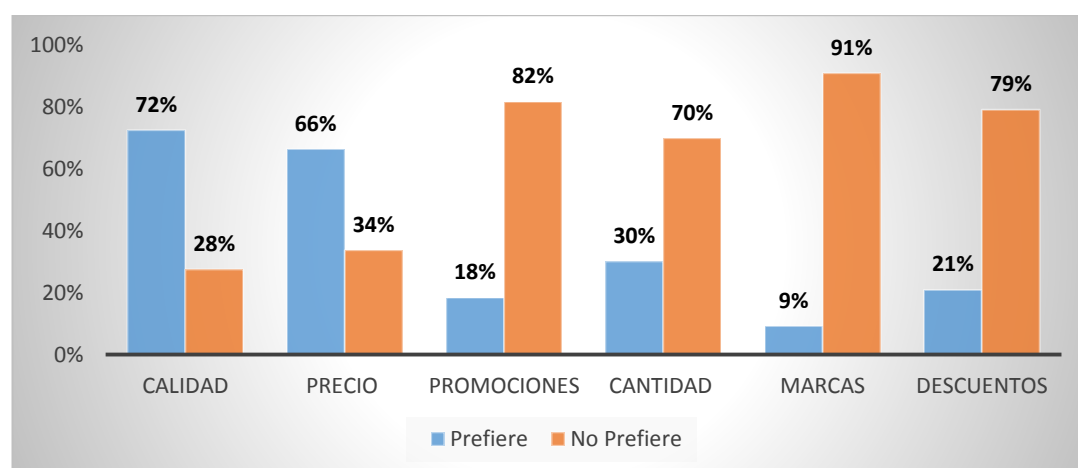


Figura 13 Características de los productos

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Las características que observan principalmente las familias al momento de adquirir un producto son la calidad y el precio del producto, pues consideran que estos son factores de gran importancia y esenciales. Mientras que valoran en un menor porcentaje a la cantidad del producto, a pesar que es necesario que estos tengan el peso exacto. Con referencia a los descuentos y promociones, al manifestar la preferencia es necesario plantear estrategias de marketing para cumplir con este requerimiento.

P.3 ¿Qué le gustaría a usted que tenga un micromercado?

TABLA 15. Características relevantes de un micromercado

CATEGORÍA	FRECUENCIA		TOTAL	%		TOTAL
	Prefiere	No Prefiere		Prefiere	No Prefiere	
Variedad de productos	122	74	196	62%	38%	100%
Precios bajos	128	68	196	65%	35%	100%
Perchas en orden	42	154	196	21%	79%	100%
Buen servicio	100	96	196	51%	49%	100%
Productos frescos	132	64	196	67%	33%	100%
Espacios amplios	51	145	196	26%	74%	100%
Higiene	83	113	196	42%	58%	100%
Cercanía	33	163	196	17%	83%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

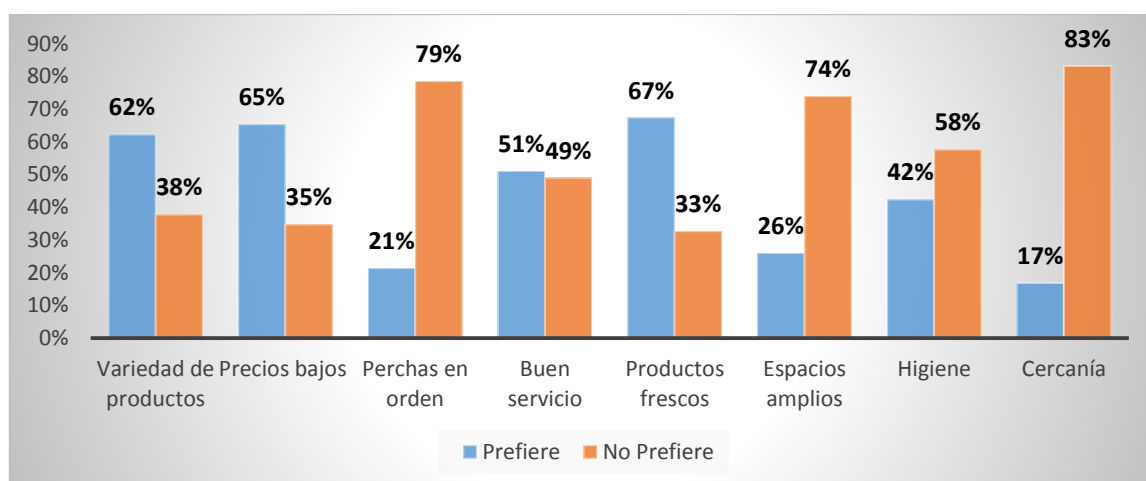


Figura 14 Características relevantes de un micromercado

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Los aspectos que consideran primordiales las familias se centran en los productos frescos, precios bajos o justos y variedad de productos, debido a que consideran que un micromercado debe ofrecer productos con calidad y a un precio razonable, como también debe existir una variedad de productos que les permita escoger acorde a la disposición de los recursos económicos de cada familia. Además es primordial brindar un buen servicio, porque la atención al público es lo fundamental en un negocio.

P.4 ¿En qué horario le gustaría que funcionara un micromercado?

TABLA 16. Preferencia de Horario de Atención

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
5:00 am - 10:00 pm	17	8%
6:00 am – 8:00 pm	105	54%
7:00 am – 8:00 pm	47	24%
8:00 am – 8:00 pm	27	14%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta
Elaborado por: La Autora

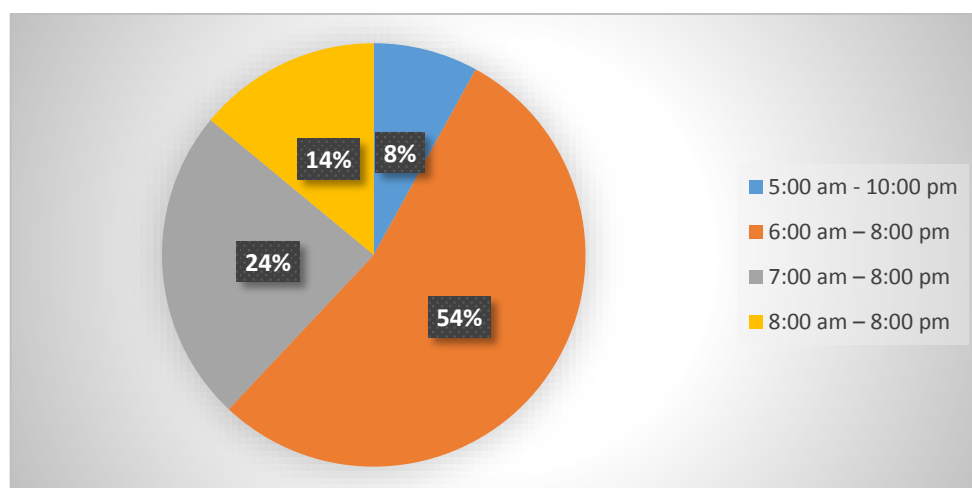


Figura 15 Preferencia de Horario de Atención

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Las familias encuestadas poseen diversos criterios acerca del horario de atención de un micromercado en la Parroquia, pero en una mayoría concuerdan que se debería atender desde las 6:00 de la mañana hasta las 8:00 de la noche, dado que consideran que es un horario idóneo para realizar sus compras diarias y que es acorde para la realización de sus actividades cotidianas.

P.5 ¿Con qué frecuencia compra usted productos en las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta?

TABLA 17. Frecuencia de Compra

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Diariamente	101	52%
Semanalmente	68	34%
Quincenalmente	12	6%
Mensualmente	7	4%
Nunca	8	4%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

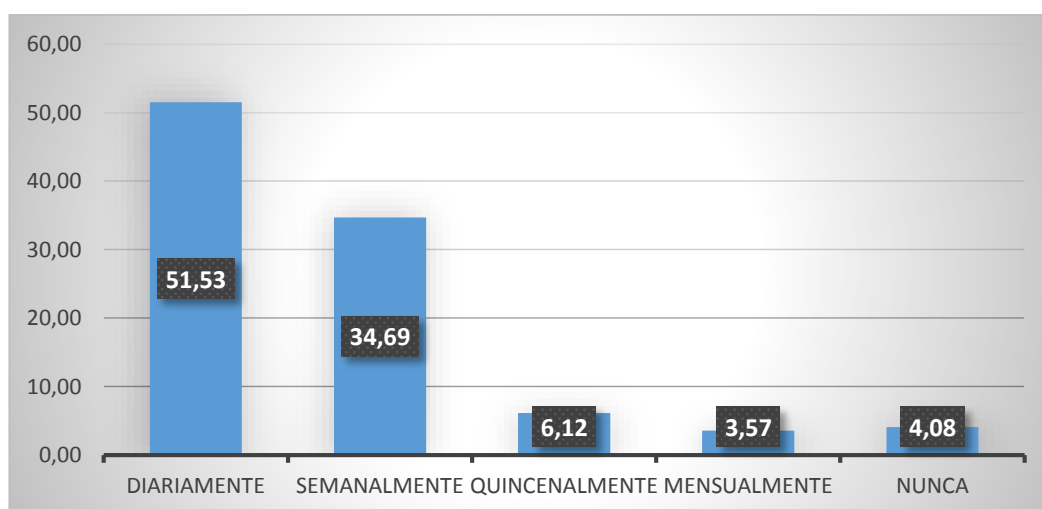


Figura 16 Frecuencia de Compra

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

La necesidad de productos y artículos se representa mediante la frecuencia de compra con la que las familias adquieren sus productos en las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta, mostrando que el mayor consumo se realiza diariamente y semanalmente, se puede mencionar que estas compras se enfocan en productos de primera necesidad como son; panificados, víveres, frutas y verduras. Mientras que en un menor porcentaje se presentan las compras quincenales y mensuales, que en su mayoría son de productos de mayor durabilidad tales como productos de aseo personal y limpieza.

P.6 Por medio de una escala, enumere los productos que compra usted con mayor frecuencia, teniendo en cuenta que 1 es el nivel más alto y 10 el nivel más bajo.

TABLA 18. Productos de mayor compra

CATEGORÍA	FRECUENCIA		TOTAL	%		TOTAL
	Compra	No compra		Compra	No compra	
Víveres	132	64	196	67%	33%	100%
Frutas y verduras	114	82	196	58%	42%	100%
Panificados	103	93	196	53%	47%	100%
Aseo personal	98	98	196	50%	50%	100%
Limpieza del hogar	92	104	196	47%	53%	100%
Lácteos	78	118	196	40%	60%	100%
Carnes y embutidos	86	110	196	44%	56%	100%
Confitería	102	94	196	52%	48%	100%
Bebidas	88	108	196	45%	55%	100%
Medicina de libre venta	75	121	196	38%	62%	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

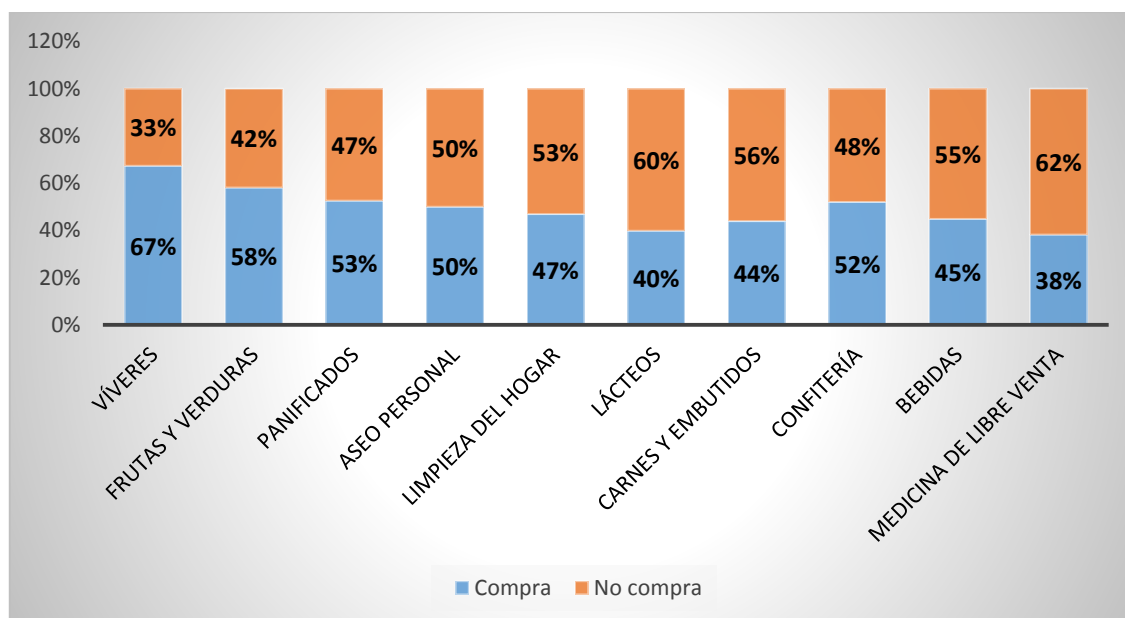


Figura 17 Productos de mayor compra

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Las familias encuestadas manifiestan que los productos que adquieren con mayor frecuencia son los vivires, frutas, verduras y panificados, considerando que deben satisfacer una de sus necesidades biológicas como es la alimentación, por ende destinan parte de sus recursos económicos para cumplir con esta necesidad.

Es importante mencionar que las familias priorizan sus compras en lo más esencial, esto se debe a que la población posee una alimentación más sana correspondiente a su cultura y tradición. Como también al ser su principal actividad la agricultura adquieren alimentos de sus propios cultivos.

Los productos de aseo personal y de limpieza del hogar son necesarios para mantener la higiene personal y del hogar, por ende también son considerados por la población entre los productos de mayor preferencia.

Con referencia a los lácteos y carnes, la población se abastece de algunos de estos productos ellos mismos, porque poseen animales que proporcionan leche y carne que son destinados al consumo. Los productos embutidos, confitería, bebidas y la medicina de libre venta son adquiridos en ocasiones, mas no son atractivos de compra para las familias.

P.7 ¿Qué cantidad de dinero destina usted mensualmente a la compra de productos en una tienda de la parroquia Mariano Acosta o en una tienda de la ciudad de Pimampiro?

TABLA 19. Dinero invertido en compras

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
De 1 a 20 dólares	38	19%
De 21 a 40 dólares	66	34%
De 41 a 60 dólares	56	29%
De 61 a 80 dólares	10	5%
De 81 a 100 dólares	12	6%
Mayores a 100 dólares	14	7%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

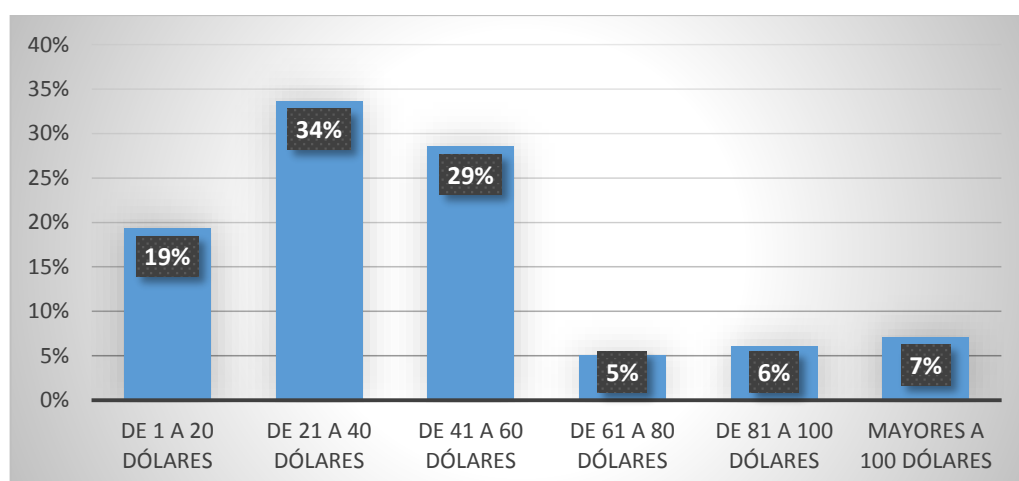


Figura 18 Dinero destinado mensualmente a la compra de productos

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

La cantidad de dinero que destinan mensualmente las familias a la compra de productos se encuentran entre los niveles de 1 a 60 dólares, demostrando que el dinero destinado a la adquisición de productos necesarios para su subsistencia es reducido, sin embargo se puede mencionar que la mayoría de la población se dedica a actividades agrícolas y ganaderas, por ende no poseen una remuneración fija, que les permita adquirir productos en grandes cantidades.

P.8 ¿Cómo percibe usted el nivel de precios de los diferentes productos que ofrecen las tiendas de la parroquia Mariano Acosta?

TABLA 20. Percepción de precios

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Muy convenientes	2	1%
Convenientes	71	36%
Bajos	7	4%
Muy bajos	5	3%
Caros	101	51%
Muy caros	10	5%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

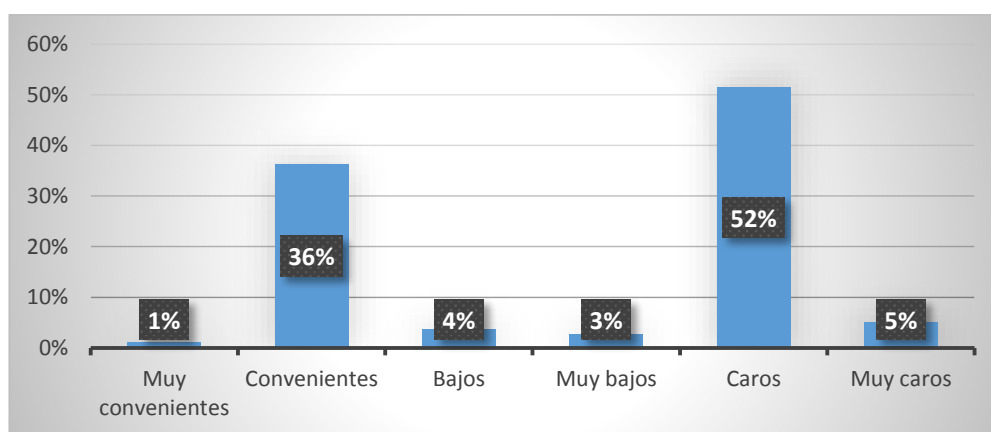


Figura 19 Percepción de precios

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Con relación a la percepción que tienen las familias acerca del precio de los diferentes productos que ofertan las tiendas, hay que destacar que los consideran caros, es por ello que prefieren comprar en tiendas de Pimampiro que les ofrecen una mayor economía, sin embargo estas compras no son realizadas con frecuencia, debido a que es un gasto adicional el trasladarse hasta el cantón, por ello a pesar de las dificultades compran en las tiendas de la Parroquia, y asumen que los precios son convenientes, puesto que los propietarios de las tiendas también deben obtener su beneficio.

P.9 ¿Dónde considera usted que es el lugar idóneo para establecer un micromercado?

TABLA 21. Ubicación idónea de un Micromercado

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
En el Barrio San Francisco	23	12%
En el centro de la Parroquia	126	64%
Cerca al estadio	3	2%
Alado del parque	44	22%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

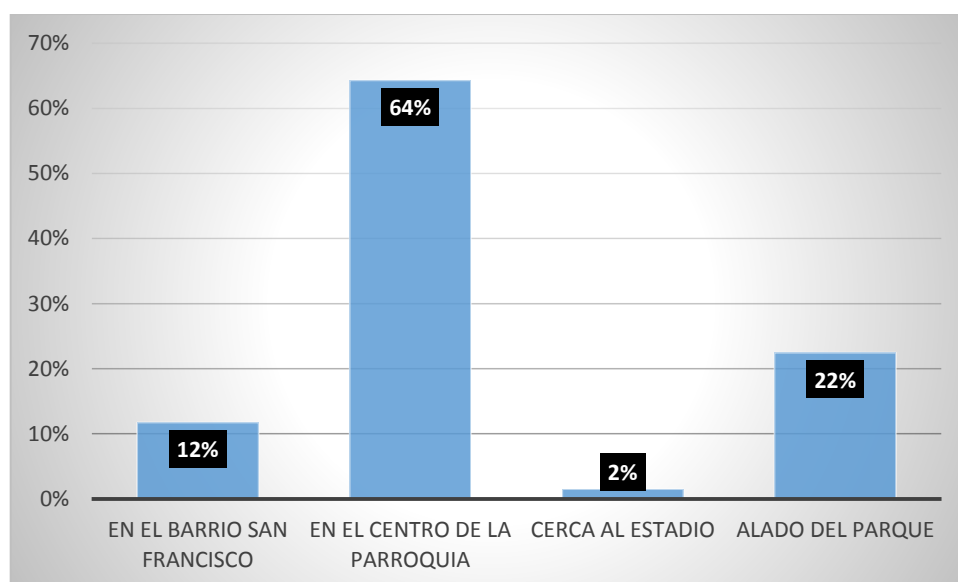


Figura 20 Ubicación idónea de un micromercado

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

Las familias encuestadas consideran que el lugar idóneo para establecer un micromercado es en el centro de la Parroquia, este lugar es el de mayor afluencia porque posee lugares cercanos como el parque, la iglesia, y negocios cercanos. Es importante establecer un micromercado en el lugar donde las personas puedan acudir y realizar sus compras.

P.10 ¿Cómo considera usted la calidad del servicio actual de las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta?

TABLA 22. Calidad del Servicio Actual

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Excelente	5	3%
Bueno	90	46%
Malo	24	12%
Regular	77	39%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta
Elaborado por: La Autora

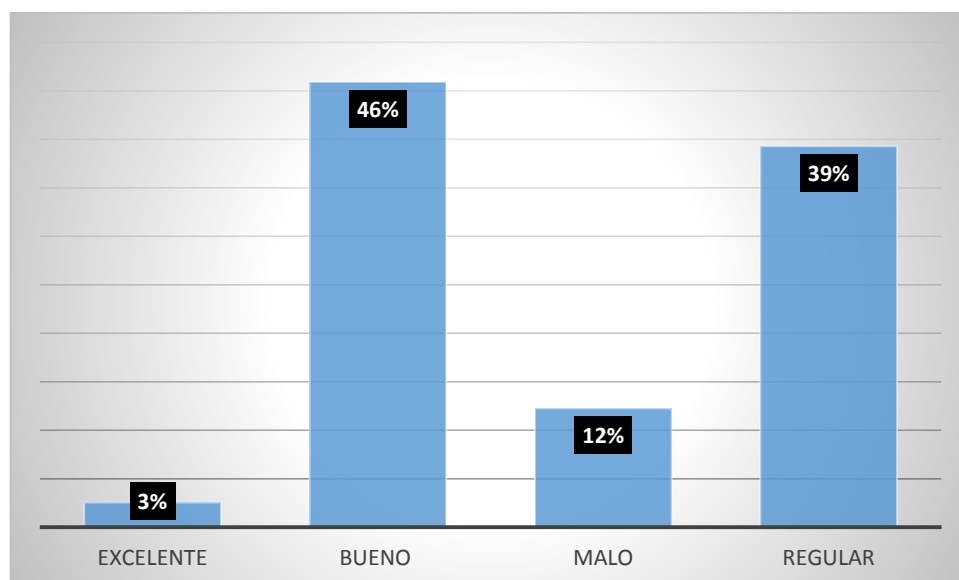


Figura 21 Calidad del Servicio Actual

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta
Elaborado por: La Autora

Interpretación

Con respecto a la calidad del servicio actual que es brindado por las tiendas, la población encuestada manifestó que es bueno, debido a que existe una atención al público, mas no es eficiente y adecuada, para que los clientes sean fieles a un solo lugar. También opinan que la atención en algunos lugares es regular, debido a la mala atención, precios excesivos e inexistencia de productos. La calidad de la atención es primordial para que exista la fidelización de los clientes.

P.11 ¿A través de qué medio de publicidad usted se informa con mayor frecuencia?

TABLA 23. Medio de Comunicación de uso frecuente

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Radio	109	56%
Tv	60	31%
La prensa	2	1%
Internet	18	9%
Redes sociales	7	4%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta
Elaborado por: La Autora

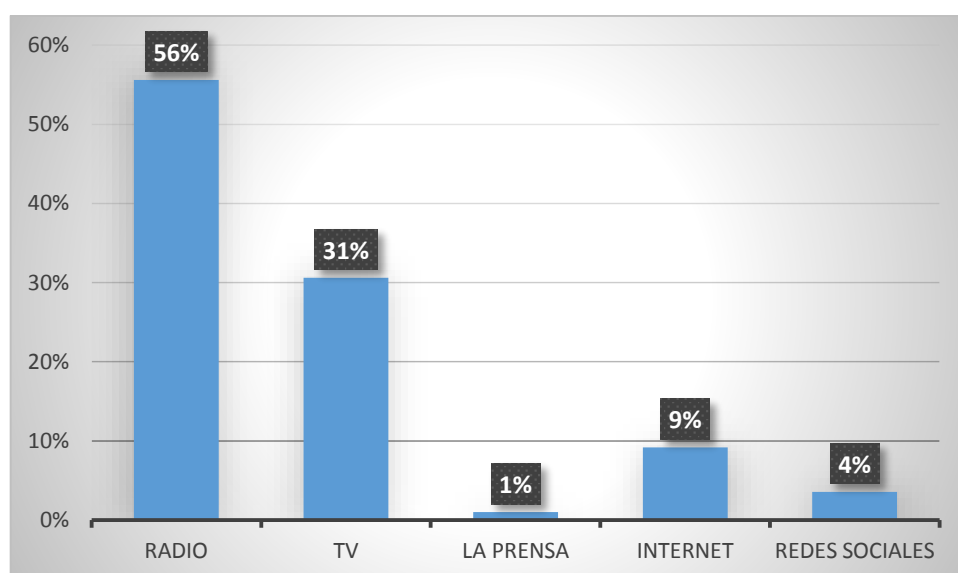


Figura 22 Medios de comunicación de uso frecuente

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

El medio de publicidad de mayor utilización por familias de la Parroquia Mariano Acosta es el radio, debido a que se informan mientras realizan sus actividades diarias. Este medio de publicidad puede ser empleado para dar a conocer el micromercado a través de una cuña publicitaria, como también es necesario implementar el internet y redes sociales, las cuales son herramientas que en la actualidad son de uso frecuente.

P.12 ¿Si se creara un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, realizaría allí sus compras?

TABLA 24. Aceptación de un nuevo micromercado

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
Definitivamente lo haría	167	85%
Tal vez lo haría	25	13%
No lo haría	4	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

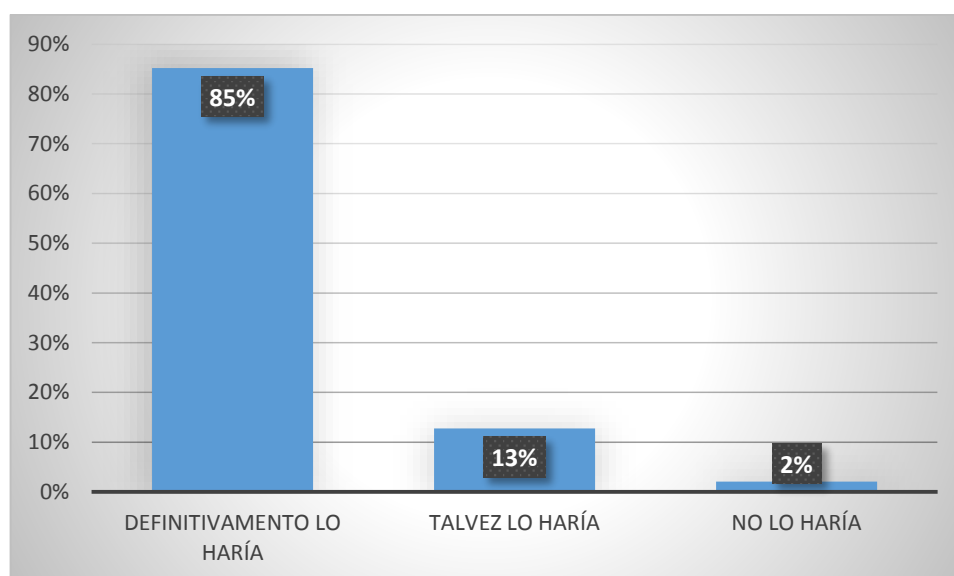


Figura 23 Aceptación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta

Fuente: Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia Mariano Acosta

Elaborado por: La Autora

Interpretación

La población encuestada menciona que existe la predisposición de compra en un micromercado que se encuentre dentro de la Parroquia, siempre que cumpla con los requerimientos de las familias, con la infraestructura adecuada, brinde un buen servicio y lo primordial ofrezca productos de calidad, con variedad y precios justos.

2.8.1 Observaciones

2.8.1.1 Observación documental

Base legal para la creación de un micromercado

Permisos de funcionamiento para un micromercado

Para obtener el permiso de funcionamiento anual para un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta es necesario cumplir con los siguientes requisitos que son otorgados por la Tenencia Política de la misma.

- RUC, o RISE
- Permiso original de los Bomberos
- Patente Municipal original

Base tributaria

Al momento de iniciar con una actividad económica es imprescindible adquirir el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

El RUC: Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.

INSCRIPCIÓN

Con respecto a la inscripción es obligatoria para todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios,

remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes (...).

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollan actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, serán considerados únicamente como personas naturales para los efectos de la Ley del Registro Único de Contribuyentes. (Servicio de Rentas Internas, 2016).

Para la constitución del micromercado, se establecerá mediante la personería de persona natural que son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas. En este caso será una persona natural no obligada a llevar contabilidad.

Principios generales

La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Registro de compras y adquisiciones: Los registros relacionados con la compra o adquisición de bienes y servicios, estarán respaldados por los comprobantes de venta autorizados por el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención, así como por los documentos de importación.

Emisión de Comprobantes de Venta: Los sujetos pasivos deberán emitir y entregar comprobantes de venta en todas las transferencias de bienes y en la prestación de servicios que efectúen, independientemente de su valor, de las condiciones de pago y de los contratos celebrados. Esta obligación también se aplica aun cuando dichas transferencias o prestaciones se realicen a título gratuito, no se encuentren sujetas a tributos o estén sometidas a tarifa cero por ciento del IVA.

Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, deberán emitir comprobantes de venta cuando sus transacciones excedan del valor de cuatro dólares. En transacciones de menor valor, a petición del adquirente del bien o servicio, están obligadas a emitir y entregar comprobantes de venta.

Estados financieros: Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, para las entidades financieras así como para las entidades y organismos de sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de la empresa. (Servicio de Rentas Internas, 2016)

PAGO DE IMPUESTO

MONTOS MÍNIMOS DE IMPUESTO A LA RENTA

Para liquidar el Impuesto a la Renta en el caso de las personas naturales, se aplicará a la base imponible, las siguientes tarifas:

TABLA 25. Impuesto a la Renta

Año 2017 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.290	0	0%
11.290	14.390	0	5%
14.390	17.990	155	10%
17.990	21.600	515	12%
21.600	43.190	948	15%
43.190	64.770	4.187	20%
64.770	86.370	8.503	25%
86.370	115.140	13.903	30%
115.140	En adelante	22.534	35%

Fuente: NAC -DGERGCG16-00000507 de 21/12/2016

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)

El micromercado tendrá que cumplir con la obligación tributaria del pago de Impuesto al Valor Agregado (IVA), por ende se cita a continuación lo requerido:

TABLA 26. Impuesto al Valor Agregado

Definición: El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.
Forma de declaración: Mensual, debido a que el micromercado transfiere bienes de naturaleza corporal, gravados en parte con tarifa 12%.
Fecha de declaración: Acorde al noveno dígito del contribuyente es 1, por lo cual la fecha máxima de declaración es el 10 de cada mes.

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORADO POR: La Autora

BASE LABORAL

Para la contratación de personal del micromercado es necesario basarse en el Código de Trabajo y en la Ley de Seguridad Social.

El código de trabajo menciona en el artículo 3 acerca de la libertad de trabajo y contratación, en el que expresa que el trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga, como también ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley.

Además todo trabajo debe ser remunerado y está compuesto por dos partes:

- **El empleador:** La persona o entidad, a la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio.
- **El trabajador:** La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra.

El acuerdo entre el empleador y el trabajador se denomina contrato, el mismo que se celebrará de manera escrita y debe contener los requisitos mencionados a continuación:

1. La clase de trabajo objeto del contrato;
2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.;
3. La cuantía y forma de pago de la remuneración;
4. Tiempo de duración del contrato;
5. Lugar en que debe ejecutarse el trabajo; y,
6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad. **(Ver Anexo F)**

En caso de los riesgos provenientes del trabajo: Estos son a cargo del empleador, y cuando, a consecuencia de ellos, el trabajador sufre daño personal, estará en la obligación de indemnizarle, siempre que tal beneficio no le sea concedido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

El empleador debe cumplir con las siguientes obligaciones acorde a lo mencionado en el código de trabajo.

Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar en el lugar de trabajo medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo, además de las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales;
4. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
5. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;
6. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley;
7. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
8. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;
9. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo. Cuando el trabajador se separe definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:
 - a) El tiempo de servicio;
 - b) La clase o clases de trabajo; y,
 - c) Los salarios o sueldos percibidos;
10. Atender las reclamaciones de los trabajadores;

- 11.** Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo;
- 12.** Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo;
- 13.** Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;
- 14.** Pagar al trabajador reemplazante una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado;
- 15.** Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;
- 16.** Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;
- 17.** Las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y las correspondientes al pago de fondo de reserva.

Prohibiciones al empleador

Prohíbese al empleador:

- a) Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado;
- b) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- c) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;

- d) Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;
- e) Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;
- f) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- g) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- h) Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;
- i) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren.

Obligaciones del trabajador

Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, o por mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Observar buena conducta durante el trabajo;
- d) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- e) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- f) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- g) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos y comerciales de los productos cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;

- h) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades;

Prohibiciones al trabajador

Es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas;
- b) Tomar de la empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga;
- h) Abandonar el trabajo sin causa legal.

LEY DE SEGURIDAD SOCIAL

La ley de seguridad social menciona que el asegurado; es el trabajador en relación de dependencia o empleado que preste un servicio, mediante un contrato de trabajo y percibe un sueldo o salario.

Los riesgos cubiertos por el Seguro General Obligatorio son: enfermedad, maternidad, riesgos del trabajo, vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad y cesantía.

Con referencia a la inscripción del afiliado y pago de aportes: El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince días. El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador, u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres días posteriores a la ocurrencia del hecho.

El empleador debe pagar las aportaciones del Seguro General Obligatorio dentro del plazo de quince días posteriores al mes que correspondan los aportes. En caso de incumplimiento, serán sujetos de mora.

Las prestaciones básicas que el Seguro General de Riesgos del Trabajo otorga son las siguientes: Servicios de prevención, servicios médico asistenciales, incluidos los servicios de prótesis y ortopedia, subsidio por incapacidad, cuando el riesgo ocasione impedimento temporal para trabajar, indemnización por pérdida de capacidad profesional, pensión de invalidez y pensión de montepío, cuando el riesgo hubiese ocasionado el fallecimiento del afiliado.

2.8.1.2 Observación directa

Mediante la observación directa realizada a las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta y las tiendas de la ciudad de Pimampiro, con la finalidad de observar los parámetros de: infraestructura, equipo y ubicación de las tiendas. **(Ver anexo E)**

Se determinó lo siguiente:

Infraestructura:

- **Espacios amplios**

En las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta se observó que los espacios son reducidos y cuentan con una capacidad limitada de espacio, en el cual, tienen lugar solamente para la exhibición de productos a la vista en vitrinas y en lugares improvisados en el piso. Lo cual no permite una visión de los productos para la elección al momento de la compra, incurriendo en una compra no satisfactoria.

Las tiendas de la ciudad de Pimampiro poseen espacios amplios que permiten un traslado de las personas, permitiendo escoger los productos que desea comprar. Lo cual es importante, ya que permite la elección del producto, acorde a la necesidad del comprador.

- **Distribución de espacios**

La distribución de espacios es de gran importancia, debido a que de esta manera se obtiene una organización adecuada. En la observación directa realizada a las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta se determinó que estas no cuentan con una distribución de espacios, ya que poseen un solo espacio reducido en el cual, exhiben los productos mediante las vitrinas, no poseen una bodega de almacenamiento de productos y una división de perchas de productos acorde a cada línea.

Las tiendas de la ciudad de Pimampiro cuentan con una distribución de espacios, ya que determinan el lugar de las diferentes secciones dentro de un micromercado, contando con caja, perchas por líneas de productos, y bodega.

- **Iluminación**

Las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta no cuentan con instalaciones adecuadas de iluminación, que permitan al comprador tener una vista llamativa de los productos que ofertan, cuentan con una iluminación básica para toda la tienda.

Las tiendas de la ciudad de Pimampiro poseen instalaciones básicas de iluminación, que no permite la exhibición adecuada de los productos.

- **Muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores)**

El mobiliario es necesario e indispensable, por ello que se realizó la observación directa para determinar los muebles y enseres con los cuales cuentan las tiendas observadas.

Las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta cuentan con muebles y enseres básicos y en número reducido como son dos estanterías y un refrigerador, mientras que los productos perecibles son exhibidos en el suelo o en lugares improvisados, observando una desorganización en la exhibición de los productos.

En la ciudad de Pimampiro las tiendas poseen una mejor presentación en mobiliario, debido a que cuentan con perchas, vitrinas y refrigeradores que permiten la exhibición de los productos. Además tienen mobiliario de caja.

Equipos

- **Equipos de cómputo y tecnología**

Las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta no poseen equipos de computación o un sistema contable que les permita llevar un manejo adecuado del inventario de la mercadería, como también dar un precio del producto al momento de la compra, mejorando el servicio.

Las tiendas de la ciudad de Pimampiro tres de las observadas cuentan con computadores y sistemas contables que le permiten un manejo adecuado de inventario y una agilidad en el servicio al momento de la verificación de precios, mientras que una de las tiendas observadas no cuenta con un equipo de computación, ni un sistema contable.

- **Ubicación de las tiendas**

Las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta se encuentran instaladas en su mayoría en las calles principales de la Parroquia, y en lugares estratégicos como es el parque, los cuales son lugares de mayor afluencia, mientras que algunas se encuentran ubicadas en calles alternativas que poseen una menor afluencia de personas. Las tiendas que se ubican en las comunidades de la Parroquia se encuentran en lugares centrales de las mismas, en lugares como parques, estadios, e iglesias.

Se puede mencionar que las tiendas se instalan en el domicilio de los propietarios, sin tener en cuenta el posicionamiento que les puede garantizar una ubicación adecuada.

Las tiendas de la ciudad de Pimampiro se encuentran ubicadas en los lugares de mayor afluencia de personas, tales como es el mercado de la ciudad, además de que cuenta con los medios de transporte ubicados en ese mismo sector.

Se concluye que la ubicación idónea para el micromercado es en el centro de la Parroquia, ya que es un punto estratégico para la venta de productos, debido a que tiene lugares que generan afluencia de personas, tales como; el parque, la iglesia y centros educativos.

2.9 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

OFERTA

Las tiendas que ofertan productos en la actualidad son 27 de las cuales son competencia directa 23 tiendas que están establecidas en la parroquia y competencia indirecta 4 tiendas o abastos de la ciudad de Pimampiro, que son las que se consideran de mayor afluencia por las familias de la Parroquia Mariano Acosta.

Las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta según una estimación realizada por sus propietarios consideran que atienden de 20 a 50 personas diariamente, cabe

destacar que el promedio de clientes por tienda depende de la ubicación de la misma, como también de los productos que ofertan y el precio de los productos.

Las tiendas ubicadas en el centro de la Parroquia, tienen más afluencia de compradores, mientras que las tiendas de las calles no centrales poseen menor afluencia.

DEMANDA

Acorde al censo poblacional del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) la población total de la Parroquia Mariano Acosta fue de 1544 habitantes. Para el presente estudio es necesario representarlos mediante familias para lo cual se obtienen 386.

TABLA 27. Proyección poblacional de la Parroquia Mariano Acosta

PROYECCIÓN POBLACIONAL DE LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA								
Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Población	1544	1613	1611	1608	1605	1602	1599	1594
Familias	386	403	403	402	401	401	400	399

Fuente: Proyecciones por parroquias del INEC

Elaborado por: La Autora

Según las proyecciones poblacionales realizadas por el INEC para el año 2017, la población de la Parroquia Mariano Acosta es de 1594 habitantes y obteniendo 399 familias.

De las familias existentes en el presente año 2017, acorde a la encuesta realizada se determina la demanda insatisfecha.

DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se ve reflejada en las compras realizadas por las familias en las tiendas o abastos del cantón Pimampiro y en los micromercados y supermercados de la ciudad de Ibarra. También por la insatisfacción actual que

tienen las familias acerca de los factores como: atención al cliente, calidad y precio de los productos.

Se estima que de las 399 familias existentes en el 2017, al menos 30 familias realizan sus compras en la ciudad de Ibarra y 70 familias en la ciudad de Pimampiro, cada determinado periodo de tiempo, por lo general quincenal y mensual.

La afluencia de compra se verifica en los fines de semana en los cuales las familias se trasladan hasta el cantón Pimampiro a realizar diversas actividades y a la compra de productos que necesitan en el hogar, principalmente se abastecen de productos de primera necesidad, tales como; frutas, verduras, carnes y algunos víveres.

Por lo cual, trataremos de cubrir al menos la mitad de esta demanda insatisfecha que realiza sus compras por fuera de la Parroquia Mariano Acosta.

2.10 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

(F1) Poder de negociación de los compradores

Para el presente estudio, el poder de negociación de los compradores es muy bajo, debido a que los precios de venta al público son fijados acorde a los costos y gastos de cada producto.

Un micromercado oferta productos similares que la competencia actual, por ende es necesario plantear una estrategia de precios que permita obtener la atención del público consumidor, logrando la atracción y posibles compras.

(F2) Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de un micromercado son diversos, debido a la cantidad de productos que se ofertan, por ende, es necesario establecer una estrategia de compra que permita obtener a los proveedores más convenientes.

Para escoger a los proveedores es indispensable cumplir con los requerimientos de cada producto, es decir, variedad, calidad y precio, además de los beneficios que puedan ofrecer tales como: transporte, descuentos en compras y promociones.

Ante la existencia de muchos proveedores en el mercado, el poder de negociación de los proveedores es bajo, y nuestro poder adquisitivo se eleva.

(F3) Amenaza de nuevos competidores entrantes

Los nuevos competidores es un factor inminente, debido a que para la apertura de un negocio de similares características que un micromercado en la Parroquia, no presenta complicación alguna para su apertura, debido a que los requisitos son básicos y fáciles de cumplir, es decir, no existe una barrera de entrada al mercado.

Por lo cual los nuevos competidores entran en el mercado sin ninguna dificultad y pueden aplicar nuevas estrategias que pueden afectar al micromercado que se establecerá. Por ende es necesario como competidor aplicar estrategias de liderazgo en costos y de diferenciación, que permitan obtener un posicionamiento y una fidelidad de los clientes. Con ello a pesar de que el mercado es abierto podremos competir y no ser reemplazados.

(F4) Amenaza de productos sustitutos

Un micromercado se caracteriza por la variedad de productos que ofrece y las diferentes escalas de precios que se ajustan a la economía de cada persona, por ende, por las diferentes líneas de productos que se ofertan se prevén ofertar productos sustitutos que se ajusten acorde a las necesidades de los compradores, como también a su economía.

Con los productos sustitutos se puede abastecer de productos similares por temporadas, debido a que los productos agrícolas en su mayoría, no se obtienen en un mismo tiempo, sino por temporadas, lo cual mantendría las compras.

(F5) Rivalidad entre los competidores

El micromercado en la Parroquia Mariano Acosta posee competencia directa e indirecta. Con referencia a la competencia directa, esta posee falencias que pueden ser aprovechadas por el micromercado y a la vez ser mejoradas, generando una

oportunidad de diferenciación de la competencia, tales como; variedad y calidad de productos, diferencian en precios e imagen del negocio, adquiriendo características que son visibles para los clientes, que son importantes para que ellos realicen sus compras y adquieran productos.

La competencia indirecta es más fuerte, pero al momento de brindar un servicio de calidad y excelencia en la Parroquia, las compras que se realizan por fuera ya no se harían, porque tendrían un lugar idóneo donde comprar como es el micromercado.

A pesar de la rivalidad podemos diferenciarnos atreves de la diferencian en productos, escalas de precios acorde a la economía de cada persona, oferta de productos sustitutos y sobre todo la excelencia en la atención al público.

2.11 CONCLUSIONES DE LA OFERTA

- La oferta se encuentra presente en la competencia directa e indirecta que tiene el micromercado que está representada por las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta y las principales tiendas de la ciudad de Pimampiro, sin embargo presentan algunas falencias que son oportunidades para ser mejoradas y aprovechadas, tales como: Atención al cliente, calidad, variedad y precio de los productos.
- Los productos de mayor abastecimiento por las familias de la Parroquia son; víveres, verduras, frutas, panificados, productos de aseo personal y de limpieza del hogar, puesto que cumplen con sus necesidades básicas como es la alimentación, cuidado personal y del hogar.
- Los proveedores de las tiendas de la Parroquia son cantonales y provinciales, es por ello que el precio de los productos que ofrecen las tiendas es más elevado, porque los propietarios cargan los gastos de transporte al precio de venta del producto, lo cual se ve reflejado en la insatisfacción de las familias, porque consideran que el precio de los diferentes productos son caros.
- La mayoría de tiendas encuestadas son pequeñas, hecho por el cual, no consideran aspectos de mejora continua, ni técnicas de marketing que podrían mejorar sus ventas como el merchandising, se puede mencionar que la atención aun es rudimentaria con referencia a las tiendas de la Parroquia, mientras que en las tiendas del cantón existe una mayor presentación de los productos e infraestructura más idónea.
- Para que un micromercado logre posicionamiento en el mercado debe aplicar estrategias que le diferencien de la competencia, estas estrategias se aplican especialmente a la oferta de productos con precios justos.

2.12 CONCLUSIONES DE LA DEMANDA

- La demanda de la Parroquia Mariano Acosta, se encuentra representada por las familias, las que consideran que un micromercado debe ofrecer productos de calidad a precios justos, con una extensa variedad que les permita escoger la mejor opción, que se ajuste a sus necesidades o a su economía.
- Las familias de la Parroquia centran sus compras en productos de primera necesidad como son los destinados a la alimentación, para cumplir con sus necesidades biológicas, además de productos de aseo personal y de limpieza del hogar.
- La frecuencia de compra de las familias es a diario aunque sea para adquirir un solo producto, mediante estas compras a pesar de que sean pocas las familias destinan cierta cantidad de dinero que al mes es representativa, destinando entre 1 a 60 dólares.
- Las familias de la Parroquia estarían dispuestas a realizar sus compras en un micromercado, sin embargo consideran que deben cumplir con los requerimientos previos, como son: la atención al público, calidad, variedad y precio de los productos, además es importante tener en cuenta el factor de los hábitos de alimentación que tiene la población para ofertar los productos.
- Se posee una demanda insatisfecha que se encuentra representada por las familias que realizan sus compras en el cantón Pimampiro, debido a factores como precio, que es considerado como excesivo en las tiendas de la parroquia Mariano Acosta, además de la calidad de productos que no es la idónea, igualmente por no contar con una variedad de productos y permitir escogerlo, como también la falta de productos en el momento requerido.
- Es importante y necesario analizar la posibilidad de abastecerse de productos locales, ya que la parroquia Mariano Acosta es netamente agrícola

y brinda diversos productos generalmente los de clima frío tales como; brócoli, coliflor, cebolla blanca, col, alverja, maíz, papas, frejol, habas, entre otras. Es importante mencionar que mediante la compra directa al productor resulta beneficioso con relación a los precios.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN

Para determinar la localización, se toma como referencia parte del estudio de mercado, en el cual, mediante la encuesta realizada se conoce la preferencia de las familias con respecto a la ubicación del micromercado, además se determina el lugar idóneo para comercializar los productos.

Para precisar el lugar de establecimiento idóneo se establece la macrolocalización y microlocalización.

3.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

Mediante la macrolocalización se presenta la visualización general de la zona en la cual se instalará el proyecto. Por ende, el micromercado se encontrara ubicado en la Provincia de Imbabura, en el cantón Pimampiro.

El cantón Pimampiro se encuentra ubicado al extremo oriente de la provincia de Imbabura, sus límites son: al norte con la provincia de Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos, al oeste con el cantón Ibarra.



Figura 24 Macrolocalización

Fuente: Plan de ordenamiento territorial GAD Pimampiro

3.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

El micromercado se establece en la Parroquia Mariano Acosta, perteneciente al cantón Pimampiro, considerando que la ubicación idónea es en el centro de la misma, entre las calles 18 de Noviembre y Galo Larrea, debido a que posee lugares cercanos que son de gran afluencia tales como; el parque, la iglesia, el infocentro, centros educativos y demás establecimientos comerciales.

Además de cumplir con la preferencia de las familias que mencionaron a través de la encuesta que el lugar idóneo para establecer un micromercado es en el centro de la Parroquia.



Figura 25 Microlocalización

Fuente: Carlos Pro audiovisiones

Se ha elegido el sitio tomando en cuenta los siguientes factores:

- Facilidad de acceso para las familias de la Parroquia Mariano Acosta, porque se encuentra en el centro de la Parroquia.
- Facilidad de transporte, por la existencia de buses rurales que tienen sus rutas en los diversos sectores.
- Cercanía.

Los factores mencionados anteriormente hacen que el micromercado posea una ubicación estratégica, ya que atenderá a las familias de la parroquia Mariano Acosta, brindando sus servicios, lo cual beneficiara al cumplimiento de las necesidades de la población.

3.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

NOMBRE: Micromercado Mariano Acosta

LOGOTIPO



Figura 26 Logotipo
Fuente: Carlos Pro Audiovisuales

ESLOGAN

Compre más y pague menos

3.3 ASPECTO LEGAL

Para realizar una actividad económica en el Ecuador se lo puede hacer mediante la inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC), cumpliendo con ciertos requisitos de identificación del representante legal y el domicilio del establecimiento:

TABLA 28. Requisitos para la identificación del contribuyente (persona natural) o representante legal

Nombre del Requisito:	Documento de identificación
Detalle del Requisito:	Cédula de identidad
Características especificadas del Ciudadano:	Ecuatoriano/Extranjero/Residente
Forma de presentación:	Original
Características del Requisito:	Son válidas las cédulas: reemplasticadas, que se encuentren perforadas, siempre y cuando no afecte la integridad del documento. No se aceptan cédulas ilegibles, caducadas, que no tengan un período de vigencia o refieran hasta la muerte del titular, cédulas de menor de edad cuando la persona ya sea mayor de edad.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: La Autora

TABLA 29. Requisitos generales para identificación de la ubicación del domicilio y establecimiento del Contribuyente (persona natural o sociedad) en inscripción o actualización del RUC

Detalle del Requisito	Forma de presentación	Características
Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos	Presentación del original	Se presentará únicamente el original de las facturas, planillas o comprobantes de pago de servicios básicos (luz, agua, teléfono) así como de internet y televisión pagada otorgados por empresas públicas que brindan estos servicios. El documento en caso de personas naturales a nombre de: contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
Factura o estados de cuenta de otros servicios	Copia	Facturas o estados de cuenta correspondientes a telefonía fija o móvil, televisión pagada (TVCABLE, Aero cable, DirecTV, o cualquier otro), servicio de internet prestados por instituciones privadas. El documento en caso de personas naturales a nombre de: contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural	Copia	Personas naturales únicamente a nombre del contribuyente o cónyuge.
Notas de Crédito y Notas de Débito	Copia	Las Notas de Crédito o Débito que se aceptarán son únicamente las emitidas por servicios básicos: agua, servicio eléctrico, teléfono, las mismas que deben identificar la dirección y al contribuyente o cónyuge, padres, hermanos o hijos en caso de personas naturales.

Cualquier documento emitido por una entidad pública	Copia, a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública	El documento en caso de personas naturales a nombre de: contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos. Estos documentos pueden ser: Certificaciones de cualquier entidad pública; orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección de la dirección (trabajador de la empresa de agua potable, energía eléctrica o entidad pública proveedora de telefonía fija).
Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato	Copia	El documento en caso de personas naturales a nombre del contribuyente o de su cónyuge, padres, hermanos o hijos. El contrato de arrendamiento cuyo cánon de arrendamiento supere una RBU (remuneración básica unificada) deberá ser inscrito ante un notario.
Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito	Copia	El documento deberá constar a nombre del contribuyente o de su cónyuge, padres, hermanos o hijos en caso de persona natural.
Patente Municipal, Permiso de Bomberos	Copia	El documento podrá constar en caso de personas naturales únicamente a nombre del contribuyente o cónyuge.
Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio	Original	Se acepta este requisito únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado, el cual debe constar a nombre del contribuyente en caso de personas naturales.

Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad	Copia	La escritura de compra venta del inmueble deberá encontrarse inscrita en el Registro de la Propiedad. El certificado emitido por esta entidad tendrá vigencia de treinta (30) días a partir de la fecha de emisión. Se aceptará este documento cuando esté a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos en el caso de personas naturales y en caso de sociedades a nombre de la sociedad, representante legal o su cónyuge, socio o accionista.
--	-------	--

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: La Autora

Mediante el cumplimiento de los requisitos anteriormente mencionados el Servicio de Rentas Internas otorga el certificado del RUC.

3.4 PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.4.1 MISIÓN

Micromercado Mariano Acosta es una microempresa dedicada a la comercialización de diversos productos, con precios justos, brindando una atención enfocada al cliente garantizando calidad y excelencia en el servicio de compra.

3.4.2 VISIÓN

Micromercado Mariano Acosta para el 2022 busca crecer y obtener reconocimiento a nivel local, por la oferta de productos varios, precios justos y calidez en la atención, mediante la implementación de estrategias de marketing se tendrá una mayor atención del público, incrementando el volumen de ventas y alcanzando un posicionamiento en el mercado actual.

3.4.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES

- ✓ Buscar la satisfacción del cliente, para incrementar el volumen de ventas y rentabilidad de la microempresa.
- ✓ Obtener reconocimiento de los clientes por la calidad y excelencia del servicio.
- ✓ Lograr un posicionamiento en el mercado local.
- ✓ Trabajar con empleados comprometidos para alcanzar las metas de la empresa.

3.4.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

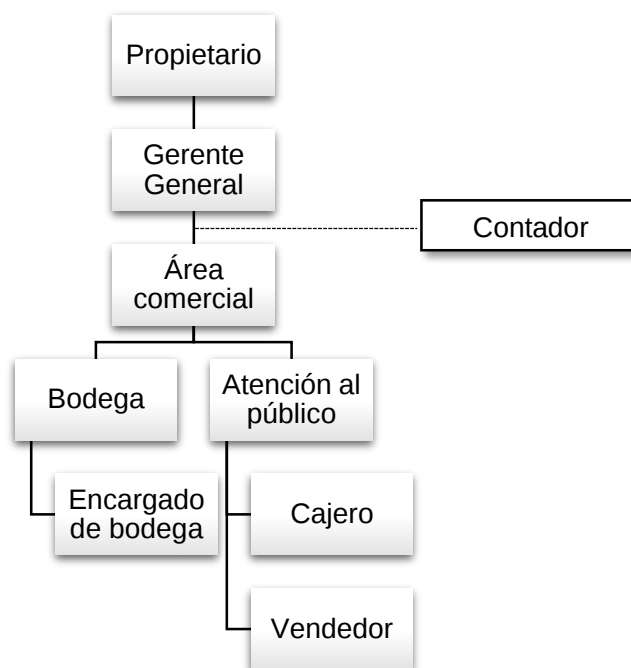


Figura 27 Organigrama estructural
Elaborado por: La Autora

3.4.5 MANUAL DE FUNCIONES

TABLA 30 Manual de Funciones, Cargo Gerente General

	MICROMERCADO MARIANO ACOSTA	
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CARGO	Gerente General
	REPORTA A	Propietario
	REQUERIMIENTO	1 persona
PERFIL PARA EL CARGO		
Formación académica	Título profesional en Administración de empresas	
Conocimientos	Administración de empresas	
Habilidades	1. Excelente comunicación oral y escrita 2. Liderazgo 3. Dirección y delegación 4. Capacidad de toma de decisiones, planificación y organización	
Experiencia	1 año en cargos de administración de empresas	
FUNCIÓN GENERAL		
Planear, proponer, aprobar, dirigir y controlar las actividades administrativas, comerciales y de control del micromercado.		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
a) Representar legalmente al micromercado b) Verificar las actividades administrativas, operativas y de control del micromercado c) Planificar, ejecutar y mantener una imagen positiva del micromercado ante la sociedad. d) Ejercer la dirección administrativa y de control del micromercado. e) Informar al propietario acerca de las acciones a tomar en el micromercado. f) Elegir al personal idóneo para ocupar los diferentes puestos de trabajo del micromercado. g) Supervisar y evaluar el desempeño de los empleados de niveles inferiores. h) Aprobar y transmitir documentación con referencia a la normativa del micromercado. i) Procurar el cumplimiento de los objetivos y metas del micromercado.		

Condiciones de trabajo	El trabajo se realizará en las instalaciones del micromercado, en un sitio cerrado y agradable.
------------------------	---

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 31 Manual de Funciones, Cargo Cajero

	MICROMERCADO MARIANO ACOSTA	
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CARGO	Cajero
	REPORTA A	Gerente General
	ÁREA	Comercial
	REQUERIMIENTO	1 persona
PERFIL PARA EL CARGO		
Formación académica	Título profesional en Contabilidad y auditoría	
Conocimientos	• Contabilidad general • Técnicas para el manejo de la caja • Programas de computación	
Habilidades	1. Tratar en forma cortés al público. 2. Realizar movimientos de caja.	
Experiencia	De 1 a 2 años en cargos afines.	
FUNCIÓN GENERAL		
Recepción, entrega y custodia del dinero recibido en efectivo por la venta de los productos del micromercado.		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
a) Apertura y cierre de caja. b) Recepción del dinero recibido en efectivo por la compra de productos. c) Registro del movimiento de ingresos y egresos del dinero. d) Realizar arqueos de caja.		
Condiciones de trabajo	El trabajo se realizará en las instalaciones del micromercado, en el área de caja.	

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 32. Manual de Funciones, cargo Vendedor

	MICROMERCADO MARIANO ACOSTA	
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CARGO	Vendedor
	REPORTA A	Gerente General
	ÁREA	Comercial
	REQUERIMIENTO	1 persona
PERFIL PARA EL CARGO		
Formación académica	Título profesional en Administración de empresas	
Conocimientos	• Ventas • Atención al cliente	
Habilidades	1. Expresión oral 2. Capacidad para el trabajo en equipo 3. Capacidad para la organización	
Experiencia	1 a 2 años en cargos de ventas	
FUNCIÓN GENERAL		
Responder por la gestión de ventas del micromercado		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
a) Venta de productos del micromercado b) Arreglo de perchas c) Asesorar a los clientes en la venta d) Informar sobre las promociones a los clientes e) Revisar los productos con periodicidad		
Condiciones de trabajo	El trabajo se realizará en las instalaciones del micromercado, en un sitio cerrado y agradable.	

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 33. Manual de Funciones, cargo Bodeguero

	MICROMERCADO MARIANO ACOSTA	
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CARGO	Bodeguero
	REPORTA A	Gerente General
	ÁREA	Comercial
	REQUERIMIENTO	1 persona
PERFIL PARA EL CARGO		
Formación académica	Título técnico en logística y distribución	
Conocimientos	Control de inventarios	
Habilidades	1. Responsabilidad 2. Trabajo en equipo	
Experiencia	De 1 a 6 meses en cargos afines Capacitaciones relacionadas con el área de bodega	
FUNCIÓN GENERAL		
Custodiar, controlar y mantener el resguardo del inventario de los productos del micromercado.		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
a) Recepción y verificación de los productos comprados. b) Ingreso de los productos al sistema informático del micromercado. c) Mantener los registros de ingresos y egresos del inventario de los productos. d) Mantener en orden los archivos de la documentación que acredite la existencia de los productos en la bodega. e) Ordenar los productos, acorde a cada línea de producto. f) Mantener el inventario de los productos actualizado que reposan en la bodega.		
Condiciones de trabajo	El trabajo se realizará en las instalaciones del micromercado, en el área de bodega.	

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 34. Manual de Funciones, cargo Contador

	MICROMERCADO MARIANO ACOSTA	
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CARGO	Contador
	REPORTA A	Gerente General
	ÁREA	Control
	REQUERIMIENTO	1 persona
PERFIL PARA EL CARGO		
Formación académica	Título profesional en Contabilidad y Auditoría (CPA).	
Conocimientos	Contabilidad y auditoría	
Habilidades	1. Comunicación escrita y verbal 2. Capacidad de gestión contable 3. Capacidad de organización y archivo 4. Manejo de sistemas contables	
Experiencia	2 a 3 años en cargos del área contable	
FUNCIÓN GENERAL		
Dirigir el proceso contable del micromercado		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
• Controlar la documentación referente a la compra-venta de los productos del micromercado • Elaboración y análisis de los estados financieros • Elaboración de análisis de situación financiera del micromercado • Elaboración de las obligaciones tributarias del micromercado		
Condiciones de trabajo	El trabajo se realizará en las instalaciones del micromercado, en el área de control.	

ELABORADO POR: La Autora

3.5 PROPUESTA OPERATIVA

3.5.1 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Los procesos a realizar se visualizan en el siguiente flujograma, el cual muestra de una manera sistemática los procedimientos a seguir en la compra, venta y recepción de mercadería.

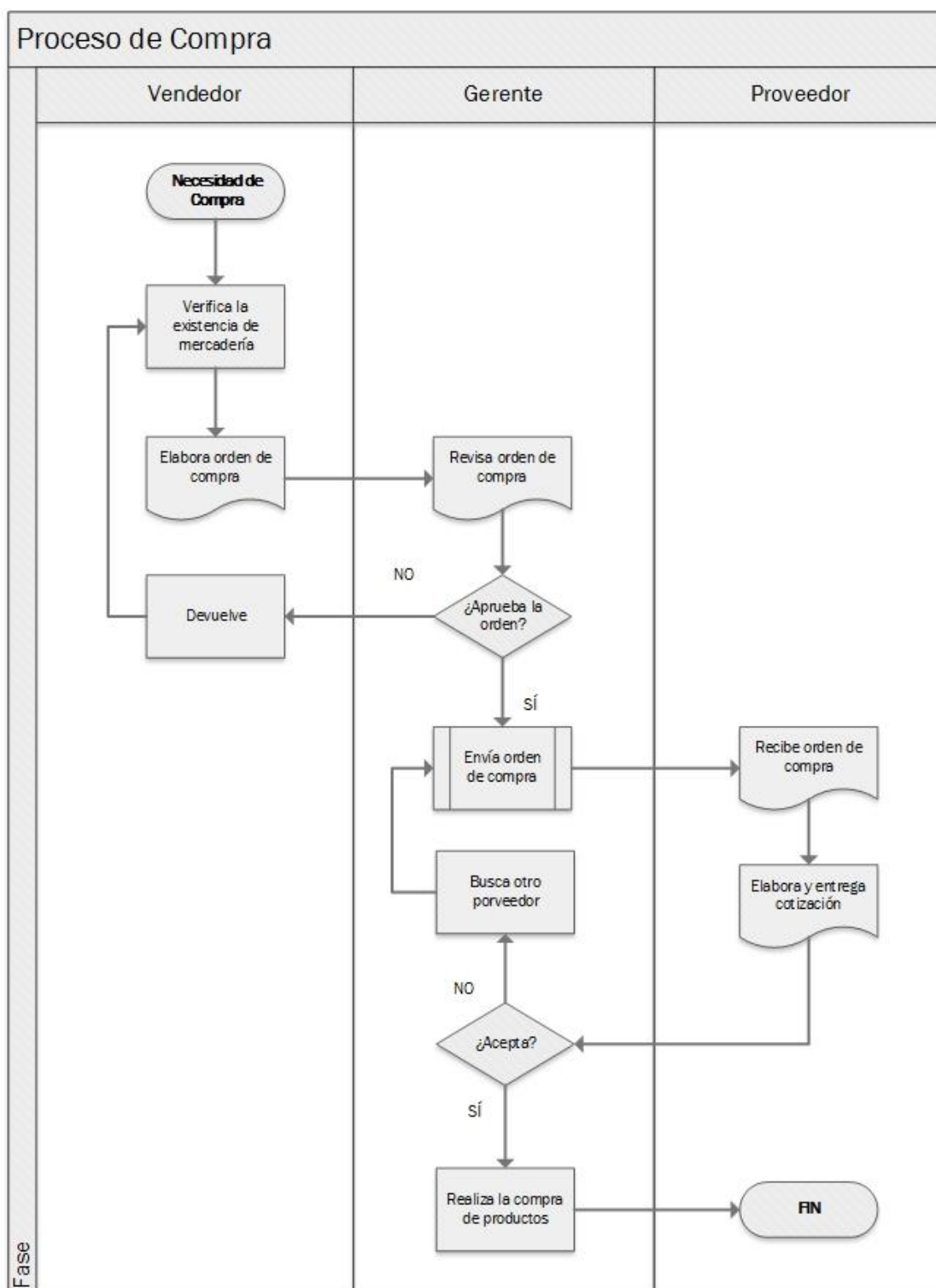


Figura 28 Proceso de compra de productos
Elaborado por: La Autora

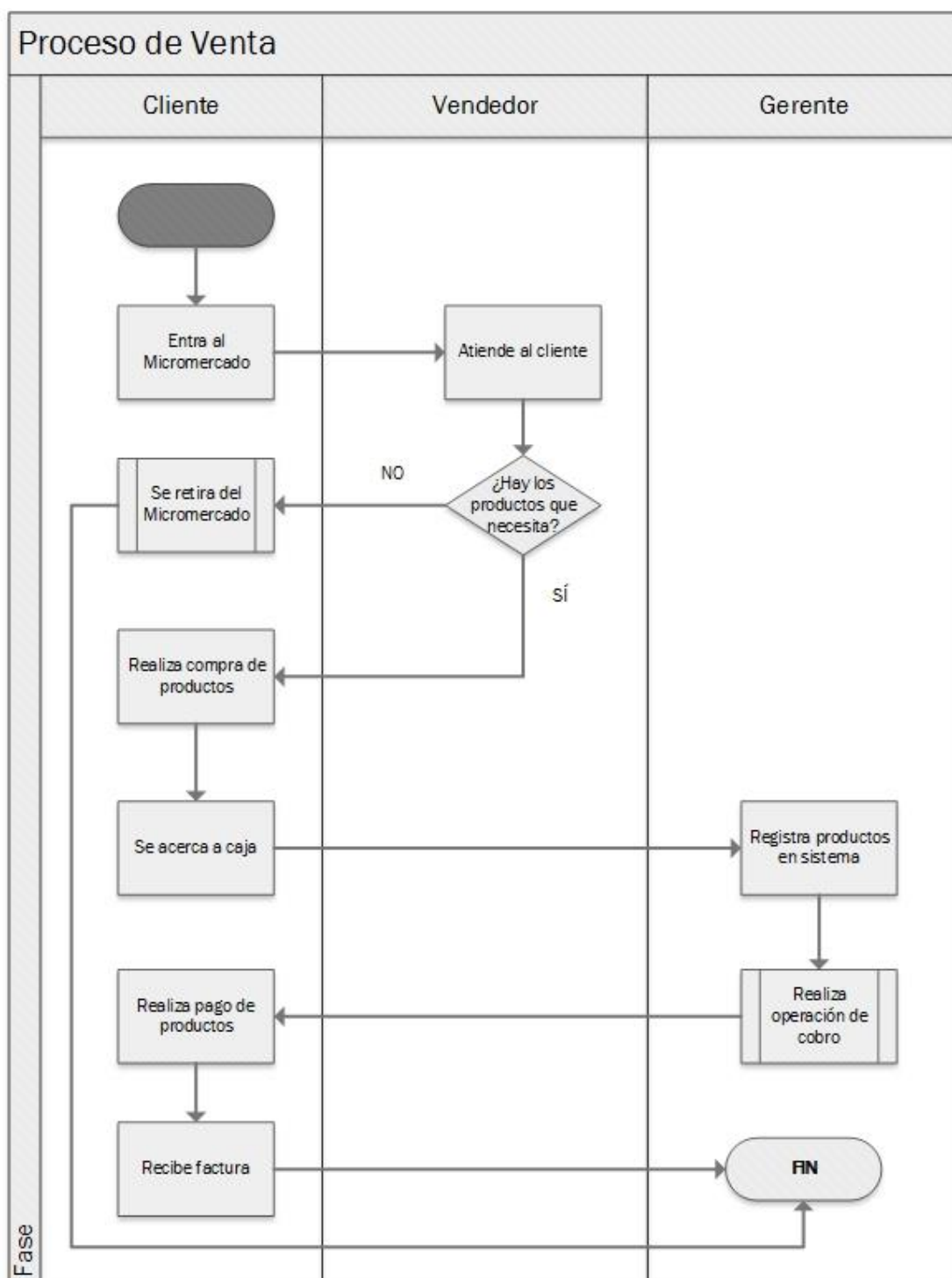


Figura 29 Proceso de venta de productos
Elaborado por: La Autora

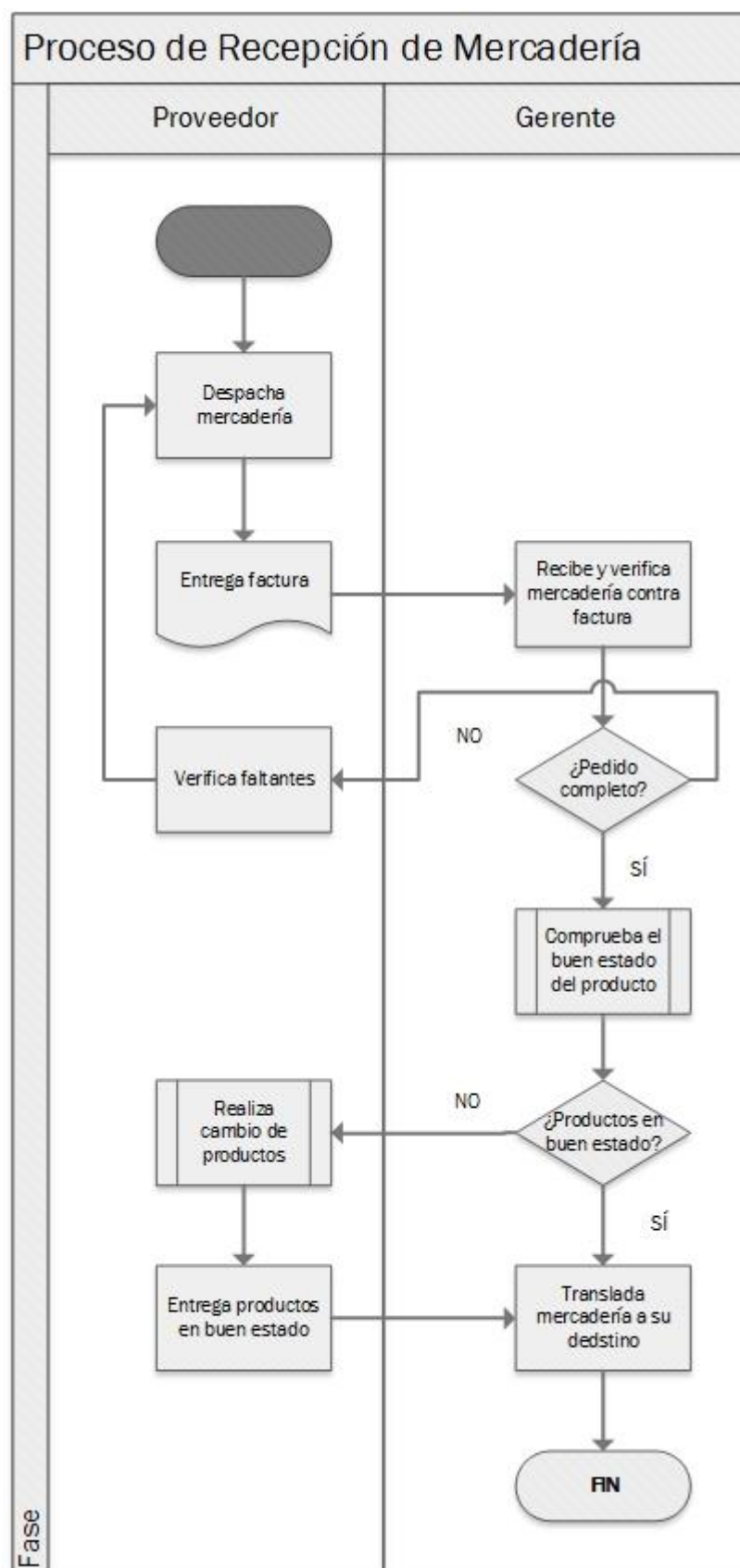


Figura 30 Proceso de Recepción de Productos

Elaborado por: La Autora

3.6 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

3.6.1 PLANTA



Figura 31 Planta
Elaborado por: La Autora

3.6.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Mediante la distribución de la planta se determina el espacio físico necesario para cumplir con las necesidades de un micromercado. Teniendo como prioridad que se debe contar con espacios amplios que permitan una atención al cliente de calidad y excelencia, además de un traslado eficiente y cómodo entre los pasillos, que permita a los clientes una amplia vista de todos los productos, garantizando la compra.

3.6.3 INSTALACIONES

El tamaño del local donde el micromercado realizara sus funciones posee las siguientes medidas: 15 m^2 de ancho por 20 m^2 de largo. Se realiza la siguiente distribución que consta de dos áreas generales: el área de atención al público y el área de bodega.

El área de atención al público comprende:

- **Perchas:** Lugar de exhibición de los productos.
- **Caja:** Lugar de pago por los productos adquiridos.
- **Área de aseo:** Lugar donde se encuentran los materiales necesarios para el mantenimiento del micromercado.

El área de bodega comprende:

- **Bodega:** Lugar de almacenamiento y conservación de productos.

3.6.4 EQUIPAMIENTO

Brindar un servicio de venta de productos, depende de una atención cálida y cordial de parte del personal encargado, además de contar con instalaciones cómodas y amplias, que posean el equipamiento y la tecnología necesarios, para una atención rápida y eficaz.

El equipamiento que requiere un micromercado es el siguiente:

TABLA 35. Maquinaria y Equipo

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computador	540,00	540,00
		Descripción Computador de escritorio, marca HP, monitor, Teclado y mouse. Disco 1000 GB Memoria 4 GB Pantalla 19.5 “	
1	Programa contable	896,00	896,00
		Descripción Programa contable, permite llevar inventario de los productos, registro de proveedores, clientes, facturas de compra y venta, realización de movimientos contables.	
1	Impresora de ticket	260,82	260,82
		Descripción Impresora Epson tipo ticketera, con puerto USB.	
9	Góndolas centrales	230,00	2070,00

		Descripción Vitrina para exhibición de productos, de cinco bandejas. Medidas 2,5 metros.	
7	Estantería metálica	75,00	525,00
		Descripción Estantería metálica de cinco niveles, con capacidad de carga de 450kg por nivel. Medidas: Alto: 200 cm Ancho: 100 cm Profundidad: 40 cm	
1	Mostrador sencillo	148,00	148,00
		Descripción Vitrina exhibidor de metal y cristal. De tres niveles. Medida: 1.50 cm	
1	Mostrador formica	178,00	178,00

		Descripción Mostrador de 2 metros, con acabados de madera.	
1	Vitrina panadera	295,00	295,00
		Descripción Vitrina exhibidor para panadería de tres bandejas, en acero inoxidable, estantes de cristal, con control de temperatura y ventilación.	
1	Frigorífico mixto	1890,00	1890,00
		Descripción Frigorífico cuatro bandejas, en acero, con congelador y refrigerador.	
1	Frigorífico sencillo	1190,00	1190,00

		Descripción Frigorífico de cuatro bandejas, en acero, con refrigerador.	
1	Vitrina Enfriador	1190,00	1190,00
		Descripción Refrigerador de cinco niveles. Capacidad 452 litros.	
1	Mostrador con caja	195,00	195,00
		Descripción Mostrador con caja tipo vitrina sencilla, de metal y cristal.	
1	Balanza Digital Electrónica	140,00	140,00

		Descripción Balanza Digital Electrónica de 66 libras.	
1	Lector de códigos de barras	81,46	81,46
		Descripción Dispositivo electrónico, que mediante un láser permite la lectura del código de barra, mostrando el precio de referencia.	
10	Canastas plásticas	20,00	200,00
		Descripción Canasta plástica transportadora móvil.	
1	Silla giratoria	80,00	80,00
		Descripción Silla giratoria de acero tubular, recubierta con polipropileno color negro.	

Elaborado por: La Autora

3.6.5 PRODUCTOS

Un micromercado requiere una variedad de productos, los mismos que se ofertaran considerando las marcas tradicionales más reconocidas por el público consumidor investigado, además de contar con precios competitivos en el mercado.

Para la presentación de los productos se ha tomado los siguientes grupos:

GRUPO 1:

VÍVERES

- Arroz
- Avena
- Azúcar
- Sal de mesa
- Panela
- Café
- Huevos
- Aceite
- Manteca vegetal
- Harina
- Fideo
- Tallarín
- Atún
- Sardina
- Gelatina
- Condimentos y especias
- Granos
- Otros productos

GRUPO 2:

PANIFICADOS

- Pan blanco
- Pan de dulce

GRUPO 3:

LÁCTEOS

- Yogurt
- Leche
- Queso de mesa

GRUPO 4:

FRUTAS

- Manzana
- Mandarina
- Naranja
- Fresa
- Piña
- Pepino
- Banano

GRUPO 5:

VERDURAS

- Alverja
- Frejol
- Brócoli
- Coliflor
- Tomate riñón

- Tomate de árbol
- Pimiento
- Zanahoria
- Cebolla paiteña
- Cebolla blanca larga

GRUPO 6:

CARNES Y EMBUTIDOS

- Carne de pollo
- Carne de res
- Carne de cerdo
- Salchichas

GRUPO 7:

CONFITERÍA

- Chicles
- Chupetes
- Chocolates
- Snack
- Galletas

GRUPO 8:

BEBIDAS

- Energizantes
- Jugos
- Gaseosas
- Agua mineral
- Alcohólicas

GRUPO 9:

PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL

- Jabón de tocador
- Talco para pies
- Pastas dentales
- Papel higiénico
- Cepillos dentales
- Shampoo
- Toallas sanitarias
- Antitranspirantes
- Afeitadoras
- Pañales para bebe

GRUPO 10:

PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR

- Detergente
- Jabón de lavar ropa
- Lavavajillas
- Desinfectantes
- Suavizantes
- Cloro
- Esponjas

GRUPO N 11:

MEDICINA DE LIBRE VENTA

- Finalín gripe adulto
- Finalín Fem
- Apronax

3.7 MARKETING

1) ANÁLISIS DEL MERCADO

Entorno general

La Parroquia Mariano Acosta se caracteriza por ser una Parroquia de intercambio cultural, habitada por personas con autoidentificación indígena y mestiza, la población se dedica a actividades agrícolas y ganaderas principalmente, siendo éstas las fuentes de obtención de recursos económicos.

Entorno competitivo

El mercado actualmente se encuentra conformado por:

- La competencia directa, las cuales son las tiendas que se encuentran ubicadas en la Parroquia Mariano Acosta.
- La competencia indirecta que se encuentra representada por las tiendas del centro del cantón Pimampiro.

Principales características de la competencia

- La competencia directa posee instalaciones, que no cuentan con una infraestructura idónea, que permitan al cliente verificar el producto antes de la compra, o una elección del producto. Como también el traslado dentro de las mismas.

La competencia indirecta permite el traslado del cliente por las instalaciones del micromercado, permitiéndole elegir el producto que desea comprar.

- Con referencia al abastecimiento la competencia directa se provee de los diferentes productos principalmente de las grandes tiendas de la ciudad de Pimampiro. Algunas de las tiendas de la Parroquia se abastecen de los supermercados, abastos o almacenes de la ciudad de Ibarra.

La competencia indirecta obtiene sus productos a través de los proveedores directos, es decir, los distribuidores de las empresas productoras.

- La competencia directa e indirecta no utilizan algún medio publicitario.
- Con referencia al precio de los productos que oferta la competencia directa, se encuentra establecido, por los propietarios de las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta, por ende, es superior al precio de venta al público, debido a que asumen gastos que son asignados directamente al precio de los productos.

La competencia indirecta oferta los productos acorde al precio de venta al público.

Público objetivo: Las familias de la Parroquia Mariano Acosta.

2) OBJETIVOS

- Lograr una penetración de mercado, de al menos 100 familias mensuales durante el primer año de funcionamiento del micromercado.
- Obtener la fidelización de los clientes de 100 familias en el primer año de funcionamiento del micromercado.
- Incrementar las ventas en 2% anual a partir del segundo año de funcionamiento del micromercado.

3) ESTRATEGIAS

Las estrategias a implementar para lograr los objetivos son:

- ✓ Ofertar productos al precio de venta al público, es decir, mediante precios justos.
- ✓ Brindar instalaciones adecuadas que permitan el traslado de los clientes, y a la vez la elección de los productos que desean comprar.

- ✓ Difusión de publicidad a través de la radio Nexa, en la cual se contratará una campaña publicitaria en el primer y cuarto trimestre del año.
- ✓ Difusión de publicidad a través de redes sociales como Facebook.

3.7.1 LAS 4`P

✓ PRODUCTO

Los productos que se pueden ofertar en un micromercado son diversos, acorde a cada línea de productos, debido a la existencia de distintas marcas que existen en el mercado. Sin embargo es necesario conocer los gustos y preferencias del público meta al que se desea llegar.

Por ello el micromercado Mariano Acosta, ofertará diversos productos de cada una de las líneas de productos, garantizando que el cliente escoja el producto acorde a su necesidad y economía. Con el conocimiento que se obtendrá de los gustos y preferencia de las familias de la Parroquia Mariano Acosta, con respecto a los productos, se realizará el abastecimiento, acorde a los de mayor preferencia o venta. Como también un abastecimiento en grandes cantidades de los productos de larga duración. Mientras que para los productos de menor durabilidad se planea un abastecimiento semanal.

✓ PRECIO

Los precios de los productos es la base fundamental para la atracción de clientes, mediante la investigación se ha obtenido información acerca de la fijación de precios de la competencia directa, es decir, las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta, las cuales en su mayoría asignan el precio por su propia cuenta, tomando como referencia el precio de compra, más los gastos incurridos, y así determinan el precio para la venta al consumidor. Además es importante mencionar que ellos se abastecen de los diferentes productos en menores cantidades, de las grandes tiendas de la ciudad de Pimampiro y de los supermercados de la ciudad de Ibarra,

mas no cuentan con proveedores directos, que garanticen una entrega en su establecimiento comercial, y a un menor costo.

Ante esta situación el micromercado Mariano Acosta, planea un abastecimiento en grandes cantidades que le permita abaratar costos, como también abastecerse directamente de los supermercados de la ciudad de Ibarra, ya que por la vía de acceso y la falta de establecimientos comerciales que se abastezcan en grandes cantidades, es complicado obtener un abastecimiento de proveedores que lleguen hasta la Parroquia Mariano Acosta.

También se planea el abastecimiento de algunos productos, por medio de proveedores directos, existentes en la ciudad de Ibarra, puesto que de acuerdo a investigaciones realizadas los proveedores ofrecen descuentos de los diferentes productos acorde a las cantidades de productos adquiridos, lo cual permite tener precios competitivos en el mercado, además de contar con una política de entrega de productos, en la cual el precio es distinto para las tiendas, comisariatos, micromercados, supermercados y bodegas.

Mediante la aplicación de estas técnicas, se pueden reducir costos y ofertar los productos a un precio justo, que debe ser acorde al Precio de Venta al Público, que viene marcado en cada producto.

✓ **PLAZA O DISTRIBUCIÓN**

La plaza es un elemento del marketing mix, que permite que el producto llegue favorablemente al cliente, logrando su satisfacción.

El Micromercado Mariano Acosta, se dedica a la comercialización de diversas líneas de productos, por ende, tiene como finalidad prestar el servicio de atención al público, mediante la venta de productos y con ellos obtener un lucro.

La plaza está compuesta por elementos que determinan un proceso efectivo, que permite que el producto llegue al cliente de manera efectiva.

Canales de distribución

Dependiendo del tipo de producto el canal de distribución es largo o corto.

Para las líneas de productos tales como: víveres, productos de aseo personal, productos de limpieza del hogar, embutidos, frutas, lácteos, confitería y medicina le libre venta, se utiliza un canal de distribución largo, el cual se representa a continuación.



Figura 32 Canal de Distribución
Elaborado por: La Autora

Para productos tales como verduras y panificados, que son productos que se obtendrán directamente del productor, se requiere de un canal de distribución corto el cual se muestra a continuación:

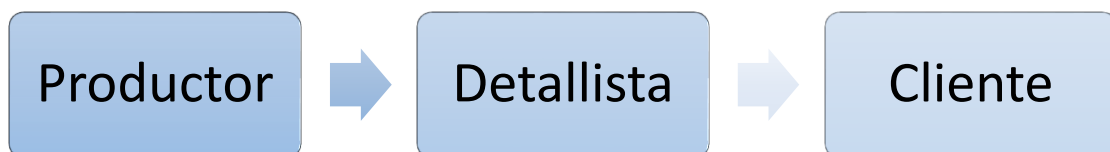


Figura 33 Canal de Distribución Corto
Elaborado por: La Autora

Infraestructura logística

La infraestructura logística hace referencia a las vías de acceso y el transporte, que influyen en los costos de los productos, debido a la distancia que se encuentra la Parroquia Mariano Acosta, del cantón Pimampiro y de la ciudad de Ibarra. Lo cual dificulta tener proveedores directos para un abastecimiento continuo.

Por ende se planea adquirir los diferentes productos en la ciudad de Ibarra y transportarlos hasta la Parroquia mediante el pago de un carro particular. Esta acción se realizaría por la vía de acceso directo desde la Parroquia Mariano Acosta, hasta la ciudad de Ibarra.

Merchandising

El Merchandising consiste en la aplicación de técnicas que incentivan a la compra de productos, siendo esta una manera de impulsar al cliente a comprar a través de aspectos que son llamativos visualmente tales como; infraestructura, mobiliario, posición de vitrinas y estanterías, productos en percha, etc.

Micromercado Mariano Acosta, hará uso de esta técnica mediante la presentación de una infraestructura con instalaciones cómodas, que permitan el traslado de los clientes, con fachadas e interiores de un color agradable.

Con referencia a los productos en percha, estos se acomodaran por líneas de productos, con la técnica que los productos de mayor frecuencia de consumo se ubicaran en la parte posterior, incentivando de esta manera a que el comprador recorra los pasillos y pueda adquirir más productos. Mientras que los productos de menor frecuencia de compra se ubicaran en las perchas al ingreso del micromercado.

✓ PROMOCIÓN

La promoción es una forma de comunicación, que nos permite difundir un mensaje y a la vez obtener una respuesta de nuestro público objetivo, por ende, en la promoción del micromercado es necesario considerar las preferencias en los medios publicitarios que tienen las familias de la Parroquia Mariano Acosta, que se conoció mediante la encuesta aplicada a las mismas, en la cual el medio publicitario más utilizado es la radio.

Con la finalidad de promocionar al micromercado, se empleará una estrategia de promoción, mediante un anuncio publicitario en la radio Nexa que se encuentra ubicada en el cantón Pimampiro, la cual es la más reconocida en la Parroquia Mariano Acosta. También se utilizará las redes sociales como Facebook para difundir información del micromercado, a pesar de que la población encuestada no utiliza mucho este medio publicitario, debido a su edad y nivel de educación. Sin embargo se podría difundir información mediante las redes sociales para llegar al público consumidor más joven de las familias, en vista de que ellos utilizan redes sociales en gran medida.



Figura 34 Página red social Facebook

Fuente: La Autora

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Para realizar el estudio económico-financiero es necesario contar con los siguientes datos:

TABLA 36. Datos

DATOS	AÑO 2017
% INCREMENTO DE SUELDO	2,46%
% CRECIMIENTO A NIVEL PAÍS	1%
% CRECIMIENTO VENTAS ANUALES	2%
% DE UTILIDAD	19%
EFFECTIVO MÍNIMO REQUERIDO	25%

ELABORADO POR: La Autora

- El porcentaje de incremento salarial hace referencia al incremento del año 2016 con relación al 2017 que es del 2,46%.
- El porcentaje de crecimiento hace referencia al crecimiento a nivel país con relación del año 2017 al 2018.
- El porcentaje de utilidad es calculado sobre el precio de compra del producto.
- El efectivo mínimo requerido es el 25% por ser una política del micromercado, efectivo que es necesario para la operación.

4.1 INVERSIONES

4.1.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija está reflejada en los activos fijos del micromercado a continuación se presenta un detalle de los necesarios para el presente proyecto.

TABLA 37. Activos fijos

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Equipos de computación			
Computador de escritorio	1	\$ 540,00	\$ 540,00
Programa contable	1	\$ 896,00	\$ 896,00
Impresora	1	\$ 260,82	\$ 260,82
Equipo de oficina			
Silla giratoria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Muebles y enseres			
Góndolas centrales	9	\$ 230,00	\$ 2.070,00
Estantería metálica	7	\$ 75,00	\$ 525,00
Mostrador sencillo	1	\$ 148,00	\$ 148,00
Mostrador formica	1	\$ 178,00	\$ 178,00
Mostrador con caja	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Vitrina panadera	1	\$ 295,00	\$ 295,00
Frigorífico mixto	1	\$ 1.890,00	\$ 1.890,00
Frigorífico sencillo	1	\$ 1.190,00	\$ 1.190,00
Vitrina enfriador	1	\$ 1.190,00	\$ 1.190,00
Maquinaria y equipo			
Balanza digital	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Lector de código de barras	1	\$ 81,46	\$ 81,46
TOTAL			\$ 9.679,28

ELABORADO POR: La Autora

FUENTE: Proformas

4.2 TALENTO HUMANO

El micromercado para iniciar con sus actividades comerciales contará con el talento humano de un gerente, un vendedor, un cajero y un bodeguero.

Para el establecimiento de los sueldos del talento humano, se tomó como referencia los sueldos de la tabla de salarios mínimos sectoriales del año 2017 que se encuentran en la página web del Ministerio de Trabajo, como también se ha investigado con respecto a los porcentajes de aporte personal (9,45%) y aporte patronal (12,15%) que se encuentran en la página web del IESS.

Además se ha tomado como referencia los siguientes artículos del código de trabajo: art. 47 en el que se establece la jornada de trabajo máxima, el art. 69 vacaciones anuales, art. 111 derecho a la decimatercera remuneración, art. 113 derecho a la decimocuarta remuneración y el art. 196 derecho al fondo de reserva.

TABLA 38. Rol de pagos del talento humano mensual

Cargo Administrativo	Sueldo mensual	Horas laborables	Decimo III sueldo	Decimo IV sueldo	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aporte personal (9,45%)	Aporte patronal (12,15%)	Total mensual	3 meses (KT)
Gerente	\$ 400,00	240	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 48,60	\$ 426,78	\$ 1.280,35
Vendedor	\$ 385,00	240	\$ 32,08	\$ 31,25	\$ 32,07	\$ 16,04	\$ 36,38	\$ 46,78	\$ 411,95	\$ 1.235,85
Cajero	\$ 385,00	240	\$ 32,08	\$ 31,25	\$ 32,07	\$ 16,04	\$ 36,38	\$ 46,78	\$ 411,95	\$ 1.235,85
Bodeguero	\$ 383,00	240	\$ 31,92	\$ 31,25	\$ 31,90	\$ 15,96	\$ 36,19	\$ 46,53	\$ 409,97	\$ 1.229,92
TOTAL EN EL MES			\$ 129,42	\$ 125,00	\$ 129,36	\$ 64,71	\$ 146,76	\$ 188,69	\$1.660,66	\$ 4.981,97

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 39. Rol de pagos del talento humano anual

CARGO ADMINISTRATIVO	SUELDOS ANUALES				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$ 5.121,40	\$ 5.647,23	\$ 5.786,15	\$ 5.928,49	\$ 6.074,33
Vendedor	\$ 4.943,41	\$ 5.449,87	\$ 5.583,93	\$ 5.721,29	\$ 5.862,03
Cajero	\$ 4.943,41	\$ 5.449,87	\$ 5.583,93	\$ 5.721,29	\$ 5.862,03
Bodeguero	\$ 4.919,68	\$ 5.423,55	\$ 5.556,97	\$ 5.693,67	\$ 5.833,73
TOTAL	\$ 19.927,90	\$ 21.970,51	\$ 22.510,98	\$ 23.064,74	\$ 23.632,12

ELABORADO POR: La Autora

4.3 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DEL TRABAJO

4.3.1 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es la inversión que se requiere para iniciar con la actividad económica, hasta obtener los primeros ingresos por ventas.

Con la finalidad de determinar el capital de trabajo para el inicio de las actividades del micromercado, se ha establecido el requerimiento de productos acorde a cada línea. El mismo que será repuesto mensualmente acorde a las ventas proyectadas.

Es necesario aclarar que un micromercado en su mayoría oferta productos perecibles, por ende, se planea realizar un abastecimiento en grandes cantidades en el primer mes. Mientras que para los meses posteriores se realizará un abastecimiento acorde a las necesidades. Sin embargo para los productos no perecibles se planea un abastecimiento semanal.

4.3.1.1 LISTADO DE PRODUCTOS

TABLA 40. Víveres

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	200	100	0	300	\$ 138,00
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	200	100	0	300	\$ 141,00
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	100	50	0	150	\$ 132,00
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	100	50	0	150	\$ 64,50
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	0,40	200	100	0	300	\$ 120,00
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	0,35	200	100	0	300	\$ 105,00
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	110	55	0	165	\$ 132,00
Vsa01.1		1 kg	0,50	110	55	0	165	\$ 82,50
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	0,45	110	55	0	165	\$ 74,25
Vpa01	Panela	unidad	0,20	110	55	0	165	\$ 33,00
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	110	55	0	165	\$ 46,20
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	110	55	0	165	\$ 222,75
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	110	55	0	165	\$ 427,35
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	110	55	0	165	\$ 146,85
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	110	55	0	165	\$ 429,00
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	110	55	0	165	\$ 643,50
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	120	24	0	144	\$ 11,52
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	110	55	0	165	\$ 247,50
Vac01.1		500 ml.	0,90	110	55	0	165	\$ 148,50

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	110	55	0	165	\$ 264,00
Vac02.1		500 ml.	1,00	110	55	0	165	\$ 165,00
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	110	55	0	165	\$ 328,35
Vac03.1		400 ml.	1,25	110	55	0	165	\$ 206,25
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	110	55	0	165	\$ 163,35
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	110	55	0	165	\$ 99,00
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	100	50	0	150	\$ 49,50
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	125	63	0	188	\$ 318,75
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	120	60	0	180	\$ 149,40
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	120	60	0	180	\$ 153,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	120	60	0	180	\$ 153,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	120	60	0	180	\$ 144,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	120	60	0	180	\$ 142,20
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	120	60	0	180	\$ 304,20
Vpas02.1		200 gr.	0,95	120	60	0	180	\$ 171,00
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	120	60	0	180	\$ 135,00
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	120	60	0	180	\$ 171,00
Vpas04.1		200 gr.	0,49	120	60	0	180	\$ 88,20
Vat01	Atún Isabel	Por tres unid.	2,20	120	60	0	180	\$ 396,00
Vat01.1		unidad	1,40	120	60	0	180	\$ 252,00
Vat02	Atún Van Camp's	Por tres unid.	2,20	120	60	0	180	\$ 396,00
Vat02.1		unidad	1,60	120	60	0	180	\$ 288,00
Vat03	Atún Real	Por tres unid.	2,15	120	60	0	180	\$ 387,00
Vat03.1		unidad	1,50	120	60	0	180	\$ 270,00
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	120	60	0	180	\$ 270,00

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	120	60	0	180	\$ 426,60
Vge01.1		1/2 libra	1,90	120	60	0	180	\$ 342,00
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	120	60	0	180	\$ 522,00
Vge02.1		1/2 libra	2,00	120	60	0	180	\$ 360,00
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	120	60	0	180	\$ 160,20
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	120	60	0	180	\$ 27,00
Vach02.1		200 ml.	0,80	120	60	0	180	\$ 144,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	120	60	0	180	\$ 14,40
Vca01.1		50 gr.	1,00	120	60	0	180	\$ 180,00
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	120	60	0	180	\$ 90,00
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	120	60	0	180	\$ 14,40
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	120	60	0	180	\$ 68,40
Vaj01.1		50 gr.	0,55	120	60	0	180	\$ 99,00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	120	60	0	180	\$ 68,40
Vco01.1		50 gr.	0,55	120	60	0	180	\$ 99,00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	120	60	0	180	\$ 68,40
Vsab01.1		50 gr.	0,55	120	60	0	180	\$ 99,00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	120	60	0	180	\$ 68,40
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	120	60	0	180	\$ 99,00
Vajn01	Ají-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	120	60	0	180	\$ 36,00
Vajn01.1		50 gr.	0,50	120	60	0	180	\$ 90,00
Vqu01	Quinua	libra	0,90	120	60	0	180	\$ 162,00
Vmo01	Mote	libra	0,80	120	60	0	180	\$ 144,00
Vma01	Maíz	libra	0,85	120	60	0	180	\$ 153,00
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	120	60	0	180	\$ 68,40
Vle01	Lenteja	libra	0,62	120	60	0	180	\$ 111,60

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	120	60	0	180	\$ 108,00
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	120	60	0	180	\$ 90,00
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	120	60	0	180	\$ 50,40
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	120	60	0	180	\$ 41,40
TOTAL								\$ 12.814,62

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 41. Panificados

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	120	24	0	144	\$ 11,52
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	120	24	0	144	\$ 28,80
TOTAL								\$ 40,32

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 42. Lácteos

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	120	24	0	144	\$ 64,80
Lyo01.1		litro	0,90	120	24	0	144	\$ 129,60
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	120	24	0	144	\$ 122,40
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	120	24	0	144	\$ 115,20
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	120	24	0	144	\$ 115,20
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	120	24	0	144	\$ 259,20
TOTAL								\$ 806,40

ELABORADO POR: La Autora**TABLA 43. Frutas**

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Fman01	Manzana	unidad	0,15	120	24	0	144	\$ 21,60
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	120	24	0	144	\$ 11,52
Ffr01	Fresa	libra	0,45	120	24	0	144	\$ 64,80
Fpi01	Piña	unidad	0,35	120	24	0	144	\$ 50,40
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
Fba01	Banano	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
TOTAL								\$ 169,92

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 44. Verduras

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Veal01	Alverja	libra	0,50	120	24	0	144	\$ 72,00
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	120	24	0	144	\$ 96,48
Vebro01	Brocoli	unidad	0,25	120	24	0	144	\$ 36,00
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	120	24	0	144	\$ 43,20
Vetor01	Tomate riñon	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
Vetoe01	Tomate de arbol	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
Vepim01	Pimiento	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
Veza01	Zanahoria	unidad	0,05	120	24	0	144	\$ 7,20
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	120	24	0	144	\$ 8,64
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	120	24	0	144	\$ 108,00
TOTAL								\$ 393,12

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 45. Carnes y embutidos

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	120	24	0	144	\$ 129,60
Ca02	Carne de res	libra	2,00	120	24	0	144	\$ 288,00
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	120	24	0	144	\$ 288,00
Emsal01	Salchichas Plumrose	Paq. 4 unid.	0,45	120	24	0	144	\$ 64,80
Emsal01.1		Paq. 7 unid.	1,10	120	24	0	144	\$ 158,40
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	Paq. 4 unid.	0,50	120	24	0	144	\$ 72,00
Emsal02.1		Paq. 7 unid.	1,50	120	24	0	144	\$ 216,00
Emsal03	Salchichas Sierra	Paq. 1 kilo	2,45	120	24	0	144	\$ 352,80
Emsal03.1		Paq. 1/2 kilo	1,50	120	24	0	144	\$ 216,00
Emsalc01	Salchichones Plumrose	Paq. 4 unid.	0,79	120	24	0	144	\$ 113,76
Emmor01	Mortadela Plumrose	100 gr.	0,55	120	24	0	144	\$ 79,20
TOTAL								\$ 1.978,56

ELABORADO POR: La Autora**TABLA 46. Confitería**

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	120	30	0	150	\$ 15,00
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	120	30	0	150	\$ 12,00
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	120	30	0	150	\$ 49,50
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	120	30	0	150	\$ 10,50
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	120	30	0	150	\$ 15,00
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	120	30	0	150	\$ 12,00

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	120	30	0	150	\$ 49,50
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	0,20	120	30	0	150	\$ 30,00
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	120	30	0	150	\$ 66,00
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	150	38	0	188	\$ 7,50
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	120	30	0	150	\$ 37,50
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	120	30	0	150	\$ 49,50
Csn01	Doritos	unidad	0,38	120	30	0	150	\$ 57,00
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	120	30	0	150	\$ 40,50
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	120	30	0	150	\$ 40,50
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	120	30	0	150	\$ 30,00
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	120	30	0	150	\$ 25,50
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	120	30	0	150	\$ 49,50
Csn07	Ponky	unidad	0,20	112	28	0	140	\$ 28,00
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	120	30	0	150	\$ 55,50
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	120	30	0	150	\$ 37,50
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	120	30	0	150	\$ 127,50
Cga04		unidad	1,10	120	30	0	150	\$ 165,00
TOTAL								\$ 1.010,50

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 47. Bebidas

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	108	22	0	130	\$ 110,16
Bpo02	Powerade	válvula	0,95	108	22	0	130	\$ 123,12
Bv03	V220	360 ml	0,95	108	22	0	130	\$ 123,12
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	108	22	0	130	\$ 90,72
Bvi04.1		365 ml	0,95	108	22	0	130	\$ 123,12
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	108	22	0	130	\$ 38,88
Bva05.1		550 ml	0,45	108	22	0	130	\$ 58,32
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	108	22	0	130	\$ 38,88
Bci06.1		1700 ml	0,95	108	22	0	130	\$ 123,12
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	108	22	0	130	\$ 36,29
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	108	22	0	130	\$ 58,32
Bte08.1		2 litros	1,00	108	22	0	130	\$ 129,60
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	108	22	0	130	\$ 38,88
Bpo09.1		330 ml	0,48	108	22	0	130	\$ 62,21
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	108	22	0	130	\$ 25,92
Bco10.1		400 ml	0,48	108	22	0	130	\$ 62,21
Bco10.2		1350 ml	1,03	108	22	0	130	\$ 133,49
Bco10.3		3000 ml	2,01	108	22	0	130	\$ 260,50
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	108	22	0	130	\$ 50,54
Bsp11.1		400 ml	0,40	108	22	0	130	\$ 51,84
Bsp11.2		1350 ml	1,02	108	22	0	130	\$ 132,19
Bsp11.3		3000 ml	2,01	108	22	0	130	\$ 260,50

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	108	22	0	130	\$ 41,47
Bfi12.1		400 ml	0,40	108	22	0	130	\$ 51,84
Bfi12.2		1350 ml	0,82	108	22	0	130	\$ 106,27
Bfi12.3		3000 ml	2,04	108	22	0	130	\$ 264,38
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	108	22	0	130	\$ 51,84
Bfa13.1		1350 ml	0,99	108	22	0	130	\$ 128,30
Bfa13.2		3000 ml	2,01	108	22	0	130	\$ 260,50
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	108	22	0	130	\$ 38,88
Bgu14.1		500 ml	0,60	108	22	0	130	\$ 77,76
Bgu14.2		1 litro	0,90	108	22	0	130	\$ 116,64
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	108	22	0	130	\$ 49,25
Btes15.1		1 litro	0,90	108	22	0	130	\$ 116,64
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	108	22	0	130	\$ 45,36
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	108	22	0	130	\$ 32,40
Bci17.1		1 litro	0,55	108	22	0	130	\$ 71,28
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	108	22	0	130	\$ 139,97
Bno19	Norteño	unidad	3,00	100	20	0	120	\$ 360,00
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	100	20	0	120	\$ 780,00
Bpa21	Paiza	unidad	7,50	100	20	0	120	\$ 900,00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	100	20	0	120	\$ 1.018,80
TOTAL								\$ 6.783,51

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 48. Productos de aseo personal

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paq x 3 unid.	1,57	120	30	0	150	\$ 235,50
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paq x 3 unid.	2,88	120	30	0	150	\$ 432,00
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paq x 3 unid.	1,35	120	30	0	150	\$ 202,50
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	120	30	0	150	\$ 450,00
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	120	30	0	150	\$ 112,50
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	120	30	0	150	\$ 105,00
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paq x 4 unid.	0,90	125	31	0	156	\$ 140,63
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paq x 4 unid.	0,90	125	31	0	156	\$ 140,63
Aph02.1		Paq x 12 unid	8,32	125	31	0	156	\$ 1.300,00
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paq x 4 unid.	0,95	125	31	0	156	\$ 148,44
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	120	30	0	150	\$ 127,50
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	120	30	0	150	\$ 135,00
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	120	30	0	150	\$ 436,50
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	120	30	0	150	\$ 187,50
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	120	30	0	150	\$ 135,00
Ash03.1		500 ml	3,72	120	30	0	150	\$ 558,00
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	120	30	0	150	\$ 412,50
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paq x 10 unid.	0,90	120	30	0	150	\$ 135,00
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paq x 10 unid.	1,30	120	30	0	150	\$ 195,00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paq x 10 unid.	1,20	120	30	0	150	\$ 180,00
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	120	30	0	150	\$ 337,50
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	120	30	0	150	\$ 357,00
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	120	30	0	150	\$ 435,00

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	120	30	0	150	\$ 130,50
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	120	30	0	150	\$ 120,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	125	31	0	156	\$ 390,63
Apañ01.1		Mediano	3,20	125	31	0	156	\$ 500,00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	125	31	0	156	\$ 343,75
Apañ02.1		Mediano	3,50	125	31	0	156	\$ 546,88
TOTAL								\$ 8.930,46

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 49. Productos de limpieza del hogar

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	125	31	0	156	\$ 46,88
Hdet01.1		360 gr.	0,74	125	31	0	156	\$ 115,63
Hdet01.2		1 Kg.	2,41	125	31	0	156	\$ 376,56
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	125	31	0	156	\$ 53,13
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	125	31	0	156	\$ 309,38
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	125	31	0	156	\$ 93,75
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	125	31	0	156	\$ 429,69
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	0,40	125	31	0	156	\$ 62,50
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	125	31	0	156	\$ 156,25
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	0,30	125	31	0	156	\$ 46,88
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	0,40	125	31	0	156	\$ 62,50
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	125	31	0	156	\$ 68,75

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	125	31	0	156	\$ 89,06
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	0,85	125	31	0	156	\$ 132,81
Hlav01.1		500 gr.	1,50	125	31	0	156	\$ 234,38
Hlav02	Jabón lavavajilla Axion	250 gr.	0,97	125	31	0	156	\$ 151,56
Hlav02.1		500 gr.	1,29	125	31	0	156	\$ 201,56
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	120	30	0	150	\$ 30,00
Hdes01.1		270 ml	0,48	120	30	0	150	\$ 72,00
Hdes01.2		500 ml	1,89	120	30	0	150	\$ 283,50
Hdes01.3		1 litro	2,10	120	30	0	150	\$ 315,00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	100	25	0	125	\$ 31,25
Hdes02.1		270 ml	0,35	100	25	0	125	\$ 43,75
Hdes02.2		500 ml	0,99	100	25	0	125	\$ 123,75
Hdes02.3		1 litro	1,85	100	25	0	125	\$ 231,25
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	100	25	0	125	\$ 97,50
Hdes03.1		1 litro	1,46	100	25	0	125	\$ 182,50
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	100	25	0	125	\$ 117,50
Hsua01.1		900 ml	2,27	100	25	0	125	\$ 283,75
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	100	25	0	125	\$ 143,75
Hsua02.1		900 ml	2,80	100	25	0	125	\$ 350,00
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	100	25	0	125	\$ 12,50
Hcl01.1		270 ml	0,50	100	25	0	125	\$ 62,50
Hcl01.2		1 litro	1,85	100	25	0	125	\$ 231,25
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	150	38	0	188	\$ 28,13
Hcl02.1		270 ml	0,55	120	30	0	150	\$ 82,50
Hcl02.2		1 litro	1,50	120	30	0	150	\$ 225,00

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	120	30	0	150	\$ 43,50
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	120	30	0	150	\$ 52,50
TOTAL								\$ 5.674,65

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 50. Medicina de libre venta

Código	Productos	Unidad de medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de compras	Costo total
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	120	30	0	150	\$ 54,00
Mfin02	Finalín Fem	unidad	0,20	120	30	0	150	\$ 30,00
Map03	Apronax	unidad	0,35	120	30	0	150	\$ 52,50
TOTAL								\$ 136,50

ELABORADO POR: La Autora

NOTA: Proyección anual Inventario de Mercaderías. (Ver Anexo H)

TABLA 51. Resumen del Capital de Trabajo de productos

LÍNEAS DE PRODUCTOS	VALOR (KT)
Víveres	\$ 12.814,62
Panificados	\$ 40,32
Lácteos	\$ 806,40
Frutas	\$ 169,92
Verduras	\$ 393,12
Carnes y embutidos	\$ 1.978,56
Confitería	\$ 1.010,50
Bebidas	\$ 6.783,51
Productos de aseo personal	\$ 8.930,46
Productos de limpieza del hogar	\$ 5.674,65
Medicina de libre venta	\$ 136,50
TOTAL	\$ 38.738,56

ELABORADO POR: La Autora

4.3.1.2 INSUMOS INDIRECTOS**TABLA 52.** Insumos indirectos

INSUMOS INDIRECTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	KT
Funda pequeña	Ciento	2	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 3,00
Funda mediana	Ciento	2	\$ 0,90	\$ 1,80	\$ 5,40
Funda grande	Ciento	2	\$ 1,10	\$ 2,20	\$ 6,60
TOTAL				\$ 5,00	\$ 15,00

ELABORADO POR: La Autora

4.3.1.3 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO**TABLA 53.** Resumen del Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR
Remuneraciones	\$ 4.981,97
Productos	\$ 38.738,56
Canastas	\$ 200,00
Insumos indirectos	\$ 15,00
TOTAL	\$ 43.935,53

ELABORADO POR: La Autora

Nota: Son 10 canastas plásticas adquiridas a un valor de 20,00 dólares cada una.

4.4 INVERSIÓN INICIAL

TABLA 54. Inversión inicial total

INVERSIÓN INICIAL	
CONCEPTO	VALOR
Activos Fijos	\$ 9.679,28
Capital de Trabajo	\$ 43.935,53
TOTAL	\$ 53.614,81

ELABORADO POR: La Autora

4.5 ESTRUCTURA DEL CAPITAL

TABLA 55. Estructura del capital

WACC				
Financiamiento	Valor	% Proporción	% Costo	Costo promedio de capital
Aporte Propio	\$ 23.614,81	44,05%	16%	7,05%
Aporte Terceros	\$ 30.000,00	55,95%	15%	8,39%
TOTAL	\$ 53.614,81	100,00%		15,44%

ELABORADO POR: La Autora

TASA DE DESCUENTO CON FINANCIAMIENTO

Costo capital	Porcentaje de crecimiento	Tasa de descuento	Tasa de descuento con crecimiento
15,44%	1,00%	$(1+CK)^*(1+I)-1$	17%

El financiamiento para el presente proyecto estará integrado de la siguiente manera; mediante un préstamo comercial realizado a BanEcuador, a una tasa de interés del 15%, y el aporte propio será financiado por el propietario del proyecto, proveniente del ahorro.

El aporte propio que corresponde al 44,05% sirve para financiar la compra de activos fijos y una parte para el capital del trabajo, y el aporte de terceros correspondiente al 55,95% servirá para sustentar el capital de trabajo.

4.5.1 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

TABLA 56. Amortización de los recursos financiados

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
CAPITAL		30.000	Pago requerido	714
TASA INTERES		15,0%	Pago total	42.822
TASA DE INTERES MENSUAL		1,3%		
NUMERO AÑOS		5	Pago total inter.	
CUOTAS		60	FACTOR	0,024
CUOTA	PRINCIPAL	INTERES	TOTAL	SALDO
1	\$ 338,70	\$ 375,00	\$ 713,70	\$ 29.661,30
2	\$ 342,93	\$ 370,77	\$ 713,70	\$ 29.318,37
3	\$ 347,22	\$ 366,48	\$ 713,70	\$ 28.971,15
4	\$ 351,56	\$ 362,14	\$ 713,70	\$ 28.619,59
5	\$ 355,95	\$ 357,74	\$ 713,70	\$ 28.263,64
6	\$ 360,40	\$ 353,30	\$ 713,70	\$ 27.903,24
7	\$ 364,91	\$ 348,79	\$ 713,70	\$ 27.538,33
8	\$ 369,47	\$ 344,23	\$ 713,70	\$ 27.168,86
9	\$ 374,09	\$ 339,61	\$ 713,70	\$ 26.794,78
10	\$ 378,76	\$ 334,93	\$ 713,70	\$ 26.416,01
11	\$ 383,50	\$ 330,20	\$ 713,70	\$ 26.032,51
12	\$ 388,29	\$ 325,41	\$ 713,70	\$ 25.644,22
13	\$ 393,15	\$ 320,55	\$ 713,70	\$ 25.251,08
14	\$ 398,06	\$ 315,64	\$ 713,70	\$ 24.853,02
15	\$ 403,04	\$ 310,66	\$ 713,70	\$ 24.449,98
16	\$ 408,07	\$ 305,62	\$ 713,70	\$ 24.041,91
17	\$ 413,17	\$ 300,52	\$ 713,70	\$ 23.628,74
18	\$ 418,34	\$ 295,36	\$ 713,70	\$ 23.210,40
19	\$ 423,57	\$ 290,13	\$ 713,70	\$ 22.786,83
20	\$ 428,86	\$ 284,84	\$ 713,70	\$ 22.357,97
21	\$ 434,22	\$ 279,47	\$ 713,70	\$ 21.923,74
22	\$ 439,65	\$ 274,05	\$ 713,70	\$ 21.484,09
23	\$ 445,15	\$ 268,55	\$ 713,70	\$ 21.038,95
24	\$ 450,71	\$ 262,99	\$ 713,70	\$ 20.588,23
25	\$ 456,34	\$ 257,35	\$ 713,70	\$ 20.131,89
26	\$ 462,05	\$ 251,65	\$ 713,70	\$ 19.669,84
27	\$ 467,82	\$ 245,87	\$ 713,70	\$ 19.202,02
28	\$ 473,67	\$ 240,03	\$ 713,70	\$ 18.728,34

CUOTA	PRINCIPAL	INTERES	TOTAL	SALDO
29	\$ 479,59	\$ 234,10	\$ 713,70	\$ 18.248,75
30	\$ 485,59	\$ 228,11	\$ 713,70	\$ 17.763,16
31	\$ 491,66	\$ 222,04	\$ 713,70	\$ 17.271,50
32	\$ 497,80	\$ 215,89	\$ 713,70	\$ 16.773,70
33	\$ 504,03	\$ 209,67	\$ 713,70	\$ 16.269,67
34	\$ 510,33	\$ 203,37	\$ 713,70	\$ 15.759,34
35	\$ 516,71	\$ 196,99	\$ 713,70	\$ 15.242,64
36	\$ 523,16	\$ 190,53	\$ 713,70	\$ 14.719,47
37	\$ 529,70	\$ 183,99	\$ 713,70	\$ 14.189,77
38	\$ 536,33	\$ 177,37	\$ 713,70	\$ 13.653,44
39	\$ 543,03	\$ 170,67	\$ 713,70	\$ 13.110,41
40	\$ 549,82	\$ 163,88	\$ 713,70	\$ 12.560,60
41	\$ 556,69	\$ 157,01	\$ 713,70	\$ 12.003,90
42	\$ 563,65	\$ 150,05	\$ 713,70	\$ 11.440,26
43	\$ 570,69	\$ 143,00	\$ 713,70	\$ 10.869,56
44	\$ 577,83	\$ 135,87	\$ 713,70	\$ 10.291,73
45	\$ 585,05	\$ 128,65	\$ 713,70	\$ 9.706,68
46	\$ 592,36	\$ 121,33	\$ 713,70	\$ 9.114,32
47	\$ 599,77	\$ 113,93	\$ 713,70	\$ 8.514,55
48	\$ 607,27	\$ 106,43	\$ 713,70	\$ 7.907,28
49	\$ 614,86	\$ 98,84	\$ 713,70	\$ 7.292,42
50	\$ 622,54	\$ 91,16	\$ 713,70	\$ 6.669,88
51	\$ 630,32	\$ 83,37	\$ 713,70	\$ 6.039,56
52	\$ 638,20	\$ 75,49	\$ 713,70	\$ 5.401,35
53	\$ 646,18	\$ 67,52	\$ 713,70	\$ 4.755,17
54	\$ 654,26	\$ 59,44	\$ 713,70	\$ 4.100,92
55	\$ 662,44	\$ 51,26	\$ 713,70	\$ 3.438,48
56	\$ 670,72	\$ 42,98	\$ 713,70	\$ 2.767,76
57	\$ 679,10	\$ 34,60	\$ 713,70	\$ 2.088,66
58	\$ 687,59	\$ 26,11	\$ 713,70	\$ 1.401,07
59	\$ 696,18	\$ 17,51	\$ 713,70	\$ 704,89
60	\$ 704,89	\$ 8,81	\$ 713,70	\$ -0,00
	\$ 30.000,00	\$12.821,87	\$ 42.821,87	\$ -0,00

ELABORADO POR: La Autora

4.6 DEPRECIACIONES

La depreciación se realizará acorde a lo expresado en el artículo 28 del reglamento de aplicación de la ley orgánica de régimen tributario interno, en el numeral 6, literal a.

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.
- (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

TABLA 57. Valoración de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALORACIÓN	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN
Equipos de computación	\$ 1.696,82	3	33%
Equipos de oficina	\$ 80,00	10	10%
Muebles y enseres	\$ 7.681,00	10	10%
Maquinaria y Equipos	\$ 221,46	10	10%
TOTAL	\$ 9.679,28		

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 58. Depreciación anual

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipos de computación	\$ 565,56	\$ 565,56	\$ 565,56	-	-
Equipos de oficina	\$ 8,04	\$ 8,04	\$ 8,04	\$ 8,04	\$ 8,04
Muebles y enseres	\$ 768,12	\$ 768,12	\$ 768,12	\$ 768,12	\$ 768,12
Maquinaria y Equipos	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 22,20
TOTAL	\$1.363,92	\$ 1.363,92	\$1.363,92	\$ 798,36	\$ 798,36

ELABORADO POR: La Autora

4.7 PRESUPUESTO DE INGRESOS OPERACIONALES

Para la proyección de los ingresos se ha considerado un incremento en las ventas del 2% a partir del 2 año. El establecimiento de precios se muestra en el **Anexo I** y la proyección mensual de ingresos operacionales en el **Anexo J**.

TABLA 59. Presupuesto de ingresos operacionales 1 Año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	Libra	2400	0,50	\$ 1.200,00
Va02	Arroz Rico	Libra	2400	0,60	\$ 1.440,00
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1200	1,00	\$ 1.200,00
Vav02	Avena Pesada	Libra	1200	0,50	\$ 600,00
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2400	0,50	\$ 1.200,00
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2400	0,40	\$ 960,00
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1320	1,00	\$ 1.320,00
Vsa01.1		1 kg	1320	0,60	\$ 792,00
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1320	0,50	\$ 660,00
Vpa01	Panela	Unidad	1320	0,20	\$ 264,00
Vca01	Sí Café	Sachet	1320	0,30	\$ 396,00
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1320	1,60	\$ 2.112,00
Vca02.1		frasco 50 gr.	1320	3,10	\$ 4.092,00
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1320	1,10	\$ 1.452,00
Vca03.1		frasco 50 gr.	1320	3,10	\$ 4.092,00
Vca03.2		frasco 85 gr.	1320	4,60	\$ 6.072,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vhu01	Huevos	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1320	1,80	\$ 2.376,00
Vac01.1		500 ml.	1320	1,10	\$ 1.452,00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1320	1,90	\$ 2.508,00
Vac02.1		500 ml.	1320	1,20	\$ 1.584,00
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	Litro	1320	2,40	\$ 3.168,00
Vac03.1		400 ml.	1320	1,50	\$ 1.980,00
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1320	1,20	\$ 1.584,00
Vma02	Manteca pesada	Libra	1320	0,70	\$ 924,00
Vha01	Harina Flor	Libra	1200	0,40	\$ 480,00
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1500	2,00	\$ 3.000,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1440	1,00	\$ 1.440,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1440	1,00	\$ 1.440,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1440	1,00	\$ 1.440,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1440	1,00	\$ 1.440,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1440	0,90	\$ 1.296,00
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1440	2,00	\$ 2.880,00
Vpas02.1		200 gr.	1440	1,10	\$ 1.584,00
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1440	0,90	\$ 1.296,00
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1440	1,10	\$ 1.584,00
Vpas04.1		200 gr.	1440	0,60	\$ 864,00
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1440	2,60	\$ 3.744,00
Vat01.1		Unidad	1440	1,70	\$ 2.448,00
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1440	2,60	\$ 3.744,00
Vat02.1		Unidad	1440	1,90	\$ 2.736,00
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1440	2,60	\$ 3.744,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vat03.1	Atún Real	Unidad	1440	1,80	\$ 2.592,00
Vsa01	Sardina Real	Unidad	1440	1,80	\$ 2.592,00
Vge01	Gelatina Gel'hada	Libra	1440	2,80	\$ 4.032,00
Vge01.1		1/2 libra	1440	2,30	\$ 3.312,00
Vge02	Gelatina Royal	Libra	1440	3,50	\$ 5.040,00
Vge02.1		1/2 libra	1440	2,40	\$ 3.456,00
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1440	1,10	\$ 1.584,00
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1440	0,20	\$ 288,00
Vach02.1		200 ml.	1440	1,00	\$ 1.440,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1440	0,10	\$ 144,00
Vca01.1		50 gr.	1440	1,20	\$ 1.728,00
Vor01	Orégano	50 gr.	1440	0,60	\$ 864,00
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1440	0,10	\$ 144,00
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1440	0,50	\$ 720,00
Vaj01.1		50 gr.	1440	0,70	\$ 1.008,00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1440	0,50	\$ 720,00
Vco01.1		50 gr.	1440	0,70	\$ 1.008,00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1440	0,50	\$ 720,00
Vsab01.1		50 gr.	1440	0,70	\$ 1.008,00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1440	0,50	\$ 720,00
Vsaz01.1		50 gr.	1440	0,70	\$ 1.008,00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1440	0,20	\$ 288,00
Vajn01.1		50 gr.	1440	0,60	\$ 864,00
Vqu01	Quinoa	libra	1440	1,10	\$ 1.584,00
Vmo01	Mote	libra	1440	1,00	\$ 1.440,00
Vma01	Maíz	libra	1440	1,00	\$ 1.440,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vtr01	Trigo perlado	libra	1440	0,50	\$ 720,00
Vle01	Lenteja	libra	1440	0,70	\$ 1.008,00
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1440	0,70	\$ 1.008,00
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1440	0,60	\$ 864,00
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1440	0,30	\$ 432,00
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Pan02	Pan de dulce	unidad	1440	0,20	\$ 288,00
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1440	0,50	\$ 720,00
Lyo01.1		litro	1440	1,10	\$ 1.584,00
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	1440	1,00	\$ 1.440,00
Llec01	Leche Vita	litro	1440	1,00	\$ 1.440,00
Llec02	Leche Reyleche	litro	1440	1,00	\$ 1.440,00
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1440	2,10	\$ 3.024,00
FRUTAS					
Fman01	Manzana	unidad	1440	0,20	\$ 288,00
Fmand01	Mandarina	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Fnar01	Naranja	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Ffr01	Fresa	libra	1440	0,50	\$ 720,00
Fpi01	Piña	unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Fpe01	Pepino	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Fba01	Banano	unidad	1440	0,10	\$ 144,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
VERDURAS					
Veal01	Alverja	libra	1440	0,60	\$ 864,00
Vefre01	Fréjol	libra	1440	0,80	\$ 1.152,00
Vebro01	Brócoli	unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Vecol01	Coliflor	unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Vetoa01	Tomate de árbol	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Vepim01	Pimiento	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Veza01	Zanahoria	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1440	0,90	\$ 1.296,00
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1440	1,10	\$ 1.584,00
Ca02	Carne de res	libra	1440	2,40	\$ 3.456,00
Ca03	Carne de cerdo	libra	1440	2,40	\$ 3.456,00
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1440	0,50	\$ 720,00
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1440	1,30	\$ 1.872,00
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1440	0,60	\$ 864,00
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1440	1,80	\$ 2.592,00
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1440	2,90	\$ 4.176,00
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1440	1,80	\$ 2.592,00
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1440	0,90	\$ 1.296,00
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1440	0,70	\$ 1.008,00
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	Unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Cch02	Chicles Trident	Unidad	1440	0,10	\$ 144,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Cch03	Chicles Chiclets	Unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Cbon01	Bonbon Yoqueta	Unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Cbon02	Bonbon Plop	Unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	Unidad	1440	0,10	\$ 144,00
Ccho01	Chocolate Manicho	Unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Ccho02	Chocolate Nestle	Unidad	1440	0,20	\$ 288,00
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	Unidad	1440	0,50	\$ 720,00
Ccho04	Chocolate Choco Break	Unidad	1800	0,05	\$ 90,00
Cpas01	Papas Rizadas	Unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Cpas02	Papas Ruffles	Unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Csn01	Doritos	Unidad	1440	0,50	\$ 720,00
Csn02	Panchitos	Unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Csn03	Kchitos	Unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	Unidad	1440	0,20	\$ 288,00
Csn05	Rosquitas	Unidad	1440	0,20	\$ 288,00
Csn06	Chifles Platanitos	Unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Csn07	Ponky	Unidad	1344	0,20	\$ 268,80
Cga01	Galletas Ricas	Unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Cga02	Galletas Salticas	Unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Cga03	Galletas Amor	Unidad	1440	1,00	\$ 1.440,00
Cga04		Unidad	1440	1,30	\$ 1.872,00
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1296	1,00	\$ 1.296,00
Bpo02	Powerade	Válvula	1296	1,10	\$ 1.425,60
Bv03	V220	360 ml	1296	1,10	\$ 1.425,60
Bvia04	Vive100%	240 ml	1296	0,80	\$ 1.036,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bvi04.1	Vive100%	365 ml	1296	1,10	\$ 1.425,60
Bva05	Del Valle	250 ml	1296	0,40	\$ 518,40
Bva05.1		550 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Bci06	Cifrut	360 ml	1296	0,40	\$ 518,40
Bci06.1		1700 ml	1296	1,10	\$ 1.425,60
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1296	0,30	\$ 388,80
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Bte08.1		2 litros	1296	1,20	\$ 1.555,20
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1296	0,40	\$ 518,40
Bpo09.1		330 ml	1296	0,60	\$ 777,60
Bco10	Coca-cola	250 ml	1296	0,20	\$ 259,20
Bco10.1		400 ml	1296	0,60	\$ 777,60
Bco10.2		1350 ml	1296	1,20	\$ 1.555,20
Bco10.3		3000 ml	1296	2,40	\$ 3.110,40
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Bsp11.1		400 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Bsp11.2		1350 ml	1296	1,20	\$ 1.555,20
Bsp11.3		3000 ml	1296	2,40	\$ 3.110,40
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1296	0,40	\$ 518,40
Bfi12.1		400 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Bfi12.2		1350 ml	1296	1,00	\$ 1.296,00
Bfi12.3		3000 ml	1296	2,40	\$ 3.110,40
Bfa13	Fanta	400 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Bfa13.1		1350 ml	1296	1,20	\$ 1.555,20
Bfa13.2		3000 ml	1296	2,40	\$ 3.110,40
Bgu14	Güitic	300 ml	1296	0,40	\$ 518,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bgu14.1	Güitic	500 ml	1296	0,70	\$ 907,20
Bgu14.2	Güitic	1 litro	1296	1,10	\$ 1.425,60
Btes15	Tesalia	500 ml	1296	0,50	\$ 648,00
Btes15.1		1 litro	1296	1,10	\$ 1.425,60
Bda16	Dasani	500 ml	1296	0,40	\$ 518,40
Bci17	Cielo	500 ml	1296	0,30	\$ 388,80
Bci17.1		1 litro	1296	0,70	\$ 907,20
Bpil18	Pilsener	unidad	1296	1,30	\$ 1.684,80
Bno19	Norteño	unidad	1200	3,60	\$ 4.320,00
Bzh20	Zhumir	unidad	1200	7,70	\$ 9.240,00
Bpa21	Paisa	unidad	1200	8,90	\$ 10.680,00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1200	10,10	\$ 12.120,00
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1440	1,90	\$ 2.736,00
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1440	3,40	\$ 4.896,00
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1440	1,60	\$ 2.304,00
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1440	3,60	\$ 5.184,00
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1440	0,90	\$ 1.296,00
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1440	0,80	\$ 1.152,00
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1500	1,10	\$ 1.650,00
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1500	1,10	\$ 1.650,00
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	1500	9,90	\$ 14.850,00
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1500	1,10	\$ 1.650,00
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1440	1,00	\$ 1.440,00
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1440	1,10	\$ 1.584,00
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1440	3,50	\$ 5.040,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1440	1,50	\$ 2.160,00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1440	1,10	\$ 1.584,00
Ash03.1		500 ml	1440	4,40	\$ 6.336,00
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1440	3,30	\$ 4.752,00
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	1440	1,10	\$ 1.584,00
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1440	1,50	\$ 2.160,00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1440	1,40	\$ 2.016,00
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1440	2,70	\$ 3.888,00
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1440	2,80	\$ 4.032,00
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1440	3,50	\$ 5.040,00
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1440	1,00	\$ 1.440,00
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1440	1,00	\$ 1.440,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1500	3,00	\$ 4.500,00
Apañ01.1		Mediano	1500	3,80	\$ 5.700,00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1500	2,60	\$ 3.900,00
Apañ02.1		Mediano	1500	4,20	\$ 6.300,00
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1500	0,40	\$ 600,00
Hdet01.1		360 gr.	1500	0,90	\$ 1.350,00
Hdet01.2		1 Kg.	1500	2,90	\$ 4.350,00
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1500	0,40	\$ 600,00
Hdet02.1		1 Kg.	1500	2,40	\$ 3.600,00
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1500	0,70	\$ 1.050,00
Hdet03.1		1 Kg.	1500	3,30	\$ 4.950,00
Hdet04	Detergente Ciclon	200 gr.	1500	0,50	\$ 750,00
Hdet04.1		1 Kg.	1500	1,20	\$ 1.800,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	1500	0,40	\$ 600,00
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	1500	0,50	\$ 750,00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1500	0,50	\$ 750,00
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1500	0,70	\$ 1.050,00
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1500	1,00	\$ 1.500,00
Hlav01.1		500 gr.	1500	1,80	\$ 2.700,00
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1500	1,20	\$ 1.800,00
Hlav02.1		500 gr.	1500	1,50	\$ 2.250,00
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1440	0,20	\$ 288,00
Hdes01.1		270 ml	1440	0,60	\$ 864,00
Hdes01.2		500 ml	1440	2,20	\$ 3.168,00
Hdes01.3		1 litro	1440	2,50	\$ 3.600,00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1200	0,30	\$ 360,00
Hdes02.1		270 ml	1200	0,40	\$ 480,00
Hdes02.2		500 ml	1200	1,20	\$ 1.440,00
Hdes02.3		1 litro	1200	2,20	\$ 2.640,00
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1200	0,90	\$ 1.080,00
Hdes03.1		1 litro	1200	1,70	\$ 2.040,00
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1200	1,10	\$ 1.320,00
Hsua01.1		900 ml	1200	2,70	\$ 3.240,00
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1200	1,40	\$ 1.680,00
Hsua02.1		900 ml	1200	3,30	\$ 3.960,00
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1200	0,10	\$ 120,00
Hcl01.1		270 ml	1200	0,60	\$ 720,00
Hcl01.2		1 litro	1200	2,20	\$ 2.640,00
Hcl02	Cloro	18 gr.	1800	0,20	\$ 360,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hcl02.1	Cloro	270 ml	1440	0,70	\$ 1.008,00
Hcl02.2	Cloro	1 litro	1440	1,80	\$ 2.592,00
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1440	0,30	\$ 432,00
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1440	0,40	\$ 576,00
MEDICINA DE LIBRE VENTA					
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1440	0,40	\$ 576,00
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1440	0,20	\$ 288,00
Map03	Apronax	unidad	1440	0,40	\$ 576,00
TOTAL					\$ 424.843,20

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 60. Presupuesto de ingresos operacionales año 2

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	Libra	2448	0,50	\$ 1.224,00
Va02	Arroz Rico	Libra	2448	0,60	\$ 1.468,80
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1224	1,00	\$ 1.224,00
Vav02	Avena Pesada	Libra	1224	0,50	\$ 612,00
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2448	0,50	\$ 1.224,00
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2448	0,40	\$ 979,20
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1346	1,00	\$ 1.346,00
Vsa01.1		1 kg	1346	0,60	\$ 807,60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1346	0,50	\$ 673,00
Vpa01	Panela	unidad	1346	0,20	\$ 269,20
Vca01	Sí Café	sachet	1346	0,30	\$ 403,80
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1346	1,60	\$ 2.153,60
Vca02.1		frasco 50 gr.	1346	3,10	\$ 4.172,60
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1346	1,10	\$ 1.480,60
Vca03.1		frasco 50 gr.	1346	3,10	\$ 4.172,60
Vca03.2		frasco 85 gr.	1346	4,60	\$ 6.191,60
Vhu01	Huevos	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1346	1,80	\$ 2.422,80
Vac01.1		500 ml.	1346	1,10	\$ 1.480,60
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1346	1,90	\$ 2.557,40
Vac02.1		500 ml.	1346	1,20	\$ 1.615,20
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	Litro	1346	2,40	\$ 3.230,40
Vac03.1		400 ml.	1346	1,50	\$ 2.019,00
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1346	1,20	\$ 1.615,20
Vma02	Manteca pesada	Libra	1346	0,70	\$ 942,20
Vha01	Harina Flor	Libra	1224	0,40	\$ 489,60
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1530	2,00	\$ 3.060,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1469	0,90	\$ 1.322,10
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1469	2,00	\$ 2.938,00
Vpas02.1		200 gr.	1469	1,10	\$ 1.615,90

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1469	0,90	\$ 1.322,10
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1469	1,10	\$ 1.615,90
Vpas04.1		200 gr.	1469	0,60	\$ 881,40
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1469	2,60	\$ 3.819,40
Vat01.1		Unidad	1469	1,70	\$ 2.497,30
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1469	2,60	\$ 3.819,40
Vat02.1		Unidad	1469	1,90	\$ 2.791,10
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1469	2,60	\$ 3.819,40
Vat03.1		unidad	1469	1,80	\$ 2.644,20
Vsa01	Sardina Real	unidad	1469	1,80	\$ 2.644,20
Vge01	Gelatina Gel'hada	Libra	1469	2,80	\$ 4.113,20
Vge01.1		1/2 libra	1469	2,30	\$ 3.378,70
Vge02	Gelatina Royal	Libra	1469	3,50	\$ 5.141,50
Vge02.1		1/2 libra	1469	2,40	\$ 3.525,60
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1469	1,10	\$ 1.615,90
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1469	0,20	\$ 293,80
Vach02.1		200 ml.	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1469	0,10	\$ 146,90
Vca01.1		50 gr.	1469	1,20	\$ 1.762,80
Vor01	Orégano	50 gr.	1469	0,60	\$ 881,40
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1469	0,10	\$ 146,90
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1469	0,50	\$ 734,50
Vaj01.1		50 gr.	1469	0,70	\$ 1.028,30
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1469	0,50	\$ 734,50
Vco01.1		50 gr.	1469	0,70	\$ 1.028,30
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1469	0,50	\$ 734,50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vsab01.1	Sabora Condimentos Moro	50 gr.	1469	0,70	\$ 1.028,30
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1469	0,50	\$ 734,50
Vsaz01.1		50 gr.	1469	0,70	\$ 1.028,30
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1469	0,20	\$ 293,80
Vajn01.1		50 gr.	1469	0,60	\$ 881,40
Vqu01	Quinoa	Libra	1469	1,10	\$ 1.615,90
Vmo01	Mote	Libra	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vma01	Maíz	Libra	1469	1,00	\$ 1.469,00
Vtr01	Trigo perlado	Libra	1469	0,50	\$ 734,50
Vle01	Lenteja	Libra	1469	0,70	\$ 1.028,30
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1469	0,70	\$ 1.028,30
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1469	0,60	\$ 881,40
Vju01	Jugos de sobre Tang	Unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	Unidad	1469	0,30	\$ 440,70
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Pan02	Pan de dulce	Unidad	1469	0,20	\$ 293,80
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1469	0,50	\$ 734,50
Lyo01.1		Litro	1469	1,10	\$ 1.615,90
Lyo02	Yogurt Dulacs	Litro	1469	1,00	\$ 1.469,00
Llec01	Leche Vita	Litro	1469	1,00	\$ 1.469,00
Llec02	Leche Reyleche	Litro	1469	1,00	\$ 1.469,00
Lque01	Queso Fresquilac	Unidad	1469	2,10	\$ 3.084,90

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
FRUTAS					
Fman01	Manzana	Unidad	1469	0,20	\$ 293,80
Fmand01	Mandarina	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Fnar01	Naranja	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Ffr01	Fresa	Libra	1469	0,50	\$ 734,50
Fpi01	Piña	Unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Fpe01	Pepino	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Fba01	Banano	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
VERDURAS					
Veal01	Alverja	Libra	1469	0,60	\$ 881,40
Vefre01	Fréjol	Libra	1469	0,80	\$ 1.175,20
Vebro01	Brócoli	unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Vecol01	Coliflor	unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Vepim01	Pimiento	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Veza01	Zanahoria	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1469	0,90	\$ 1.322,10
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	Libra	1469	1,10	\$ 1.615,90
Ca02	Carne de res	Libra	1469	2,40	\$ 3.525,60
Ca03	Carne de cerdo	Libra	1469	2,40	\$ 3.525,60
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1469	0,50	\$ 734,50
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1469	1,30	\$ 1.909,70

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1469	0,60	\$ 881,40
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1469	1,80	\$ 2.644,20
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1469	2,90	\$ 4.260,10
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1469	1,80	\$ 2.644,20
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1469	0,90	\$ 1.322,10
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1469	0,70	\$ 1.028,30
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Cch02	Chicles Trident	unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Cch03	Chicles Chiclets	Unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Cbon01	Bonbon Yoqueta	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Cbon02	Bonbon Plop	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	Unidad	1469	0,10	\$ 146,90
Ccho01	Chocolate Manicho	Unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Ccho02	Chocolate Nestlé	Unidad	1469	0,20	\$ 293,80
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	Unidad	1469	0,50	\$ 734,50
Ccho04	Chocolate Choco Break	Unidad	1836	0,05	\$ 91,80
Cpas01	Papas Rizadas	Unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Cpas02	Papas Ruffles	Unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Csn01	Doritos	Unidad	1469	0,50	\$ 734,50
Csn02	Panchitos	Unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Csn03	Kchitos	Unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	Unidad	1469	0,20	\$ 293,80
Csn05	Rosquitas	Unidad	1469	0,20	\$ 293,80
Csn06	Chifles Platanitos	Unidad	1469	0,40	\$ 587,60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Csn07	Ponky	Unidad	1371	0,20	\$ 274,20
Cga01	Galletas Ricas	Unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Cga02	Galletas Salticas	Unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Cga03	Galletas Amor	Unidad	1469	1,00	\$ 1.469,00
Cga04		Unidad	1469	1,30	\$ 1.909,70
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1322	1,00	\$ 1.322,00
Bpo02	Powerade	Válvula	1322	1,10	\$ 1.454,20
Bv03	V220	360 ml	1322	1,10	\$ 1.454,20
Bvia04	Vive100%	240 ml	1322	0,80	\$ 1.057,60
Bvi04.1		365 ml	1322	1,10	\$ 1.454,20
Bva05	Del Valle	250 ml	1322	0,40	\$ 528,80
Bva05.1		550 ml	1322	0,50	\$ 661,00
Bci06	Cifrut	360 ml	1322	0,40	\$ 528,80
Bci06.1		1700 ml	1322	1,10	\$ 1.454,20
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1322	0,30	\$ 396,60
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1322	0,50	\$ 661,00
Bte08.1		2 litros	1322	1,20	\$ 1.586,40
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1322	0,40	\$ 528,80
Bpo09.1		330 ml	1322	0,60	\$ 793,20
Bco10	Coca-cola	250 ml	1322	0,20	\$ 264,40
Bco10.1		400 ml	1322	0,60	\$ 793,20
Bco10.2		1350 ml	1322	1,20	\$ 1.586,40
Bco10.3		3000 ml	1322	2,40	\$ 3.172,80
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1322	0,50	\$ 661,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bsp11.1	Sprite verde	400 ml	1322	0,50	\$ 661,00
Bsp11.2		1350 ml	1322	1,20	\$ 1.586,40
Bsp11.3		3000 ml	1322	2,40	\$ 3.172,80
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1322	0,40	\$ 528,80
Bfi12.1		400 ml	1322	0,50	\$ 661,00
Bfi12.2		1350 ml	1322	1,00	\$ 1.322,00
Bfi12.3		3000 ml	1322	2,40	\$ 3.172,80
Bfa13	Fanta	400 ml	1322	0,50	\$ 661,00
Bfa13.1		1350 ml	1322	1,20	\$ 1.586,40
Bfa13.2		3000 ml	1322	2,40	\$ 3.172,80
Bgu14	Güitic	300 ml	1322	0,40	\$ 528,80
Bgu14.1		500 ml	1322	0,70	\$ 925,40
Bgu14.2		1 litro	1322	1,10	\$ 1.454,20
Btes15	Tesalia	500 ml	1322	0,50	\$ 661,00
Btes15.1		1 litro	1322	1,10	\$ 1.454,20
Bda16	Dasani	500 ml	1322	0,40	\$ 528,80
Bci17	Cielo	500 ml	1322	0,30	\$ 396,60
Bci17.1		1 litro	1322	0,70	\$ 925,40
Bpil18	Pilsener	Unidad	1322	1,30	\$ 1.718,60
Bno19	Norteño	Unidad	1224	3,60	\$ 4.406,40
Bzh20	Zhumir	Unidad	1224	7,70	\$ 9.424,80
Bpa21	Paisa	Unidad	1224	8,90	\$ 10.893,60
Bsan22	Ron San Miguel	Unidad	1224	10,10	\$ 12.362,40
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1469	1,90	\$ 2.791,10

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1469	3,40	\$ 4.994,60
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1469	1,60	\$ 2.350,40
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1469	3,60	\$ 5.288,40
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1469	0,90	\$ 1.322,10
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1469	0,80	\$ 1.175,20
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1530	1,10	\$ 1.683,00
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1530	1,10	\$ 1.683,00
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	1530	9,90	\$ 15.147,00
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1530	1,10	\$ 1.683,00
Aced01	Cepillo dental Trial	Unidad	1469	1,00	\$ 1.469,00
Aced02	Cepillo dental Colgate	Unidad	1469	1,10	\$ 1.615,90
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1469	3,50	\$ 5.141,50
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1469	1,50	\$ 2.203,50
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1469	1,10	\$ 1.615,90
Ash03.1		500 ml	1469	4,40	\$ 6.463,60
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1469	3,30	\$ 4.847,70
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	1469	1,10	\$ 1.615,90
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1469	1,50	\$ 2.203,50
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1469	1,40	\$ 2.056,60
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1469	2,70	\$ 3.966,30
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1469	2,80	\$ 4.113,20
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1469	3,50	\$ 5.141,50
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1469	1,00	\$ 1.469,00
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1469	1,00	\$ 1.469,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1530	3,00	\$ 4.590,00
Apañ01.1		Mediano	1530	3,80	\$ 5.814,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1530	2,60	\$ 3.978,00
Apañ02.1		Mediano	1530	4,20	\$ 6.426,00
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1530	0,40	\$ 612,00
Hdet01.1		360 gr.	1530	0,90	\$ 1.377,00
Hdet01.2		1 Kg.	1530	2,90	\$ 4.437,00
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1530	0,40	\$ 612,00
Hdet02.1		1 Kg.	1530	2,40	\$ 3.672,00
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1530	0,70	\$ 1.071,00
Hdet03.1		1 Kg.	1530	3,30	\$ 5.049,00
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1530	0,50	\$ 765,00
Hdet04.1		1 Kg.	1530	1,20	\$ 1.836,00
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	1530	0,40	\$ 612,00
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	1530	0,50	\$ 765,00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1530	0,50	\$ 765,00
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1530	0,70	\$ 1.071,00
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1530	1,00	\$ 1.530,00
Hlav01.1		500 gr.	1530	1,80	\$ 2.754,00
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1530	1,20	\$ 1.836,00
Hlav02.1		500 gr.	1530	1,50	\$ 2.295,00
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1469	0,20	\$ 293,80
Hdes01.1		270 ml	1469	0,60	\$ 881,40
Hdes01.2		500 ml	1469	2,20	\$ 3.231,80
Hdes01.3		1 litro	1469	2,50	\$ 3.672,50
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1224	0,30	\$ 367,20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hdes02.1	Desinfectante Tips	270 ml	1224	0,40	\$ 489,60
Hdes02.2		500 ml	1224	1,20	\$ 1.468,80
Hdes02.3		1 litro	1224	2,20	\$ 2.692,80
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1224	0,90	\$ 1.101,60
Hdes03.1		1 litro	1224	1,70	\$ 2.080,80
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1224	1,10	\$ 1.346,40
Hsua01.1		900 ml	1224	2,70	\$ 3.304,80
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1224	1,40	\$ 1.713,60
Hsua02.1		900 ml	1224	3,30	\$ 4.039,20
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1224	0,10	\$ 122,40
Hcl01.1		270 ml	1224	0,60	\$ 734,40
Hcl01.2		1 litro	1224	2,20	\$ 2.692,80
Hcl02	Cloro	18 gr.	1836	0,20	\$ 367,20
Hcl02.1		270 ml	1469	0,70	\$ 1.028,30
Hcl02.2		1 litro	1469	1,80	\$ 2.644,20
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1469	0,30	\$ 440,70
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1469	0,40	\$ 587,60
MEDICINA DE LIBRE VENTA					
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1469	0,40	\$ 587,60
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1469	0,20	\$ 293,80
Map03	Apronax	unidad	1469	0,40	\$ 587,60
TOTAL					\$ 433.360,00

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 61. Presupuesto de ingresos operacionales año 3

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	libra	2497	0,50	\$ 1.248,50
Va02	Arroz Rico	libra	2497	0,60	\$ 1.498,20
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1248	1,00	\$ 1.248,00
Vav02	Avena Pesada	libra	1248	0,50	\$ 624,00
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	2497	0,50	\$ 1.248,50
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	2497	0,40	\$ 998,80
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1373	1,00	\$ 1.373,00
Vsa01.1		1 kg	1373	0,60	\$ 823,80
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1373	0,50	\$ 686,50
Vpa01	Panela	unidad	1373	0,20	\$ 274,60
Vca01	Sí Café	sachet	1373	0,30	\$ 411,90
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1373	1,60	\$ 2.196,80
Vca02.1		frasco 50 gr.	1373	3,10	\$ 4.256,30
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1373	1,10	\$ 1.510,30
Vca03.1		frasco 50 gr.	1373	3,10	\$ 4.256,30
Vca03.2		frasco 85 gr.	1373	4,60	\$ 6.315,80
Vhu01	Huevos	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1373	1,80	\$ 2.471,40
Vac01.1		500 ml.	1373	1,10	\$ 1.510,30
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1373	1,90	\$ 2.608,70
Vac02.1		500 ml.	1373	1,20	\$ 1.647,60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1373	2,40	\$ 3.295,20
Vac03.1		400 ml.	1373	1,50	\$ 2.059,50
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1373	1,20	\$ 1.647,60
Vma02	Manteca pesada	libra	1373	0,70	\$ 961,10
Vha01	Harina Flor	libra	1248	0,40	\$ 499,20
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1561	2,00	\$ 3.122,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1498	0,90	\$ 1.348,20
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1498	2,00	\$ 2.996,00
Vpas02.1		200 gr.	1498	1,10	\$ 1.647,80
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1498	0,90	\$ 1.348,20
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1498	1,10	\$ 1.647,80
Vpas04.1		200 gr.	1498	0,60	\$ 898,80
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1498	2,60	\$ 3.894,80
Vat01.1		unidad	1498	1,70	\$ 2.546,60
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1498	2,60	\$ 3.894,80
Vat02.1		unidad	1498	1,90	\$ 2.846,20
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1498	2,60	\$ 3.894,80
Vat03.1		unidad	1498	1,80	\$ 2.696,40
Vsa01	Sardina Real	unidad	1498	1,80	\$ 2.696,40
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	1498	2,80	\$ 4.194,40
Vge01.1		1/2 libra	1498	2,30	\$ 3.445,40
Vge02	Gelatina Royal	libra	1498	3,50	\$ 5.243,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vge02.1	Gelatina Royal	1/2 libra	1498	2,40	\$ 3.595,20
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1498	1,10	\$ 1.647,80
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1498	0,20	\$ 299,60
Vach02.1		200 ml.	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1498	0,10	\$ 149,80
Vca01.1		50 gr.	1498	1,20	\$ 1.797,60
Vor01	Orégano	50 gr.	1498	0,60	\$ 898,80
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1498	0,10	\$ 149,80
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1498	0,50	\$ 749,00
Vaj01.1		50 gr.	1498	0,70	\$ 1.048,60
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1498	0,50	\$ 749,00
Vco01.1		50 gr.	1498	0,70	\$ 1.048,60
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1498	0,50	\$ 749,00
Vsab01.1		50 gr.	1498	0,70	\$ 1.048,60
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1498	0,50	\$ 749,00
Vsaz01.1		50 gr.	1498	0,70	\$ 1.048,60
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1498	0,20	\$ 299,60
Vajn01.1		50 gr.	1498	0,60	\$ 898,80
Vqu01	Quinoa	libra	1498	1,10	\$ 1.647,80
Vmo01	Mote	libra	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vma01	Maíz	libra	1498	1,00	\$ 1.498,00
Vtr01	Trigo perlado	libra	1498	0,50	\$ 749,00
Vle01	Lenteja	libra	1498	0,70	\$ 1.048,60
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1498	0,70	\$ 1.048,60
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1498	0,60	\$ 898,80
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1498	0,30	\$ 449,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1498	0,30	\$ 449,40
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Pan02	Pan de dulce	unidad	1498	0,20	\$ 299,60
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1498	0,50	\$ 749,00
Lyo01.1		litro	1498	1,10	\$ 1.647,80
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	1498	1,00	\$ 1.498,00
Llec01	Leche Vita	litro	1498	1,00	\$ 1.498,00
Llec02	Leche Reyleche	litro	1498	1,00	\$ 1.498,00
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1498	2,10	\$ 3.145,80
FRUTAS					
Fman01	Manzana	unidad	1498	0,20	\$ 299,60
Fmand01	Mandarina	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Fnar01	Naranja	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Ffr01	Fresa	libra	1498	0,50	\$ 749,00
Fpi01	Piña	unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Fpe01	Pepino	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Fba01	Banano	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
VERDURAS					
Veal01	Alverja	libra	1498	0,60	\$ 898,80
Vefre01	Fréjol	libra	1498	0,80	\$ 1.198,40
Vebro01	Brócoli	unidad	1498	0,30	\$ 449,40
Vecol01	Coliflor	unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Vetoa01	Tomate de árbol	unidad	1498	0,10	\$ 149,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vepim01	Pimiento	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Veza01	Zanahoria	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1498	0,90	\$ 1.348,20
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1498	1,10	\$ 1.647,80
Ca02	Carne de res	libra	1498	2,40	\$ 3.595,20
Ca03	Carne de cerdo	libra	1498	2,40	\$ 3.595,20
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1498	0,50	\$ 749,00
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1498	1,30	\$ 1.947,40
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1498	0,60	\$ 898,80
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1498	1,80	\$ 2.696,40
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1498	2,90	\$ 4.344,20
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1498	1,80	\$ 2.696,40
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1498	0,90	\$ 1.348,20
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1498	0,70	\$ 1.048,60
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Cch02	Chicles Trident	unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Cbon01	Bonbon Yoqueta	Unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Cbon02	Bonbon Plop	Unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	Unidad	1498	0,10	\$ 149,80
Ccho01	Chocolate Manicho	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Ccho02	Chocolate Nestlé	Unidad	1498	0,20	\$ 299,60
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	Unidad	1498	0,50	\$ 749,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Ccho04	Chocolate Choco Break	Unidad	1873	0,05	\$ 93,65
Cpas01	Papas Rizadas	Unidad	1498	0,30	\$ 449,40
Cpas02	Papas Ruffles	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Csn01	Doritos	Unidad	1498	0,50	\$ 749,00
Csn02	Panchitos	Unidad	1498	0,30	\$ 449,40
Csn03	Kchitos	Unidad	1498	0,30	\$ 449,40
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	Unidad	1498	0,20	\$ 299,60
Csn05	Rosquitas	Unidad	1498	0,20	\$ 299,60
Csn06	Chifles Platanitos	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Csn07	Ponky	Unidad	1398	0,20	\$ 279,60
Cga01	Galletas Ricas	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Cga02	Galletas Salticas	Unidad	1498	0,30	\$ 449,40
Cga03	Galletas Amor	Unidad	1498	1,00	\$ 1.498,00
Cga04		Unidad	1498	1,30	\$ 1.947,40
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1348	1,00	\$ 1.348,00
Bpo02	Powerade	Válvula	1348	1,10	\$ 1.482,80
Bv03	V220	360 ml	1348	1,10	\$ 1.482,80
Bvia04	Vive100%	240 ml	1348	0,80	\$ 1.078,40
Bvi04.1		365 ml	1348	1,10	\$ 1.482,80
Bva05	Del Valle	250 ml	1348	0,40	\$ 539,20
Bva05.1		550 ml	1348	0,50	\$ 674,00
Bci06	Cifrut	360 ml	1348	0,40	\$ 539,20
Bci06.1		1700 ml	1348	1,10	\$ 1.482,80
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1348	0,30	\$ 404,40
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1348	0,50	\$ 674,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bte08.1	Tesalia Ice	2 litros	1348	1,20	\$ 1.617,60
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1348	0,40	\$ 539,20
Bpo09.1		330 ml	1348	0,60	\$ 808,80
Bco10	Coca-cola	250 ml	1348	0,20	\$ 269,60
Bco10.1		400 ml	1348	0,60	\$ 808,80
Bco10.2		1350 ml	1348	1,20	\$ 1.617,60
Bco10.3		3000 ml	1348	2,40	\$ 3.235,20
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1348	0,50	\$ 674,00
Bsp11.1		400 ml	1348	0,50	\$ 674,00
Bsp11.2		1350 ml	1348	1,20	\$ 1.617,60
Bsp11.3		3000 ml	1348	2,40	\$ 3.235,20
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1348	0,40	\$ 539,20
Bfi12.1		400 ml	1348	0,50	\$ 674,00
Bfi12.2		1350 ml	1348	1,00	\$ 1.348,00
Bfi12.3		3000 ml	1348	2,40	\$ 3.235,20
Bfa13	Fanta	400 ml	1348	0,50	\$ 674,00
Bfa13.1		1350 ml	1348	1,20	\$ 1.617,60
Bfa13.2		3000 ml	1348	2,40	\$ 3.235,20
Bgu14	Güitic	300 ml	1348	0,40	\$ 539,20
Bgu14.1		500 ml	1348	0,70	\$ 943,60
Bgu14.2		1 litro	1348	1,10	\$ 1.482,80
Btes15	Tesalia	500 ml	1348	0,50	\$ 674,00
Btes15.1		1 litro	1348	1,10	\$ 1.482,80
Bda16	Dasani	500 ml	1348	0,40	\$ 539,20
Bci17	Cielo	500 ml	1348	0,30	\$ 404,40
Bci17.1		1 litro	1348	0,70	\$ 943,60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bpil18	Pilsener	Unidad	1348	1,30	\$ 1.752,40
Bno19	Norteño	Unidad	1248	3,60	\$ 4.492,80
Bzh20	Zhumir	Unidad	1248	7,70	\$ 9.609,60
Bpa21	Paísa	Unidad	1248	8,90	\$ 11.107,20
Bsan22	Ron San Miguel	Unidad	1248	10,10	\$ 12.604,80
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1498	1,90	\$ 2.846,20
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1498	3,40	\$ 5.093,20
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1498	1,60	\$ 2.396,80
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1498	3,60	\$ 5.392,80
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1498	0,90	\$ 1.348,20
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1498	0,80	\$ 1.198,40
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1561	1,10	\$ 1.717,10
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1561	1,10	\$ 1.717,10
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	1561	9,90	\$ 15.453,90
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1561	1,10	\$ 1.717,10
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1498	1,00	\$ 1.498,00
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1498	1,10	\$ 1.647,80
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1498	3,50	\$ 5.243,00
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1498	1,50	\$ 2.247,00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1498	1,10	\$ 1.647,80
Ash03.1		500 ml	1498	4,40	\$ 6.591,20
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1498	3,30	\$ 4.943,40
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	1498	1,10	\$ 1.647,80
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1498	1,50	\$ 2.247,00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1498	1,40	\$ 2.097,20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1498	2,70	\$ 4.044,60
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1498	2,80	\$ 4.194,40
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1498	3,50	\$ 5.243,00
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1498	1,00	\$ 1.498,00
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1498	1,00	\$ 1.498,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1561	3,00	\$ 4.683,00
Apañ01.1		Mediano	1561	3,80	\$ 5.931,80
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1561	2,60	\$ 4.058,60
Apañ02.1		Mediano	1561	4,20	\$ 6.556,20
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1561	0,40	\$ 624,40
Hdet01.1		360 gr.	1561	0,90	\$ 1.404,90
Hdet01.2		1 Kg.	1561	2,90	\$ 4.526,90
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1561	0,40	\$ 624,40
Hdet02.1		1 Kg.	1561	2,40	\$ 3.746,40
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1561	0,70	\$ 1.092,70
Hdet03.1		1 Kg.	1561	3,30	\$ 5.151,30
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1561	0,50	\$ 780,50
Hdet04.1		1 Kg.	1561	1,20	\$ 1.873,20
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	1561	0,40	\$ 624,40
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	1561	0,50	\$ 780,50
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1561	0,50	\$ 780,50
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1561	0,70	\$ 1.092,70
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1561	1,00	\$ 1.561,00
Hlav01.1		500 gr.	1561	1,80	\$ 2.809,80
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1561	1,20	\$ 1.873,20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hlav02.1	Jabón lavavajilla Axión	500 gr.	1561	1,50	\$ 2.341,50
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1498	0,20	\$ 299,60
Hdes01.1		270 ml	1498	0,60	\$ 898,80
Hdes01.2		500 ml	1498	2,20	\$ 3.295,60
Hdes01.3		1 litro	1498	2,50	\$ 3.745,00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1248	0,30	\$ 374,40
Hdes02.1		270 ml	1248	0,40	\$ 499,20
Hdes02.2		500 ml	1248	1,20	\$ 1.497,60
Hdes02.3		1 litro	1248	2,20	\$ 2.745,60
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1248	0,90	\$ 1.123,20
Hdes03.1		1 litro	1248	1,70	\$ 2.121,60
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1248	1,10	\$ 1.372,80
Hsua01.1		900 ml	1248	2,70	\$ 3.369,60
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1248	1,40	\$ 1.747,20
Hsua02.1		900 ml	1248	3,30	\$ 4.118,40
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1248	0,10	\$ 124,80
Hcl01.1		270 ml	1248	0,60	\$ 748,80
Hcl01.2		1 litro	1248	2,20	\$ 2.745,60
Hcl02	Cloro	18 gr.	1873	0,20	\$ 374,60
Hcl02.1		270 ml	1498	0,70	\$ 1.048,60
Hcl02.2		1 litro	1498	1,80	\$ 2.696,40
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	Unidad	1498	0,30	\$ 449,40
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
MEDICINA DE LIBRE VENTA					
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
Mfinf02	Finalín Fem	Unidad	1498	0,20	\$ 299,60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Map03	Apronax	Unidad	1498	0,40	\$ 599,20
				TOTAL	\$ 441.956,05

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 62. Presupuesto de ingresos operacionales año 4

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	Libra	2547	0,50	\$ 1.273,50
Va02	Arroz Rico	Libra	2547	0,60	\$ 1.528,20
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1273	1,00	\$ 1.273,00
Vav02	Avena Pesada	Libra	1273	0,50	\$ 636,50
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2547	0,50	\$ 1.273,50
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2547	0,40	\$ 1.018,80
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1400	1,00	\$ 1.400,00
Vsa01.1		1 kg	1400	0,60	\$ 840,00
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1400	0,50	\$ 700,00
Vpa01	Panela	Unidad	1400	0,20	\$ 280,00
Vca01	Sí Café	Sachet	1400	0,30	\$ 420,00
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1400	1,60	\$ 2.240,00
Vca02.1		frasco 50 gr.	1400	3,10	\$ 4.340,00
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1400	1,10	\$ 1.540,00
Vca03.1		frasco 50 gr.	1400	3,10	\$ 4.340,00
Vca03.2		frasco 85 gr.	1400	4,60	\$ 6.440,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vhu01	Huevos	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1400	1,80	\$ 2.520,00
Vac01.1		500 ml.	1400	1,10	\$ 1.540,00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1400	1,90	\$ 2.660,00
Vac02.1		500 ml.	1400	1,20	\$ 1.680,00
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	Litro	1400	2,40	\$ 3.360,00
Vac03.1		400 ml.	1400	1,50	\$ 2.100,00
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1400	1,20	\$ 1.680,00
Vma02	Manteca pesada	Libra	1400	0,70	\$ 980,00
Vha01	Harina Flor	Libra	1273	0,40	\$ 509,20
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1592	2,00	\$ 3.184,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1528	1,00	\$ 1.528,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1528	1,00	\$ 1.528,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1528	1,00	\$ 1.528,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1528	1,00	\$ 1.528,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1528	0,90	\$ 1.375,20
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1528	2,00	\$ 3.056,00
Vpas02.1		200 gr.	1528	1,10	\$ 1.680,80
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1528	0,90	\$ 1.375,20
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1528	1,10	\$ 1.680,80
Vpas04.1		200 gr.	1528	0,60	\$ 916,80
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1528	2,60	\$ 3.972,80
Vat01.1		Unidad	1528	1,70	\$ 2.597,60
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1528	2,60	\$ 3.972,80
Vat02.1		Unidad	1528	1,90	\$ 2.903,20
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1528	2,60	\$ 3.972,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vat03.1	Atún Real	Unidad	1528	1,80	\$ 2.750,40
Vsa01	Sardina Real	Unidad	1528	1,80	\$ 2.750,40
Vge01	Gelatina Gel'hada	Libra	1528	2,80	\$ 4.278,40
Vge01.1		1/2 libra	1528	2,30	\$ 3.514,40
Vge02	Gelatina Royal	Libra	1528	3,50	\$ 5.348,00
Vge02.1		1/2 libra	1528	2,40	\$ 3.667,20
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1528	1,10	\$ 1.680,80
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1528	0,20	\$ 305,60
Vach02.1		200 ml.	1528	1,00	\$ 1.528,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1528	0,10	\$ 152,80
Vca01.1		50 gr.	1528	1,20	\$ 1.833,60
Vor01	Orégano	50 gr.	1528	0,60	\$ 916,80
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1528	0,10	\$ 152,80
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1528	0,50	\$ 764,00
Vaj01.1		50 gr.	1528	0,70	\$ 1.069,60
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1528	0,50	\$ 764,00
Vco01.1		50 gr.	1528	0,70	\$ 1.069,60
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1528	0,50	\$ 764,00
Vsab01.1		50 gr.	1528	0,70	\$ 1.069,60
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1528	0,50	\$ 764,00
Vsaz01.1		50 gr.	1528	0,70	\$ 1.069,60
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1528	0,20	\$ 305,60
Vajn01.1		50 gr.	1528	0,60	\$ 916,80
Vqu01	Quinua	Libra	1528	1,10	\$ 1.680,80
Vmo01	Mote	Libra	1528	1,00	\$ 1.528,00
Vma01	Maíz	Libra	1528	1,00	\$ 1.528,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vtr01	Trigo perlado	Libra	1528	0,50	\$ 764,00
Vle01	Lenteja	Libra	1528	0,70	\$ 1.069,60
Vfo01	Fósforos Chispas	Paquete	1528	0,70	\$ 1.069,60
Vfo02	Fósforos El Sol	Paquete	1528	0,60	\$ 916,80
Vju01	Jugos de sobre Tang	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Pan02	Pan de dulce	Unidad	1528	0,20	\$ 305,60
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1528	0,50	\$ 764,00
Lyo01.1		Litro	1528	1,10	\$ 1.680,80
Lyo02	Yogurt Dulacs	Litro	1528	1,00	\$ 1.528,00
Llec01	Leche Vita	Litro	1528	1,00	\$ 1.528,00
Llec02	Leche Reyleche	Litro	1528	1,00	\$ 1.528,00
Lque01	Queso Fresquilac	Unidad	1528	2,10	\$ 3.208,80
FRUTAS					
Fman01	Manzana	Unidad	1528	0,20	\$ 305,60
Fmand01	Mandarina	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Fnar01	Naranja	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Ffr01	Fresa	Libra	1528	0,50	\$ 764,00
Fpi01	Piña	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Fpe01	Pepino	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Fba01	Banano	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
VERDURAS					
Veal01	Alverja	Libra	1528	0,60	\$ 916,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vefre01	Fréjol	Libra	1528	0,80	\$ 1.222,40
Vebro01	Brócoli	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Vecol01	Coliflor	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Vetor01	Tomate riñón	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Vetoa01	Tomate de árbol	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Vepim01	Pimiento	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Veza01	Zanahoria	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Vecep01	Cebolla paiteña	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Vecel02	Cebolla blanca larga	Atado	1528	0,90	\$ 1.375,20
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	Libra	1528	1,10	\$ 1.680,80
Ca02	Carne de res	Libra	1528	2,40	\$ 3.667,20
Ca03	Carne de cerdo	Libra	1528	2,40	\$ 3.667,20
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1528	0,50	\$ 764,00
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1528	1,30	\$ 1.986,40
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1528	0,60	\$ 916,80
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1528	1,80	\$ 2.750,40
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1528	2,90	\$ 4.431,20
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1528	1,80	\$ 2.750,40
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1528	0,90	\$ 1.375,20
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1528	0,70	\$ 1.069,60
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Cch02	Chicles Trident	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Cch03	Chicles Chiclets	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Cbon01	Bonbon Yoqueta	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Cbon02	Bonbon Plop	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	Unidad	1528	0,10	\$ 152,80
Ccho01	Chocolate Manicho	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Ccho02	Chocolate Nestlé	Unidad	1528	0,20	\$ 305,60
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	Unidad	1528	0,50	\$ 764,00
Ccho04	Chocolate Choco Break	Unidad	1910	0,05	\$ 95,50
Cpas01	Papas Rizadas	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Cpas02	Papas Ruffles	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Csn01	Doritos	Unidad	1528	0,50	\$ 764,00
Csn02	Panchitos	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Csn03	Kchitos	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	Unidad	1528	0,20	\$ 305,60
Csn05	Rosquitas	Unidad	1528	0,20	\$ 305,60
Csn06	Chifles Platanitos	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Csn07	Ponky	Unidad	1426	0,20	\$ 285,20
Cga01	Galletas Ricas	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Cga02	Galletas Salticas	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Cga03	Galletas Amor	Unidad	1528	1,00	\$ 1.528,00
Cga04		Unidad	1528	1,30	\$ 1.986,40
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1375	1,00	\$ 1.375,00
Bpo02	Powerade	Válvula	1375	1,10	\$ 1.512,50
Bv03	V220	360 ml	1375	1,10	\$ 1.512,50
Bvia04	Vive100%	240 ml	1375	0,80	\$ 1.100,00
Bvi04.1		365 ml	1375	1,10	\$ 1.512,50
Bva05	Del Valle	250 ml	1375	0,40	\$ 550,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bva05.1	Del Valle	550 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Bci06	Cifrut	360 ml	1375	0,40	\$ 550,00
Bci06.1		1700 ml	1375	1,10	\$ 1.512,50
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1375	0,30	\$ 412,50
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Bte08.1		2 litros	1375	1,20	\$ 1.650,00
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1375	0,40	\$ 550,00
Bpo09.1		330 ml	1375	0,60	\$ 825,00
Bco10	Coca-cola	250 ml	1375	0,20	\$ 275,00
Bco10.1		400 ml	1375	0,60	\$ 825,00
Bco10.2		1350 ml	1375	1,20	\$ 1.650,00
Bco10.3		3000 ml	1375	2,40	\$ 3.300,00
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Bsp11.1		400 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Bsp11.2		1350 ml	1375	1,20	\$ 1.650,00
Bsp11.3		3000 ml	1375	2,40	\$ 3.300,00
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1375	0,40	\$ 550,00
Bfi12.1		400 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Bfi12.2		1350 ml	1375	1,00	\$ 1.375,00
Bfi12.3		3000 ml	1375	2,40	\$ 3.300,00
Bfa13	Fanta	400 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Bfa13.1		1350 ml	1375	1,20	\$ 1.650,00
Bfa13.2		3000 ml	1375	2,40	\$ 3.300,00
Bgu14	Güitic	300 ml	1375	0,40	\$ 550,00
Bgu14.1		500 ml	1375	0,70	\$ 962,50
Bgu14.2		1 litro	1375	1,10	\$ 1.512,50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Btes15	Tesalia	500 ml	1375	0,50	\$ 687,50
Btes15.1		1 litro	1375	1,10	\$ 1.512,50
Bda16	Dasani	500 ml	1375	0,40	\$ 550,00
Bci17	Cielo	500 ml	1375	0,30	\$ 412,50
Bci17.1		1 litro	1375	0,70	\$ 962,50
Bpil18	Pilsener	Unidad	1375	1,30	\$ 1.787,50
Bno19	Norteño	Unidad	1273	3,60	\$ 4.582,80
Bzh20	Zhumir	Unidad	1273	7,70	\$ 9.802,10
Bpa21	Paiza	Unidad	1273	8,90	\$ 11.329,70
Bsan22	Ron San Miguel	Unidad	1273	10,10	\$ 12.857,30
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1528	1,90	\$ 2.903,20
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1528	3,40	\$ 5.195,20
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1528	1,60	\$ 2.444,80
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1528	3,60	\$ 5.500,80
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1528	0,90	\$ 1.375,20
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1528	0,80	\$ 1.222,40
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1592	1,10	\$ 1.751,20
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1592	1,10	\$ 1.751,20
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	1592	9,90	\$ 15.760,80
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1592	1,10	\$ 1.751,20
Aced01	Cepillo dental Trial	Unidad	1528	1,00	\$ 1.528,00
Aced02	Cepillo dental Colgate	Unidad	1528	1,10	\$ 1.680,80
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1528	3,50	\$ 5.348,00
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1528	1,50	\$ 2.292,00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1528	1,10	\$ 1.680,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Ash03.1	Shampoo Savital	500 ml	1528	4,40	\$ 6.723,20
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1528	3,30	\$ 5.042,40
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	1528	1,10	\$ 1.680,80
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1528	1,50	\$ 2.292,00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1528	1,40	\$ 2.139,20
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1528	2,70	\$ 4.125,60
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1528	2,80	\$ 4.278,40
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1528	3,50	\$ 5.348,00
Apr01	Prestobarba Gillette	Unidad	1528	1,00	\$ 1.528,00
Apr02	Prestobarba Bic	Unidad	1528	1,00	\$ 1.528,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1592	3,00	\$ 4.776,00
Apañ01.1		Mediano	1592	3,80	\$ 6.049,60
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1592	2,60	\$ 4.139,20
Apañ02.1		Mediano	1592	4,20	\$ 6.686,40
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1592	0,40	\$ 636,80
Hdet01.1		360 gr.	1592	0,90	\$ 1.432,80
Hdet01.2		1 Kg.	1592	2,90	\$ 4.616,80
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1592	0,40	\$ 636,80
Hdet02.1		1 Kg.	1592	2,40	\$ 3.820,80
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1592	0,70	\$ 1.114,40
Hdet03.1		1 Kg.	1592	3,30	\$ 5.253,60
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1592	0,50	\$ 796,00
Hdet04.1		1 Kg.	1592	1,20	\$ 1.910,40
Hjab01	Jabón Iles económico	Unidad	1592	0,40	\$ 636,80
Hjab02	Jabón Iles azul	Unidad	1592	0,50	\$ 796,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hjab03	Jabón Top combi	Unidad	1592	0,50	\$ 796,00
Hjab04	Jabón Lavatodo6	Unidad	1592	0,70	\$ 1.114,40
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1592	1,00	\$ 1.592,00
Hlav01.1		500 gr.	1592	1,80	\$ 2.865,60
Hlav02	Jabón lavavajilla Axió	250 gr.	1592	1,20	\$ 1.910,40
Hlav02.1		500 gr.	1592	1,50	\$ 2.388,00
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1528	0,20	\$ 305,60
Hdes01.1		270 ml	1528	0,60	\$ 916,80
Hdes01.2		500 ml	1528	2,20	\$ 3.361,60
Hdes01.3		1 litro	1528	2,50	\$ 3.820,00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1273	0,30	\$ 381,90
Hdes02.1		270 ml	1273	0,40	\$ 509,20
Hdes02.2		500 ml	1273	1,20	\$ 1.527,60
Hdes02.3		1 litro	1273	2,20	\$ 2.800,60
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1273	0,90	\$ 1.145,70
Hdes03.1		1 litro	1273	1,70	\$ 2.164,10
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1273	1,10	\$ 1.400,30
Hsua01.1		900 ml	1273	2,70	\$ 3.437,10
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1273	1,40	\$ 1.782,20
Hsua02.1		900 ml	1273	3,30	\$ 4.200,90
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1273	0,10	\$ 127,30
Hcl01.1		270 ml	1273	0,60	\$ 763,80
Hcl01.2		1 litro	1273	2,20	\$ 2.800,60
Hcl02	Cloro	18 gr.	1910	0,20	\$ 382,00
Hcl02.1		270 ml	1528	0,70	\$ 1.069,60
Hcl02.2		1 litro	1528	1,80	\$ 2.750,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	Unidad	1528	0,30	\$ 458,40
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
MEDICINA DE LIBRE VENTA					
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
Mfinf02	Finalín Fem	Unidad	1528	0,20	\$ 305,60
Map03	Apronax	Unidad	1528	0,40	\$ 611,20
TOTAL					\$ 450.780,60

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 63. Presupuesto de ingresos operacionales año 5

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	Libra	2598	0,50	\$ 1.299,00
Va02	Arroz Rico	Libra	2598	0,60	\$ 1.558,80
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1298	1,00	\$ 1.298,00
Vav02	Avena Pesada	Libra	1298	0,50	\$ 649,00
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2598	0,50	\$ 1.299,00
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2598	0,40	\$ 1.039,20
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1428	1,00	\$ 1.428,00
Vsa01.1		1 kg	1428	0,60	\$ 856,80
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1428	0,50	\$ 714,00
Vpa01	Panela	unidad	1428	0,20	\$ 285,60
Vca01	Sí Café	sachet	1428	0,30	\$ 428,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1428	1,60	\$ 2.284,80
Vca02.1		frasco 50 gr.	1428	3,10	\$ 4.426,80
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1428	1,10	\$ 1.570,80
Vca03.1		frasco 50 gr.	1428	3,10	\$ 4.426,80
Vca03.2		frasco 85 gr.	1428	4,60	\$ 6.568,80
Vhu01	Huevos	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1428	1,80	\$ 2.570,40
Vac01.1		500 ml.	1428	1,10	\$ 1.570,80
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1428	1,90	\$ 2.713,20
Vac02.1		500 ml.	1428	1,20	\$ 1.713,60
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1428	2,40	\$ 3.427,20
Vac03.1		400 ml.	1428	1,50	\$ 2.142,00
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1428	1,20	\$ 1.713,60
Vma02	Manteca pesada	libra	1428	0,70	\$ 999,60
Vha01	Harina Flor	libra	1298	0,40	\$ 519,20
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1624	2,00	\$ 3.248,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1559	0,90	\$ 1.403,10
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1559	2,00	\$ 3.118,00
Vpas02.1		200 gr.	1559	1,10	\$ 1.714,90
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1559	0,90	\$ 1.403,10
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1559	1,10	\$ 1.714,90
Vpas04.1		200 gr.	1559	0,60	\$ 935,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1559	2,60	\$ 4.053,40
Vat01.1		unidad	1559	1,70	\$ 2.650,30
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1559	2,60	\$ 4.053,40
Vat02.1		unidad	1559	1,90	\$ 2.962,10
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1559	2,60	\$ 4.053,40
Vat03.1		unidad	1559	1,80	\$ 2.806,20
Vsa01	Sardina Real	unidad	1559	1,80	\$ 2.806,20
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	1559	2,80	\$ 4.365,20
Vge01.1		1/2 libra	1559	2,30	\$ 3.585,70
Vge02	Gelatina Royal	libra	1559	3,50	\$ 5.456,50
Vge02.1		1/2 libra	1559	2,40	\$ 3.741,60
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1559	1,10	\$ 1.714,90
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1559	0,20	\$ 311,80
Vach02.1		200 ml.	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1559	0,10	\$ 155,90
Vca01.1		50 gr.	1559	1,20	\$ 1.870,80
Vor01	Orégano	50 gr.	1559	0,60	\$ 935,40
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1559	0,10	\$ 155,90
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1559	0,50	\$ 779,50
Vaj01.1		50 gr.	1559	0,70	\$ 1.091,30
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1559	0,50	\$ 779,50
Vco01.1		50 gr.	1559	0,70	\$ 1.091,30
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1559	0,50	\$ 779,50
Vsab01.1		50 gr.	1559	0,70	\$ 1.091,30
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1559	0,50	\$ 779,50
Vsaz01.1		50 gr.	1559	0,70	\$ 1.091,30

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1559	0,20	\$ 311,80
Vajn01.1		50 gr.	1559	0,60	\$ 935,40
Vqu01	Quinoa	libra	1559	1,10	\$ 1.714,90
Vmo01	Mote	libra	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vma01	Maíz	libra	1559	1,00	\$ 1.559,00
Vtr01	Trigo perlado	libra	1559	0,50	\$ 779,50
Vle01	Lenteja	libra	1559	0,70	\$ 1.091,30
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1559	0,70	\$ 1.091,30
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1559	0,60	\$ 935,40
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1559	0,30	\$ 467,70
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Pan02	Pan de dulce	unidad	1559	0,20	\$ 311,80
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1559	0,50	\$ 779,50
Lyo01.1		litro	1559	1,10	\$ 1.714,90
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	1559	1,00	\$ 1.559,00
Llec01	Leche Vita	litro	1559	1,00	\$ 1.559,00
Llec02	Leche Reyleche	litro	1559	1,00	\$ 1.559,00
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1559	2,10	\$ 3.273,90
FRUTAS					
Fman01	Manzana	unidad	1559	0,20	\$ 311,80
Fmand01	Mandarina	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Fnar01	Naranja	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Ffr01	Fresa	libra	1559	0,50	\$ 779,50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Fpi01	Piña	unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Fpe01	Pepino	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Fba01	Banano	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
VERDURAS					
Veal01	Alverja	libra	1559	0,60	\$ 935,40
Vefre01	Fréjol	libra	1559	0,80	\$ 1.247,20
Vebro01	Brócoli	unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Vecol01	Coliflor	unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Vetoa01	Tomate de árbol	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Vepim01	Pimiento	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Veza01	Zanahoria	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1559	0,90	\$ 1.403,10
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1559	1,10	\$ 1.714,90
Ca02	Carne de res	libra	1559	2,40	\$ 3.741,60
Ca03	Carne de cerdo	libra	1559	2,40	\$ 3.741,60
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1559	0,50	\$ 779,50
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1559	1,30	\$ 2.026,70
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1559	0,60	\$ 935,40
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1559	1,80	\$ 2.806,20
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1559	2,90	\$ 4.521,10
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1559	1,80	\$ 2.806,20
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1559	0,90	\$ 1.403,10
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1559	0,70	\$ 1.091,30

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Cch02	Chicles Trident	Unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Cch03	Chicles Chiclets	Unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Cbon01	Bonbon Yoqueta	Unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Cbon02	Bonbon Plop	Unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	Unidad	1559	0,10	\$ 155,90
Ccho01	Chocolate Manicho	Unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Ccho02	Chocolate Nestlé	Unidad	1559	0,20	\$ 311,80
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	Unidad	1559	0,50	\$ 779,50
Ccho04	Chocolate Choco Break	Unidad	1948	0,05	\$ 97,40
Cpas01	Papas Rizadas	Unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Cpas02	Papas Ruffles	Unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Csn01	Doritos	Unidad	1559	0,50	\$ 779,50
Csn02	Panchitos	Unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Csn03	Kchitos	Unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	Unidad	1559	0,20	\$ 311,80
Csn05	Rosquitas	Unidad	1559	0,20	\$ 311,80
Csn06	Chifles Platanitos	Unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Csn07	Ponky	Unidad	1455	0,20	\$ 291,00
Cga01	Galletas Ricas	Unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Cga02	Galletas Salticas	Unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Cga03	Galletas Amor	Unidad	1559	1,00	\$ 1.559,00
Cga04		Unidad	1559	1,30	\$ 2.026,70
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1403	1,00	\$ 1.403,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bpo02	Powerade	Válvula	1403	1,10	\$ 1.543,30
Bv03	V220	360 ml	1403	1,10	\$ 1.543,30
Bvia04	Vive100%	240 ml	1403	0,80	\$ 1.122,40
Bvi04.1		365 ml	1403	1,10	\$ 1.543,30
Bva05	Del Valle	250 ml	1403	0,40	\$ 561,20
Bva05.1		550 ml	1403	0,50	\$ 701,50
Bci06	Cifrut	360 ml	1403	0,40	\$ 561,20
Bci06.1		1700 ml	1403	1,10	\$ 1.543,30
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1403	0,30	\$ 420,90
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1403	0,50	\$ 701,50
Bte08.1		2 litros	1403	1,20	\$ 1.683,60
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1403	0,40	\$ 561,20
Bpo09.1		330 ml	1403	0,60	\$ 841,80
Bco10	Coca-cola	250 ml	1403	0,20	\$ 280,60
Bco10.1		400 ml	1403	0,60	\$ 841,80
Bco10.2		1350 ml	1403	1,20	\$ 1.683,60
Bco10.3		3000 ml	1403	2,40	\$ 3.367,20
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1403	0,50	\$ 701,50
Bsp11.1		400 ml	1403	0,50	\$ 701,50
Bsp11.2		1350 ml	1403	1,20	\$ 1.683,60
Bsp11.3		3000 ml	1403	2,40	\$ 3.367,20
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1403	0,40	\$ 561,20
Bfi12.1		400 ml	1403	0,50	\$ 701,50
Bfi12.2		1350 ml	1403	1,00	\$ 1.403,00
Bfi12.3		3000 ml	1403	2,40	\$ 3.367,20
Bfa13	Fanta	400 ml	1403	0,50	\$ 701,50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Bfa13.1	Fanta	1350 ml	1403	1,20	\$ 1.683,60
Bfa13.2		3000 ml	1403	2,40	\$ 3.367,20
Bgu14	Güitic	300 ml	1403	0,40	\$ 561,20
Bgu14.1		500 ml	1403	0,70	\$ 982,10
Bgu14.2		1 litro	1403	1,10	\$ 1.543,30
Btes15	Tesalia	500 ml	1403	0,50	\$ 701,50
Btes15.1		1 litro	1403	1,10	\$ 1.543,30
Bda16	Dasani	500 ml	1403	0,40	\$ 561,20
Bci17	Cielo	500 ml	1403	0,30	\$ 420,90
Bci17.1		1 litro	1403	0,70	\$ 982,10
Bpil18	Pilsener	unidad	1403	1,30	\$ 1.823,90
Bno19	Norteño	unidad	1298	3,60	\$ 4.672,80
Bzh20	Zhumir	unidad	1298	7,70	\$ 9.994,60
Bpa21	Paisa	unidad	1298	8,90	\$ 11.552,20
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1298	10,10	\$ 13.109,80
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1559	1,90	\$ 2.962,10
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1559	3,40	\$ 5.300,60
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1559	1,60	\$ 2.494,40
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1559	3,60	\$ 5.612,40
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1559	0,90	\$ 1.403,10
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1559	0,80	\$ 1.247,20
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1624	1,10	\$ 1.786,40
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1624	1,10	\$ 1.786,40
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	1624	9,90	\$ 16.077,60
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1624	1,10	\$ 1.786,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1559	1,00	\$ 1.559,00
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1559	1,10	\$ 1.714,90
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1559	3,50	\$ 5.456,50
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1559	1,50	\$ 2.338,50
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1559	1,10	\$ 1.714,90
Ash03.1		500 ml	1559	4,40	\$ 6.859,60
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1559	3,30	\$ 5.144,70
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	1559	1,10	\$ 1.714,90
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1559	1,50	\$ 2.338,50
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1559	1,40	\$ 2.182,60
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1559	2,70	\$ 4.209,30
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1559	2,80	\$ 4.365,20
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1559	3,50	\$ 5.456,50
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1559	1,00	\$ 1.559,00
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1559	1,00	\$ 1.559,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1624	3,00	\$ 4.872,00
Apañ01.1		Mediano	1624	3,80	\$ 6.171,20
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1624	2,60	\$ 4.222,40
Apañ02.1		Mediano	1624	4,20	\$ 6.820,80
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1624	0,40	\$ 649,60
Hdet01.1		360 gr.	1624	0,90	\$ 1.461,60
Hdet01.2		1 Kg.	1624	2,90	\$ 4.709,60
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1624	0,40	\$ 649,60
Hdet02.1		1 Kg.	1624	2,40	\$ 3.897,60
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1624	0,70	\$ 1.136,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hdet03.1	Detergente Lavatodo6	1 Kg.	1624	3,30	\$ 5.359,20
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1624	0,50	\$ 812,00
Hdet04.1		1 Kg.	1624	1,20	\$ 1.948,80
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	1624	0,40	\$ 649,60
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	1624	0,50	\$ 812,00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1624	0,50	\$ 812,00
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1624	0,70	\$ 1.136,80
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1624	1,00	\$ 1.624,00
Hlav01.1		500 gr.	1624	1,80	\$ 2.923,20
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1624	1,20	\$ 1.948,80
Hlav02.1		500 gr.	1624	1,50	\$ 2.436,00
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1559	0,20	\$ 311,80
Hdes01.1		270 ml	1559	0,60	\$ 935,40
Hdes01.2		500 ml	1559	2,20	\$ 3.429,80
Hdes01.3		1 litro	1559	2,50	\$ 3.897,50
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1298	0,30	\$ 389,40
Hdes02.1		270 ml	1298	0,40	\$ 519,20
Hdes02.2		500 ml	1298	1,20	\$ 1.557,60
Hdes02.3		1 litro	1298	2,20	\$ 2.855,60
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1298	0,90	\$ 1.168,20
Hdes03.1		1 litro	1298	1,70	\$ 2.206,60
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1298	1,10	\$ 1.427,80
Hsua01.1		900 ml	1298	2,70	\$ 3.504,60
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1298	1,40	\$ 1.817,20
Hsua02.1		900 ml	1298	3,30	\$ 4.283,40
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1298	0,10	\$ 129,80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS ANUALES
Hcl01.1	Cloro Full cloro	270 ml	1298	0,60	\$ 778,80
Hcl01.2		1 litro	1298	2,20	\$ 2.855,60
Hcl02	Cloro	18 gr.	1948	0,20	\$ 389,60
Hcl02.1		270 ml	1559	0,70	\$ 1.091,30
Hcl02.2		1 litro	1559	1,80	\$ 2.806,20
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1559	0,30	\$ 467,70
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1559	0,40	\$ 623,60
MEDICINA DE LIBRE VENTA					
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1559	0,40	\$ 623,60
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1559	0,20	\$ 311,80
Map03	Apronax	unidad	1559	0,40	\$ 623,60
TOTAL					\$ 459.860,60

ELABORADO POR: La Autora

4.8 COSTOS

4.8.1 COSTOS VARIABLES

Los costos variables están representados por las compras de los productos que son necesario para la operación del micromercado, para la proyección de cantidades se ha tomado el 2% de incremento anual, a partir del segundo año. La proyección mensual de los costos variables se muestra en el **Anexo K**.

TABLA 64. Proyección Costos Variables 1 año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	libra	2400	0.46	\$ 1,104.00
Va02	Arroz Rico	libra	2400	0.47	\$ 1,128.00
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1200	0.88	\$ 1,056.00
Vav02	Avena Pesada	libra	1200	0.43	\$ 516.00
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	2400	0.40	\$ 960.00
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	2400	0.35	\$ 840.00
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1320	0.80	\$ 1,056.00
Vsa01.1		1 kg	1320	0.50	\$ 660.00
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1320	0.45	\$ 594.00
Vpa01	Panela	unidad	1320	0.20	\$ 264.00
Vca01	Sí Café	sachet	1320	0.28	\$ 369.60
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1320	1.35	\$ 1,782.00
Vca02.1		frasco 50 gr.	1320	2.59	\$ 3,418.80
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1320	0.89	\$ 1,174.80
Vca03.1		frasco 50 gr.	1320	2.60	\$ 3,432.00
Vca03.2		frasco 85 gr.	1320	3.90	\$ 5,148.00
Vhu01	Huevos	unidad	1440	0.08	\$ 115.20
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1320	1.50	\$ 1,980.00
Vac01.1		500 ml.	1320	0.90	\$ 1,188.00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1320	1.60	\$ 2,112.00
Vac02.1		500 ml.	1320	1.00	\$ 1,320.00
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1320	1.99	\$ 2,626.80
Vac03.1	Aceite vegetal La Favorita	400 ml.	1320	1.25	\$ 1,650.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1320	0.99	\$ 1,306.80
Vma02	Manteca pesada	libra	1320	0.60	\$ 792.00
Vha01	Harina Flor	libra	1200	0.33	\$ 396.00
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1500	1.70	\$ 2,550.00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1440	0.83	\$ 1,195.20
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1440	0.85	\$ 1,224.00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1440	0.85	\$ 1,224.00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1440	0.80	\$ 1,152.00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1440	0.79	\$ 1,137.60
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1440	1.69	\$ 2,433.60
Vpas02.1		200 gr.	1440	0.95	\$ 1,368.00
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1440	0.75	\$ 1,080.00
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1440	0.95	\$ 1,368.00
Vpas04.1		200 gr.	1440	0.49	\$ 705.60
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1440	2.20	\$ 3,168.00
Vat01.1		unidad	1440	1.40	\$ 2,016.00
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1440	2.20	\$ 3,168.00
Vat02.1		unidad	1440	1.60	\$ 2,304.00
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1440	2.15	\$ 3,096.00
Vat03.1		unidad	1440	1.50	\$ 2,160.00
Vsa01	Sardina Real	unidad	1440	1.50	\$ 2,160.00
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	1440	2.37	\$ 3,412.80
Vge01.1		1/2 libra	1440	1.90	\$ 2,736.00
Vge02	Gelatina Royal	libra	1440	2.90	\$ 4,176.00
Vge02.1		1/2 libra	1440	2.00	\$ 2,880.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1440	0.89	\$ 1,281.60
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1440	0.15	\$ 216.00
Vach02.1		200 ml.	1440	0.80	\$ 1,152.00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1440	0.08	\$ 115.20
Vca01.1		50 gr.	1440	1.00	\$ 1,440.00
Vor01	Orégano	50 gr.	1440	0.50	\$ 720.00
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1440	0.08	\$ 115.20
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1440	0.38	\$ 547.20
Vaj01.1		50 gr.	1440	0.55	\$ 792.00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1440	0.38	\$ 547.20
Vco01.1		50 gr.	1440	0.55	\$ 792.00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1440	0.38	\$ 547.20
Vsab01.1		50 gr.	1440	0.55	\$ 792.00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1440	0.38	\$ 547.20
Vsaz01.1		50 gr.	1440	0.55	\$ 792.00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1440	0.20	\$ 288.00
Vajn01.1		50 gr.	1440	0.50	\$ 720.00
Vqu01	Quinoa	libra	1440	0.90	\$ 1,296.00
Vmo01	Mote	libra	1440	0.80	\$ 1,152.00
Vma01	Maíz	libra	1440	0.85	\$ 1,224.00
Vtr01	Trigo perlado	libra	1440	0.38	\$ 547.20
Vle01	Lenteja	libra	1440	0.62	\$ 892.80
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1440	0.60	\$ 864.00
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1440	0.50	\$ 720.00
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1440	0.28	\$ 403.20
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1440	0.23	\$ 331.20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1440	0.08	\$ 115.20
Pan02	Pan de dulce	unidad	1440	0.20	\$ 288.00
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1440	0.45	\$ 648.00
Lyo01.1		Litro	1440	0.90	\$ 1,296.00
Lyo02	Yogurt Dulacs	Litro	1440	0.85	\$ 1,224.00
Llec01	Leche Vita	Litro	1440	0.80	\$ 1,152.00
Llec02	Leche Reyleche	Litro	1440	0.80	\$ 1,152.00
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1440	1.80	\$ 2,592.00
FRUTAS					
Fman01	Manzana	unidad	1440	0.15	\$ 216.00
Fmand01	Mandarina	unidad	1440	0.05	\$ 72.00
Fnar01	Naranja	unidad	1440	0.08	\$ 115.20
Ffr01	Fresa	Libra	1440	0.45	\$ 648.00
Fpi01	Piña	unidad	1440	0.35	\$ 504.00
Fpe01	Pepino	unidad	1440	0.05	\$ 72.00
Fba01	Banano	unidad	1440	0.05	\$ 72.00
VERDURAS					
Veal01	Alverja	Libra	1440	0.50	\$ 720.00
Vefre01	Fréjol	Libra	1440	0.67	\$ 964.80
Vebro01	Brócoli	unidad	1440	0.25	\$ 360.00
Vecol01	Coliflor	unidad	1440	0.30	\$ 432.00
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1440	0.05	\$ 72.00
Vetoa01	Tomate de árbol	unidad	1440	0.05	\$ 72.00
Vepim01	Pimiento	unidad	1440	0.05	\$ 72.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Veza01	Zanahoria	unidad	1440	0.05	\$ 72.00
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1440	0.06	\$ 86.40
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1440	0.75	\$ 1,080.00
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1440	0.90	\$ 1,296.00
Ca02	Carne de res	libra	1440	2.00	\$ 2,880.00
Ca03	Carne de cerdo	libra	1440	2.00	\$ 2,880.00
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1440	0.45	\$ 648.00
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1440	1.10	\$ 1,584.00
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1440	0.50	\$ 720.00
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1440	1.50	\$ 2,160.00
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1440	2.45	\$ 3,528.00
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1440	1.50	\$ 2,160.00
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1440	0.79	\$ 1,137.60
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1440	0.55	\$ 792.00
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1440	0.10	\$ 144.00
Cch02	Chicles Trident	unidad	1440	0.08	\$ 115.20
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	1440	0.33	\$ 475.20
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	1440	0.07	\$ 100.80
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	1440	0.10	\$ 144.00
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	1440	0.08	\$ 115.20
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	1440	0.33	\$ 475.20
Ccho02	Chocolate Nestle	unidad	1440	0.20	\$ 288.00
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	1440	0.44	\$ 633.60
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	1800	0.04	\$ 72.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	1440	0.25	\$ 360.00
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	1440	0.33	\$ 475.20
Csn01	Doritos	unidad	1440	0.38	\$ 547.20
Csn02	Panchitos	unidad	1440	0.27	\$ 388.80
Csn03	Kchitos	unidad	1440	0.27	\$ 388.80
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	1440	0.20	\$ 288.00
Csn05	Rosquitas	unidad	1440	0.17	\$ 244.80
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	1440	0.33	\$ 475.20
Csn07	Ponky	unidad	1344	0.20	\$ 268.80
Cga01	Galletas Ricas	unidad	1440	0.37	\$ 532.80
Cga02	Galletas Salticas	unidad	1440	0.25	\$ 360.00
Cga03	Galletas Amor	unidad	1440	0.85	\$ 1,224.00
Cga04		unidad	1440	1.10	\$ 1,584.00
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1296	0.85	\$ 1,101.60
Bpo02	Powerade	válvula	1296	0.95	\$ 1,231.20
Bv03	V220	360 ml	1296	0.95	\$ 1,231.20
Bvia04	Vive100%	240 ml	1296	0.70	\$ 907.20
Bvi04.1		365 ml	1296	0.95	\$ 1,231.20
Bva05	Del Valle	250 ml	1296	0.30	\$ 388.80
Bva05.1		550 ml	1296	0.45	\$ 583.20
Bci06	Cifrut	360 ml	1296	0.30	\$ 388.80
Bci06.1		1700 ml	1296	0.95	\$ 1,231.20
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1296	0.28	\$ 362.88
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1296	0.45	\$ 583.20
Bte08.1		2 litros	1296	1.00	\$ 1,296.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1296	0.30	\$ 388.80
Bpo09.1		330 ml	1296	0.48	\$ 622.08
Bco10	Coca-cola	250 ml	1296	0.20	\$ 259.20
Bco10.1		400 ml	1296	0.48	\$ 622.08
Bco10.2		1350 ml	1296	1.03	\$ 1,334.88
Bco10.3		3000 ml	1296	2.01	\$ 2,604.96
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1296	0.39	\$ 505.44
Bsp11.1		400 ml	1296	0.40	\$ 518.40
Bsp11.2		1350 ml	1296	1.02	\$ 1,321.92
Bsp11.3		3000 ml	1296	2.01	\$ 2,604.96
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1296	0.32	\$ 414.72
Bfi12.1		400 ml	1296	0.40	\$ 518.40
Bfi12.2		1350 ml	1296	0.82	\$ 1,062.72
Bfi12.3		3000 ml	1296	2.04	\$ 2,643.84
Bfa13	Fanta	400 ml	1296	0.40	\$ 518.40
Bfa13.1		1350 ml	1296	0.99	\$ 1,283.04
Bfa13.2		3000 ml	1296	2.01	\$ 2,604.96
Bgu14	Güitic	300 ml	1296	0.30	\$ 388.80
Bgu14.1		500 ml	1296	0.60	\$ 777.60
Bgu14.2		1 litro	1296	0.90	\$ 1,166.40
Btes15	Tesalia	500 ml	1296	0.38	\$ 492.48
Btes15.1		1 litro	1296	0.90	\$ 1,166.40
Bda16	Dasani	500 ml	1296	0.35	\$ 453.60
Bci17	Cielo	500 ml	1296	0.25	\$ 324.00
Bci17.1		1 litro	1296	0.55	\$ 712.80
Bpil18	Pilsener	unidad	1296	1.08	\$ 1,399.68

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bno19	Norteño	unidad	1200	3.00	\$ 3,600.00
Bzh20	Zhumir	unidad	1200	6.50	\$ 7,800.00
Bpa21	Paisa	unidad	1200	7.50	\$ 9,000.00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1200	8.49	\$ 10,188.00
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1440	1.57	\$ 2,260.80
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1440	2.88	\$ 4,147.20
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1440	1.35	\$ 1,944.00
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1440	3.00	\$ 4,320.00
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1440	0.75	\$ 1,080.00
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1440	0.70	\$ 1,008.00
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1500	0.90	\$ 1,350.00
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1500	0.90	\$ 1,350.00
Aph02.1		Paq. x 12 unid.	1500	8.32	\$ 12,480.00
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1500	0.95	\$ 1,425.00
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1440	0.85	\$ 1,224.00
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1440	0.90	\$ 1,296.00
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1440	2.91	\$ 4,190.40
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1440	1.25	\$ 1,800.00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1440	0.90	\$ 1,296.00
Ash03.1		500 ml	1440	3.72	\$ 5,356.80
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1440	2.75	\$ 3,960.00
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paq. x 10 unid.	1440	0.90	\$ 1,296.00
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paq. x 10 unid.	1440	1.30	\$ 1,872.00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paq. x 10 unid.	1440	1.20	\$ 1,728.00
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1440	2.25	\$ 3,240.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1440	2.38	\$ 3,427.20
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1440	2.90	\$ 4,176.00
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1440	0.87	\$ 1,252.80
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1440	0.80	\$ 1,152.00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1500	2.50	\$ 3,750.00
Apañ01.1		Mediano	1500	3.20	\$ 4,800.00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1500	2.20	\$ 3,300.00
Apañ02.1		Mediano	1500	3.50	\$ 5,250.00
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1500	0.30	\$ 450.00
Hdet01.1		360 gr.	1500	0.74	\$ 1,110.00
Hdet01.2		1 Kg.	1500	2.41	\$ 3,615.00
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1500	0.34	\$ 510.00
Hdet02.1		1 Kg.	1500	1.98	\$ 2,970.00
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1500	0.60	\$ 900.00
Hdet03.1		1 Kg.	1500	2.75	\$ 4,125.00
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1500	0.40	\$ 600.00
Hdet04.1		1 Kg.	1500	1.00	\$ 1,500.00
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	1500	0.30	\$ 450.00
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	1500	0.40	\$ 600.00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1500	0.44	\$ 660.00
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1500	0.57	\$ 855.00
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1500	0.85	\$ 1,275.00
Hlav01.1		500 gr.	1500	1.50	\$ 2,250.00
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1500	0.97	\$ 1,455.00
Hlav02.1		500 gr.	1500	1.29	\$ 1,935.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1440	0.20	\$ 288.00
Hdes01.1		270 ml	1440	0.48	\$ 691.20
Hdes01.2		500 ml	1440	1.89	\$ 2,721.60
Hdes01.3		1 litro	1440	2.10	\$ 3,024.00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1200	0.25	\$ 300.00
Hdes02.1		270 ml	1200	0.35	\$ 420.00
Hdes02.2		500 ml	1200	0.99	\$ 1,188.00
Hdes02.3		1 litro	1200	1.85	\$ 2,220.00
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1200	0.78	\$ 936.00
Hdes03.1		1 litro	1200	1.46	\$ 1,752.00
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1200	0.94	\$ 1,128.00
Hsua01.1		900 ml	1200	2.27	\$ 2,724.00
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1200	1.15	\$ 1,380.00
Hsua02.1		900 ml	1200	2.80	\$ 3,360.00
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1200	0.10	\$ 120.00
Hcl01.1		270 ml	1200	0.50	\$ 600.00
Hcl01.2		1 litro	1200	1.85	\$ 2,220.00
Hcl02	Cloro	18 gr.	1800	0.15	\$ 270.00
Hcl02.1		270 ml	1440	0.55	\$ 792.00
Hcl02.2		1 litro	1440	1.50	\$ 2,160.00
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1440	0.29	\$ 417.60
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1440	0.35	\$ 504.00
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1440	0.36	\$ 518.40
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1440	0.20	\$ 288.00
Map03	Apronax	unidad	1440	0.35	\$ 504.00
ELABORADO POR: La Autora				TOTAL	\$ 355,478.04

TABLA 65. Proyección Costos Variables 2 Año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	libra	2448	0.46	\$ 1,126.08
Va02	Arroz Rico	libra	2448	0.47	\$ 1,150.56
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1224	0.88	\$ 1,077.12
Vav02	Avena Pesada	Libra	1224	0.43	\$ 526.32
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2448	0.40	\$ 979.20
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2448	0.35	\$ 856.80
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1346	0.80	\$ 1,077.12
Vsa01.1		1 kg	1346	0.50	\$ 673.20
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1346	0.45	\$ 605.88
Vpa01	Panela	Unidad	1346	0.20	\$ 269.28
Vca01	Sí Café	Sachet	1346	0.28	\$ 376.99
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1346	1.35	\$ 1,817.64
Vca02.1		frasco 50 gr.	1346	2.59	\$ 3,487.18
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1346	0.89	\$ 1,198.30
Vca03.1		frasco 50 gr.	1346	2.60	\$ 3,500.64
Vca03.2		frasco 85 gr.	1346	3.90	\$ 5,250.96
Vhu01	Huevos	Unidad	1469	0.08	\$ 117.50
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1346	1.50	\$ 2,019.60
Vac01.1		500 ml.	1346	0.90	\$ 1,211.76
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1346	1.60	\$ 2,154.24
Vac02.1		500 ml.	1346	1.00	\$ 1,346.40
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	Litro	1346	1.99	\$ 2,679.34
Vac03.1		400 ml.	1346	1.25	\$ 1,683.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1346	0.99	\$ 1,332.94
Vma02	Manteca pesada	Libra	1346	0.60	\$ 807.84
Vha01	Harina Flor	Libra	1224	0.33	\$ 403.92
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1530	1.70	\$ 2,601.00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1469	0.83	\$ 1,219.10
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1469	0.85	\$ 1,248.48
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1469	0.85	\$ 1,248.48
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1469	0.80	\$ 1,175.04
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1469	0.79	\$ 1,160.35
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1469	1.69	\$ 2,482.27
Vpas02.1		200 gr.	1469	0.95	\$ 1,395.36
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1469	0.75	\$ 1,101.60
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1469	0.95	\$ 1,395.36
Vpas04.1		200 gr.	1469	0.49	\$ 719.71
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1469	2.20	\$ 3,231.36
Vat01.1		Unidad	1469	1.40	\$ 2,056.32
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1469	2.20	\$ 3,231.36
Vat02.1		Unidad	1469	1.60	\$ 2,350.08
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1469	2.15	\$ 3,157.92
Vat03.1		Unidad	1469	1.50	\$ 2,203.20
Vsa01	Sardina Real	Unidad	1469	1.50	\$ 2,203.20
Vge01	Gelatina Gel'hada	Libra	1469	2.37	\$ 3,481.06
Vge01.1		1/2 libra	1469	1.90	\$ 2,790.72
Vge02	Gelatina Royal	Libra	1469	2.90	\$ 4,259.52
Vge02.1		1/2 libra	1469	2.00	\$ 2,937.60
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1469	0.89	\$ 1,307.23

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1469	0.15	\$ 220.32
Vach02.1		200 ml.	1469	0.80	\$ 1,175.04
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1469	0.08	\$ 117.50
Vca01.1		50 gr.	1469	1.00	\$ 1,468.80
Vor01	Orégano	50 gr.	1469	0.50	\$ 734.40
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1469	0.08	\$ 117.50
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1469	0.38	\$ 558.14
Vaj01.1		50 gr.	1469	0.55	\$ 807.84
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1469	0.38	\$ 558.14
Vco01.1		50 gr.	1469	0.55	\$ 807.84
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1469	0.38	\$ 558.14
Vsab01.1		50 gr.	1469	0.55	\$ 807.84
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1469	0.38	\$ 558.14
Vsaz01.1		50 gr.	1469	0.55	\$ 807.84
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1469	0.20	\$ 293.76
Vajn01.1		50 gr.	1469	0.50	\$ 734.40
Vqu01	Quinoa	libra	1469	0.90	\$ 1,321.92
Vmo01	Mote	libra	1469	0.80	\$ 1,175.04
Vma01	Maíz	libra	1469	0.85	\$ 1,248.48
Vtr01	Trigo perlado	libra	1469	0.38	\$ 558.14
Vle01	Lenteja	libra	1469	0.62	\$ 910.66
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1469	0.60	\$ 881.28
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1469	0.50	\$ 734.40
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1469	0.28	\$ 411.26
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1469	0.23	\$ 337.82

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1469	0.08	\$ 117.50
Pan02	Pan de dulce	unidad	1469	0.20	\$ 293.76
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1469	0.45	\$ 660.96
Lyo01.1		litro	1469	0.90	\$ 1,321.92
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	1469	0.85	\$ 1,248.48
Llec01	Leche Vita	litro	1469	0.80	\$ 1,175.04
Llec02	Leche Reyleche	litro	1469	0.80	\$ 1,175.04
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1469	1.80	\$ 2,643.84
FRUTAS					
Fman01	Manzana	unidad	1469	0.15	\$ 220.32
Fmand01	Mandarina	unidad	1469	0.05	\$ 73.44
Fnar01	Naranja	unidad	1469	0.08	\$ 117.50
Ffr01	Fresa	libra	1469	0.45	\$ 660.96
Fpi01	Piña	unidad	1469	0.35	\$ 514.08
Fpe01	Pepino	unidad	1469	0.05	\$ 73.44
Fba01	Banano	unidad	1469	0.05	\$ 73.44
VERDURAS					
Veal01	Alverja	libra	1469	0.50	\$ 734.40
Vefre01	Fréjol	libra	1469	0.67	\$ 984.10
Vebro01	Brócoli	unidad	1469	0.25	\$ 367.20
Vecol01	Coliflor	unidad	1469	0.30	\$ 440.64
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1469	0.05	\$ 73.44
Vetoa01	Tomate de árbol	unidad	1469	0.05	\$ 73.44
Vepim01	Pimiento	unidad	1469	0.05	\$ 73.44

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Veza01	Zanahoria	unidad	1469	0.05	\$ 73.44
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1469	0.06	\$ 88.13
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1469	0.75	\$ 1,101.60
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1469	0.90	\$ 1,321.92
Ca02	Carne de res	libra	1469	2.00	\$ 2,937.60
Ca03	Carne de cerdo	libra	1469	2.00	\$ 2,937.60
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1469	0.45	\$ 660.96
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1469	1.10	\$ 1,615.68
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1469	0.50	\$ 734.40
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1469	1.50	\$ 2,203.20
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1469	2.45	\$ 3,598.56
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1469	1.50	\$ 2,203.20
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1469	0.79	\$ 1,160.35
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1469	0.55	\$ 807.84
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1469	0.10	\$ 146.88
Cch02	Chicles Trident	unidad	1469	0.08	\$ 117.50
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	1469	0.33	\$ 484.70
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	1469	0.07	\$ 102.82
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	1469	0.10	\$ 146.88
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	1469	0.08	\$ 117.50
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	1469	0.33	\$ 484.70
Ccho02	Chocolate Nestle	unidad	1469	0.20	\$ 293.76
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	1469	0.44	\$ 646.27
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	1836	0.04	\$ 73.44

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	1469	0.25	\$ 367.20
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	1469	0.33	\$ 484.70
Csn01	Doritos	unidad	1469	0.38	\$ 558.14
Csn02	Panchitos	unidad	1469	0.27	\$ 396.58
Csn03	Kchitos	unidad	1469	0.27	\$ 396.58
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	1469	0.20	\$ 293.76
Csn05	Rosquitas	unidad	1469	0.17	\$ 249.70
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	1469	0.33	\$ 484.70
Csn07	Ponky	unidad	1371	0.20	\$ 274.18
Cga01	Galletas Ricas	unidad	1469	0.37	\$ 543.46
Cga02	Galletas Salticas	unidad	1469	0.25	\$ 367.20
Cga03	Galletas Amor	unidad	1469	0.85	\$ 1,248.48
Cga04		unidad	1469	1.10	\$ 1,615.68
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1322	0.85	\$ 1,123.63
Bpo02	Powerade	válvula	1322	0.95	\$ 1,255.82
Bv03	V220	360 ml	1322	0.95	\$ 1,255.82
Bvia04	Vive100%	240 ml	1322	0.70	\$ 925.34
Bvi04.1		365 ml	1322	0.95	\$ 1,255.82
Bva05	Del Valle	250 ml	1322	0.30	\$ 396.58
Bva05.1		550 ml	1322	0.45	\$ 594.86
Bci06	Cifrut	360 ml	1322	0.30	\$ 396.58
Bci06.1		1700 ml	1322	0.95	\$ 1,255.82
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1322	0.28	\$ 370.14
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1322	0.45	\$ 594.86
Bte08.1		2 litros	1322	1.00	\$ 1,321.92

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1322	0.30	\$ 396.58
Bpo09.1		330 ml	1322	0.48	\$ 634.52
Bco10	Coca-cola	250 ml	1322	0.20	\$ 264.38
Bco10.1		400 ml	1322	0.48	\$ 634.52
Bco10.2		1350 ml	1322	1.03	\$ 1,361.58
Bco10.3		3000 ml	1322	2.01	\$ 2,657.06
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1322	0.39	\$ 515.55
Bsp11.1		400 ml	1322	0.40	\$ 528.77
Bsp11.2		1350 ml	1322	1.02	\$ 1,348.36
Bsp11.3		3000 ml	1322	2.01	\$ 2,657.06
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1322	0.32	\$ 423.01
Bfi12.1		400 ml	1322	0.40	\$ 528.77
Bfi12.2		1350 ml	1322	0.82	\$ 1,083.97
Bfi12.3		3000 ml	1322	2.04	\$ 2,696.72
Bfa13	Fanta	400 ml	1322	0.40	\$ 528.77
Bfa13.1		1350 ml	1322	0.99	\$ 1,308.70
Bfa13.2		3000 ml	1322	2.01	\$ 2,657.06
Bgu14	Güitic	300 ml	1322	0.30	\$ 396.58
Bgu14.1		500 ml	1322	0.60	\$ 793.15
Bgu14.2		1 litro	1322	0.90	\$ 1,189.73
Btes15	Tesalia	500 ml	1322	0.38	\$ 502.33
Btes15.1		1 litro	1322	0.90	\$ 1,189.73
Bda16	Dasani	500 ml	1322	0.35	\$ 462.67
Bci17	Cielo	500 ml	1322	0.25	\$ 330.48
Bci17.1		1 litro	1322	0.55	\$ 727.06
Bpil18	Pilsener	unidad	1322	1.08	\$ 1,427.67

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bno19	Norteño	unidad	1224	3.00	\$ 3,672.00
Bzh20	Zhumir	unidad	1224	6.50	\$ 7,956.00
Bpa21	Paisa	unidad	1224	7.50	\$ 9,180.00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1224	8.49	\$ 10,391.76
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1469	1.57	\$ 2,306.02
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1469	2.88	\$ 4,230.14
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1469	1.35	\$ 1,982.88
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1469	3.00	\$ 4,406.40
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1469	0.75	\$ 1,101.60
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1469	0.70	\$ 1,028.16
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1530	0.90	\$ 1,377.00
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1530	0.90	\$ 1,377.00
Aph02.1		Paq. x 12 unid.	1530	8.32	\$ 12,729.60
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1530	0.95	\$ 1,453.50
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1469	0.85	\$ 1,248.48
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1469	0.90	\$ 1,321.92
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1469	2.91	\$ 4,274.21
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1469	1.25	\$ 1,836.00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1469	0.90	\$ 1,321.92
Ash03.1		500 ml	1469	3.72	\$ 5,463.94
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1469	2.75	\$ 4,039.20
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paq. x 10 unid.	1469	0.90	\$ 1,321.92
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paq. x 10 unid.	1469	1.30	\$ 1,909.44
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paq. x 10 unid.	1469	1.20	\$ 1,762.56
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1469	2.25	\$ 3,304.80

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1469	2.38	\$ 3,495.74
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1469	2.90	\$ 4,259.52
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1469	0.87	\$ 1,277.86
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1469	0.80	\$ 1,175.04
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1530	2.50	\$ 3,825.00
Apañ01.1		Mediano	1530	3.20	\$ 4,896.00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1530	2.20	\$ 3,366.00
Apañ02.1		Mediano	1530	3.50	\$ 5,355.00
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1530	0.30	\$ 459.00
Hdet01.1		360 gr.	1530	0.74	\$ 1,132.20
Hdet01.2		1 Kg.	1530	2.41	\$ 3,687.30
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1530	0.34	\$ 520.20
Hdet02.1		1 Kg.	1530	1.98	\$ 3,029.40
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1530	0.60	\$ 918.00
Hdet03.1		1 Kg.	1530	2.75	\$ 4,207.50
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1530	0.40	\$ 612.00
Hdet04.1		1 Kg.	1530	1.00	\$ 1,530.00
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	1530	0.30	\$ 459.00
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	1530	0.40	\$ 612.00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1530	0.44	\$ 673.20
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1530	0.57	\$ 872.10
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1530	0.85	\$ 1,300.50
Hlav01.1		500 gr.	1530	1.50	\$ 2,295.00
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1530	0.97	\$ 1,484.10
Hlav02.1		500 gr.	1530	1.29	\$ 1,973.70

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1469	0.20	\$ 293.76
Hdes01.1		270 ml	1469	0.48	\$ 705.02
Hdes01.2		500 ml	1469	1.89	\$ 2,776.03
Hdes01.3		1 litro	1469	2.10	\$ 3,084.48
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1224	0.25	\$ 306.00
Hdes02.1		270 ml	1224	0.35	\$ 428.40
Hdes02.2		500 ml	1224	0.99	\$ 1,211.76
Hdes02.3		1 litro	1224	1.85	\$ 2,264.40
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1224	0.78	\$ 954.72
Hdes03.1		1 litro	1224	1.46	\$ 1,787.04
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1224	0.94	\$ 1,150.56
Hsua01.1		900 ml	1224	2.27	\$ 2,778.48
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1224	1.15	\$ 1,407.60
Hsua02.1		900 ml	1224	2.80	\$ 3,427.20
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1224	0.10	\$ 122.40
Hcl01.1		270 ml	1224	0.50	\$ 612.00
Hcl01.2		1 litro	1224	1.85	\$ 2,264.40
Hcl02	Cloro	18 gr.	1836	0.15	\$ 275.40
Hcl02.1		270 ml	1469	0.55	\$ 807.84
Hcl02.2		1 litro	1469	1.50	\$ 2,203.20
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1469	0.29	\$ 425.95
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1469	0.35	\$ 514.08
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1469	0.36	\$ 528.77
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1469	0.20	\$ 293.76
Map03	Apronax	unidad	1469	0.35	\$ 514.08
ELABORADO POR: La Autora				TOTAL	\$ 362,587.60

TABLA 66. Proyección Costos Variables 3 Año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	libra	2497	0.46	\$ 1,148.60
Va02	Arroz Rico	libra	2497	0.47	\$ 1,173.57
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1248	0.88	\$ 1,098.66
Vav02	Avena Pesada	libra	1248	0.43	\$ 536.85
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	2497	0.40	\$ 998.78
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	2497	0.35	\$ 873.94
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1373	0.80	\$ 1,098.66
Vsa01.1		1 kg	1373	0.50	\$ 686.66
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1373	0.45	\$ 618.00
Vpa01	Panela	unidad	1373	0.20	\$ 274.67
Vca01	Sí Café	sachet	1373	0.28	\$ 384.53
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1373	1.35	\$ 1,853.99
Vca02.1		frasco 50 gr.	1373	2.59	\$ 3,556.92
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1373	0.89	\$ 1,222.26
Vca03.1		frasco 50 gr.	1373	2.60	\$ 3,570.65
Vca03.2		frasco 85 gr.	1373	3.90	\$ 5,355.98
Vhu01	Huevos	unidad	1498	0.08	\$ 119.85
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1373	1.50	\$ 2,059.99
Vac01.1		500 ml.	1373	0.90	\$ 1,236.00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1373	1.60	\$ 2,197.32
Vac02.1		500 ml.	1373	1.00	\$ 1,373.33
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1373	1.99	\$ 2,732.92

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vac03.1	Aceite vegetal La Favorita	400 ml.	1373	1.25	\$ 1,716.66
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1373	0.99	\$ 1,359.59
Vma02	Manteca pesada	libra	1373	0.60	\$ 824.00
Vha01	Harina Flor	libra	1248	0.33	\$ 412.00
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1561	1.70	\$ 2,653.02
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1498	0.83	\$ 1,243.49
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1498	0.85	\$ 1,273.45
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1498	0.85	\$ 1,273.45
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1498	0.80	\$ 1,198.54
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1498	0.79	\$ 1,183.56
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1498	1.69	\$ 2,531.92
Vpas02.1		200 gr.	1498	0.95	\$ 1,423.27
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1498	0.75	\$ 1,123.63
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1498	0.95	\$ 1,423.27
Vpas04.1		200 gr.	1498	0.49	\$ 734.11
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1498	2.20	\$ 3,295.99
Vat01.1		unidad	1498	1.40	\$ 2,097.45
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1498	2.20	\$ 3,295.99
Vat02.1		unidad	1498	1.60	\$ 2,397.08
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1498	2.15	\$ 3,221.08
Vat03.1		unidad	1498	1.50	\$ 2,247.26
Vsa01	Sardina Real	unidad	1498	1.50	\$ 2,247.26
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	1498	2.37	\$ 3,550.68
Vge01.1		1/2 libra	1498	1.90	\$ 2,846.53
Vge02	Gelatina Royal	libra	1498	2.90	\$ 4,344.71
Vge02.1		1/2 libra	1498	2.00	\$ 2,996.35

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1498	0.89	\$ 1,333.38
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1498	0.15	\$ 224.73
Vach02.1		200 ml.	1498	0.80	\$ 1,198.54
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1498	0.08	\$ 119.85
Vca01.1		50 gr.	1498	1.00	\$ 1,498.18
Vor01	Orégano	50 gr.	1498	0.50	\$ 749.09
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1498	0.08	\$ 119.85
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1498	0.38	\$ 569.31
Vaj01.1		50 gr.	1498	0.55	\$ 824.00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1498	0.38	\$ 569.31
Vco01.1		50 gr.	1498	0.55	\$ 824.00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1498	0.38	\$ 569.31
Vsab01.1		50 gr.	1498	0.55	\$ 824.00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1498	0.38	\$ 569.31
Vsaz01.1		50 gr.	1498	0.55	\$ 824.00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1498	0.20	\$ 299.64
Vajn01.1		50 gr.	1498	0.50	\$ 749.09
Vqu01	Quinoa	libra	1498	0.90	\$ 1,348.36
Vmo01	Mote	libra	1498	0.80	\$ 1,198.54
Vma01	Maíz	libra	1498	0.85	\$ 1,273.45
Vtr01	Trigo perlado	libra	1498	0.38	\$ 569.31
Vle01	Lenteja	libra	1498	0.62	\$ 928.87
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1498	0.60	\$ 898.91
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1498	0.50	\$ 749.09
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1498	0.28	\$ 419.49
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1498	0.23	\$ 344.58

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1498	0.08	\$ 119.85
Pan02	Pan de dulce	unidad	1498	0.20	\$ 299.64
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1498	0.45	\$ 674.18
Lyo01.1		litro	1498	0.90	\$ 1,348.36
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	1498	0.85	\$ 1,273.45
Llec01	Leche Vita	litro	1498	0.80	\$ 1,198.54
Llec02	Leche Reyleche	litro	1498	0.80	\$ 1,198.54
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1498	1.80	\$ 2,696.72
FRUTAS					
Fman01	Manzana	unidad	1498	0.15	\$ 224.73
Fmand01	Mandarina	unidad	1498	0.05	\$ 74.91
Fnar01	Naranja	unidad	1498	0.08	\$ 119.85
Ffr01	Fresa	libra	1498	0.45	\$ 674.18
Fpi01	Piña	unidad	1498	0.35	\$ 524.36
Fpe01	Pepino	unidad	1498	0.05	\$ 74.91
Fba01	Banano	unidad	1498	0.05	\$ 74.91
VERDURAS					
Veal01	Alverja	libra	1498	0.50	\$ 749.09
Vefre01	Fréjol	libra	1498	0.67	\$ 1,003.78
Vebro01	Brócoli	unidad	1498	0.25	\$ 374.54
Vecol01	Coliflor	unidad	1498	0.30	\$ 449.45
Vetor01	Tomate riñón	unidad	1498	0.05	\$ 74.91
Vetoa01	Tomate de árbol	unidad	1498	0.05	\$ 74.91
Vepim01	Pimiento	unidad	1498	0.05	\$ 74.91

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Veza01	Zanahoria	unidad	1498	0.05	\$ 74.91
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1498	0.06	\$ 89.89
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1498	0.75	\$ 1,123.63
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1498	0.90	\$ 1,348.36
Ca02	Carne de res	libra	1498	2.00	\$ 2,996.35
Ca03	Carne de cerdo	libra	1498	2.00	\$ 2,996.35
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1498	0.45	\$ 674.18
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1498	1.10	\$ 1,647.99
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1498	0.50	\$ 749.09
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1498	1.50	\$ 2,247.26
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1498	2.45	\$ 3,670.53
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1498	1.50	\$ 2,247.26
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1498	0.79	\$ 1,183.56
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1498	0.55	\$ 824.00
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1498	0.10	\$ 149.82
Cch02	Chicles Trident	unidad	1498	0.08	\$ 119.85
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	1498	0.33	\$ 494.40
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	1498	0.07	\$ 104.87
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	1498	0.10	\$ 149.82
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	1498	0.08	\$ 119.85
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	1498	0.33	\$ 494.40
Ccho02	Chocolate Nestle	unidad	1498	0.20	\$ 299.64
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	1498	0.44	\$ 659.20
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	1873	0.04	\$ 74.91

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	1498	0.25	\$ 374.54
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	1498	0.33	\$ 494.40
Csn01	Doritos	unidad	1498	0.38	\$ 569.31
Csn02	Panchitos	unidad	1498	0.27	\$ 404.51
Csn03	Kchitos	unidad	1498	0.27	\$ 404.51
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	1498	0.20	\$ 299.64
Csn05	Rosquitas	unidad	1498	0.17	\$ 254.69
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	1498	0.33	\$ 494.40
Csn07	Ponky	unidad	1398	0.20	\$ 279.66
Cga01	Galletas Ricas	unidad	1498	0.37	\$ 554.33
Cga02	Galletas Salticas	unidad	1498	0.25	\$ 374.54
Cga03	Galletas Amor	unidad	1498	0.85	\$ 1,273.45
Cga04		unidad	1498	1.10	\$ 1,647.99
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1348	0.85	\$ 1,146.10
Bpo02	Powerade	Válvula	1348	0.95	\$ 1,280.94
Bv03	V220	360 ml	1348	0.95	\$ 1,280.94
Bvia04	Vive100%	240 ml	1348	0.70	\$ 943.85
Bvi04.1		365 ml	1348	0.95	\$ 1,280.94
Bva05	Del Valle	250 ml	1348	0.30	\$ 404.51
Bva05.1		550 ml	1348	0.45	\$ 606.76
Bci06	Cifrut	360 ml	1348	0.30	\$ 404.51
Bci06.1		1700 ml	1348	0.95	\$ 1,280.94
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1348	0.28	\$ 377.54
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1348	0.45	\$ 606.76
Bte08.1		2 litros	1348	1.00	\$ 1,348.36

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1348	0.30	\$ 404.51
Bpo09.1		330 ml	1348	0.48	\$ 647.21
Bco10	Coca-cola	250 ml	1348	0.20	\$ 269.67
Bco10.1		400 ml	1348	0.48	\$ 647.21
Bco10.2		1350 ml	1348	1.03	\$ 1,388.81
Bco10.3		3000 ml	1348	2.01	\$ 2,710.20
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1348	0.39	\$ 525.86
Bsp11.1		400 ml	1348	0.40	\$ 539.34
Bsp11.2		1350 ml	1348	1.02	\$ 1,375.33
Bsp11.3		3000 ml	1348	2.01	\$ 2,710.20
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1348	0.32	\$ 431.47
Bfi12.1		400 ml	1348	0.40	\$ 539.34
Bfi12.2		1350 ml	1348	0.82	\$ 1,105.65
Bfi12.3		3000 ml	1348	2.04	\$ 2,750.65
Bfa13	Fanta	400 ml	1348	0.40	\$ 539.34
Bfa13.1		1350 ml	1348	0.99	\$ 1,334.87
Bfa13.2		3000 ml	1348	2.01	\$ 2,710.20
Bgu14	Güitic	300 ml	1348	0.30	\$ 404.51
Bgu14.1		500 ml	1348	0.60	\$ 809.02
Bgu14.2		1 litro	1348	0.90	\$ 1,213.52
Btes15	Tesalia	500 ml	1348	0.38	\$ 512.38
Btes15.1		1 litro	1348	0.90	\$ 1,213.52
Bda16	Dasani	500 ml	1348	0.35	\$ 471.93
Bci17	Cielo	500 ml	1348	0.25	\$ 337.09
Bci17.1		1 litro	1348	0.55	\$ 741.60
Bpil18	Pilsener	unidad	1348	1.08	\$ 1,456.23

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bno19	Norteño	unidad	1248	3.00	\$ 3,745.44
Bzh20	Zhumir	unidad	1248	6.50	\$ 8,115.12
Bpa21	Paiza	unidad	1248	7.50	\$ 9,363.60
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1248	8.49	\$ 10,599.60
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1498	1.57	\$ 2,352.14
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1498	2.88	\$ 4,314.75
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1498	1.35	\$ 2,022.54
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1498	3.00	\$ 4,494.53
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1498	0.75	\$ 1,123.63
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1498	0.70	\$ 1,048.72
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1561	0.90	\$ 1,404.54
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1561	0.90	\$ 1,404.54
Aph02.1		Paq. x 12 unid.	1561	8.32	\$ 12,984.19
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1561	0.95	\$ 1,482.57
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1498	0.85	\$ 1,273.45
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1498	0.90	\$ 1,348.36
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1498	2.91	\$ 4,359.69
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1498	1.25	\$ 1,872.72
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1498	0.90	\$ 1,348.36
Ash03.1		500 ml	1498	3.72	\$ 5,573.21
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1498	2.75	\$ 4,119.98
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paq. x 10 unid.	1498	0.90	\$ 1,348.36
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paq. x 10 unid.	1498	1.30	\$ 1,947.63
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paq. x 10 unid.	1498	1.20	\$ 1,797.81
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1498	2.25	\$ 3,370.90

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1498	2.38	\$ 3,565.66
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1498	2.90	\$ 4,344.71
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1498	0.87	\$ 1,303.41
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1498	0.80	\$ 1,198.54
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1561	2.50	\$ 3,901.50
Apañ01.1		Mediano	1561	3.20	\$ 4,993.92
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1561	2.20	\$ 3,433.32
Apañ02.1		Mediano	1561	3.50	\$ 5,462.10
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1561	0.30	\$ 468.18
Hdet01.1		360 gr.	1561	0.74	\$ 1,154.84
Hdet01.2		1 Kg.	1561	2.41	\$ 3,761.05
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1561	0.34	\$ 530.60
Hdet02.1		1 Kg.	1561	1.98	\$ 3,089.99
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1561	0.60	\$ 936.36
Hdet03.1		1 Kg.	1561	2.75	\$ 4,291.65
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1561	0.40	\$ 624.24
Hdet04.1		1 Kg.	1561	1.00	\$ 1,560.60
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	1561	0.30	\$ 468.18
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	1561	0.40	\$ 624.24
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1561	0.44	\$ 686.66
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1561	0.57	\$ 889.54
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1561	0.85	\$ 1,326.51
Hlav01.1		500 gr.	1561	1.50	\$ 2,340.90
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1561	0.97	\$ 1,513.78
Hlav02.1		500 gr.	1561	1.29	\$ 2,013.17

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1498	0.20	\$ 299.64
Hdes01.1		270 ml	1498	0.48	\$ 719.12
Hdes01.2		500 ml	1498	1.89	\$ 2,831.55
Hdes01.3		1 litro	1498	2.10	\$ 3,146.17
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1248	0.25	\$ 312.12
Hdes02.1		270 ml	1248	0.35	\$ 436.97
Hdes02.2		500 ml	1248	0.99	\$ 1,236.00
Hdes02.3		1 litro	1248	1.85	\$ 2,309.69
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1248	0.78	\$ 973.81
Hdes03.1		1 litro	1248	1.46	\$ 1,822.78
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1248	0.94	\$ 1,173.57
Hsua01.1		900 ml	1248	2.27	\$ 2,834.05
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1248	1.15	\$ 1,435.75
Hsua02.1		900 ml	1248	2.80	\$ 3,495.74
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1248	0.10	\$ 124.85
Hcl01.1		270 ml	1248	0.50	\$ 624.24
Hcl01.2		1 litro	1248	1.85	\$ 2,309.69
Hcl02	Cloro	18 gr.	1873	0.15	\$ 280.91
Hcl02.1		270 ml	1498	0.55	\$ 824.00
Hcl02.2		1 litro	1498	1.50	\$ 2,247.26
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1498	0.29	\$ 434.47
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1498	0.35	\$ 524.36
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1498	0.36	\$ 539.34
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1498	0.20	\$ 299.64
Map03	Apronax	unidad	1498	0.35	\$ 524.36
ELABORADO POR: La Autora				TOTAL	\$ 369,839.35

TABLA 67. Proyección Costos Variables Año 4

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	Libra	2547	0.46	\$ 1,171.57
Va02	Arroz Rico	Libra	2547	0.47	\$ 1,197.04
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1273	0.88	\$ 1,120.64
Vav02	Avena Pesada	Libra	1273	0.43	\$ 547.58
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2547	0.40	\$ 1,018.76
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2547	0.35	\$ 891.41
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1401	0.80	\$ 1,120.64
Vsa01.1		1 kg	1401	0.50	\$ 700.40
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1401	0.45	\$ 630.36
Vpa01	Panela	unidad	1401	0.20	\$ 280.16
Vca01	Sí Café	sachet	1401	0.28	\$ 392.22
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1401	1.35	\$ 1,891.07
Vca02.1		frasco 50 gr.	1401	2.59	\$ 3,628.06
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1401	0.89	\$ 1,246.71
Vca03.1		frasco 50 gr.	1401	2.60	\$ 3,642.07
Vca03.2		frasco 85 gr.	1401	3.90	\$ 5,463.10
Vhu01	Huevos	unidad	1528	0.08	\$ 122.25
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1401	1.50	\$ 2,101.19
Vac01.1		500 ml.	1401	0.90	\$ 1,260.72
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1401	1.60	\$ 2,241.27
Vac02.1		500 ml.	1401	1.00	\$ 1,400.79
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1401	1.99	\$ 2,787.58

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vac03.1	Aceite vegetal La Favorita	400 ml.	1401	1.25	\$ 1,750.99
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1401	0.99	\$ 1,386.79
Vma02	Manteca pesada	libra	1401	0.60	\$ 840.48
Vha01	Harina Flor	libra	1273	0.33	\$ 420.24
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1592	1.70	\$ 2,706.08
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1528	0.83	\$ 1,268.36
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1528	0.85	\$ 1,298.92
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1528	0.85	\$ 1,298.92
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1528	0.80	\$ 1,222.51
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1528	0.79	\$ 1,207.23
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1528	1.69	\$ 2,582.56
Vpas02.1		200 gr.	1528	0.95	\$ 1,451.73
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1528	0.75	\$ 1,146.10
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1528	0.95	\$ 1,451.73
Vpas04.1		200 gr.	1528	0.49	\$ 748.79
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1528	2.20	\$ 3,361.91
Vat01.1		unidad	1528	1.40	\$ 2,139.40
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1528	2.20	\$ 3,361.91
Vat02.1		unidad	1528	1.60	\$ 2,445.02
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1528	2.15	\$ 3,285.50
Vat03.1		unidad	1528	1.50	\$ 2,292.21
Vsa01	Sardina Real	unidad	1528	1.50	\$ 2,292.21
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	1528	2.37	\$ 3,621.69
Vge01.1		1/2 libra	1528	1.90	\$ 2,903.47
Vge02	Gelatina Royal	libra	1528	2.90	\$ 4,431.60
Vge02.1		1/2 libra	1528	2.00	\$ 3,056.28

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1528	0.89	\$ 1,360.04
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1528	0.15	\$ 229.22
Vach02.1		200 ml.	1528	0.80	\$ 1,222.51
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1528	0.08	\$ 122.25
Vca01.1		50 gr.	1528	1.00	\$ 1,528.14
Vor01	Orégano	50 gr.	1528	0.50	\$ 764.07
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1528	0.08	\$ 122.25
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1528	0.38	\$ 580.69
Vaj01.1		50 gr.	1528	0.55	\$ 840.48
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1528	0.38	\$ 580.69
Vco01.1		50 gr.	1528	0.55	\$ 840.48
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1528	0.38	\$ 580.69
Vsab01.1		50 gr.	1528	0.55	\$ 840.48
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1528	0.38	\$ 580.69
Vsaz01.1		50 gr.	1528	0.55	\$ 840.48
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1528	0.20	\$ 305.63
Vajn01.1		50 gr.	1528	0.50	\$ 764.07
Vqu01	Quinoa	libra	1528	0.90	\$ 1,375.33
Vmo01	Mote	libra	1528	0.80	\$ 1,222.51
Vma01	Maíz	libra	1528	0.85	\$ 1,298.92
Vtr01	Trigo perlado	libra	1528	0.38	\$ 580.69
Vle01	Lenteja	libra	1528	0.62	\$ 947.45
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1528	0.60	\$ 916.88
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1528	0.50	\$ 764.07
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1528	0.28	\$ 427.88
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1528	0.23	\$ 351.47

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	Unidad	1528	0.08	\$ 122.25
Pan02	Pan de dulce	Unidad	1528	0.20	\$ 305.63
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1528	0.45	\$ 687.66
Lyo01.1		Litro	1528	0.90	\$ 1,375.33
Lyo02	Yogurt Dulacs	Litro	1528	0.85	\$ 1,298.92
Llec01	Leche Vita	Litro	1528	0.80	\$ 1,222.51
Llec02	Leche Reyleche	Litro	1528	0.80	\$ 1,222.51
Lque01	Queso Fresquilac	Unidad	1528	1.80	\$ 2,750.65
FRUTAS					
Fman01	Manzana	Unidad	1528	0.15	\$ 229.22
Fmand01	Mandarina	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41
Fnar01	Naranja	Unidad	1528	0.08	\$ 122.25
Ffr01	Fresa	Libra	1528	0.45	\$ 687.66
Fpi01	Piña	Unidad	1528	0.35	\$ 534.85
Fpe01	Pepino	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41
Fba01	Banano	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41
VERDURAS					
Veal01	Alverja	Libra	1528	0.50	\$ 764.07
Vefre01	Fréjol	Libra	1528	0.67	\$ 1,023.85
Vebro01	Brócoli	Unidad	1528	0.25	\$ 382.03
Vecol01	Coliflor	Unidad	1528	0.30	\$ 458.44
Vetor01	Tomate riñón	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41
Vetoa01	Tomate de árbol	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41
Vepim01	Pimiento	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Veza01	Zanahoria	Unidad	1528	0.05	\$ 76.41
Vecep01	Cebolla paiteña	Unidad	1528	0.06	\$ 91.69
Vecel02	Cebolla blanca larga	Atado	1528	0.75	\$ 1,146.10
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	Libra	1528	0.90	\$ 1,375.33
Ca02	Carne de res	libra	1528	2.00	\$ 3,056.28
Ca03	Carne de cerdo	libra	1528	2.00	\$ 3,056.28
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1528	0.45	\$ 687.66
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1528	1.10	\$ 1,680.95
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1528	0.50	\$ 764.07
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1528	1.50	\$ 2,292.21
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1528	2.45	\$ 3,743.94
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1528	1.50	\$ 2,292.21
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1528	0.79	\$ 1,207.23
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1528	0.55	\$ 840.48
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1528	0.10	\$ 152.81
Cch02	Chicles Trident	unidad	1528	0.08	\$ 122.25
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	1528	0.33	\$ 504.29
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	1528	0.07	\$ 106.97
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	1528	0.10	\$ 152.81
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	1528	0.08	\$ 122.25
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	1528	0.33	\$ 504.29
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	1528	0.20	\$ 305.63
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	1528	0.44	\$ 672.38
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	1910	0.04	\$ 76.41

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	1528	0.25	\$ 382.03
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	1528	0.33	\$ 504.29
Csn01	Doritos	unidad	1528	0.38	\$ 580.69
Csn02	Panchitos	unidad	1528	0.27	\$ 412.60
Csn03	Kchitos	unidad	1528	0.27	\$ 412.60
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	1528	0.20	\$ 305.63
Csn05	Rosquitas	unidad	1528	0.17	\$ 259.78
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	1528	0.33	\$ 504.29
Csn07	Ponky	unidad	1426	0.20	\$ 285.25
Cga01	Galletas Ricas	unidad	1528	0.37	\$ 565.41
Cga02	Galletas Salticas	unidad	1528	0.25	\$ 382.03
Cga03	Galletas Amor	unidad	1528	0.85	\$ 1,298.92
Cga04		unidad	1528	1.10	\$ 1,680.95
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1375	0.85	\$ 1,169.03
Bpo02	Powerade	válvula	1375	0.95	\$ 1,306.56
Bv03	V220	360 ml	1375	0.95	\$ 1,306.56
Bvia04	Vive100%	240 ml	1375	0.70	\$ 962.73
Bvi04.1		365 ml	1375	0.95	\$ 1,306.56
Bva05	Del Valle	250 ml	1375	0.30	\$ 412.60
Bva05.1		550 ml	1375	0.45	\$ 618.90
Bci06	Cifrut	360 ml	1375	0.30	\$ 412.60
Bci06.1		1700 ml	1375	0.95	\$ 1,306.56
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1375	0.28	\$ 385.09
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1375	0.45	\$ 618.90
Bte08.1		2 litros	1375	1.00	\$ 1,375.33

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1375	0.30	\$ 412.60
Bpo09.1		330 ml	1375	0.48	\$ 660.16
Bco10	Coca-cola	250 ml	1375	0.20	\$ 275.07
Bco10.1		400 ml	1375	0.48	\$ 660.16
Bco10.2		1350 ml	1375	1.03	\$ 1,416.59
Bco10.3		3000 ml	1375	2.01	\$ 2,764.40
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1375	0.39	\$ 536.38
Bsp11.1		400 ml	1375	0.40	\$ 550.13
Bsp11.2		1350 ml	1375	1.02	\$ 1,402.83
Bsp11.3		3000 ml	1375	2.01	\$ 2,764.40
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1375	0.32	\$ 440.10
Bfi12.1		400 ml	1375	0.40	\$ 550.13
Bfi12.2		1350 ml	1375	0.82	\$ 1,127.77
Bfi12.3		3000 ml	1375	2.04	\$ 2,805.66
Bfa13	Fanta	400 ml	1375	0.40	\$ 550.13
Bfa13.1		1350 ml	1375	0.99	\$ 1,361.57
Bfa13.2		3000 ml	1375	2.01	\$ 2,764.40
Bgu14	Güitic	300 ml	1375	0.30	\$ 412.60
Bgu14.1		500 ml	1375	0.60	\$ 825.20
Bgu14.2		1 litro	1375	0.90	\$ 1,237.79
Btes15	Tesalia	500 ml	1375	0.38	\$ 522.62
Btes15.1		1 litro	1375	0.90	\$ 1,237.79
Bda16	Dasani	500 ml	1375	0.35	\$ 481.36
Bci17	Cielo	500 ml	1375	0.25	\$ 343.83
Bci17.1		1 litro	1375	0.55	\$ 756.43
Bpil18	Pilsener	unidad	1375	1.08	\$ 1,485.35

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bno19	Norteño	unidad	1273	3.00	\$ 3,820.35
Bzh20	Zhumir	unidad	1273	6.50	\$ 8,277.42
Bpa21	Paiza	unidad	1273	7.50	\$ 9,550.87
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1273	8.49	\$ 10,811.59
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1528	1.57	\$ 2,399.18
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1528	2.88	\$ 4,401.04
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1528	1.35	\$ 2,062.99
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1528	3.00	\$ 4,584.42
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1528	0.75	\$ 1,146.10
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1528	0.70	\$ 1,069.70
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1592	0.90	\$ 1,432.63
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1592	0.90	\$ 1,432.63
Aph02.1		Paq. x 12 unid.	1592	8.32	\$ 13,243.88
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1592	0.95	\$ 1,512.22
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1528	0.85	\$ 1,298.92
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1528	0.90	\$ 1,375.33
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1528	2.91	\$ 4,446.89
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1528	1.25	\$ 1,910.17
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1528	0.90	\$ 1,375.33
Ash03.1		500 ml	1528	3.72	\$ 5,684.68
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1528	2.75	\$ 4,202.38
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paq. x 10 unid.	1528	0.90	\$ 1,375.33
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paq. x 10 unid.	1528	1.30	\$ 1,986.58
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paq. x 10 unid.	1528	1.20	\$ 1,833.77
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1528	2.25	\$ 3,438.31

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1528	2.38	\$ 3,636.97
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1528	2.90	\$ 4,431.60
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1528	0.87	\$ 1,329.48
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1528	0.80	\$ 1,222.51
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1592	2.50	\$ 3,979.53
Apañ01.1		Mediano	1592	3.20	\$ 5,093.80
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1592	2.20	\$ 3,501.99
Apañ02.1		Mediano	1592	3.50	\$ 5,571.34
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1592	0.30	\$ 477.54
Hdet01.1		360 gr.	1592	0.74	\$ 1,177.94
Hdet01.2		1 Kg.	1592	2.41	\$ 3,836.27
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1592	0.34	\$ 541.22
Hdet02.1		1 Kg.	1592	1.98	\$ 3,151.79
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1592	0.60	\$ 955.09
Hdet03.1		1 Kg.	1592	2.75	\$ 4,377.48
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1592	0.40	\$ 636.72
Hdet04.1		1 Kg.	1592	1.00	\$ 1,591.81
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	1592	0.30	\$ 477.54
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	1592	0.40	\$ 636.72
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1592	0.44	\$ 700.40
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1592	0.57	\$ 907.33
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1592	0.85	\$ 1,353.04
Hlav01.1		500 gr.	1592	1.50	\$ 2,387.72
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1592	0.97	\$ 1,544.06
Hlav02.1		500 gr.	1592	1.29	\$ 2,053.44

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1528	0.20	\$ 305.63
Hdes01.1		270 ml	1528	0.48	\$ 733.51
Hdes01.2		500 ml	1528	1.89	\$ 2,888.18
Hdes01.3		1 litro	1528	2.10	\$ 3,209.09
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1273	0.25	\$ 318.36
Hdes02.1		270 ml	1273	0.35	\$ 445.71
Hdes02.2		500 ml	1273	0.99	\$ 1,260.72
Hdes02.3		1 litro	1273	1.85	\$ 2,355.88
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1273	0.78	\$ 993.29
Hdes03.1		1 litro	1273	1.46	\$ 1,859.24
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1273	0.94	\$ 1,197.04
Hsua01.1		900 ml	1273	2.27	\$ 2,890.73
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1273	1.15	\$ 1,464.47
Hsua02.1		900 ml	1273	2.80	\$ 3,565.66
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1273	0.10	\$ 127.34
Hcl01.1		270 ml	1273	0.50	\$ 636.72
Hcl01.2		1 litro	1273	1.85	\$ 2,355.88
Hcl02	Cloro	18 gr.	1910	0.15	\$ 286.53
Hcl02.1		270 ml	1528	0.55	\$ 840.48
Hcl02.2		1 litro	1528	1.50	\$ 2,292.21
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1528	0.29	\$ 443.16
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	1528	0.35	\$ 534.85
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	1528	0.36	\$ 550.13
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	1528	0.20	\$ 305.63
Map03	Apronax	unidad	1528	0.35	\$ 534.85
ELABORADO POR: La Autora				TOTAL	\$ 377,236.14

TABLA 68. Proyección Costos Variables 5 Año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
VÍVERES					
Va01	Arroz Osito	Libra	2598	0.46	\$ 1,195.01
Va02	Arroz Rico	Libra	2598	0.47	\$ 1,220.98
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	1299	0.88	\$ 1,143.05
Vav02	Avena Pesada	Libra	1299	0.43	\$ 558.53
Vaz01	Azúcar Tababuela	Libra	2598	0.40	\$ 1,039.13
Vaz02	Azúcar San Carlos	Libra	2598	0.35	\$ 909.24
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	1429	0.80	\$ 1,143.05
Vsa01.1		1 kg	1429	0.50	\$ 714.41
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	1429	0.45	\$ 642.96
Vpa01	Panela	Unidad	1429	0.20	\$ 285.76
Vca01	Sí Café	Sachet	1429	0.28	\$ 400.07
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1429	1.35	\$ 1,928.89
Vca02.1		frasco 50 gr.	1429	2.59	\$ 3,700.62
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	1429	0.89	\$ 1,271.64
Vca03.1		frasco 50 gr.	1429	2.60	\$ 3,714.91
Vca03.2		frasco 85 gr.	1429	3.90	\$ 5,572.36
Vhu01	Huevos	Unidad	1559	0.08	\$ 124.70
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1429	1.50	\$ 2,143.22
Vac01.1		500 ml.	1429	0.90	\$ 1,285.93
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1429	1.60	\$ 2,286.10
Vac02.1		500 ml.	1429	1.00	\$ 1,428.81
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	Litro	1429	1.99	\$ 2,843.33
Vac03.1		400 ml.	1429	1.25	\$ 1,786.01

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	1429	0.99	\$ 1,414.52
Vma02	Manteca pesada	Libra	1429	0.60	\$ 857.29
Vha01	Harina Flor	Libra	1299	0.33	\$ 428.64
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1624	1.70	\$ 2,760.20
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	1559	0.83	\$ 1,293.72
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	1559	0.85	\$ 1,324.90
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	1559	0.85	\$ 1,324.90
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	1559	0.80	\$ 1,246.96
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	1559	0.79	\$ 1,231.37
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1559	1.69	\$ 2,634.21
Vpas02.1		200 gr.	1559	0.95	\$ 1,480.77
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	1559	0.75	\$ 1,169.03
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	1559	0.95	\$ 1,480.77
Vpas04.1		200 gr.	1559	0.49	\$ 763.76
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	1559	2.20	\$ 3,429.15
Vat01.1		unidad	1559	1.40	\$ 2,182.18
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	1559	2.20	\$ 3,429.15
Vat02.1		unidad	1559	1.60	\$ 2,493.92
Vat03	Atún Real	por tres unid.	1559	2.15	\$ 3,351.21
Vat03.1		unidad	1559	1.50	\$ 2,338.05
Vsa01	Sardina Real	unidad	1559	1.50	\$ 2,338.05
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	1559	2.37	\$ 3,694.12
Vge01.1		1/2 libra	1559	1.90	\$ 2,961.53
Vge02	Gelatina Royal	libra	1559	2.90	\$ 4,520.24
Vge02.1		1/2 libra	1559	2.00	\$ 3,117.40
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	1559	0.89	\$ 1,387.25

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	1559	0.15	\$ 233.81
Vach02.1		200 ml.	1559	0.80	\$ 1,246.96
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	1559	0.08	\$ 124.70
Vca01.1		50 gr.	1559	1.00	\$ 1,558.70
Vor01	Orégano	50 gr.	1559	0.50	\$ 779.35
Van01	Anís estrellado	5 gr.	1559	0.08	\$ 124.70
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	1559	0.38	\$ 592.31
Vaj01.1		50 gr.	1559	0.55	\$ 857.29
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	1559	0.38	\$ 592.31
Vco01.1		50 gr.	1559	0.55	\$ 857.29
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	1559	0.38	\$ 592.31
Vsab01.1		50 gr.	1559	0.55	\$ 857.29
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	1559	0.38	\$ 592.31
Vsaz01.1		50 gr.	1559	0.55	\$ 857.29
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	1559	0.20	\$ 311.74
Vajn01.1		50 gr.	1559	0.50	\$ 779.35
Vqu01	Quinoa	libra	1559	0.90	\$ 1,402.83
Vmo01	Mote	libra	1559	0.80	\$ 1,246.96
Vma01	Maíz	libra	1559	0.85	\$ 1,324.90
Vtr01	Trigo perlado	libra	1559	0.38	\$ 592.31
Vle01	Lenteja	libra	1559	0.62	\$ 966.40
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	1559	0.60	\$ 935.22
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	1559	0.50	\$ 779.35
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	1559	0.28	\$ 436.44
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	1559	0.23	\$ 358.50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
PANIFICADOS					
Pan01	Pan Blanco	unidad	1559	0.08	\$ 124.70
Pan02	Pan de dulce	unidad	1559	0.20	\$ 311.74
LÁCTEOS					
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	1559	0.45	\$ 701.42
Lyo01.1		litro	1559	0.90	\$ 1,402.83
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	1559	0.85	\$ 1,324.90
Llec01	Leche Vita	litro	1559	0.80	\$ 1,246.96
Llec02	Leche Reyleche	litro	1559	0.80	\$ 1,246.96
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1559	1.80	\$ 2,805.66
FRUTAS					
Fman01	Manzana	Unidad	1559	0.15	\$ 233.81
Fmand01	Mandarina	Unidad	1559	0.05	\$ 77.94
Fnar01	Naranja	Unidad	1559	0.08	\$ 124.70
Ffr01	Fresa	Libra	1559	0.45	\$ 701.42
Fpi01	Piña	Unidad	1559	0.35	\$ 545.55
Fpe01	Pepino	Unidad	1559	0.05	\$ 77.94
Fba01	Banano	Unidad	1559	0.05	\$ 77.94
VERDURAS					
Veal01	Alverja	Libra	1559	0.50	\$ 779.35
Vefre01	Fréjol	Libra	1559	0.67	\$ 1,044.33
Vebro01	Brócoli	Unidad	1559	0.25	\$ 389.68
Vecol01	Coliflor	Unidad	1559	0.30	\$ 467.61
Vetor01	Tomate riñón	Unidad	1559	0.05	\$ 77.94
Vetoa01	Tomate de árbol	Unidad	1559	0.05	\$ 77.94
Vepim01	Pimiento	unidad	1559	0.05	\$ 77.94

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Veza01	Zanahoria	unidad	1559	0.05	\$ 77.94
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	1559	0.06	\$ 93.52
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	1559	0.75	\$ 1,169.03
CARNES Y EMBUTIDOS					
Ca01	Carne de pollo	libra	1559	0.90	\$ 1,402.83
Ca02	Carne de res	libra	1559	2.00	\$ 3,117.40
Ca03	Carne de cerdo	libra	1559	2.00	\$ 3,117.40
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	1559	0.45	\$ 701.42
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1559	1.10	\$ 1,714.57
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	1559	0.50	\$ 779.35
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1559	1.50	\$ 2,338.05
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	1559	2.45	\$ 3,818.82
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1559	1.50	\$ 2,338.05
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	1559	0.79	\$ 1,231.37
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	1559	0.55	\$ 857.29
CONFITERÍA					
Cch01	Chicles Agogó	unidad	1559	0.10	\$ 155.87
Cch02	Chicles Trident	unidad	1559	0.08	\$ 124.70
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	1559	0.33	\$ 514.37
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	1559	0.07	\$ 109.11
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	1559	0.10	\$ 155.87
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	1559	0.08	\$ 124.70
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	1559	0.33	\$ 514.37
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	1559	0.20	\$ 311.74
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	1559	0.44	\$ 685.83
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	1948	0.04	\$ 77.94

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	1559	0.25	\$ 389.68
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	1559	0.33	\$ 514.37
Csn01	Doritos	unidad	1559	0.38	\$ 592.31
Csn02	Panchitos	unidad	1559	0.27	\$ 420.85
Csn03	Kchitos	unidad	1559	0.27	\$ 420.85
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	1559	0.20	\$ 311.74
Csn05	Rosquitas	unidad	1559	0.17	\$ 264.98
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	1559	0.33	\$ 514.37
Csn07	Ponky	unidad	1455	0.20	\$ 290.96
Cga01	Galletas Ricas	unidad	1559	0.37	\$ 576.72
Cga02	Galletas Salticas	unidad	1559	0.25	\$ 389.68
Cga03	Galletas Amor	unidad	1559	0.85	\$ 1,324.90
Cga04		unidad	1559	1.10	\$ 1,714.57
BEBIDAS					
Bga01	Gatorade	473 ml	1403	0.85	\$ 1,192.41
Bpo02	Powerade	válvula	1403	0.95	\$ 1,332.69
Bv03	V220	360 ml	1403	0.95	\$ 1,332.69
Bvia04	Vive100%	240 ml	1403	0.70	\$ 981.98
Bvi04.1		365 ml	1403	0.95	\$ 1,332.69
Bva05	Del Valle	250 ml	1403	0.30	\$ 420.85
Bva05.1		550 ml	1403	0.45	\$ 631.27
Bci06	Cifrut	360 ml	1403	0.30	\$ 420.85
Bci06.1		1700 ml	1403	0.95	\$ 1,332.69
Bfu07	Fuze tea	250 ml	1403	0.28	\$ 392.79
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	1403	0.45	\$ 631.27
Bte08.1		2 litros	1403	1.00	\$ 1,402.83

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bpo09	Pony Malta	200 ml	1403	0.30	\$ 420.85
Bpo09.1		330 ml	1403	0.48	\$ 673.36
Bco10	Coca-cola	250 ml	1403	0.20	\$ 280.57
Bco10.1		400 ml	1403	0.48	\$ 673.36
Bco10.2		1350 ml	1403	1.03	\$ 1,444.92
Bco10.3		3000 ml	1403	2.01	\$ 2,819.69
Bsp11	Sprite verde	350 ml	1403	0.39	\$ 547.10
Bsp11.1		400 ml	1403	0.40	\$ 561.13
Bsp11.2		1350 ml	1403	1.02	\$ 1,430.89
Bsp11.3		3000 ml	1403	2.01	\$ 2,819.69
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	1403	0.32	\$ 448.91
Bfi12.1		400 ml	1403	0.40	\$ 561.13
Bfi12.2		1350 ml	1403	0.82	\$ 1,150.32
Bfi12.3		3000 ml	1403	2.04	\$ 2,861.78
Bfa13	Fanta	400 ml	1403	0.40	\$ 561.13
Bfa13.1		1350 ml	1403	0.99	\$ 1,388.80
Bfa13.2		3000 ml	1403	2.01	\$ 2,819.69
Bgu14	Güitic	300 ml	1403	0.30	\$ 420.85
Bgu14.1		500 ml	1403	0.60	\$ 841.70
Bgu14.2		1 litro	1403	0.90	\$ 1,262.55
Btes15	Tesalia	500 ml	1403	0.38	\$ 533.08
Btes15.1		1 litro	1403	0.90	\$ 1,262.55
Bda16	Dasani	500 ml	1403	0.35	\$ 490.99
Bci17	Cielo	500 ml	1403	0.25	\$ 350.71
Bci17.1		1 litro	1403	0.55	\$ 771.56
Bpil18	Pilsener	unidad	1403	1.08	\$ 1,515.06

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bno19	Norteño	unidad	1299	3.00	\$ 3,896.76
Bzh20	Zhumir	unidad	1299	6.50	\$ 8,442.97
Bpa21	Paiza	unidad	1299	7.50	\$ 9,741.89
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	1299	8.49	\$ 11,027.82
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL					
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1559	1.57	\$ 2,447.16
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	1559	2.88	\$ 4,489.06
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1559	1.35	\$ 2,104.25
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	1559	3.00	\$ 4,676.11
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	1559	0.75	\$ 1,169.03
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	1559	0.70	\$ 1,091.09
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	1624	0.90	\$ 1,461.28
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	1624	0.90	\$ 1,461.28
Aph02.1		Paq. x 12 unid.	1624	8.32	\$ 13,508.75
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	1624	0.95	\$ 1,542.47
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	1559	0.85	\$ 1,324.90
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	1559	0.90	\$ 1,402.83
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	1559	2.91	\$ 4,535.82
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1559	1.25	\$ 1,948.38
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	1559	0.90	\$ 1,402.83
Ash03.1		500 ml	1559	3.72	\$ 5,798.37
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	1559	2.75	\$ 4,286.43
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paq. x 10 unid.	1559	0.90	\$ 1,402.83
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paq. x 10 unid.	1559	1.30	\$ 2,026.31
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paq. x 10 unid.	1559	1.20	\$ 1,870.44
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	1559	2.25	\$ 3,507.08

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	1559	2.38	\$ 3,709.71
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	1559	2.90	\$ 4,520.24
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	1559	0.87	\$ 1,356.07
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	1559	0.80	\$ 1,246.96
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	1624	2.50	\$ 4,059.12
Apañ01.1		Mediano	1624	3.20	\$ 5,195.67
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	1624	2.20	\$ 3,572.03
Apañ02.1		Mediano	1624	3.50	\$ 5,682.77
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR					
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	1624	0.30	\$ 487.09
Hdet01.1		360 gr.	1624	0.74	\$ 1,201.50
Hdet01.2		1 Kg.	1624	2.41	\$ 3,912.99
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	1624	0.34	\$ 552.04
Hdet02.1		1 Kg.	1624	1.98	\$ 3,214.82
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	1624	0.60	\$ 974.19
Hdet03.1		1 Kg.	1624	2.75	\$ 4,465.03
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	1624	0.40	\$ 649.46
Hdet04.1		1 Kg.	1624	1.00	\$ 1,623.65
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	1624	0.30	\$ 487.09
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	1624	0.40	\$ 649.46
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	1624	0.44	\$ 714.41
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	1624	0.57	\$ 925.48
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	1624	0.85	\$ 1,380.10
Hlav01.1		500 gr.	1624	1.50	\$ 2,435.47
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	1624	0.97	\$ 1,574.94
Hlav02.1		500 gr.	1624	1.29	\$ 2,094.51

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	1559	0.20	\$ 311.74
Hdes01.1		270 ml	1559	0.48	\$ 748.18
Hdes01.2		500 ml	1559	1.89	\$ 2,945.95
Hdes01.3		1 litro	1559	2.10	\$ 3,273.27
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	1299	0.25	\$ 324.73
Hdes02.1		270 ml	1299	0.35	\$ 454.62
Hdes02.2		500 ml	1299	0.99	\$ 1,285.93
Hdes02.3		1 litro	1299	1.85	\$ 2,403.00
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	1299	0.78	\$ 1,013.16
Hdes03.1		1 litro	1299	1.46	\$ 1,896.42
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	1299	0.94	\$ 1,220.98
Hsua01.1		900 ml	1299	2.27	\$ 2,948.55
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1299	1.15	\$ 1,493.76
Hsua02.1		900 ml	1299	2.80	\$ 3,636.97
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	1299	0.10	\$ 129.89
Hcl01.1		270 ml	1299	0.50	\$ 649.46
Hcl01.2		1 litro	1299	1.85	\$ 2,403.00
Hcl02	Cloro	18 gr.	1948	0.15	\$ 292.26
Hcl02.1		270 ml	1559	0.55	\$ 857.29
Hcl02.2		1 litro	1559	1.50	\$ 2,338.05
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	1559	0.29	\$ 452.02
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	Unidad	1559	0.35	\$ 545.55
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	Unidad	1559	0.36	\$ 561.13
Mfinf02	Finalín Fem	Unidad	1559	0.20	\$ 311.74
Map03	Apronax	Unidad	1559	0.35	\$ 545.55
ELABORADO POR: La Autora				TOTAL	\$ 384,780.86

4.9 PROPUESTA LEGAL

Para la creación del micromercado es necesario contar con permisos de funcionamiento que permiten su apertura. Desde el primer año se pagaran permisos de los bomberos, la comisaría y la patente municipal.

TABLA 69. Propuesta legal

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Patente municipal	\$ 439,36
Permiso bomberos	\$ 90,00
Permiso comisaría	\$ 20,00
TOTAL	\$ 549,36

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 70. Proyección propuesta legal

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Patente municipal	\$ 439,36	\$ 311,01	\$ 312,05	\$ 323,36	\$ 336,05
Permiso bomberos	\$ 90,00	\$ 90,90	\$ 91,81	\$ 92,73	\$ 93,66
Permiso comisaría	\$ 20,00	\$ 20,20	\$ 20,20	\$ 20,20	\$ 20,20
TOTAL	\$ 549,36	\$ 422,11	\$ 424,06	\$ 436,29	\$ 449,91

ELABORADO POR: La Autora

Para la proyección de los permisos de funcionamiento a partir del segundo año se ha considera la utilidad del ejercicio para el cálculo de la patente municipal, mientras que para el permiso de los bomberos y de la comisaria se ha tomado el 1% de crecimiento del país.

4.10 PROYECCIÓN DE GASTOS

TABLA 71. Proyección anual de gastos

GASTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS DE VENTA					
Gasto Remuneraciones	\$14.806,50	\$ 16.323,28	\$ 16.724,83	\$ 17.136,25	\$ 17.557,79
Gasto Publicidad	\$ 720,00	\$ 727,20	\$ 734,47	\$ 741,82	\$ 749,23
Gasto Suministros	\$ 175,92	\$ 177,68	\$ 179,46	\$ 181,25	\$ 183,06
Gasto servicios básicos	\$ 540,00	\$ 545,40	\$ 550,85	\$ 556,36	\$ 561,93
Gasto arriendo	\$ 1.400,00	\$ 1.414,00	\$ 1.428,14	\$ 1.442,42	\$ 1.456,85
TOTAL	\$17.642,42	\$ 19.187,56	\$ 19.617,75	\$ 20.058,10	\$ 20.508,86
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldo Gerente	\$ 5.121,40	\$ 5.647,23	\$ 5.786,15	\$ 5.928,49	\$ 6.074,33
Gastos de operación	\$ 549,36	\$ 422,11	\$ 424,06	\$ 436,29	\$ 449,91
Gasto servicios profesionales	\$ 1.250,00	\$ 1.262,50	\$ 1.275,13	\$ 1.287,88	\$ 1.300,76
Gasto servicios de terceros	\$ 720,00	\$ 727,20	\$ 734,47	\$ 741,81	\$ 749,23
Depreciaciones	\$ 1.363,92	\$ 1.363,92	\$ 1.363,92	\$ 798,36	\$ 798,36
TOTAL	\$ 9.004,68	\$ 9.422,96	\$ 9.583,72	\$ 9.192,83	\$ 9.372,58
GASTOS FINANCIEROS					
Interés Préstamo	\$ 4.208,60	\$ 3.508,39	\$ 2.695,61	\$ 1.752,18	\$ 657,09
TOTAL	\$ 4.208,60	\$ 3.508,39	\$ 2.695,61	\$ 1.752,18	\$ 657,09
TOTAL GASTOS	\$30.855,69	\$ 32.118,90	\$ 31.897,09	\$ 31.003,11	\$ 30.538,54

ELABORADO POR: La Autora

4.10.1 SUMINISTROS DE OFICINA

TABLA 72. Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel de factura	Rollo	4	\$ 2,43	\$ 9,72
Cinta de impresora	Unidad	2	\$ 2,47	\$ 4,94
TOTAL				\$ 14,66

ELABORADO POR: La Autora

TABLA 73. Proyección anual suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	\$ 175,92	\$ 177,68	\$ 179,46	\$ 181,25	\$ 183,06

ELABORADO POR: La Autora

4.11 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

Para la contratación de un anuncio publicitario en la Radio Nexo nos basamos en la respuesta que se obtuvo mediante la encuesta realizada a las familias de la Parroquia Mariano Acosta, las cuales determinaron que la radio es el medio publicitario más escuchado.

Por lo cual se contratará publicidad a través de la radio Nexo ubicada en la ciudad de Pimampiro, la cual, será mediante un anuncio aplicable durante el primer y el último trimestre del año.

TABLA 74. Proyección anual publicidad

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio Nexo	\$ 720,00	\$ 727,20	\$ 734,47	\$ 741,82	\$ 749,23

ELABORADO POR: La Autora

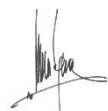
4.12 ESTADOS FINANCIEROS

4.12.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

TABLA 75. Estado de Situación Financiera Inicial

**MICROMERCADO MARIANO ACOSTA
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2018**

ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Bancos	\$ 5.196,97
Inventario de mercadería	\$ 38.738,56
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 43.935,53
ACTIVOS FIJOS	
Equipo de computación	\$ 1.696,82
Equipo de Oficina	\$ 80,00
Muebles y enseres	\$ 7.681,00
Maquinaria y equipo	\$ 221,46
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 9.679,28
TOTAL ACTIVOS	\$ 53.614,81
PASIVOS	
PASIVOS NO CORRIENTES	
Pasivo a largo plazo	\$ 30.000,00
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 30.000,00
TOTAL PASIVOS	\$ 30.000,00
PATRIMONIO	
Capital social	\$ 23.614,81
TOTAL PATRIMONIO	\$ 23.614,81
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 53.614,81



F) GERENTE



F) CONTADOR

ELABORADO POR: La Autora

4.12.2 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

TABLA 76. Estado de Resultado Integral Proyección 5 años
MICROMERCADO MARIANO ACOSTA

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL PROYECCIÓN 5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta de productos	\$ 424.843,20	\$ 433.360,00	\$ 441.956,05	\$ 450.780,60	\$ 459.860,60
(-) Costo de ventas	\$ 355.478,04	\$ 362.587,60	\$ 369.839,35	\$ 377.236,14	\$ 384.780,86
Utilidad Bruta en ventas	\$ 69.365,16	\$ 70.772,40	\$ 72.116,70	\$ 73.544,46	\$ 75.079,74
(-) GASTOS					
Gastos de venta					
Gasto Remuneraciones	\$ 14.806,50	\$ 16.323,28	\$ 16.724,83	\$ 17.136,25	\$ 17.557,79
Gasto Publicidad	\$ 720,00	\$ 727,20	\$ 734,47	\$ 741,82	\$ 749,23
Gasto Suministros	\$ 175,92	\$ 177,68	\$ 179,46	\$ 181,25	\$ 183,06
Gasto servicios básicos	\$ 540,00	\$ 545,40	\$ 550,85	\$ 556,36	\$ 561,93
Gasto arriendo	\$ 1.400,00	\$ 1.414,00	\$ 1.428,14	\$ 1.442,42	\$ 1.456,85
Gastos administrativos					
Sueldo Gerente	\$ 5.121,40	\$ 5.647,23	\$ 5.786,15	\$ 5.928,49	\$ 6.074,33
Gastos de operación	\$ 549,36	\$ 422,11	\$ 424,06	\$ 436,29	\$ 449,91
Gasto servicios profesionales	\$ 1.250,00	\$ 1.262,50	\$ 1.275,13	\$ 1.287,88	\$ 1.300,76
Gasto servicios de terceros	\$ 720,00	\$ 727,20	\$ 734,47	\$ 741,81	\$ 749,23
Utilidad Neta en operaciones	\$ 44.081,99	\$ 43.525,81	\$ 44.279,14	\$ 45.091,89	\$ 45.996,65
Gastos financieros					
Interés	\$ 4.208,60	\$ 3.508,39	\$ 2.695,61	\$ 1.752,18	\$ 657,09
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 39.873,39	\$ 40.017,42	\$ 41.583,53	\$ 43.339,71	\$ 45.339,56
(-) 15% Part. Trabajadores	\$ 5.981,01	\$ 6.002,61	\$ 6.237,53	\$ 6.500,96	\$ 6.800,93
(=) Utilidad Antes de Impuesto Renta	\$ 33.892,38	\$ 34.014,81	\$ 35.346,00	\$ 36.838,75	\$ 38.538,63
(-) Impuesto a la Renta	\$ 2.791,86	\$ 2.810,22	\$ 3.009,90	\$ 3.233,81	\$ 3.488,79
(=) Utilidad del Ejercicio	\$ 31.100,52	\$ 31.204,59	\$ 32.336,10	\$ 33.604,94	\$ 35.049,83

ELABORADO POR: La Autora

4.13 PRESUPUESTO DE EFECTIVO

TABLA 77. Presupuesto de Efectivo
MICROMERCADO MARIANO ACOSTA
PRESUPUESTO DE EFECTIVO

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
SALDO INICIAL	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08	\$ 433,08
ENTRADA DEL PERÍODO												
Ventas (contado)	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60	\$ 35.403,60
(=)EFECTIVO DISPONIBLE	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68	\$ 35.836,68
SALIDAS DE EFECTIVO												
Compra Productos	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17	\$ 29.623,17
Pago Interés	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72	\$ 350,72
Pago Capital	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98	\$ 362,98
Gasto administración	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39	\$ 750,39
Gasto Venta	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20	\$ 1.470,20
Pago Impuestos	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65	\$ 232,65
Pago Utilidad laboral	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42	\$ 498,42
Compra Maquinaria	\$ 221,46											
TOTAL SALIDAS	\$ 33.509,99	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53	\$ 33.288,53
EFECTIVO FINAL	\$ 2.326,69	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15	\$ 2.548,15
(-) EFECTIVO MÍNIMO REQUERIDO	\$ 581,67	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04	\$ 637,04
(=)SALDO EXCEDENTE DE FECTIVO	\$ 1.745,02	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11	\$ 1.911,11

ELABORADO POR: La Autora

4.14 FLUJO DE EFECTIVO

MICROMERCADO MARIANO ACOSTA
CÁLCULO DEL FLUJO DE EFECTIVO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad del Ejercicio	\$ 31.100,52	\$ 31.204,59	\$ 32.336,10	\$ 33.604,94	\$ 35.049,83
Depreciación Activos Fijos	\$ 1.363,92	\$ 1.363,92	\$ 1.363,92	\$ 798,36	\$ 798,36
FLUJO DE EFECTIVO	-53614,81	\$ 32.464,44	\$ 32.568,51	\$ 33.700,02	\$ 34.403,30
				\$ 34.403,30	\$ 35.848,19

ELABORADO POR: La Autora

4.15 MEDIDAS DE BONDAD FINANCIERA

4.15.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Año	Flujo de Efectivo (A)	Alícuota de actualización (B)	A*B
0	-\$ 53.614,81		
1	\$ 32.464,44	0,858	\$ 27.843,80
2	\$ 32.568,51	0,736	\$ 23.957,36
3	\$ 33.700,02	0,631	\$ 21.261,41
4	\$ 34.403,30	0,541	\$ 18.615,83
5	\$ 35.848,19	0,464	\$ 16.636,82
		3,229	
		VALOR ACTUAL	\$ 108.315,23
		(-) Inversión Inicial	-\$ 53.614,81
		VAN	\$ 54.700,42

ELABORADO POR: La Autora

El VAN muestra la recuperación de la inversión inicial en un periodo de tiempo de 5 años, por lo que se obtendrá un beneficio de \$54.700,42 mostrando la rentabilidad del proyecto.

4.15.2 LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

TIR	=	55%
-----	---	-----

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto con financiamiento es el 55%, valor que es inferior al costo de capital que representa el 17%, por ende se muestra la factibilidad financiera, por la rentabilidad que se tendrá en el tiempo.

4.15.3 VALOR ECONÓMICO AGREGADO (EVA)

Para el cálculo del EVA se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{EVA} = \text{UAIDI} - (\text{ACTIVO} * \text{WACC})$$

TABLA 78. Cálculo del valor económico agregado (EVA)

UAIDI	\$ 31.100,52
ACTIVO	\$ 53.614,81
WACC	17%
EVA	\$ 22.203,22

ELABORADO POR: La Autora

Al ser el valor positivo muestra que le está generando valor al patrimonio.

4.15.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

TABLA 79. Cálculo del PRI

PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
AÑO 1	\$ 32.464,44	\$ 32.464,44
AÑO 2	\$ 32.568,51	\$ 65.032,95
AÑO 3	\$ 33.700,02	\$ 98.732,97
AÑO 4	\$ 34.403,30	\$ 133.136,27
AÑO 5	\$ 35.848,19	\$ 168.984,46

Inversión inicial	\$ 53.614,81
Último flujo	\$ 32.568,51
Valor por recuperar	\$ 21.150,37
Porción	11418,13
PRI: Años	0,54

ELABORADO POR: La Autora

Acorde al cálculo del periodo de recuperación de la inversión, esta se recupera en 1 año, seis meses aproximadamente.

4.15.5 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

TABLA 80. Cálculo de relación costo beneficio

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0			\$ -53.614,81			
AÑO 1	\$ 424.843,20	\$ 355.478,04	\$ 32.464,44	0,858	\$ 364.515,47	\$ 305.000,16
AÑO 2	\$ 433.360,00	\$ 362.587,60	\$ 32.568,51	0,736	\$ 318.952,96	\$ 266.864,47
AÑO 3	\$ 441.956,05	\$ 369.839,35	\$ 33.700,02	0,631	\$ 278.874,27	\$ 233.368,63
AÑO 4	\$ 450.780,60	\$ 377.236,14	\$ 34.403,30	0,541	\$ 243.872,30	\$ 204.084,75
AÑO 5	\$ 459.860,60	\$ 384.780,86	\$ 35.848,19	0,464	\$ 213.375,32	\$ 178.538,32
TOTAL	\$ 2.210.800,45	\$ 1.849.922,00	\$ 168.984,46	3,23	\$ 1.419.590,32	\$ 1.187.856,34

ELABORADO POR: La Autora

COSTO BENEFICIO
1,20

Mediante el cálculo de la relación de costo beneficio muestra que obtendremos 0,20 centavos por cada dólar invertido.

CONCLUSIONES

Concluido el presente trabajo de investigación, plan de negocios para la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, se mencionan a continuación las siguientes conclusiones:

- ✚ Es indispensable contar con una base teórica que sirva de referencia para la elaboración de una investigación sustentable.
- ✚ Mediante el estudio de mercado, se determinó una necesidad en la Parroquia Mariano Acosta, la cual es contar con un micromercado que brinde una variedad de productos, a precios justos. Además se determinó una demanda insatisfecha, que está representada por las familias que adquieren los productos de primera necesidad en el cantón Pimampiro y en la ciudad de Ibarra, mercado meta para el Micromercado Mariano Acosta.
- ✚ La oferta actual se encuentra dada por la competencia directa que está representada por las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta y la competencia indirecta que está representada por las tiendas de la ciudad de Pimampiro, supermercados, abastos y almacenes de la ciudad de Ibarra.
- ✚ La Parroquia Mariano Acosta cuenta con tiendas pequeñas que brindan un servicio básico de venta, mas no cuentan con instalaciones adecuadas, ni ofertan una variedad de productos que le permita al consumidor una elección acorde a sus gustos, preferencias y posibilidades económicas.
- ✚ Mediante el estudio técnico administrativo, se disponen de los parámetros necesarios para la creación de una empresa, los cuales son indispensables para establecer la capacidad instalada necesaria, la organización administrativa y legal.

- ✚ El estudio económico-financiero determina la factibilidad del proyecto a través del cálculo de las medidas de bondad financiera que determinan una rentabilidad a lo largo del tiempo.
- ✚ El presente proyecto muestra una rentabilidad, que se sustenta a través de: un valor actual neto de \$ 54.700,42 en el término de cinco años; una tasa interna de retorno del 55%; la inversión se recupera en un periodo de 1 año y seis meses aproximadamente; una relación de costo-beneficio de 0,20 centavos por cada dólar invertido.
- ✚ Una empresa sin importar su tamaño debe contar con una estructura legal y administrativa idónea que le permita tener el control de la misma, como también tener una reacción inmediata para la corrección de errores.

RECOMENDACIONES

Para la aplicación del presente proyecto se recomienda lo siguiente:

- ✚ Se recomienda ejecutar el proyecto con la finalidad de que las familias de la Parroquia Mariano Acosta cuenten con un micromercado en el cual puedan encontrar variedad de productos a precios justos, evitando que incurran en gastos adicionales para adquirir productos de primera necesidad, hecho que se genera cuando se desplazan a la ciudad de Pimampiro o Ibarra. Por lo cual, mediante la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, las familias contarían con un lugar que les brinde productos diversos, mejorando el desarrollo de la Parroquia.
- ✚ Se recomienda que para la aplicación del presente proyecto se considere los estudios realizados tales como: el estudio de mercado, el estudio técnico-administrativo y el estudio económico.
- ✚ Se recomienda aprovechar el presente plan de negocios para la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro como referencia para el establecimiento de negocios afines.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Allen, F., Myers, S. C., & Brealey, R. A. (2010). Principios de Finanzas Corporativas. En F. Allen, S. C. Myers, & R. A. Brealey, *Principios de Finanzas Corporativas* (pág. 120). México D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.
- Amaya, E. (02 de 02 de 2012). *1000 ideas de negocios*. Obtenido de 1000ideasdenegocios.com:
<http://www.1000ideasdenegocios.com/2012/02/plan-de-negocio-minimarket-minisuper-o.html>
- Anónimo. (4 de 3 de 2014). *pymex.pe*. Obtenido de pymex.pe:
<https://pymex.pe/emprendedores/proyectos-de-inversion/como-iniciar-un-negocio-de-minimarket>
- Anzola Rojas, S. (2010). Precios y sus políticas. En S. Anzola Rojas, *Administración de pequeñas empresas* (pág. 171). México D.F.: Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Arboleda Vélez, G. (2013). Instalaciones requeridas. En G. Arboleda Vélez, *Proyectos identificación, formulación evaluación y gerencia* (pág. 215). Bogotá: Alfaomega.
- Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M. J., Pintado, T., & Juan, J. M. (2011). Desarrollo del mix de marketing. En G. Armstrong, P. Kotler, M. J. Merino, T. Pintado, & J. M. Juan, *Introducción al marketing* (págs. 46 - 47). Madrid: Pearson Educacion S.A.
- Asencio del Arco, E., & Vázquez Blömer, B. (2013). En E. Asencio del Arco, & B. Vázquez Blömer, *Simulación empresarial* (pág. 258). Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). Administración Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. México D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A de C.V.
- Blanco Ramos, F., Ferrando Bolado, M., & Martínez Lobato, M. F. (2015). Teoría de la inversión. En F. Blanco Ramos, M. Ferrando Bolado, & M. F. Martínez Lobato, *Teoría de la inversión* (pág. 255). Madrid: Ediciones Pirámide.
- Bravo Valdivieso, M. (2013). Clasificación de los gastos. En M. Bravo Valdivieso, *Contabilidad General* (pág. 193). Quito: Escobar Impresores.
- Bravo Valdivieso, M., & Ubidia Tapia, M. (2009). Elementos del costo de Producción. En M. Bravo Valdivieso, & M. Ubidia Tapia, *Contabilidad de Costos* (pág. 19). Quito: NUEVODIA.

- Carl McDaniel, J., & Gates, R. (2011). Naturaleza del marketing. En J. Carl McDaniel, & R. Gates, *Investigación de mercados* (pág. 4). México D.F.: Cengage Learning Editores S.A de C.V.
- CIPRADEC. (05 de 03 de 2015). <http://www.pimampiro.gob.ec>. Obtenido de <http://www.pimampiro.gob.ec:file:///G:/PIMAMPIRO%202015%20PLANES%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL.pdf>
- Córdoba Padilla, M. (2011). Estudio de mercado. En M. Córdoba Padilla, *Formulación y evaluación de proyectos* (pág. 52). Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.
- Córdoba Padilla, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. En M. Córdoba Padilla, *Formulación y evaluación de proyectos* (pág. 106). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Córdova Padilla, M. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Díaz Moreno, H. (2011). *Contabilidad General*. Colombia: Pearson Educación.
- Dúron García, C. (2014). *El plan de negocios para la industria Restaurantera*. México: Esitorial Trillas, S.A. de C.V.
- Ferrell, O., & Hartline, M. D. (2012). Decisiones de estrategia de marketing. En O. Ferrell, & M. D. Hartline, *Estrategia de marketing* (pág. 19). México D.F.: Cengage Learning Editores S.A de C.V.
- Fierro Martínez, Á. M. (2011). Gastos. En Á. M. Fierro Martínez, *Contabilidad general* (pág. 206). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flórez Uribe, J. A. (2010). Ingresos. En J. A. Flórez Uribe, *Proyectos de inversión para las PYME* (pág. 84). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flórez Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Font Fabregas, J., & Pasadas del Amo, S. (2016). Las encuestas de opinión. En J. Font Fabregas, & S. Pasadas del Amo, *Las encuestas de opinión* (pág. 14). Madrid: Los libros de la catarata.
- Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de negocio*. Bogota: Ediciones de la U.
- García Nava, J. A., & Paredes Hernández, L. M. (2014). De razones financieras. En J. A. García Nava, & L. M. Paredes Hernández, *Estrategias financieras empresariales* (pág. 15). México: GRUPO EDITORIA PATRIA.
- Garza Olvera, B. (2013). Elementos de la estadística . En B. Garza Olvera, *Estadística y probabilidad* (pág. 5). México: Pearson Educación.

- Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado de Pimampiro . (s.f.). www.pimampiro.gob.ec. Obtenido de www.pimampiro.gob.ec: <http://www.pimampiro.gob.ec/parroquias/98-mariano-acosta.html>
- Heredia Viveros, N. L. (2013). *Gerencia de compras la nueva estrategia competitiva*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & M. d. Baptista Lucio, *Metodología de la investigación* (pág. 239). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C.V.
- Hernández y Rodriguez, S. J., & Pulido Martínez, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial Enfoque basado en competencias*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Huamán Pulgar-Vidal, L., & Rios Ramos, F. (2015). En L. Huamán Pulgar-Vidal, & F. Rios Ramos, *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa* (pág. 219). Lima, Perú: Universidad Peruana de ciencias aplicadas S.A.C.
- Izar Landeta, J. M. (2013). El modelo del punto de equilibrio. En J. M. Izar Landeta, *Ingeniería económica y financiera* (pág. 37). México: Trillas.
- Keats, D. M. (2009). Entrevista Guía práctica para estudiantes y profesionales. En D. M. Keats, *Entrevista Guía práctica para estudiantes y profesionales* (pág. 1). México D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores S.A de C.V.
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2009). *Marketing*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). Matriz FODA: una herramienta moderna para el análisis de la situación. En H. Koontz, & H. Weihrich, *Elementos de la Administración Un enfoque internacional de innovación* (pág. 109). México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. DE C.V.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Principios de Marketing. En P. Kotler, & G. Armstrong, *Principios de Marketing* (pág. 274). Madrid: Pearson Educación S.A.
- Lara Dávila, B. (2014). *Cómo elaborar proyectos de inversion paso a paso*. Quito, Ecuador: Oseas Espín.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, W. J., & Palich, L. E. (2010). Fijación de precios . En J. G. Longenecker, C. W. Moore, W. J. Petty, & L. E. Palich, *Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras* (pág. 398). México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.

- Martínez Gómez, M., & Ruiz García, R. (2014). Conceptos básicos. En M. Martínez Gómez, & R. Ruiz García, *Introducción a la estadística* (pág. 17). España: Universitat Politècnica de Valencia.
- Mateo Campoy, D. (2010). *Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa Técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Mateo Campoy, D. (2010). *Gestión emprendedora Estrategias y habilidades para el emprendedor*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Mateo Campoy, D. (2010). *Gestión emprendedora Estrategias y habilidades para el emprendedor actual*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Montes Salazar, C. A., Montilla Galvis, O. d., & Mejía Soto, E. (2014). Control y evaluación de la gestión organizacional. En C. A. Montes Salazar, O. d. Montilla Galvis, & E. Mejía Soto, *Los objetivos* (pág. 124). Bogotá: Alfaomega Colombia S.A.
- Mora García, L. A. (2008). En L. A. Mora García, *Indicadores de la gestión logística* (pág. 3). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Murcia Murcia, J. D., Díaz P., F. N., Medellín D., V., Ortega C., J. A., Santana V., L., Gonzalez R., M. R., . . . Baca C., C. A. (2009). *Proyectos formulación y criterios de evaluación*. Bogotá D.C.: Alfaomega Colombiana S.A.
- Murcia Murcia, J. D., Díaz Piraquive, F. N., Medellín Duarte, V., Ortega Cerón, J. A., Santana Viloria, L., González Rodríguez, M. R., . . . Baca Corredor, C. A. (2009). Estudio de Mercado. En J. D. Murcia Murcia, F. N. Díaz Piraquive, V. Medellín Duarte, J. A. Ortega Cerón, L. Santana Viloria, M. R. González Rodríguez, . . . C. A. Baca Corredor, *Proyectos formulación y criterios de evaluación* (págs. 65-73). Bogotá D.C.: Alfaomega Colombiana S.A.
- Neira Rodríguez, J. (2012). *Cómo preparar El plan de empresa*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A; Fundación Confemetal.
- Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (2012). El proyecto de inversión como estrategia gerencial. En C. E. Pacheco Coello, & G. J. Pérez Brito, *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (pág. 143). México D.F.: Instituti Mexicano de contadores Públicos A.C.
- Pavía Sánchez, I. (2012). El organigrama: requisitos, descripción y objetivos. En I. Pavía Sánchez, *Organización empresarial y de recursos humanos* (pág. 31). Andalucía, España: IC editorial.
- Posso Yépez, M. Á. (2011). Matriz de relación. En M. Á. Posso Yépez, *Proyectos, tesis y marco lógico* (pág. 172). Quito: Noción Imprenta.
- Prieto Sierra, C. (2014). Valor Actual Neto. En C. Prieto Sierra, *Emprendimiento conceptos y plan de negocios* (pág. 149). México : Pearson Educación.

- Quispe Limaylla, A. (2013). En A. Quispe Limaylla, *El uso de la encuesta en las ciencias sociales* (pág. 11). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Rincón Soto, C. A., & Villarreal Vásquez, F. (2014). Concepto de costos. En C. A. Rincón Soto, & F. Villarreal Vásquez, *Contabilidad de Costos I con aproximaciones a las NIC 02 y NIIF 08* (pág. 18). Bogotá: Ediciones de la U.
- Rojas Risco, D. (2014). *Manual de Contabilidad y Costos*. España: Lexus Editores.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2012). Presupuesto de efectivo. En S. A. Ross, R. W. Westerfield, & J. F. Jaffe, *Finanzas corporativas* (pág. 810). México D.F.: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. En N. Sapag Chain, R. Sapag Chain, & J. M. Sapag Puelma, *Preparación y evaluación de proyectos* (pág. 49). México D.F.: MxGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.
- Sarmiento R., R. (2008). gastos. En R. Sarmiento R., *Contabilidad General* (pág. 23). Quito: Editorial Voluntad.
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/guias-tributarias>
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/guias-tributarias>
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de *www.sri.gob.ec*: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/129>
- Servicio de Rentas Internas, S. (13 de 06 de 2016). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de *www.sri.gob.ec*: [file:///C:/Users/Alexandra/Downloads/TRIBUTAR-REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_LORTI-1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Alexandra/Downloads/TRIBUTAR-REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_LORTI-1%20(1).pdf)
- Tapia, G., & Aire, C. (2011). Inversiones y proyectos. En G. Tapia, & C. Aire, *Conducción estratégica para la evaluación de proyectos de inversión* (pág. 47). Buenos Aires: EDICON Fondo Editorial Consejo.
- Varela Villegas, R. (2010). Capital de trabajo. En *Evaluación económica de proyectos de inversión* (pág. 243). Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Vázquez Blömer, B., Escudero Serrano, M. J., & De la Encarnación Gabín, M. A. (2010). *Empresa y administración*. Madrid. ESPAÑA: Ediciones Paraninfo, SA.
- Vera Smith, F. (2013). Concepto de indicador. En F. Vera Smith, *Indicadores del Desempeño Características, metodología y utilización* (pág. 41). México D.F.: Instituto Mexicano de contadores públicos.

Zapata Sánchez, P. (2011). *Contabilidad General*. Colombia: McGraw-Hill Educación.

ANEXOS

A. Plan de Proyecto de Investigación



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA “PUCE-SI”

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL “ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

AUTORA: Alexandra Noemi Vásquez Canacúan

IBARRA, AGOSTO, 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO	4
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	4
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. OBJETIVOS	8
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	8
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	8
5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS	10
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	13
6.1. MÉTODOS GENERALES	13
6.1.1. Método Inductivo	13
6.1.2. Método Deductivo.....	13
6.1.3. Método analítico – sintético	14
6.2. TÉCNICAS	14
6.2.1. Encuesta	14
6.2.3. Análisis documental.....	14
6.3. INSTRUMENTOS.....	14
6.3.1. Cuestionario	14
6.3.2. Ficha de registro de datos	15
6.4. MATRIZ DE RELACIÓN	16
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	17
8. RECURSOS	18
8.1. FINANCIAMIENTO.....	19
9. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	19

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Árbol de Problemas	5
Figura N° 2: Matriz de Relación	16
Figura N° 3: Cronograma de Actividades	17

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Recursos	18
----------------------------	----

1. NOMBRE DEL PROYECTO

Plan de negocios para la implementación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

La Parroquia Mariano Acosta pertenece al cantón Pimampiro, provincia de Imbabura. Al ser una parroquia ubicada en el sector rural no posee un lugar de comercio adecuado, el cual brinde una variedad en productos alimenticios, de bazar, papelería, ferretería, farmacia y productos varios; además de que haya variedad de productos en cuanto al precio, de tal manera que se pueda atender a todo nivel económico, y lo más primordial lo que las personas buscan en el momento indicado. Ante este problema se tiene que recurrir a trasladarse hasta la cabecera cantonal de Pimampiro, para adquirir los diversos productos, con la incertidumbre de conseguirlos o no conseguirlos, incurriendo en un gasto de transporte y pérdida de tiempo.

Mediante observación directa se ha identificado que en la parroquia se encuentran pequeñas tiendas, que no brindan un servicio adecuado, por la inexistencia de variedad de productos e incluso no tienen los productos necesarios y suficientes para satisfacer las necesidades de la población, incurriendo incluso en una inadecuada atención al cliente y una infraestructura poco idónea.

El problema principal es la falta de un lugar de comercio que pueda abastecer a la parroquia y sus comunidades, de diversos productos alimenticios, de bazar, papelería, ferretería, medicina y productos varios, brindando una gran variedad, atención adecuada, instalaciones cómodas y calidad en el servicio.

Todo lo anterior permite concluir que es necesario y urgente implementar un micromercado que permita satisfacer las necesidades de la población en el momento oportuno y con la satisfacción plena de disponer variedad, precios cómodos y servicios en general.

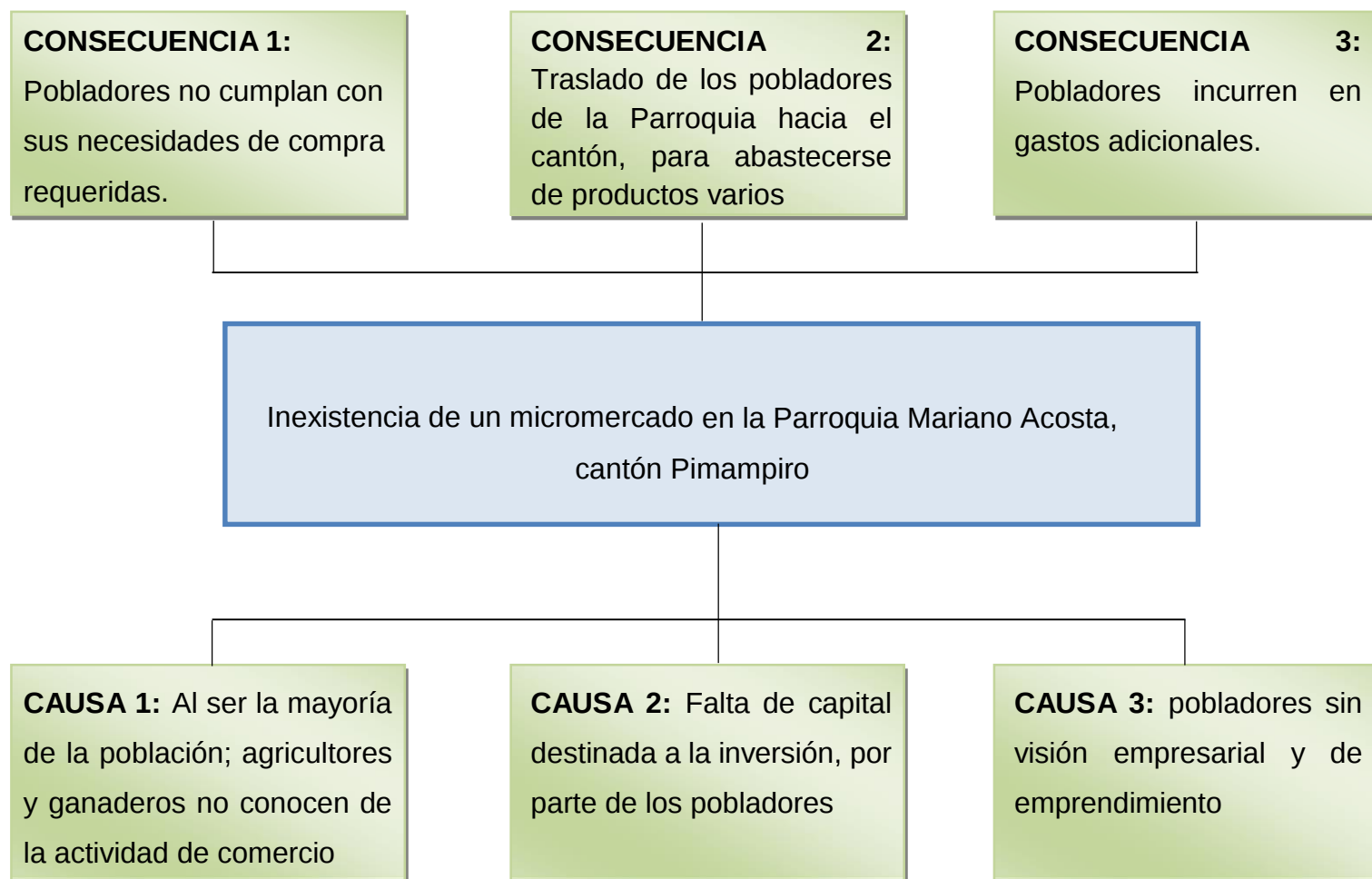


Figura N° 1: Árbol de Problemas

3. JUSTIFICACIÓN

La Parroquia Mariano Acosta pertenece al cantón Pimampiro, se encuentra situada en el sector rural, su población se dedica a actividades netamente agrícolas y ganaderas, posee una población estática de 1544 habitantes aproximadamente y una población flotante de fines de semana de 100 o más personas aproximadamente, es reconocida por sus bellos paisajes, las tradicionales fiestas, costumbres y gastronomía típica del lugar. A pesar de ser una parroquia reconocida no ha logrado conseguir el desarrollo deseado, lo cual ha desencadenado en algunas falencias que tienen que ser resultas para generar un bienestar colectivo, siendo una de ellas la falta de un lugar de comercio que cumpla con las necesidades de compra de los habitantes de la parroquia.

Mediante la contribución de mejoras en la Parroquia se pueden crear grandes beneficios para la colectividad, en este caso se basa en generar una ayuda para resolver un problema de la población, observado directamente por la investigadora, como es la necesidad insatisfecha de compra de productos varios, especialmente de productos; alimenticios (verduras, carnes, embutidos, lácteos, granos, enlatados, consumo masivo, etc.), confitería, de bazar, papelería, ferretería, farmacia, e implementos del hogar, necesarios para la subsistencia diaria o simplemente para satisfacer una necesidad pasajera, es por ello que se propone realizar un plan de negocios para la implementación de un Micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro. Con el objetivo de brindar un servicio de comercio completo y variado en un solo lugar, donde las personas puedan adquirir lo que buscan sin necesidad de trasladarse hasta la cabecera cantonal Pimampiro, incurriendo en dos horas de viaje que se convierten en tiempo perdido, y sobre todo brindar un servicio adecuado, cómodo y en el cual las personas se sientan a gusto.

En la parroquia se puede encontrar algunas pequeñas tiendas que no cubren con las necesidades requeridas por los consumidores, por lo cual se pueden presentar diversas situaciones; puede encontrar productos, pero en menor cantidad y calidad,

a un precio mayor del estipulado, o no se encuentra el producto requerido y hay que reemplazarlo por otro quizá de menor calidad del buscado, ante lo anteriormente citado esto se convierte en una carencia que posee la parroquia ante establecimientos de compra idóneos acorde a las necesidades de compra de la población, problema por el cual se busca la manera de solucionar, mediante la implementación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta.

Los principales beneficiarios mediante la implementación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta son los pobladores de la parroquia y sus comunidades, los cuales podrían contar con un lugar de comercio que brinde los productos deseados en el momento oportuno, en el cual puedan encontrar variedad en productos, variedad en precios y marcas de productos, acorde al gusto y necesidad de cada persona. Los futuros beneficiarios son las familias de la parroquia, debido a que se pretende crear una costumbre de consumo que facilite el reconocimiento del lugar, por ende una mayor influencia en compras en la misma parroquia y en un solo lugar. A la vez el estudiante que realiza la investigación se beneficia indirectamente por la experiencia que se puede adquirir al impartir en el campo investigativo y mediante el, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, permitiéndose conocer un sector de nuestra provincia.

Lo que se busca con la realización de un plan de negocios para la implementación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, es explotar un sector existente, como es el sector comercio, que es poco visible pero necesario en la parroquia, mediante el cual se busca generar un beneficio mutuo entre comprador y vendedor.

Sobre todo que la Parroquia cuente con un solo lugar de comercio que ofrezca un servicio variado en la adquisición de los diferentes tipos de productos, que cumpla con las necesidades de los pobladores, satisfaciendo las necesidades de compra de cada persona, ofreciendo una variedad de precios en los productos, acorde al bolsillo de cada familia, ofertando productos variados y de calidad, generaría un bienestar en la colectividad, por ende aportaría al desarrollo y reconocimiento del

sector.

Un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta representa un desarrollo local, porque permitiría que las personas cumplan con sus necesidades de compra en el tiempo que se produzca su necesidad, encontrando variedad de productos, precios acorde a la disponibilidad económica, y un excelente servicio.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 4.1.2. Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda del micromercado
- 4.2.2. Desarrollar un estudio técnico donde se determine la infraestructura física idónea para la implementación del micromercado
- 4.2.3. Elaborar un plan administrativo el cual determine la estructura organizacional del micromercado
- 4.2.4. Elaborar un estudio económico-financiero donde se determine la factibilidad del micromercado

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El diseño de un plan de negocios para la implementación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, representa un gran aporte enfocado a la población de la parroquia, el cual se basa en satisfacer las necesidades de compra de la población.

Para la realización del actual proyecto es indispensable el desarrollo de varios temas que contribuyen a un mayor entendimiento y desenvolvimiento, siendo uno

de ellos la definición del marco teórico, que será la principal referencia para obtener un juicio crítico hacia los distintos conceptos que se obtendrán, y mediante lo cual se plantea una visión más extensa y legible.

Mediante el diseño de un plan de negocios direccionado a la implementación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta es necesario el desarrollo de los componentes de un plan de negocios, es decir, los estudios planteados en los objetivos específicos. Como también es necesario conocer las necesidades de la población, para establecer una posible solución, por ende, es necesario desarrollar un diagnostico que evalúe la aceptación de un micromercado en la Parroquia, ya que a pesar de que la población posee carencias, las personas son reacias al cambio. Para lo cual se pretende realizar una socialización con los moradores de la parroquia para darles a conocer los beneficios de creación de un micromercado, en el cual puedan encontrar diversidad de productos, precios módicos, y principalmente satisfacer sus necesidades de compra en el momento que tengan la necesidad.

Realizar un estudio de mercado que determine la oferta y demanda de un micromercado es fundamental para la investigación del proyecto propuesto, ya que permite visualizar, analizar e interpretar la posible demanda que se obtendrá, mediante la cual se conocerá la preferencia y gustos en productos, marcas, precios y poder adquisitivo de los pobladores de la parroquia, bajo estos parámetros se podrá establecer los productos a ofertar como vendedor, como también la aplicación de marketing, determinando segmentación de mercado, localización, productos, etc.

Desarrollar un estudio técnico: permite identificar y establecer la infraestructura física adecuada de un micromercado, implementando tecnología, talento humano, maquinaria y equipo, a la vez determinar la inversión requerida.

Elaborar un plan administrativo la cual determine la estructura organizacional de un micromercado es necesario para establecer el talento humano requerido con la

debida designación de responsabilidades y a la vez analizar los criterios administrativos fundamentales para un micromercado.

Realizar un estudio económico-financiero: permite determinar el monto de los costos en los cuales se incurren para la realización del proyecto, en los que se incluyen los costos de operación, costos proyectados, costos de oportunidad, entre otros, a la vez determina la inversión a realizar y el capital de trabajo, ante la verificación y análisis de los costos a incurrir se determina la viabilidad y sustentabilidad del proyecto en un tiempo determinado, con la utilización de indicadores financieros y el análisis de los estudios anteriormente citados.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Plan de negocios

1.1.1 Definición de plan de negocios

1.1.2 Características de un plan de negocio

1.1.3 Estrategias de un plan de negocio

1.1.4 Análisis de competencia

1.1.5 Componentes de un plan de negocios

1.2 Micromercado

1.2.1 Definición de micro mercado

1.2.2 Características de un micromercado

1.2.3 Clientes de un micromercado

1.2.4 Marketing en un micromercado

1.2.5 Implementos necesarios en un micromercado

1.3 Definición de empresa

1.3.1 Tipos de empresas

1.3.2 Definición de Microempresa

- 1.3.3** Características de una microempresa
- 1.3.4** Estructura organizacional y funcional de una microempresa
- 1.3.5** Características de un servicio en una microempresa
- 1.3.6** Definición legal
- 1.3.7** Definición económica
- 1.3.8** Mariano Acosta

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1** Estudio de mercado
 - 2.1.1** Introducción al estudio de mercado
 - 2.1.2** Identificación de productos y servicios
 - 2.1.3** Segmentación de mercado
 - 2.1.3.1** Sexo
 - 2.1.3.2** Edad
 - 2.1.3.3** Nivel socioeconómico
 - 2.1.3.4** Estilo de vida
 - 2.1.4** Plan de marketing
 - 2.1.5** Proyección de la población
 - 2.1.5.1** Análisis de la demanda
 - 2.1.5.2** Análisis de la oferta
 - 2.1.5.3** Análisis y determinación de precios
 - 2.1.5.4** Análisis de comercialización de los productos

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

- 3.1** Estudio técnico
- 3.2** Dimensión del proyecto
- 3.3** Localización del proyecto
 - 3.3.1** Macro localización

3.3.2 Micro localización

3.4 Infraestructura física del proyecto

3.4.1 Tecnología

3.4.2 Maquinaria y equipo

3.5 Talento humano

3.6 Inversión

3.7 Proveedores

CAPÍTULO IV

PLAN ADMINISTRATIVO

4.1 Estudio Administrativo

4.1.1 Misión

4.1.2 Visión

4.1.3 Estructura organizacional y funcional

4.1.4 Especificación y asignación de funciones

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1 Estudio económico

5.1.1 Proyección oferta

5.1.2 Proyección demanda

5.1.3 Demanda Insatisfecha

5.2 Capital de trabajo

5.2.1 Financiamiento proyectado

5.2.2 Inversión proyectada

5.3 Costos

5.3.1 Costos de operación

5.3.2 Costos proyectados

5.3.3 Costos de oportunidad

5.4 Estudio financiero

5.4.1 Determinación del capital requerido

- 5.4.1.1 Capital de trabajo
- 5.4.1.2 Inversión
- 5.4.1.3 Presupuesto de ingresos
- 5.4.1.4 Presupuesto de egresos
- 5.5.2 Estados financieros
 - 5.5.2.1 Balance de situación inicial
 - 5.5.2.2 Estado de pérdidas y ganancias proyectado
 - 5.5.2.3 Flujo de caja proyectado
- 5.5.3 Indicadores financieros
 - 5.5.3.1.1 TIR (Tasa interna de retorno)
 - 5.5.3.1.2 VAN (Valor actual Neto)
 - 5.5.3.1.3 Costo-beneficio
 - 5.5.3.1.4 Costo de oportunidad
 - 5.5.3.1.5 PRI (Periodo de recuperación inversión)

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. MÉTODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

El método inductivo será empleado en el estudio de mercado al determinar la demanda proyectada, mediante la realización de una encuesta que se basa en una muestra de la población la cual tiene que ser generalizada para toda la población.

6.1.2. Método Deductivo

Mediante la utilización del método deductivo, permitirá realizar una deducción en el marco teórico, haciendo referencia a lo necesario en el proyecto, permitiendo un análisis y realización adecuada de las referencias para la ejecución.

6.1.3. Método analítico – sintético

El método analítico-sintético permite un análisis y síntesis en el marco teórico, que será la principal referencia para guiar la ejecución del proyecto, permitiendo determinar lo necesario a utilizar, como también realizar una opinión crítica, de lo citado.

Además se utilizada en el análisis, conclusiones y recomendaciones del proyecto, ya que requieren de un análisis y una síntesis para dar a conocer los resultados con relevancia.

6.2. TÉCNICAS

6.2.1. Encuesta

La técnica de la encuesta es necesaria para aplicarla en la población, con la cual se determinara el nivel de aceptación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, determinar gustos y preferencias de la población con respecto a productos.

6.2.2. Entrevista

La entrevista será enfocada a un experto en planes de negocio.

6.2.3. Análisis documental

El análisis documental es necesario para recabar información y definir el marco teórico esencial para el desarrollo del actual proyecto.

6.3. INSTRUMENTOS

6.3.1. Cuestionario

El cuestionario será enfocado para la realización de las encuestas que se enfoca a la muestra de los pobladores de la Parroquia Mariano Acosta.

El cuestionario de entrevista se realizara a un experto en planes de

negocios, con la finalidad de conocer más acerca del tema y lograr un direccionamiento adecuado en el actual proyecto.

6.3.2. Ficha de registro de datos

Permite realizar un registro de la información, deduciendo lo esencial de cada investigación.

6.4. MATRIZ DE RELACIÓN

Figura N° 2: Matriz de Relación

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente de Información
Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda del micromercado	Oferta	Proveedores	Encuesta	Proveedores
		Competencia	Entrevista	Tiendas de Mariano Acosta
		Productos	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
		Precio de los productos	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
		Mercado	Entrevista	Especialista de marketing
		Plan de marketing	Entrevista	Especialista de marketing
		Servicio al cliente	Entrevista	Especialista de marketing
		Infraestructura	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
	Demanda	Número de demandantes	Observación documental	Estadísticas INEC
		Segmentación de mercado	Entrevista	Especialista de marketing
		Localización del mercado	Entrevista	Especialista de marketing
		Productos	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
		Nivel de ingresos de los demandantes	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
		Gustos y preferencias	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
		Hábitos de consumo	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta
		Frecuencia de consumo	Encuesta	Habitantes Mariano Acosta

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Figura N° 3: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	Mes I				Mes II				Mes III				Mes IV				Mes V				Responsable
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO I: Marco Teórico																					
Recopilación de Bibliografía																					Autora
Análisis de la Información																					Autora
Redacción del marco Teórico																					Autora
CAPÍTULO II: Estudio De Mercado																					Autora
Determinación de Instrumentos del																					Autora
Determinación de la oferta y la demanda																					Autora
Identificación de productos y servicios																					Autora
Tabulación y Análisis de la información																					Autora
CAPÍTULO III: Propuesta																					Autora
Estudio de mercado																					Autora
Estudio técnico																					Autora
Estudio administrativo																					Autora
Estudio económico-financiero																					Autora
Conclusiones																					Autora
Recomendaciones																					
Presentación del Informe Final																					Autora

8. RECURSOS

Tabla N° 1: Recursos

a) Humanos

-Encuestadores	\$ 0,00
Subtotal	\$ 0,00

b) Materiales

- Hojas papel boom	\$ 20,00
- Esferos	\$ 2,00
- Impresiones	\$ 20,00
- Impresión de fotografías	\$ 10,00
- anillados y empastados	\$ 100,00
- Fotocopias	\$ 20,00
- Cds	\$ 10,00
- Material de oficina	\$ 15,00
- Flash memory	\$ 15,00
Subtotal	\$ 212,00

c) Otros

- Movilización	\$ 70,50
- Refrigerios	\$ 15,00
Subtotal	\$ 85,50

Subtotal	\$ 297,50
Imprevistos (15%)	\$ 44,63
TOTAL	\$ 342,10

8.1. FINANCIAMIENTO

Todos los gastos presupuestados para la elaboración del actual proyecto serán financiados por la autora.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Adler, R. B., & Marquardt, J. (2010). *Datos básicos para negocios en el Ecuador*.

BACA, U. G. (2013). Análisis de los precios. En G. B. Urbina, *Evaluación de proyectos* (págs. 61-62). Mexico: McGraw-Hill.

Hill Charles, Jones Gareth (2009): (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. México. McGraw Hill.

Lara, B. (2014). *Cómo Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*. Quito: Isbn. Massson, J. (2003). *Finanzas para profesionales de Marketing y ventas*. Ediciones Deusto.

Parkin, M. (2009). *Economía*. México: Pearson Education.

Thompson Arthur, Strickland A.J. Gamble John (2008); (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. McGraw Hill.

B. Encuesta dirigida a las Familias de la Parroquia Mariano Acosta



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE – IBARRA

ENCI

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA

Con el objetivo de realizar una encuesta para determinar la factibilidad de creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, solicito de la manera más respetuosa su colaboración.

Por favor responda las preguntas establecidas, de la manera más sensata.

Marque con una X donde usted crea conveniente:

1. ¿Qué tipos de productos le gustaría que vendiera un micromercado?

Víveres	☐	Frutas	☐
Verduras	☐	Lácteos	☐
Carnes y embutidos	☐	Bebidas	☐
Confitería	☐	Panificados	☐
Productos de limpieza del hogar	☐	Productos de aseo personal	☐
Bazar	☐	Papelería	☐
Medicina de libre venta	☐	Ferretería	☐

2. ¿Qué características observa usted en los productos al momentos comprarlos?

Calidad del producto	☐	Cantidad del producto	☐
Precio del producto	☐	Marcas	☐
Promociones	☐	Descuentos	☐

3. ¿Qué le gustaría a usted que tenga un micromercado?

Variedad de productos	☐	Productos frescos	☐
Precios bajos	☐	Espacios amplios	☐
Perchas en orden	☐	Higiene	☐
Buen servicio	☐	Cercanía	☐

4. En que horario le gustaría que funcionara un micromercado

.....

5. Con que frecuencia compra usted productos en las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta:

Diariamente	☐	Quincenalmente	☐	Nunca	☐
Semanalmente	☐	Mensualmente	☐		

6. Por medio de una escala, enumere los productos que compra usted con mayor frecuencia, teniendo en cuenta que 1 es el nivel más alto y 10 el nivel más bajo.

Víveres		Frutas y verduras	
Lácteos		Carnes y embutidos	
Bebidas		Confitería	
Panificados		Productos de limpieza del hogar	
Productos de aseo personal		Medicina de libre venta	

7. ¿Qué cantidad de dinero destina usted mensualmente a la compra de productos en una tienda de la parroquia Mariano Acosta o en una tienda de la ciudad de Pimampiro?

De 0 a 20 dólares	
De 21 a 40 dólares	
De 41 a 60 dólares	
De 61 a 80 dólares	
De 81 a 100 dólares	
Mayores a 101 dólares	

8. Como percibe usted el nivel de precios de los diferentes productos que ofrecen las tiendas de la parroquia Mariano Acosta

Muy convenientes	
Convenientes	
Bajos	
Muy bajos	
Caros	
Muy caros	

9. Donde considera usted que es el lugar idóneo para establecer un micromercado

En el Barrio San Francisco		Cerca al estadio	
En el centro de la Parroquia		Alado del parque	

10. ¿Cómo considera usted la calidad del servicio actual de las tiendas de la Parroquia Mariano Acosta?

Excelente	
Bueno	
Malo	
Regular	

11. A través de qué medio de publicidad usted se informa con mayor frecuencia

Radio		Internet	
Tv		Redes sociales	
La prensa			

12. ¿Si se creara un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, realizaría allí sus compras?

Definitivamente lo haría	
Talvez lo haría	
No lo haría	

Gracias por su colaboración

C. Encuesta dirigida a los propietarios de las Tiendas



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE – IBARRA

ENCI

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE TIENDAS

Con el objetivo de realizar una encuesta para determinar la factibilidad de creación de un micromercado en la Parroquia Mariano Acosta, solicito de la manera más respetuosa su colaboración.

Por favor responda las preguntas establecidas, de la manera más sensata.

Marque con una X donde usted crea conveniente:

1. Mencione que tipo de productos comercializa en su tienda

Víveres	☐	Frutas	☐
Verduras	☐	Lácteos	☐
Carnes y embutidos	☐	Bebidas	☐
Confitería	☐	Panificados	☐
Productos de limpieza del hogar	☐	Productos de aseo personal	☐
Bazar	☐	Papelería	☐
Medicina de libre venta	☐	Ferretería	☐
Otros	☐		

1.1 En caso de responder otros, mencione:

¿Cuál?.....

2. ¿Cuál de los diferentes tipos de productos mencionados anteriormente vende usted con mayor frecuencia en su tienda?

.....

.....

3. ¿Cómo asigna usted el precio a los productos que comercializa?

Asignación propia	☐
Estipula el proveedor	☐
Precio de referencia competencia	☐

4. Sus principales proveedores son:

Locales	☐
Cantoniales	☐
Provinciales	☐

5. Con que frecuencia se abastece usted de estos productos:

CATEGORIA	FRECUENCIA			
	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL
Víveres				
Frutas y verduras				
Lácteos				
Carnes y embutidos				
Bebidas				
Confitería				
Panificados				
Productos de limpieza del hogar				
Productos de aseo personal				
Bazar				
Papelería				
Medicina de libre venta				
Ferretería				

6. Cuenta usted con personal para atender su tienda:

Sí

No

En caso de su respuesta ser positiva:

6.1 El personal que atiende su tienda es:

Calificada

No calificada

7. Utiliza usted algún medio publicitario para anunciar su tienda

Sí

No

¿Cuál?.....

8.Cuál es el horario de atención de su tienda

.....

D. Ficha de Observación

 PUCE	FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE – IBARRA ENCI																																				
Tema: Lugar: Fuente: Fecha de observación:	FICHA N°																																				
OBSERVACIONES: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 45%;">CRITERIOS</th> <th colspan="2" style="width: 15%;">OPCIONES</th> <th style="width: 40%;">OBSERVACIÓN</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="width: 5%;">SI</th> <th style="width: 5%;">NO</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Posee espacios amplios</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuenta la tienda con distribución de espacios</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuenta con equipos de cómputo y tecnología</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Existe iluminación</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>La tienda posee una ubicación adecuada.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN		SI	NO		Posee espacios amplios				Cuenta la tienda con distribución de espacios				Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores)				Cuenta con equipos de cómputo y tecnología				Existe iluminación				La tienda posee una ubicación adecuada.							
CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN																																		
	SI	NO																																			
Posee espacios amplios																																					
Cuenta la tienda con distribución de espacios																																					
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores)																																					
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología																																					
Existe iluminación																																					
La tienda posee una ubicación adecuada.																																					

E. Fichas de observación directa aplicadas a las tiendas

 FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE – IBARRA PUCE ENCI			
Tema: Observación Directa Tiendas Lugar: Calle 18 de Noviembre y Camilo Gallegos Fuente: Tienda Parroquia, Sra. Laura Alomía Fecha de observación: 12 de Junio del 2017			FICHA N° 1
OBSERVACIONES:			
CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Posee espacios de un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Es un solo cuarto sin distribución.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee estanterías para mostrar los productos, un solo refrigerador, no posee freezer, ni vitrinas adecuadas
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	Las ventas se realizan de manera rustica, sin ningún programa o equipo tecnológico
Existe iluminación adecuada		X	Cuenta con una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Se ubica en el centro de la Parroquia



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación directa tiendas
Lugar: Calle 18 de Noviembre y Cepeda
Fuente: Tienda Panuquia, Sr. Eduardo Carlosama
Fecha de observación: 12 de Junio del 2017

FICHA N° 2

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Es un solo cuarto para toda la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Es un solo cuarto sin distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee vitrinas y estanterías para mostrar los productos. Refrigeradores no posee.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	No ninguno
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	Se encuentra distante de los lugares de afluencia de las personas.



PUCCE

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA

ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Calle Camilo Gallegos
Fuente: Tienda Parroquia, Fidelencio Casqui
Fecha de observación: 12 de Junio del 2012

FICHA N° 3

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Presenta los productos en un solo espacio
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Estanterías para mostrar los productos Refrigeradores 1
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Cuenta con una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		En el centro Parroquia junto al parque



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA

ENCI

Tema: Observación Directa tiendas
Lugar: Calle 18 de Noviembre y Camilo Gallegos
Fuente: Tienda Panchoa, Susana Farinango
Fecha de observación: 12 de Junio del 2017

FICHA N° 4

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto destinado a la tienda.
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Muestra todos sus productos en el espacio reducido.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Vitrinas posee para mostrar los productos. Refrigeradores y Estanterías mostrar productos de confitería.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda.
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		En el centro Panchoa, al frente del parque.



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Calle Intipungo y Caba Lantia
Fuente: Panigua, Antonio Garito
Fecha de observación: 12 de Junio del 2017

FICHA N° 5

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto para mostrar los productos
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No, ninguna distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Infraestructura básica solo estanterías y vitrinas en un número reducido.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Centro Panigua

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA			
 PUCCE		PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA ENCI	
Tema: Observación directa Tiendas Lugar: Calle Camilo Gallegos y 18 de Noviembre Fuente: Tienda Paniquita, Sra. Artha Hidalgo Fecha de observación: 12 de Junio del 2017			FICHA N° 6
OBSERVACIONES:			
CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Es un solo cuarto destinado a la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No posee distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Estanterías y vitrinas 1 refrigerador
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Al frente de la escuela de la Unidad Educativa



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Calle Camilo Gallegos
Fuente: Tienda Panaguida, Laura Hidalgo
Fecha de observación: 13 de Junio del 2017

FICHA N° 7

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo espacio reducido
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	El lugar destinado a la venta de productos, no posee más distribución.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Adecuaciones básicas de vitrinas y estanterías
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	Se encuentra en una calle transversal



PUCE

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Calle Camilo Callejos
Fuente: Tienda Penoqua, Sr. Alvaro Noguez
Fecha de observación: 13 de Junio del 2017

FICHA N° 8

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo espacio reducido
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Un espacio en el que muestra los productos no hay distribución.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Vitrinas y estanterías
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	Ninguno
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	Ubicada en una calle transversal



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Calle 18 de Noviembre y Nicolas Terán
Fuente: Tienda Parroquia, Sra. Aida Ortega
Fecha de observación: 13 de Junio del 2017

FICHA N° 9

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Posee espacio de un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Es un solo cuarto sin distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee estanterías para mostrar los productos un solo refrigerador no posee frigoríficos ni vitrinas adecuadas
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	Las ventas se realizan de manera física, sin ningún programa o equipamiento tecnológico
Existe iluminación adecuada		X	Cuenta con una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Se ubica en el centro de la parroquia.



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE – IBARRA

ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Calle 18 de Noviembre y Galo Larrea
Fuente: Tienda Parroquia, Sra. Inés Pineda
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 10

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios	X		Posee espacios amplios mas no permite ventilar el producto.
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Vitrinas y estacion de cobio.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Vitrinas y estanterías en el que muestra los productos, Presenta productos en el piso.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la instalación.
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		En el entro parroquial



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Calle Intipungo
Fuente: Tienda Pataguita, Sra Carmen Pineda
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 11

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No posee una distribución.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee vitrinas - Un refrigerador
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	En una calle poco transitada por las personas



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA

ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
 Lugar: Calle 18 de Noviembre
 Fuente: Tienda Panagual, Sta Cruz Sánchez
 Fecha de observación: 14 de Junio del 2013

FICHA N° 12

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No, posee un solo cuarto
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Estanterías y vitrinas - 1 refrigerador - Presenta productos en el piso
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación.
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Centro Panagual



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Calle 18 de Noviembre
Fuente: Tienda Párraga, Sr. Anibal Apioles
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 13

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Cuenta con un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No posee una distribución, se presenta las estanterías alrededor del cuarto
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee vitrinas y estanterías.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	En una calle principal pero no cuenta con la visibilidad adecuada.



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Calle 19 de Noviembre
Fuente: Tienda Parroquia, Sr. Alfonso Pupiales
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 14

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Posee espacio de un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Es un solo cuarto sin distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee estanterías para mostrar los productos un solo refrigerador no posee frigorífico ni vitrinas decoradas
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	Los clientes de realiza de monedas sueltas sin ningún programa o equipamiento tecnológico
Existe iluminación adecuada		X	Cuenta con una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Calle Principal de la Parroquia



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Calle Jaime Rolón y los Laureles
Fuente: Tienda Perroquet, Sra. Fabiola Sandoval
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 15

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Posee un solo cuarto destinado a la venta de Productos
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	En el cuarto se muestra los productos en estanterías, más no hay distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee estanterías y vitrinas
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	Calle Transversal, en el Barrio San Francisco



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Calle 18 de Noviembre
Fuente: Tienda Parroquia, Sta Isabel Yáñez
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 16

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Posee un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Presenta un solo cuarto, no existe una distribución de espacios
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		-Utrinas y estanterías
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	En una calle principal, de la parroquia



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Comunidad Puetaquí
Fuente: Sra. Dora Amaguña
Fecha de observación: 14 de Mayo del 2017

FICHA N° 17

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Posee espacio de un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Es un solo cuarto sin distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee estanterías para mostrar los productos un solo refrigerador no posee frigoríficos ni vitrinas adecuadas
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	Las ventanitas se realizan de manera manual sin ninguna programación o equipamiento tecnológico
Existe iluminación adecuada		X	Cuenta con una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Calle principal de la Parroquia



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA

ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Comunidad Puélagu
Fuente: Sra. Susana Chapueta
Fecha de observación: 14 de Junio del 2017

FICHA N° 18

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto destina- do a la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No posee una distri- bución de espacios
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		- Posee estanterías y vitrinas - 1 refrigerador
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		En la calle principal de la



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tienda
Lugar: Comunidad La Florida, casa comunal
Fuente: Sra. Transito Amaguaña
Fecha de observación: 15 de Junio del 2017

FICHA N° 19

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo espacio, en metros cuadrados
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	Un solo cuarto sin distribución.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Vitrinas y estanterías
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	En la casa comunal, alejada de la población



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación directa Tiendas
Lugar: Comunidad Yanajaco
Fuente: Sra. Chacón Mariana
Fecha de observación: 15 de Junio del 2017

FICHA N° 20

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto destinado a la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No posee distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		- Vitrinas - Estanterías - 1 congelador
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda
La tienda posee una ubicación adecuada.		X	En una calle transversal, oculta, no es visible.



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tienda
Lugar: Comunidad Yanajaca
Fuente: Sra. Carmen Torinango
Fecha de observación: 15 de Junio del 2017

FICHA N° 21

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto destinado a la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No posee una distribución
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Cuenta con vitrinas, estanterías y 1 congelador.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación para toda la tienda (oscuro)
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Calle Principal de la Comunidad de Yanajaca

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA			
		PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA ENCI	
Tema: Observación directa Tiendas Lugar: Vía Principal a Guanupamba Fuente: Tienda Sr. Luis Pineda Fecha de observación: 15 de Junio del 2017			FICHA N° 22
OBSERVACIONES:			
CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	NO, es un solo espacio en el que se muestran los productos
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee: Vitrinas, estanterías y 1 congelador
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Poca iluminación, pero visible los productos
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Calle Principal de la comunidad de Guanupamba



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Comunidad Guanupamba
Fuente: Tienda, Sra. Maribel Ruiz
Fecha de observación: 15 de Junio del 2017

FICHA N° 23

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios		X	Un solo cuarto destinado a la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios		X	No, solo muestra las vitrinas a través de una reja.
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Cuenta con vitrinas, estanterías y 1 refrigerador.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una iluminación escasa, poco visible
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Calle Principal de la comunidad de Guanupamba



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Pimampiro Calle Luis A. Martínez y Rocafuerte
Fuente: Tienda Sra. Nubia Benítez
Fecha de observación: 16 de Junio del 2017

FICHA N° 24

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios	x		Permite el traslado de los clientes para elegir el producto
Cuenta la tienda con distribución de espacios	x		Área de caja y perchas aunque es básica
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	x		Posee vitrinas, estanterías, mobiliario para caja. Congeladores.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología	x		Control de inventario
Existe iluminación adecuada		x	Escasa, poca iluminación.
La tienda posee una ubicación adecuada.	x		Alado del mercado en un lugar de gran afluencia.



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE – IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Pimampiro Calle Paquisha y Olmedo
Fuente: Tienda Sr. David Cabrera
Fecha de observación: 16 de Junio del 2017

FICHA N° 25

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios	X		Espacio destinado a la tienda
Cuenta la tienda con distribución de espacios	X		-Distribución de área de ventas, caja y aseo
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Cuenta con vitrinas, estanterías, congeladores.
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología	X		Si, para el control de Inu.
Existe iluminación adecuada	X		Posee iluminación en toda la instalación
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		En la calle principal del cantón Pimampiro



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Pimampiro Calle Luis A. Martínez
Fuente: Tienda Sr. Luis Martínez
Fecha de observación: 16 de Junio del 2017

FICHA N° 26

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios	X		
Cuenta la tienda con distribución de espacios	X		Cuenta con la distribución de espacios, de perchas y caja - Cuenta con lugar de aseo
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	X		Posee vitrinas, estanterías, refrigeradores
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		X	
Existe iluminación adecuada		X	Una sola iluminación, las instalaciones son oscuras
La tienda posee una ubicación adecuada.	X		Calle Principal



FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA
ENCI

Tema: Observación Directa Tiendas
Lugar: Pimampiza, Calle Flores
Fuente: Tienda Sr. Oyarza Carlos
Fecha de observación: 16 de Junio del 2017

FICHA N° 27

OBSERVACIONES:

CRITERIOS	OPCIONES		OBSERVACIÓN
	SI	NO	
Posee espacios amplios	x		Permite el traslado del cliente
Cuenta la tienda con distribución de espacios	x		Cuenta con lugar de venta y caja
Posee muebles y enseres (estanterías, vitrinas, refrigeradores, etc.)	x		Cuenta con vitrinas, estanterías, refrigeradoras
Cuenta con equipos de cómputo y tecnología		x	
Existe iluminación adecuada		x	Una sola iluminación
La tienda posee una ubicación adecuada.	x		En el centro Pimampiza, lugar de gran afluencia

F. Contrato de trabajo

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO CON PERÍODO DE PRUEBA

En la ciudad de Pimampiro, a los _____ días del mes de Enero del año _____, comparecen, por una parte Alexandra Noemi Vásquez Canacuán portador de la cédula de ciudadanía Nro. 1003803515 en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el señor _____, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. _____ en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana domiciliados en la ciudad de Pimampiro, Parroquia Mariano Acosta y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este **CONTRATO INDEFINIDO** con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad estable y permanente, necesita contratar los servicios laborales de un _____, revisados los antecedentes del (de la) señor(a) (ita) _____ éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- OBJETO:

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de _____ con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

TERCERA.- HORARIO DE TRABAJO:

El TRABAJADOR se obliga a laborar en la jornada legal máxima establecida en el artículo 47 del Código del Trabajo, de lunes a viernes en el horario de 8:00 de la mañana a 6:00 de la tarde con descanso de dos para el almuerzo de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código del Trabajo,

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El EMPLEADOR, de acuerdo a los artículos 80, 81 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, USD 400,00, mediante efectivo.

Además, el EMPLEADOR cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 111 y 113 del Código del Trabajo tomando en consideración la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa. Asimismo, el EMPLEADOR reconocerá los recargos correspondientes a las horas suplementarias o extraordinarias, mediante acuerdo de las partes, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito, según el artículo 55 del Código del Trabajo.

QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El trabajador inicialmente ingresará a un periodo de prueba de 90 días si pasa la prueba, el Contrato será Indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169, 172 y 173 del Código del Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en La Parroquia Mariano Acosta, en las calles 18 de Noviembre y Galo Larrea, en la ciudad de Pimampiro, provincia Imbabura, para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código del Trabajo, en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día ____ del mes de _____ del año _____

EL EMPLEADOR
C.C.

EL TRABAJADOR
C.C.

Fuente: Ministerio de Trabajo

G. Contrato de Arrendamiento

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO.

En la ciudad de Pimampiro a los ... días del mes de ----- de dos mil, convienen en celebrar el presente Contrato de Arrendamiento, por una parte, en calidad de Arrendador el señor; y, por otra parte en calidad de Arrendatario el señor Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados en la Parroquia Mariano Acosta, hábiles y capaces para contratar y obligarse, y suscriben el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El señor..... declara ser dueño del local ubicado en la calle 18 de Noviembre y Galo Larrea de la Parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura, cuyas características son las siguientes: local comercial, con adecuaciones para establecer un micromercado.

SEGUNDA: El señor en calidad de Arrendador da y entrega en arrendamiento al señor..... el inmueble señalado en la cláusula anterior.

TERCERA: El Arrendatario señor..... declara por el presente instrumento que recibe el local comercial materia del presente contrato a su entera y completa satisfacción y que lo dedicará exclusivamente para las instalaciones de un micromercado.

CUARTA: El canon que libre, voluntariamente y de mutuo acuerdo fijan la partes por el arrendamiento del inmueble materia del presente contrato es la cantidad de CIENTO DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, canon que será cubierto por parte del arrendatario durante los primeros cinco días del mes por adelantado, siendo el único comprobante de pago el recibo emitido por el Arrendador.

QUINTA: Las partes libremente renuncian al canon fijado por la Oficina de Arrendamientos del Municipio de Ibarra, sea mayor o menor, y se sujetan a lo dispuesto en el artículo once del Código Civil.

SEXTA: El arrendatario declara que el arrendador le ha entregado y que éste ha recibido en perfecto estado funcionamiento todas las instalaciones eléctricas, sanitarias, cerrajería, llaves y se obliga a entregarle en el mismo estado que los recibe y a pagar su valor en caso de pérdida o destrucción de los mismos, salvo el deterioro producido por el uso y goce normal del inmueble.

SEPTIMA: Los servicios de agua potable, energía eléctrica, cable y el pago de la alcúota mensual de mantenimiento del inmueble serán cubiertos por el arrendatario y entregará al Arrendador mensualmente las respectivas planillas con la razón de haber sido canceladas oportunamente.

OCTAVA: El plazo de duración del presente contrato es de (mínimo dos años de conformidad a lo señalado en el artículo 28 de la Ley de Inquilinato) años, tiempo que comenzará a regir desde la suscripción del presente contrato, pudiendo ser renovado por acuerdo entre las partes en las mismas condiciones o pudiendo variar el canon de arrendamiento. La notificación de terminación del presente contrato se hará por lo menos con noventa días de anticipación a la fecha de expiración, caso contrario se entenderá automáticamente renovado.

NOVENA: El arrendatario queda expresamente prohibido de subarrendar el inmueble arrendado o traspasar los derechos sin previa autorización del Arrendador. Tampoco podrá dar otro uso que el acordado al inmueble de conformidad con lo determinado en

DÉCIMA: El Arrendatario entrega la cantidad de, en calidad de garantía por el buen uso y mantenimiento del inmueble arrendado, valor que será devuelto contra entrega del inmueble en las mismas condiciones que recibió, con la entrega de las planillas de servicios y condominio debidamente canceladas, en ningún caso este valor se acreditará como pensiones de arriendo y de este valor se puede descontar el valor que cubra los daños ocasionados en el inmueble.

DÉCIMA PRIMERA: Las causas de terminación del presente contrato son las determinadas en el artículo 30 de la Ley de Inquilinato.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces competentes en esta materia de la ciudad de y al procedimiento SUMARIO, de conformidad con lo que establece el artículo 42 de la Ley de Inquilinato o al procedimiento MONITORIO, de conformidad a lo que establece el artículo 256 numeral 4 del Código Orgánico General de Procesos, de acuerdo al caso.

Para constancia firman por triplicado en el lugar y fecha señalados.

EL ARRENDADOR

C.C.

EL ARRENDATARIO

C.C.

FUENTE: www.Lexis.com.ec

H. Anexos Capítulo Económico-Financiero Inventario de Mercaderías

Tabla 81. Inventario de Mercadería Año 1

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	2.400	100	0	2.500	\$ 1.150,00
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	2.400	100	0	2.500	\$ 1.175,00
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	1.200	50	0	1.250	\$ 1.100,00
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	1.200	50	0	1.250	\$ 537,50
Vaz01	Azucar Tababuela	libra	0,40	2.400	100	0	2.500	\$ 1.000,00
Vaz02	Azucar San Carlos	libra	0,35	2.400	100	0	2.500	\$ 875,00
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	1.320	55	0	1.375	\$ 1.100,00
Vsa01.1		1 kg	0,50	1.320	55	0	1.375	\$ 687,50
Vsa02	Sal Pacífico	500 gr.	0,45	1.320	55	0	1.375	\$ 618,75
Vpa01	Panela	unidad	0,20	1.320	55	0	1.375	\$ 275,00
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	1.320	55	0	1.375	\$ 385,00
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	1.320	55	0	1.375	\$ 1.856,25
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	1.320	55	0	1.375	\$ 3.561,25
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	1.320	55	0	1.375	\$ 1.223,75
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	1.320	55	0	1.375	\$ 3.575,00
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	1.320	55	0	1.375	\$ 5.362,50
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	1.440	24	0	1.464	\$ 117,12
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	1.320	55	0	1.375	\$ 2.062,50
Vac01.1		500 ml.	0,90	1.320	55	0	1.375	\$ 1.237,50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	1.320	55	0	1.375	\$ 2.200,00
Vac02.1		500 ml.	1,00	1.320	55	0	1.375	\$ 1.375,00
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	1.320	55	0	1.375	\$ 2.736,25
Vac03.1		400 ml.	1,25	1.320	55	0	1.375	\$ 1.718,75
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	1.320	55	0	1.375	\$ 1.361,25
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	1.320	55	0	1.375	\$ 825,00
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	1.200	50	0	1.250	\$ 412,50
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	1.500	63	0	1.563	\$ 2.656,25
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	1.440	60	0	1.500	\$ 1.245,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	1.440	60	0	1.500	\$ 1.275,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	1.440	60	0	1.500	\$ 1.275,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	1.440	60	0	1.500	\$ 1.200,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	1.440	60	0	1.500	\$ 1.185,00
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	1.440	60	0	1.500	\$ 2.535,00
Vpas02.1		200 gr.	0,95	1.440	60	0	1.500	\$ 1.425,00
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	1.440	60	0	1.500	\$ 1.125,00
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	1.440	60	0	1.500	\$ 1.425,00
Vpas04.1		200 gr.	0,49	1.440	60	0	1.500	\$ 735,00
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	2,20	1.440	60	0	1.500	\$ 3.300,00
Vat01.1		unidad	1,40	1.440	60	0	1.500	\$ 2.100,00
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	2,20	1.440	60	0	1.500	\$ 3.300,00
Vat02.1		unidad	1,60	1.440	60	0	1.500	\$ 2.400,00
Vat03	Atún Real	por tres unid.	2,15	1.440	60	0	1.500	\$ 3.225,00
Vat03.1		unidad	1,50	1.440	60	0	1.500	\$ 2.250,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	1.440	60	0	1.500	\$ 2.250,00
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	1.440	60	0	1.500	\$ 3.555,00
Vge01.1		1/2 libra	1,90	1.440	60	0	1.500	\$ 2.850,00
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	1.440	60	0	1.500	\$ 4.350,00
Vge02.1		1/2 libra	2,00	1.440	60	0	1.500	\$ 3.000,00
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	1.440	60	0	1.500	\$ 1.335,00
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	1.440	60	0	1.500	\$ 225,00
Vach02.1		200 ml.	0,80	1.440	60	0	1.500	\$ 1.200,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	1.440	60	0	1.500	\$ 120,00
Vca01.1		50 gr.	1,00	1.440	60	0	1.500	\$ 1.500,00
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	1.440	60	0	1.500	\$ 750,00
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	1.440	60	0	1.500	\$ 120,00
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.440	60	0	1.500	\$ 570,00
Vaj01.1		50 gr.	0,55	1.440	60	0	1.500	\$ 825,00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.440	60	0	1.500	\$ 570,00
Vco01.1		50 gr.	0,55	1.440	60	0	1.500	\$ 825,00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.440	60	0	1.500	\$ 570,00
Vsab01.1		50 gr.	0,55	1.440	60	0	1.500	\$ 825,00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.440	60	0	1.500	\$ 570,00
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	1.440	60	0	1.500	\$ 825,00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	1.440	60	0	1.500	\$ 300,00
Vajn01.1		50 gr.	0,50	1.440	60	0	1.500	\$ 750,00
Vqu01	Quinua	libra	0,90	1.440	60	0	1.500	\$ 1.350,00
Vmo01	Mote	libra	0,80	1.440	60	0	1.500	\$ 1.200,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vma01	Maíz	libra	0,85	1.440	60	0	1.500	\$ 1.275,00
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	1.440	60	0	1.500	\$ 570,00
Vle01	Lenteja	libra	0,62	1.440	60	0	1.500	\$ 930,00
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	1.440	60	0	1.500	\$ 900,00
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	1.440	60	0	1.500	\$ 750,00
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	1.440	60	0	1.500	\$ 420,00
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	1.440	60	0	1.500	\$ 345,00
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	1.440	24	0	1.464	\$ 117,12
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	1.440	24	0	1.464	\$ 292,80
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	1.440	24	0	1.464	\$ 658,80
Lyo01.1		litro	0,90	1.440	24	0	1.464	\$ 1.317,60
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	1.440	24	0	1.464	\$ 1.244,40
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	1.440	24	0	1.464	\$ 1.171,20
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	1.440	24	0	1.464	\$ 1.171,20
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	1.440	24	0	1.464	\$ 2.635,20
Fman01	Manzana	unidad	0,15	1.440	24	0	1.464	\$ 219,60
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	1.440	24	0	1.464	\$ 117,12
Ffr01	Fresa	libra	0,45	1.440	24	0	1.464	\$ 658,80
Fpi01	Piña	unidad	0,35	1.440	24	0	1.464	\$ 512,40
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Fba01	Banano	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Veal01	Alverja	libra	0,50	1.440	24	0	1.464	\$ 732,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	1.440	24	0	1.464	\$ 980,88
Vebro01	Brócoli	unidad	0,25	1.440	24	0	1.464	\$ 366,00
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	1.440	24	0	1.464	\$ 439,20
Vetor01	Tomate riñón	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Vepim01	Pimiento	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Veze01	Zanahoria	unidad	0,05	1.440	24	0	1.464	\$ 73,20
Vecol01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	1.440	24	0	1.464	\$ 87,84
Vecol02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	1.440	24	0	1.464	\$ 1.098,00
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	1.440	24	0	1.464	\$ 1.317,60
Ca02	Carne de res	libra	2,00	1.440	24	0	1.464	\$ 2.928,00
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	1.440	24	0	1.464	\$ 2.928,00
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	0,45	1.440	24	0	1.464	\$ 658,80
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1,10	1.440	24	0	1.464	\$ 1.610,40
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	0,50	1.440	24	0	1.464	\$ 732,00
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1,50	1.440	24	0	1.464	\$ 2.196,00
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	2,45	1.440	24	0	1.464	\$ 3.586,80
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1,50	1.440	24	0	1.464	\$ 2.196,00
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	0,79	1.440	24	0	1.464	\$ 1.156,56
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	0,55	1.440	24	0	1.464	\$ 805,20
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	1.440	30	0	1.470	\$ 147,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	1.440	30	0	1.470	\$ 117,60
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	1.440	30	0	1.470	\$ 485,10
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	1.440	30	0	1.470	\$ 102,90
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	1.440	30	0	1.470	\$ 147,00
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	1.440	30	0	1.470	\$ 117,60
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	1.440	30	0	1.470	\$ 485,10
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	0,20	1.440	30	0	1.470	\$ 294,00
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	1.440	30	0	1.470	\$ 646,80
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	1.800	38	0	1.838	\$ 73,50
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	1.440	30	0	1.470	\$ 367,50
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	1.440	30	0	1.470	\$ 485,10
Csn01	Doritos	unidad	0,38	1.440	30	0	1.470	\$ 558,60
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	1.440	30	0	1.470	\$ 396,90
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	1.440	30	0	1.470	\$ 396,90
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	1.440	30	0	1.470	\$ 294,00
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	1.440	30	0	1.470	\$ 249,90
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	1.440	30	0	1.470	\$ 485,10
Csn07	Ponky	unidad	0,20	1.344	28	0	1.372	\$ 274,40
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	1.440	30	0	1.470	\$ 543,90
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	1.440	30	0	1.470	\$ 367,50
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	1.440	30	0	1.470	\$ 1.249,50
Cga04		unidad	1,10	1.440	30	0	1.470	\$ 1.617,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	1.296	22	0	1.318	\$ 1.119,96
Bpo02	Powerade	balbula	0,95	1.296	22	0	1.318	\$ 1.251,72
Bv03	V220	360 ml	0,95	1.296	22	0	1.318	\$ 1.251,72
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	1.296	22	0	1.318	\$ 922,32
Bvi04.1		365 ml	0,95	1.296	22	0	1.318	\$ 1.251,72
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	1.296	22	0	1.318	\$ 395,28
Bva05.1		550 ml	0,45	1.296	22	0	1.318	\$ 592,92
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	1.296	22	0	1.318	\$ 395,28
Bci06.1		1700 ml	0,95	1.296	22	0	1.318	\$ 1.251,72
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	1.296	22	0	1.318	\$ 368,93
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	1.296	22	0	1.318	\$ 592,92
Bte08.1		2 litros	1,00	1.296	22	0	1.318	\$ 1.317,60
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	1.296	22	0	1.318	\$ 395,28
Bpo09.1		330 ml	0,48	1.296	22	0	1.318	\$ 632,45
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	1.296	22	0	1.318	\$ 263,52
Bco10.1		400 ml	0,48	1.296	22	0	1.318	\$ 632,45
Bco10.2		1350 ml	1,03	1.296	22	0	1.318	\$ 1.357,13
Bco10.3		3000 ml	2,01	1.296	22	0	1.318	\$ 2.648,38
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	1.296	22	0	1.318	\$ 513,86
Bsp11.1		400 ml	0,40	1.296	22	0	1.318	\$ 527,04
Bsp11.2		1350 ml	1,02	1.296	22	0	1.318	\$ 1.343,95
Bsp11.3		3000 ml	2,01	1.296	22	0	1.318	\$ 2.648,38
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	1.296	22	0	1.318	\$ 421,63
Bfi12.1		400 ml	0,40	1.296	22	0	1.318	\$ 527,04

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Bfi12.2	Fiora fresa	1350 ml	0,82	1.296	22	0	1.318	\$ 1.080,43
Bfi12.3		3000 ml	2,04	1.296	22	0	1.318	\$ 2.687,90
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	1.296	22	0	1.318	\$ 527,04
Bfa13.1		1350 ml	0,99	1.296	22	0	1.318	\$ 1.304,42
Bfa13.2		3000 ml	2,01	1.296	22	0	1.318	\$ 2.648,38
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	1.296	22	0	1.318	\$ 395,28
Bgu14.1		500 ml	0,60	1.296	22	0	1.318	\$ 790,56
Bgu14.2		1 litro	0,90	1.296	22	0	1.318	\$ 1.185,84
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	1.296	22	0	1.318	\$ 500,69
Btes15.1		1 litro	0,90	1.296	22	0	1.318	\$ 1.185,84
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	1.296	22	0	1.318	\$ 461,16
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	1.296	22	0	1.318	\$ 329,40
Bci17.1		1 litro	0,55	1.296	22	0	1.318	\$ 724,68
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	1.296	22	0	1.318	\$ 1.423,01
Bno19	Norteño	unidad	3,00	1.200	20	0	1.220	\$ 3.660,00
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	1.200	20	0	1.220	\$ 7.930,00
Bpa21	Paisa	unidad	7,50	1.200	20	0	1.220	\$ 9.150,00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	1.200	20	0	1.220	\$ 10.357,80
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1,57	1.440	30	0	1.470	\$ 2.307,90
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	2,88	1.440	30	0	1.470	\$ 4.233,60
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1,35	1.440	30	0	1.470	\$ 1.984,50
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	1.440	30	0	1.470	\$ 4.410,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	1.440	30	0	1.470	\$ 1.102,50
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	1.440	30	0	1.470	\$ 1.029,00
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	0,90	1.500	31	0	1.531	\$ 1.378,13
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	0,90	1.500	31	0	1.531	\$ 1.378,13
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	8,32	1.500	31	0	1.531	\$ 12.740,00
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	0,95	1.500	31	0	1.531	\$ 1.454,69
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	1.440	30	0	1.470	\$ 1.249,50
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	1.440	30	0	1.470	\$ 1.323,00
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	1.440	30	0	1.470	\$ 4.277,70
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	1.440	30	0	1.470	\$ 1.837,50
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	1.440	30	0	1.470	\$ 1.323,00
Ash03.1		500 ml	3,72	1.440	30	0	1.470	\$ 5.468,40
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	1.440	30	0	1.470	\$ 4.042,50
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	0,90	1.440	30	0	1.470	\$ 1.323,00
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1,30	1.440	30	0	1.470	\$ 1.911,00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1,20	1.440	30	0	1.470	\$ 1.764,00
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	1.440	30	0	1.470	\$ 3.307,50
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	1.440	30	0	1.470	\$ 3.498,60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	1.440	30	0	1.470	\$ 4.263,00
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	1.440	30	0	1.470	\$ 1.278,90
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	1.440	30	0	1.470	\$ 1.176,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	1.500	31	0	1.531	\$ 3.828,13
Apañ01.1		Mediano	3,20	1.500	31	0	1.531	\$ 4.900,00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	1.500	31	0	1.531	\$ 3.368,75
Apañ02.1		Mediano	3,50	1.500	31	0	1.531	\$ 5.359,38
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	1.500	31	0	1.531	\$ 459,38
Hdet01.1		360 gr.	0,74	1.500	31	0	1.531	\$ 1.133,13
Hdet01.2		1 Kg.	2,41	1.500	31	0	1.531	\$ 3.690,31
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	1.500	31	0	1.531	\$ 520,63
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	1.500	31	0	1.531	\$ 3.031,88
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	1.500	31	0	1.531	\$ 918,75
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	1.500	31	0	1.531	\$ 4.210,94
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	0,40	1.500	31	0	1.531	\$ 612,50
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	1.500	31	0	1.531	\$ 1.531,25
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	0,30	1.500	31	0	1.531	\$ 459,38
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	0,40	1.500	31	0	1.531	\$ 612,50
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	1.500	31	0	1.531	\$ 673,75
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	1.500	31	0	1.531	\$ 872,81
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	0,85	1.500	31	0	1.531	\$ 1.301,56
Hlav01.1		500 gr.	1,50	1.500	31	0	1.531	\$ 2.296,88
Hlav02	Jabón lavavajilla Axió	250 gr.	0,97	1.500	31	0	1.531	\$ 1.485,31

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Hlav02.1	Jabón lavavajilla Axión	500 gr.	1,29	1.500	31	0	1.531	\$ 1.975,31
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	1.440	30	0	1.470	\$ 294,00
Hdes01.1		270 ml	0,48	1.440	30	0	1.470	\$ 705,60
Hdes01.2		500 ml	1,89	1.440	30	0	1.470	\$ 2.778,30
Hdes01.3		1 litro	2,10	1.440	30	0	1.470	\$ 3.087,00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	1.200	25	0	1.225	\$ 306,25
Hdes02.1		270 ml	0,35	1.200	25	0	1.225	\$ 428,75
Hdes02.2		500 ml	0,99	1.200	25	0	1.225	\$ 1.212,75
Hdes02.3		1 litro	1,85	1.200	25	0	1.225	\$ 2.266,25
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	1.200	25	0	1.225	\$ 955,50
Hdes03.1		1 litro	1,46	1.200	25	0	1.225	\$ 1.788,50
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	1.200	25	0	1.225	\$ 1.151,50
Hsua01.1		900 ml	2,27	1.200	25	0	1.225	\$ 2.780,75
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	1.200	25	0	1.225	\$ 1.408,75
Hsua02.1		900 ml	2,80	1.200	25	0	1.225	\$ 3.430,00
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	1.200	25	0	1.225	\$ 122,50
Hcl01.1		270 ml	0,50	1.200	25	0	1.225	\$ 612,50
Hcl01.2		1 litro	1,85	1.200	25	0	1.225	\$ 2.266,25
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	1.800	38	0	1.838	\$ 275,63
Hcl02.1		270 ml	0,55	1.440	30	0	1.470	\$ 808,50
Hcl02.2		1 litro	1,50	1.440	30	0	1.470	\$ 2.205,00
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	1.440	30	0	1.470	\$ 426,30
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	1.440	30	0	1.470	\$ 514,50

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	1.440	30	0	1.470	\$ 529,20
Mfin02	Finalín Fem	unidad	0,20	1.440	30	0	1.470	\$ 294,00
Map03	Apronax	unidad	0,35	1.440	30	0	1.470	\$ 514,50
	TOTAL							\$ 364.593,43

ELABORADO POR: La Autora

Tabla 82. Inventario de Mercaderías Año 2

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	2.448	100	100	2.448	\$ 1.126,08
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	2.448	100	100	2.448	\$ 1.150,56
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	1.224	50	50	1.224	\$ 1.077,12
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	1.224	50	50	1.224	\$ 526,32
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	0,40	2.448	100	100	2.448	\$ 979,20
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	0,35	2.448	100	100	2.448	\$ 856,80
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	1.346	55	55	1.346	\$ 1.077,12
Vsa01.1		1 kg	0,50	1.346	55	55	1.346	\$ 673,20
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	0,45	1.346	55	55	1.346	\$ 605,88
Vpa01	Panela	unidad	0,20	1.346	55	55	1.346	\$ 269,28
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	1.346	55	55	1.346	\$ 376,99
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	1.346	55	55	1.346	\$ 1.817,64
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	1.346	55	55	1.346	\$ 3.487,18

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	1.346	55	55	1.346	\$ 1.198,30
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	1.346	55	55	1.346	\$ 3.500,64
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	1.346	55	55	1.346	\$ 5.250,96
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	1.469	24	24	1.469	\$ 117,50
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	1.346	55	55	1.346	\$ 2.019,60
Vac01.1		500 ml.	0,90	1.346	55	55	1.346	\$ 1.211,76
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	1.346	55	55	1.346	\$ 2.154,24
Vac02.1		500 ml.	1,00	1.346	55	55	1.346	\$ 1.346,40
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	1.346	55	55	1.346	\$ 2.679,34
Vac03.1		400 ml.	1,25	1.346	55	55	1.346	\$ 1.683,00
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	1.346	55	55	1.346	\$ 1.332,94
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	1.346	55	55	1.346	\$ 807,84
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	1.224	50	50	1.224	\$ 403,92
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	1.530	63	63	1.530	\$ 2.601,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	1.469	60	60	1.469	\$ 1.219,10
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	1.469	60	60	1.469	\$ 1.248,48
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	1.469	60	60	1.469	\$ 1.248,48
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	1.469	60	60	1.469	\$ 1.175,04
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	1.469	60	60	1.469	\$ 1.160,35
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	1.469	60	60	1.469	\$ 2.482,27
Vpas02.1		200 gr.	0,95	1.469	60	60	1.469	\$ 1.395,36
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	1.469	60	60	1.469	\$ 1.101,60
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	1.469	60	60	1.469	\$ 1.395,36
Vpas04.1		200 gr.	0,49	1.469	60	60	1.469	\$ 719,71

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	2,20	1.469	60	60	1.469	\$ 3.231,36
Vat01.1		unidad	1,40	1.469	60	60	1.469	\$ 2.056,32
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	2,20	1.469	60	60	1.469	\$ 3.231,36
Vat02.1		unidad	1,60	1.469	60	60	1.469	\$ 2.350,08
Vat03	Atún Real	por tres unid.	2,15	1.469	60	60	1.469	\$ 3.157,92
Vat03.1		unidad	1,50	1.469	60	60	1.469	\$ 2.203,20
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	1.469	60	60	1.469	\$ 2.203,20
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	1.469	60	60	1.469	\$ 3.481,06
Vge01.1		1/2 libra	1,90	1.469	60	60	1.469	\$ 2.790,72
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	1.469	60	60	1.469	\$ 4.259,52
Vge02.1		1/2 libra	2,00	1.469	60	60	1.469	\$ 2.937,60
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	1.469	60	60	1.469	\$ 1.307,23
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	1.469	60	60	1.469	\$ 220,32
Vach02.1		200 ml.	0,80	1.469	60	60	1.469	\$ 1.175,04
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	1.469	60	60	1.469	\$ 117,50
Vca01.1		50 gr.	1,00	1.469	60	60	1.469	\$ 1.468,80
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	1.469	60	60	1.469	\$ 734,40
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	1.469	60	60	1.469	\$ 117,50
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.469	60	60	1.469	\$ 558,14
Vaj01.1		50 gr.	0,55	1.469	60	60	1.469	\$ 807,84
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.469	60	60	1.469	\$ 558,14
Vco01.1		50 gr.	0,55	1.469	60	60	1.469	\$ 807,84
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.469	60	60	1.469	\$ 558,14
Vsab01.1		50 gr.	0,55	1.469	60	60	1.469	\$ 807,84

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.469	60	60	1.469	\$ 558,14
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	1.469	60	60	1.469	\$ 807,84
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	1.469	60	60	1.469	\$ 293,76
Vajn01.1		50 gr.	0,50	1.469	60	60	1.469	\$ 734,40
Vqu01	Quinoa	libra	0,90	1.469	60	60	1.469	\$ 1.321,92
Vmo01	Mote	libra	0,80	1.469	60	60	1.469	\$ 1.175,04
Vma01	Maíz	libra	0,85	1.469	60	60	1.469	\$ 1.248,48
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	1.469	60	60	1.469	\$ 558,14
Vle01	Lenteja	libra	0,62	1.469	60	60	1.469	\$ 910,66
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	1.469	60	60	1.469	\$ 881,28
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	1.469	60	60	1.469	\$ 734,40
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	1.469	60	60	1.469	\$ 411,26
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	1.469	60	60	1.469	\$ 337,82
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	1.469	24	24	1.469	\$ 117,50
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	1.469	24	24	1.469	\$ 293,76
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	1.469	24	24	1.469	\$ 660,96
Lyo01.1		litro	0,90	1.469	24	24	1.469	\$ 1.321,92
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	1.469	24	24	1.469	\$ 1.248,48
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	1.469	24	24	1.469	\$ 1.175,04
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	1.469	24	24	1.469	\$ 1.175,04
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	1.469	24	24	1.469	\$ 2.643,84
Fman01	Manzana	unidad	0,15	1.469	24	24	1.469	\$ 220,32
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	1.469	24	24	1.469	\$ 117,50
Ffr01	Fresa	libra	0,45	1.469	24	24	1.469	\$ 660,96
Fpi01	Piña	unidad	0,35	1.469	24	24	1.469	\$ 514,08
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44
Fba01	Banano	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44
Veal01	Alverja	libra	0,50	1.469	24	24	1.469	\$ 734,40
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	1.469	24	24	1.469	\$ 984,10
Vebro01	Brócoli	unidad	0,25	1.469	24	24	1.469	\$ 367,20
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	1.469	24	24	1.469	\$ 440,64
Vetor01	Tomate riñón	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44
Vepim01	Pimiento	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44
Veza01	Zanahoria	unidad	0,05	1.469	24	24	1.469	\$ 73,44
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	1.469	24	24	1.469	\$ 88,13
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	1.469	24	24	1.469	\$ 1.101,60
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	1.469	24	24	1.469	\$ 1.321,92
Ca02	Carne de res	libra	2,00	1.469	24	24	1.469	\$ 2.937,60
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	1.469	24	24	1.469	\$ 2.937,60
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	0,45	1.469	24	24	1.469	\$ 660,96
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1,10	1.469	24	24	1.469	\$ 1.615,68
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	0,50	1.469	24	24	1.469	\$ 734,40
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1,50	1.469	24	24	1.469	\$ 2.203,20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	2,45	1.469	24	24	1.469	\$ 3.598,56
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1,50	1.469	24	24	1.469	\$ 2.203,20
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	0,79	1.469	24	24	1.469	\$ 1.160,35
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	0,55	1.469	24	24	1.469	\$ 807,84
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	1.469	30	30	1.469	\$ 146,88
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	1.469	30	30	1.469	\$ 117,50
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	1.469	30	30	1.469	\$ 484,70
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	1.469	30	30	1.469	\$ 102,82
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	1.469	30	30	1.469	\$ 146,88
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	1.469	30	30	1.469	\$ 117,50
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	1.469	30	30	1.469	\$ 484,70
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	0,20	1.469	30	30	1.469	\$ 293,76
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	1.469	30	30	1.469	\$ 646,27
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	1.836	38	38	1.836	\$ 73,44
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	1.469	30	30	1.469	\$ 367,20
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	1.469	30	30	1.469	\$ 484,70
Csn01	Doritos	unidad	0,38	1.469	30	30	1.469	\$ 558,14
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	1.469	30	30	1.469	\$ 396,58
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	1.469	30	30	1.469	\$ 396,58
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	1.469	30	30	1.469	\$ 293,76
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	1.469	30	30	1.469	\$ 249,70

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	1.469	30	30	1.469	\$ 484,70
Csn07	Ponky	unidad	0,20	1.371	28	28	1.371	\$ 274,18
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	1.469	30	30	1.469	\$ 543,46
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	1.469	30	30	1.469	\$ 367,20
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	1.469	30	30	1.469	\$ 1.248,48
Cga04		unidad	1,10	1.469	30	30	1.469	\$ 1.615,68
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	1.322	22	22	1.322	\$ 1.123,63
Bpo02	Powerade	válvula	0,95	1.322	22	22	1.322	\$ 1.255,82
Bv03	V220	360 ml	0,95	1.322	22	22	1.322	\$ 1.255,82
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	1.322	22	22	1.322	\$ 925,34
Bvi04.1		365 ml	0,95	1.322	22	22	1.322	\$ 1.255,82
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	1.322	22	22	1.322	\$ 396,58
Bva05.1		550 ml	0,45	1.322	22	22	1.322	\$ 594,86
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	1.322	22	22	1.322	\$ 396,58
Bci06.1		1700 ml	0,95	1.322	22	22	1.322	\$ 1.255,82
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	1.322	22	22	1.322	\$ 370,14
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	1.322	22	22	1.322	\$ 594,86
Bte08.1		2 litros	1,00	1.322	22	22	1.322	\$ 1.321,92
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	1.322	22	22	1.322	\$ 396,58
Bpo09.1		330 ml	0,48	1.322	22	22	1.322	\$ 634,52
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	1.322	22	22	1.322	\$ 264,38
Bco10.1		400 ml	0,48	1.322	22	22	1.322	\$ 634,52
Bco10.2		1350 ml	1,03	1.322	22	22	1.322	\$ 1.361,58
Bco10.3		3000 ml	2,01	1.322	22	22	1.322	\$ 2.657,06

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	1.322	22	22	1.322	\$ 515,55
Bsp11.1		400 ml	0,40	1.322	22	22	1.322	\$ 528,77
Bsp11.2		1350 ml	1,02	1.322	22	22	1.322	\$ 1.348,36
Bsp11.3		3000 ml	2,01	1.322	22	22	1.322	\$ 2.657,06
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	1.322	22	22	1.322	\$ 423,01
Bfi12.1		400 ml	0,40	1.322	22	22	1.322	\$ 528,77
Bfi12.2		1350 ml	0,82	1.322	22	22	1.322	\$ 1.083,97
Bfi12.3		3000 ml	2,04	1.322	22	22	1.322	\$ 2.696,72
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	1.322	22	22	1.322	\$ 528,77
Bfa13.1		1350 ml	0,99	1.322	22	22	1.322	\$ 1.308,70
Bfa13.2		3000 ml	2,01	1.322	22	22	1.322	\$ 2.657,06
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	1.322	22	22	1.322	\$ 396,58
Bgu14.1		500 ml	0,60	1.322	22	22	1.322	\$ 793,15
Bgu14.2		1 litro	0,90	1.322	22	22	1.322	\$ 1.189,73
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	1.322	22	22	1.322	\$ 502,33
Btes15.1		1 litro	0,90	1.322	22	22	1.322	\$ 1.189,73
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	1.322	22	22	1.322	\$ 462,67
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	1.322	22	22	1.322	\$ 330,48
Bci17.1		1 litro	0,55	1.322	22	22	1.322	\$ 727,06
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	1.322	22	22	1.322	\$ 1.427,67
Bno19	Norteño	unidad	3,00	1.224	20	20	1.224	\$ 3.672,00
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	1.224	20	20	1.224	\$ 7.956,00
Bpa21	Paisa	unidad	7,50	1.224	20	20	1.224	\$ 9.180,00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	1.224	20	20	1.224	\$ 10.391,76

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1,57	1.469	30	30	1.469	\$ 2.306,02
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	2,88	1.469	30	30	1.469	\$ 4.230,14
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1,35	1.469	30	30	1.469	\$ 1.982,88
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	1.469	30	30	1.469	\$ 4.406,40
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	1.469	30	30	1.469	\$ 1.101,60
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	1.469	30	30	1.469	\$ 1.028,16
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	0,90	1.530	31	31	1.530	\$ 1.377,00
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	0,90	1.530	31	31	1.530	\$ 1.377,00
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	8,32	1.530	31	31	1.530	\$ 12.729,60
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	0,95	1.530	31	31	1.530	\$ 1.453,50
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	1.469	30	30	1.469	\$ 1.248,48
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	1.469	30	30	1.469	\$ 1.321,92
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	1.469	30	30	1.469	\$ 4.274,21
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	1.469	30	30	1.469	\$ 1.836,00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	1.469	30	30	1.469	\$ 1.321,92
Ash03.1		500 ml	3,72	1.469	30	30	1.469	\$ 5.463,94
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	1.469	30	30	1.469	\$ 4.039,20
Att01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	0,90	1.469	30	30	1.469	\$ 1.321,92

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1,30	1.469	30	30	1.469	\$ 1.909,44
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1,20	1.469	30	30	1.469	\$ 1.762,56
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	1.469	30	30	1.469	\$ 3.304,80
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	1.469	30	30	1.469	\$ 3.495,74
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	1.469	30	30	1.469	\$ 4.259,52
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	1.469	30	30	1.469	\$ 1.277,86
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	1.469	30	30	1.469	\$ 1.175,04
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	1.530	31	31	1.530	\$ 3.825,00
Apañ01.1		Mediano	3,20	1.530	31	31	1.530	\$ 4.896,00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	1.530	31	31	1.530	\$ 3.366,00
Apañ02.1		Mediano	3,50	1.530	31	31	1.530	\$ 5.355,00
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	1.530	31	31	1.530	\$ 459,00
Hdet01.1		360 gr.	0,74	1.530	31	31	1.530	\$ 1.132,20
Hdet01.2		1 Kg.	2,41	1.530	31	31	1.530	\$ 3.687,30
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	1.530	31	31	1.530	\$ 520,20
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	1.530	31	31	1.530	\$ 3.029,40
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	1.530	31	31	1.530	\$ 918,00
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	1.530	31	31	1.530	\$ 4.207,50
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	0,40	1.530	31	31	1.530	\$ 612,00
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	1.530	31	31	1.530	\$ 1.530,00
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	0,30	1.530	31	31	1.530	\$ 459,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	0,40	1.530	31	31	1.530	\$ 612,00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	1.530	31	31	1.530	\$ 673,20
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	1.530	31	31	1.530	\$ 872,10
Hlav01	Jabón lavavajilla	250 gr.	0,85	1.530	31	31	1.530	\$ 1.300,50
Hlav01.1	Lava	500 gr.	1,50	1.530	31	31	1.530	\$ 2.295,00
Hlav02	Jabón lavavajilla	250 gr.	0,97	1.530	31	31	1.530	\$ 1.484,10
Hlav02.1	Axión	500 gr.	1,29	1.530	31	31	1.530	\$ 1.973,70
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	1.469	30	30	1.469	\$ 293,76
Hdes01.1		270 ml	0,48	1.469	30	30	1.469	\$ 705,02
Hdes01.2		500 ml	1,89	1.469	30	30	1.469	\$ 2.776,03
Hdes01.3		1 litro	2,10	1.469	30	30	1.469	\$ 3.084,48
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	1.224	25	25	1.224	\$ 306,00
Hdes02.1		270 ml	0,35	1.224	25	25	1.224	\$ 428,40
Hdes02.2		500 ml	0,99	1.224	25	25	1.224	\$ 1.211,76
Hdes02.3		1 litro	1,85	1.224	25	25	1.224	\$ 2.264,40
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	1.224	25	25	1.224	\$ 954,72
Hdes03.1		1 litro	1,46	1.224	25	25	1.224	\$ 1.787,04
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	1.224	25	25	1.224	\$ 1.150,56
Hsua01.1		900 ml	2,27	1.224	25	25	1.224	\$ 2.778,48
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	1.224	25	25	1.224	\$ 1.407,60
Hsua02.1		900 ml	2,80	1.224	25	25	1.224	\$ 3.427,20
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	1.224	25	25	1.224	\$ 122,40
Hcl01.1		270 ml	0,50	1.224	25	25	1.224	\$ 612,00
Hcl01.2		1 litro	1,85	1.224	25	25	1.224	\$ 2.264,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	1.836	38	38	1.836	\$ 275,40
Hcl02.1		270 ml	0,55	1.469	30	30	1.469	\$ 807,84
Hcl02.2		1 litro	1,50	1.469	30	30	1.469	\$ 2.203,20
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	1.469	30	30	1.469	\$ 425,95
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	1.469	30	30	1.469	\$ 514,08
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	1.469	30	30	1.469	\$ 528,77
Mfin02	Finalín Fem	unidad	0,20	1.469	30	30	1.469	\$ 293,76
Map03	Apronax	unidad	0,35	1.469	30	30	1.469	\$ 514,08
TOTAL								\$ 362.587,55

ELABORADO POR: La Autora

Tabla 83. Inventario de Mercadería, Proyección Año 3

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	2.497	100	100	2.497	\$ 1.148,60
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	2.497	100	100	2.497	\$ 1.173,57
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	1.248	50	50	1.248	\$ 1.098,66
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	1.248	50	50	1.248	\$ 536,85
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	0,40	2.497	100	100	2.497	\$ 998,78

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	0,35	2.497	100	100	2.497	\$ 873,94
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	1.373	55	55	1.373	\$ 1.098,66
Vsa01.1		1 kg	0,50	1.373	55	55	1.373	\$ 686,66
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	0,45	1.373	55	55	1.373	\$ 618,00
Vpa01	Panela	unidad	0,20	1.373	55	55	1.373	\$ 274,67
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	1.373	55	55	1.373	\$ 384,53
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	1.373	55	55	1.373	\$ 1.853,99
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	1.373	55	55	1.373	\$ 3.556,92
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	1.373	55	55	1.373	\$ 1.222,26
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	1.373	55	55	1.373	\$ 3.570,65
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	1.373	55	55	1.373	\$ 5.355,98
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	1.498	24	24	1.498	\$ 119,85
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	1.373	55	55	1.373	\$ 2.059,99
Vac01.1		500 ml.	0,90	1.373	55	55	1.373	\$ 1.236,00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	1.373	55	55	1.373	\$ 2.197,32
Vac02.1		500 ml.	1,00	1.373	55	55	1.373	\$ 1.373,33
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	1.373	55	55	1.373	\$ 2.732,92
Vac03.1		400 ml.	1,25	1.373	55	55	1.373	\$ 1.716,66
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	1.373	55	55	1.373	\$ 1.359,59
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	1.373	55	55	1.373	\$ 824,00
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	1.248	50	50	1.248	\$ 412,00
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	1.561	63	63	1.561	\$ 2.653,02
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	1.498	60	60	1.498	\$ 1.243,49
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	1.498	60	60	1.498	\$ 1.273,45

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	1.498	60	60	1.498	\$ 1.273,45
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	1.498	60	60	1.498	\$ 1.198,54
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	1.498	60	60	1.498	\$ 1.183,56
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	1.498	60	60	1.498	\$ 2.531,92
Vpas02.1		200 gr.	0,95	1.498	60	60	1.498	\$ 1.423,27
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	1.498	60	60	1.498	\$ 1.123,63
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	1.498	60	60	1.498	\$ 1.423,27
Vpas04.1		200 gr.	0,49	1.498	60	60	1.498	\$ 734,11
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	2,20	1.498	60	60	1.498	\$ 3.295,99
Vat01.1		unidad	1,40	1.498	60	60	1.498	\$ 2.097,45
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	2,20	1.498	60	60	1.498	\$ 3.295,99
Vat02.1		unidad	1,60	1.498	60	60	1.498	\$ 2.397,08
Vat03	Atún Real	por tres unid.	2,15	1.498	60	60	1.498	\$ 3.221,08
Vat03.1		unidad	1,50	1.498	60	60	1.498	\$ 2.247,26
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	1.498	60	60	1.498	\$ 2.247,26
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	1.498	60	60	1.498	\$ 3.550,68
Vge01.1		1/2 libra	1,90	1.498	60	60	1.498	\$ 2.846,53
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	1.498	60	60	1.498	\$ 4.344,71
Vge02.1		1/2 libra	2,00	1.498	60	60	1.498	\$ 2.996,35
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	1.498	60	60	1.498	\$ 1.333,38
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	1.498	60	60	1.498	\$ 224,73
Vach02.1		200 ml.	0,80	1.498	60	60	1.498	\$ 1.198,54
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	1.498	60	60	1.498	\$ 119,85
Vca01.1		50 gr.	1,00	1.498	60	60	1.498	\$ 1.498,18

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	1.498	60	60	1.498	\$ 749,09
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	1.498	60	60	1.498	\$ 119,85
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.498	60	60	1.498	\$ 569,31
Vaj01.1		50 gr.	0,55	1.498	60	60	1.498	\$ 824,00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.498	60	60	1.498	\$ 569,31
Vco01.1		50 gr.	0,55	1.498	60	60	1.498	\$ 824,00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.498	60	60	1.498	\$ 569,31
Vsab01.1		50 gr.	0,55	1.498	60	60	1.498	\$ 824,00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.498	60	60	1.498	\$ 569,31
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	1.498	60	60	1.498	\$ 824,00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	1.498	60	60	1.498	\$ 299,64
Vajn01.1		50 gr.	0,50	1.498	60	60	1.498	\$ 749,09
Vqu01	Quinoa	libra	0,90	1.498	60	60	1.498	\$ 1.348,36
Vmo01	Mote	libra	0,80	1.498	60	60	1.498	\$ 1.198,54
Vma01	Maíz	libra	0,85	1.498	60	60	1.498	\$ 1.273,45
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	1.498	60	60	1.498	\$ 569,31
Vle01	Lenteja	libra	0,62	1.498	60	60	1.498	\$ 928,87
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	1.498	60	60	1.498	\$ 898,91
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	1.498	60	60	1.498	\$ 749,09
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	1.498	60	60	1.498	\$ 419,49
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	1.498	60	60	1.498	\$ 344,58
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	1.498	24	24	1.498	\$ 119,85
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	1.498	24	24	1.498	\$ 299,64

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	1.498	24	24	1.498	\$ 674,18
Lyo01.1		litro	0,90	1.498	24	24	1.498	\$ 1.348,36
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	1.498	24	24	1.498	\$ 1.273,45
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	1.498	24	24	1.498	\$ 1.198,54
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	1.498	24	24	1.498	\$ 1.198,54
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	1.498	24	24	1.498	\$ 2.696,72
Fman01	Manzana	unidad	0,15	1.498	24	24	1.498	\$ 224,73
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	1.498	24	24	1.498	\$ 119,85
Ffr01	Fresa	libra	0,45	1.498	24	24	1.498	\$ 674,18
Fpi01	Piña	unidad	0,35	1.498	24	24	1.498	\$ 524,36
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Fba01	Banano	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Veal01	Alverja	libra	0,50	1.498	24	24	1.498	\$ 749,09
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	1.498	24	24	1.498	\$ 1.003,78
Vebro01	Brócoli	unidad	0,25	1.498	24	24	1.498	\$ 374,54
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	1.498	24	24	1.498	\$ 449,45
Vetor01	Tomate riñón	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Vepim01	Pimiento	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Veze01	Zanahoria	unidad	0,05	1.498	24	24	1.498	\$ 74,91
Vecel01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	1.498	24	24	1.498	\$ 89,89
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	1.498	24	24	1.498	\$ 1.123,63
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	1.498	24	24	1.498	\$ 1.348,36

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Ca02	Carne de res	libra	2,00	1.498	24	24	1.498	\$ 2.996,35
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	1.498	24	24	1.498	\$ 2.996,35
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	0,45	1.498	24	24	1.498	\$ 674,18
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1,10	1.498	24	24	1.498	\$ 1.647,99
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	0,50	1.498	24	24	1.498	\$ 749,09
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1,50	1.498	24	24	1.498	\$ 2.247,26
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	2,45	1.498	24	24	1.498	\$ 3.670,53
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1,50	1.498	24	24	1.498	\$ 2.247,26
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	0,79	1.498	24	24	1.498	\$ 1.183,56
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	0,55	1.498	24	24	1.498	\$ 824,00
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	1.498	30	30	1.498	\$ 149,82
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	1.498	30	30	1.498	\$ 119,85
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	1.498	30	30	1.498	\$ 494,40
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	1.498	30	30	1.498	\$ 104,87
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	1.498	30	30	1.498	\$ 149,82
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	1.498	30	30	1.498	\$ 119,85
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	1.498	30	30	1.498	\$ 494,40
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	0,20	1.498	30	30	1.498	\$ 299,64
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	1.498	30	30	1.498	\$ 659,20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	1.873	38	38	1.873	\$ 74,91
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	1.498	30	30	1.498	\$ 374,54
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	1.498	30	30	1.498	\$ 494,40
Csn01	Doritos	unidad	0,38	1.498	30	30	1.498	\$ 569,31
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	1.498	30	30	1.498	\$ 404,51
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	1.498	30	30	1.498	\$ 404,51
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	1.498	30	30	1.498	\$ 299,64
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	1.498	30	30	1.498	\$ 254,69
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	1.498	30	30	1.498	\$ 494,40
Csn07	Ponky	unidad	0,20	1.398	28	28	1.398	\$ 279,66
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	1.498	30	30	1.498	\$ 554,33
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	1.498	30	30	1.498	\$ 374,54
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	1.498	30	30	1.498	\$ 1.273,45
Cga04		unidad	1,10	1.498	30	30	1.498	\$ 1.647,99
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	1.348	22	22	1.348	\$ 1.146,10
Bpo02	Powerade	válvula	0,95	1.348	22	22	1.348	\$ 1.280,94
Bv03	V220	360 ml	0,95	1.348	22	22	1.348	\$ 1.280,94
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	1.348	22	22	1.348	\$ 943,85
Bvi04.1		365 ml	0,95	1.348	22	22	1.348	\$ 1.280,94
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	1.348	22	22	1.348	\$ 404,51
Bva05.1		550 ml	0,45	1.348	22	22	1.348	\$ 606,76
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	1.348	22	22	1.348	\$ 404,51
Bci06.1		1700 ml	0,95	1.348	22	22	1.348	\$ 1.280,94

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	1.348	22	22	1.348	\$ 377,54
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	1.348	22	22	1.348	\$ 606,76
Bte08.1		2 litros	1,00	1.348	22	22	1.348	\$ 1.348,36
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	1.348	22	22	1.348	\$ 404,51
Bpo09.1		330 ml	0,48	1.348	22	22	1.348	\$ 647,21
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	1.348	22	22	1.348	\$ 269,67
Bco10.1		400 ml	0,48	1.348	22	22	1.348	\$ 647,21
Bco10.2		1350 ml	1,03	1.348	22	22	1.348	\$ 1.388,81
Bco10.3		3000 ml	2,01	1.348	22	22	1.348	\$ 2.710,20
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	1.348	22	22	1.348	\$ 525,86
Bsp11.1		400 ml	0,40	1.348	22	22	1.348	\$ 539,34
Bsp11.2		1350 ml	1,02	1.348	22	22	1.348	\$ 1.375,33
Bsp11.3		3000 ml	2,01	1.348	22	22	1.348	\$ 2.710,20
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	1.348	22	22	1.348	\$ 431,47
Bfi12.1		400 ml	0,40	1.348	22	22	1.348	\$ 539,34
Bfi12.2		1350 ml	0,82	1.348	22	22	1.348	\$ 1.105,65
Bfi12.3		3000 ml	2,04	1.348	22	22	1.348	\$ 2.750,65
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	1.348	22	22	1.348	\$ 539,34
Bfa13.1		1350 ml	0,99	1.348	22	22	1.348	\$ 1.334,87
Bfa13.2		3000 ml	2,01	1.348	22	22	1.348	\$ 2.710,20
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	1.348	22	22	1.348	\$ 404,51
Bgu14.1		500 ml	0,60	1.348	22	22	1.348	\$ 809,02
Bgu14.2		1 litro	0,90	1.348	22	22	1.348	\$ 1.213,52
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	1.348	22	22	1.348	\$ 512,38

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Btes15.1	Tesalia	1 litro	0,90	1.348	22	22	1.348	\$ 1.213,52
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	1.348	22	22	1.348	\$ 471,93
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	1.348	22	22	1.348	\$ 337,09
Bci17.1		1 litro	0,55	1.348	22	22	1.348	\$ 741,60
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	1.348	22	22	1.348	\$ 1.456,23
Bno19	Norteño	unidad	3,00	1.248	20	20	1.248	\$ 3.745,44
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	1.248	20	20	1.248	\$ 8.115,12
Bpa21	Paiza	unidad	7,50	1.248	20	20	1.248	\$ 9.363,60
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	1.248	20	20	1.248	\$ 10.599,60
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1,57	1.498	30	30	1.498	\$ 2.352,14
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	2,88	1.498	30	30	1.498	\$ 4.314,75
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1,35	1.498	30	30	1.498	\$ 2.022,54
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	1.498	30	30	1.498	\$ 4.494,53
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	1.498	30	30	1.498	\$ 1.123,63
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	1.498	30	30	1.498	\$ 1.048,72
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	0,90	1.561	31	31	1.561	\$ 1.404,54
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	0,90	1.561	31	31	1.561	\$ 1.404,54
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	8,32	1.561	31	31	1.561	\$ 12.984,19
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	0,95	1.561	31	31	1.561	\$ 1.482,57
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	1.498	30	30	1.498	\$ 1.273,45

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	1.498	30	30	1.498	\$ 1.348,36
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	1.498	30	30	1.498	\$ 4.359,69
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	1.498	30	30	1.498	\$ 1.872,72
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	1.498	30	30	1.498	\$ 1.348,36
Ash03.1		500 ml	3,72	1.498	30	30	1.498	\$ 5.573,21
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	1.498	30	30	1.498	\$ 4.119,98
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	0,90	1.498	30	30	1.498	\$ 1.348,36
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1,30	1.498	30	30	1.498	\$ 1.947,63
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1,20	1.498	30	30	1.498	\$ 1.797,81
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	1.498	30	30	1.498	\$ 3.370,90
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	1.498	30	30	1.498	\$ 3.565,66
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	1.498	30	30	1.498	\$ 4.344,71
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	1.498	30	30	1.498	\$ 1.303,41
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	1.498	30	30	1.498	\$ 1.198,54
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	1.561	31	31	1.561	\$ 3.901,50
Apañ01.1		Mediano	3,20	1.561	31	31	1.561	\$ 4.993,92
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	1.561	31	31	1.561	\$ 3.433,32
Apañ02.1		Mediano	3,50	1.561	31	31	1.561	\$ 5.462,10
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	1.561	31	31	1.561	\$ 468,18
Hdet01.1		360 gr.	0,74	1.561	31	31	1.561	\$ 1.154,84

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Hdet01.2	Detergente Deja	1 Kg.	2,41	1.561	31	31	1.561	\$ 3.761,05
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	1.561	31	31	1.561	\$ 530,60
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	1.561	31	31	1.561	\$ 3.089,99
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	1.561	31	31	1.561	\$ 936,36
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	1.561	31	31	1.561	\$ 4.291,65
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	0,40	1.561	31	31	1.561	\$ 624,24
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	1.561	31	31	1.561	\$ 1.560,60
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	0,30	1.561	31	31	1.561	\$ 468,18
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	0,40	1.561	31	31	1.561	\$ 624,24
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	1.561	31	31	1.561	\$ 686,66
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	1.561	31	31	1.561	\$ 889,54
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	0,85	1.561	31	31	1.561	\$ 1.326,51
Hlav01.1		500 gr.	1,50	1.561	31	31	1.561	\$ 2.340,90
Hlav02	Jabón lavavajilla Axió	250 gr.	0,97	1.561	31	31	1.561	\$ 1.513,78
Hlav02.1		500 gr.	1,29	1.561	31	31	1.561	\$ 2.013,17
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	1.498	30	30	1.498	\$ 299,64
Hdes01.1		270 ml	0,48	1.498	30	30	1.498	\$ 719,12
Hdes01.2		500 ml	1,89	1.498	30	30	1.498	\$ 2.831,55
Hdes01.3		1 litro	2,10	1.498	30	30	1.498	\$ 3.146,17
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	1.248	25	25	1.248	\$ 312,12
Hdes02.1		270 ml	0,35	1.248	25	25	1.248	\$ 436,97
Hdes02.2		500 ml	0,99	1.248	25	25	1.248	\$ 1.236,00
Hdes02.3		1 litro	1,85	1.248	25	25	1.248	\$ 2.309,69

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO ADQUISICIÓN	VENTAS PROYECTADAS	INVENTARIO FINAL DESEADO	INVENTARIO INICIAL	VOLUMEN DE COMPRAS	COSTO TOTAL
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	1.248	25	25	1.248	\$ 973,81
Hdes03.1		1 litro	1,46	1.248	25	25	1.248	\$ 1.822,78
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	1.248	25	25	1.248	\$ 1.173,57
Hsua01.1		900 ml	2,27	1.248	25	25	1.248	\$ 2.834,05
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	1.248	25	25	1.248	\$ 1.435,75
Hsua02.1		900 ml	2,80	1.248	25	25	1.248	\$ 3.495,74
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	1.248	25	25	1.248	\$ 124,85
Hcl01.1		270 ml	0,50	1.248	25	25	1.248	\$ 624,24
Hcl01.2		1 litro	1,85	1.248	25	25	1.248	\$ 2.309,69
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	1.873	38	38	1.873	\$ 280,91
Hcl02.1		270 ml	0,55	1.498	30	30	1.498	\$ 824,00
Hcl02.2		1 litro	1,50	1.498	30	30	1.498	\$ 2.247,26
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	1.498	30	30	1.498	\$ 434,47
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	1.498	30	30	1.498	\$ 524,36
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	1.498	30	30	1.498	\$ 539,34
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	0,20	1.498	30	30	1.498	\$ 299,64
Map03	Apronax	unidad	0,35	1.498	30	30	1.498	\$ 524,36
	TOTAL							\$ 369.839,39

ELABORADO POR: La Autora

Tabla 84. Inventario de Mercadería, Proyección Año 4

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	2.547	100	100	2.547	\$ 1.171,57
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	2.547	100	100	2.547	\$ 1.197,04
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	1.273	50	50	1.273	\$ 1.120,64
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	1.273	50	50	1.273	\$ 547,58
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	0,40	2.547	100	100	2.547	\$ 1.018,76
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	0,35	2.547	100	100	2.547	\$ 891,41
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	1.401	55	55	1.401	\$ 1.120,64
Vsa01.1		1 kg	0,50	1.401	55	55	1.401	\$ 700,40
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	0,45	1.401	55	55	1.401	\$ 630,36
Vpa01	Panela	unidad	0,20	1.401	55	55	1.401	\$ 280,16
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	1.401	55	55	1.401	\$ 392,22
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	1.401	55	55	1.401	\$ 1.891,07
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	1.401	55	55	1.401	\$ 3.628,06
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	1.401	55	55	1.401	\$ 1.246,71
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	1.401	55	55	1.401	\$ 3.642,07
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	1.401	55	55	1.401	\$ 5.463,10
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	1.528	24	24	1.528	\$ 122,25
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	1.401	55	55	1.401	\$ 2.101,19
Vac01.1		500 ml.	0,90	1.401	55	55	1.401	\$ 1.260,72
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	1.401	55	55	1.401	\$ 2.241,27
Vac02.1		500 ml.	1,00	1.401	55	55	1.401	\$ 1.400,79

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	1.401	55	55	1.401	\$ 2.787,58
Vac03.1		400 ml.	1,25	1.401	55	55	1.401	\$ 1.750,99
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	1.401	55	55	1.401	\$ 1.386,79
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	1.401	55	55	1.401	\$ 840,48
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	1.273	50	50	1.273	\$ 420,24
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	1.592	63	63	1.592	\$ 2.706,08
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	1.528	60	60	1.528	\$ 1.268,36
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	1.528	60	60	1.528	\$ 1.298,92
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	1.528	60	60	1.528	\$ 1.298,92
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	1.528	60	60	1.528	\$ 1.222,51
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	1.528	60	60	1.528	\$ 1.207,23
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	1.528	60	60	1.528	\$ 2.582,56
Vpas02.1		200 gr.	0,95	1.528	60	60	1.528	\$ 1.451,73
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	1.528	60	60	1.528	\$ 1.146,10
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	1.528	60	60	1.528	\$ 1.451,73
Vpas04.1		200 gr.	0,49	1.528	60	60	1.528	\$ 748,79
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	2,20	1.528	60	60	1.528	\$ 3.361,91
Vat01.1		unidad	1,40	1.528	60	60	1.528	\$ 2.139,40
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	2,20	1.528	60	60	1.528	\$ 3.361,91
Vat02.1		unidad	1,60	1.528	60	60	1.528	\$ 2.445,02
Vat03	Atún Real	por tres unid.	2,15	1.528	60	60	1.528	\$ 3.285,50
Vat03.1		unidad	1,50	1.528	60	60	1.528	\$ 2.292,21
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	1.528	60	60	1.528	\$ 2.292,21
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	1.528	60	60	1.528	\$ 3.621,69

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vge01.1	Gelatina Gel'hada	1/2 libra	1,90	1.528	60	60	1.528	\$ 2.903,47
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	1.528	60	60	1.528	\$ 4.431,60
Vge02.1		1/2 libra	2,00	1.528	60	60	1.528	\$ 3.056,28
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	1.528	60	60	1.528	\$ 1.360,04
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	1.528	60	60	1.528	\$ 229,22
Vach02.1		200 ml.	0,80	1.528	60	60	1.528	\$ 1.222,51
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	1.528	60	60	1.528	\$ 122,25
Vca01.1		50 gr.	1,00	1.528	60	60	1.528	\$ 1.528,14
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	1.528	60	60	1.528	\$ 764,07
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	1.528	60	60	1.528	\$ 122,25
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.528	60	60	1.528	\$ 580,69
Vaj01.1		50 gr.	0,55	1.528	60	60	1.528	\$ 840,48
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.528	60	60	1.528	\$ 580,69
Vco01.1		50 gr.	0,55	1.528	60	60	1.528	\$ 840,48
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.528	60	60	1.528	\$ 580,69
Vsab01.1		50 gr.	0,55	1.528	60	60	1.528	\$ 840,48
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.528	60	60	1.528	\$ 580,69
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	1.528	60	60	1.528	\$ 840,48
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	1.528	60	60	1.528	\$ 305,63
Vajn01.1		50 gr.	0,50	1.528	60	60	1.528	\$ 764,07
Vqu01	Quinoa	libra	0,90	1.528	60	60	1.528	\$ 1.375,33
Vmo01	Mote	libra	0,80	1.528	60	60	1.528	\$ 1.222,51
Vma01	Maíz	libra	0,85	1.528	60	60	1.528	\$ 1.298,92
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	1.528	60	60	1.528	\$ 580,69

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vle01	Lenteja	libra	0,62	1.528	60	60	1.528	\$ 947,45
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	1.528	60	60	1.528	\$ 916,88
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	1.528	60	60	1.528	\$ 764,07
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	1.528	60	60	1.528	\$ 427,88
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	1.528	60	60	1.528	\$ 351,47
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	1.528	24	24	1.528	\$ 122,25
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	1.528	24	24	1.528	\$ 305,63
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	1.528	24	24	1.528	\$ 687,66
Lyo01.1		litro	0,90	1.528	24	24	1.528	\$ 1.375,33
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	1.528	24	24	1.528	\$ 1.298,92
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	1.528	24	24	1.528	\$ 1.222,51
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	1.528	24	24	1.528	\$ 1.222,51
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	1.528	24	24	1.528	\$ 2.750,65
Fman01	Manzana	unidad	0,15	1.528	24	24	1.528	\$ 229,22
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	1.528	24	24	1.528	\$ 122,25
Ffr01	Fresa	libra	0,45	1.528	24	24	1.528	\$ 687,66
Fpi01	Piña	unidad	0,35	1.528	24	24	1.528	\$ 534,85
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Fba01	Banano	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Veal01	Alverja	libra	0,50	1.528	24	24	1.528	\$ 764,07
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	1.528	24	24	1.528	\$ 1.023,85
Vebro01	Brócoli	unidad	0,25	1.528	24	24	1.528	\$ 382,03
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	1.528	24	24	1.528	\$ 458,44

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vetor01	Tomate riñón	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Vepim01	Pimiento	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Veze01	Zanahoria	unidad	0,05	1.528	24	24	1.528	\$ 76,41
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	1.528	24	24	1.528	\$ 91,69
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	1.528	24	24	1.528	\$ 1.146,10
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	1.528	24	24	1.528	\$ 1.375,33
Ca02	Carne de res	libra	2,00	1.528	24	24	1.528	\$ 3.056,28
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	1.528	24	24	1.528	\$ 3.056,28
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	0,45	1.528	24	24	1.528	\$ 687,66
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1,10	1.528	24	24	1.528	\$ 1.680,95
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	0,50	1.528	24	24	1.528	\$ 764,07
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1,50	1.528	24	24	1.528	\$ 2.292,21
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	2,45	1.528	24	24	1.528	\$ 3.743,94
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1,50	1.528	24	24	1.528	\$ 2.292,21
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	0,79	1.528	24	24	1.528	\$ 1.207,23
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	0,55	1.528	24	24	1.528	\$ 840,48
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	1.528	30	30	1.528	\$ 152,81
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	1.528	30	30	1.528	\$ 122,25
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	1.528	30	30	1.528	\$ 504,29

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	1.528	30	30	1.528	\$ 106,97
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	1.528	30	30	1.528	\$ 152,81
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	1.528	30	30	1.528	\$ 122,25
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	1.528	30	30	1.528	\$ 504,29
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	0,20	1.528	30	30	1.528	\$ 305,63
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	1.528	30	30	1.528	\$ 672,38
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	1.910	38	38	1.910	\$ 76,41
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	1.528	30	30	1.528	\$ 382,03
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	1.528	30	30	1.528	\$ 504,29
Csn01	Doritos	unidad	0,38	1.528	30	30	1.528	\$ 580,69
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	1.528	30	30	1.528	\$ 412,60
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	1.528	30	30	1.528	\$ 412,60
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	1.528	30	30	1.528	\$ 305,63
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	1.528	30	30	1.528	\$ 259,78
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	1.528	30	30	1.528	\$ 504,29
Csn07	Ponky	unidad	0,20	1.426	28	28	1.426	\$ 285,25
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	1.528	30	30	1.528	\$ 565,41
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	1.528	30	30	1.528	\$ 382,03
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	1.528	30	30	1.528	\$ 1.298,92
Cga04		unidad	1,10	1.528	30	30	1.528	\$ 1.680,95
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	1.375	22	22	1.375	\$ 1.169,03
Bpo02	Powerade	balbula	0,95	1.375	22	22	1.375	\$ 1.306,56
Bv03	V220	360 ml	0,95	1.375	22	22	1.375	\$ 1.306,56
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	1.375	22	22	1.375	\$ 962,73

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Bvi04.1	Vive100%	365 ml	0,95	1.375	22	22	1.375	\$ 1.306,56
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	1.375	22	22	1.375	\$ 412,60
Bva05.1		550 ml	0,45	1.375	22	22	1.375	\$ 618,90
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	1.375	22	22	1.375	\$ 412,60
Bci06.1		1700 ml	0,95	1.375	22	22	1.375	\$ 1.306,56
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	1.375	22	22	1.375	\$ 385,09
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	1.375	22	22	1.375	\$ 618,90
Bte08.1		2 litros	1,00	1.375	22	22	1.375	\$ 1.375,33
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	1.375	22	22	1.375	\$ 412,60
Bpo09.1		330 ml	0,48	1.375	22	22	1.375	\$ 660,16
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	1.375	22	22	1.375	\$ 275,07
Bco10.1		400 ml	0,48	1.375	22	22	1.375	\$ 660,16
Bco10.2		1350 ml	1,03	1.375	22	22	1.375	\$ 1.416,59
Bco10.3		3000 ml	2,01	1.375	22	22	1.375	\$ 2.764,40
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	1.375	22	22	1.375	\$ 536,38
Bsp11.1		400 ml	0,40	1.375	22	22	1.375	\$ 550,13
Bsp11.2		1350 ml	1,02	1.375	22	22	1.375	\$ 1.402,83
Bsp11.3		3000 ml	2,01	1.375	22	22	1.375	\$ 2.764,40
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	1.375	22	22	1.375	\$ 440,10
Bfi12.1		400 ml	0,40	1.375	22	22	1.375	\$ 550,13
Bfi12.2		1350 ml	0,82	1.375	22	22	1.375	\$ 1.127,77
Bfi12.3		3000 ml	2,04	1.375	22	22	1.375	\$ 2.805,66
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	1.375	22	22	1.375	\$ 550,13
Bfa13.1		1350 ml	0,99	1.375	22	22	1.375	\$ 1.361,57

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Bfa13.2	Fanta	3000 ml	2,01	1.375	22	22	1.375	\$ 2.764,40
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	1.375	22	22	1.375	\$ 412,60
Bgu14.1		500 ml	0,60	1.375	22	22	1.375	\$ 825,20
Bgu14.2		1 litro	0,90	1.375	22	22	1.375	\$ 1.237,79
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	1.375	22	22	1.375	\$ 522,62
Btes15.1		1 litro	0,90	1.375	22	22	1.375	\$ 1.237,79
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	1.375	22	22	1.375	\$ 481,36
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	1.375	22	22	1.375	\$ 343,83
Bci17.1		1 litro	0,55	1.375	22	22	1.375	\$ 756,43
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	1.375	22	22	1.375	\$ 1.485,35
Bno19	Norteño	unidad	3,00	1.273	20	20	1.273	\$ 3.820,35
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	1.273	20	20	1.273	\$ 8.277,42
Bpa21	Paisa	unidad	7,50	1.273	20	20	1.273	\$ 9.550,87
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	1.273	20	20	1.273	\$ 10.811,59
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1,57	1.528	30	30	1.528	\$ 2.399,18
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	2,88	1.528	30	30	1.528	\$ 4.401,04
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1,35	1.528	30	30	1.528	\$ 2.062,99
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	1.528	30	30	1.528	\$ 4.584,42
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	1.528	30	30	1.528	\$ 1.146,10
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	1.528	30	30	1.528	\$ 1.069,70
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	0,90	1.592	31	31	1.592	\$ 1.432,63
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	0,90	1.592	31	31	1.592	\$ 1.432,63

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Aph02.1	Papel Higiénico Scott	Paquete x 12 unid.	8,32	1.592	31	31	1.592	\$ 13.243,88
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	0,95	1.592	31	31	1.592	\$ 1.512,22
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	1.528	30	30	1.528	\$ 1.298,92
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	1.528	30	30	1.528	\$ 1.375,33
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	1.528	30	30	1.528	\$ 4.446,89
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	1.528	30	30	1.528	\$ 1.910,17
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	1.528	30	30	1.528	\$ 1.375,33
Ash03.1		500 ml	3,72	1.528	30	30	1.528	\$ 5.684,68
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	1.528	30	30	1.528	\$ 4.202,38
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	0,90	1.528	30	30	1.528	\$ 1.375,33
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1,30	1.528	30	30	1.528	\$ 1.986,58
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1,20	1.528	30	30	1.528	\$ 1.833,77
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	1.528	30	30	1.528	\$ 3.438,31
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	1.528	30	30	1.528	\$ 3.636,97
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	1.528	30	30	1.528	\$ 4.431,60
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	1.528	30	30	1.528	\$ 1.329,48
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	1.528	30	30	1.528	\$ 1.222,51
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	1.592	31	31	1.592	\$ 3.979,53
Apañ01.1		Mediano	3,20	1.592	31	31	1.592	\$ 5.093,80
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	1.592	31	31	1.592	\$ 3.501,99
Apañ02.1		Mediano	3,50	1.592	31	31	1.592	\$ 5.571,34

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	1.592	31	31	1.592	\$ 477,54
Hdet01.1		360 gr.	0,74	1.592	31	31	1.592	\$ 1.177,94
Hdet01.2		1 Kg.	2,41	1.592	31	31	1.592	\$ 3.836,27
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	1.592	31	31	1.592	\$ 541,22
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	1.592	31	31	1.592	\$ 3.151,79
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	1.592	31	31	1.592	\$ 955,09
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	1.592	31	31	1.592	\$ 4.377,48
Hdet04	Detergente Ciclon	200 gr.	0,40	1.592	31	31	1.592	\$ 636,72
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	1.592	31	31	1.592	\$ 1.591,81
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	0,30	1.592	31	31	1.592	\$ 477,54
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	0,40	1.592	31	31	1.592	\$ 636,72
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	1.592	31	31	1.592	\$ 700,40
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	1.592	31	31	1.592	\$ 907,33
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	0,85	1.592	31	31	1.592	\$ 1.353,04
Hlav01.1		500 gr.	1,50	1.592	31	31	1.592	\$ 2.387,72
Hlav02	Jabón lavavajilla Axion	250 gr.	0,97	1.592	31	31	1.592	\$ 1.544,06
Hlav02.1		500 gr.	1,29	1.592	31	31	1.592	\$ 2.053,44
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	1.528	30	30	1.528	\$ 305,63
Hdes01.1		270 ml	0,48	1.528	30	30	1.528	\$ 733,51
Hdes01.2		500 ml	1,89	1.528	30	30	1.528	\$ 2.888,18
Hdes01.3		1 litro	2,10	1.528	30	30	1.528	\$ 3.209,09
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	1.273	25	25	1.273	\$ 318,36
Hdes02.1		270 ml	0,35	1.273	25	25	1.273	\$ 445,71
Hdes02.2		500 ml	0,99	1.273	25	25	1.273	\$ 1.260,72

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Hdes02.3	Desinfectante Tips	1 litro	1,85	1.273	25	25	1.273	\$ 2.355,88
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	1.273	25	25	1.273	\$ 993,29
Hdes03.1		1 litro	1,46	1.273	25	25	1.273	\$ 1.859,24
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	1.273	25	25	1.273	\$ 1.197,04
Hsua01.1		900 ml	2,27	1.273	25	25	1.273	\$ 2.890,73
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	1.273	25	25	1.273	\$ 1.464,47
Hsua02.1		900 ml	2,80	1.273	25	25	1.273	\$ 3.565,66
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	1.273	25	25	1.273	\$ 127,34
Hcl01.1		270 ml	0,50	1.273	25	25	1.273	\$ 636,72
Hcl01.2		1 litro	1,85	1.273	25	25	1.273	\$ 2.355,88
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	1.910	38	38	1.910	\$ 286,53
Hcl02.1		270 ml	0,55	1.528	30	30	1.528	\$ 840,48
Hcl02.2		1 litro	1,50	1.528	30	30	1.528	\$ 2.292,21
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	1.528	30	30	1.528	\$ 443,16
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	1.528	30	30	1.528	\$ 534,85
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	1.528	30	30	1.528	\$ 550,13
Mfin02	Finalín Fem	unidad	0,20	1.528	30	30	1.528	\$ 305,63
Map03	Apronax	unidad	0,35	1.528	30	30	1.528	\$ 534,85
	TOTAL							\$ 377.236,17

ELABORADO POR: La Autora

Tabla 85 Inventario de Mercadería, Proyección Año 5

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	2.598	100	100	2.598	\$ 1.195,01
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	2.598	100	100	2.598	\$ 1.220,98
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	1.299	50	50	1.299	\$ 1.143,05
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	1.299	50	50	1.299	\$ 558,53
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	0,40	2.598	100	100	2.598	\$ 1.039,13
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	0,35	2.598	100	100	2.598	\$ 909,24
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	1.429	55	55	1.429	\$ 1.143,05
Vsa01.1		1 kg	0,50	1.429	55	55	1.429	\$ 714,41
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	0,45	1.429	55	55	1.429	\$ 642,96
Vpa01	Panela	unidad	0,20	1.429	55	55	1.429	\$ 285,76
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	1.429	55	55	1.429	\$ 400,07
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	1.429	55	55	1.429	\$ 1.928,89
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	1.429	55	55	1.429	\$ 3.700,62
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	1.429	55	55	1.429	\$ 1.271,64
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	1.429	55	55	1.429	\$ 3.714,91
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	1.429	55	55	1.429	\$ 5.572,36
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	1.559	24	24	1.559	\$ 124,70
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	1.429	55	55	1.429	\$ 2.143,22
Vac01.1		500 ml.	0,90	1.429	55	55	1.429	\$ 1.285,93
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	1.429	55	55	1.429	\$ 2.286,10
Vac02.1		500 ml.	1,00	1.429	55	55	1.429	\$ 1.428,81
Vac03	Aceite Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	1.429	55	55	1.429	\$ 2.843,33
Vac03.1		400 ml.	1,25	1.429	55	55	1.429	\$ 1.786,01

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	1.429	55	55	1.429	\$ 1.414,52
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	1.429	55	55	1.429	\$ 857,29
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	1.299	50	50	1.299	\$ 428,64
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	1.624	63	63	1.624	\$ 2.760,20
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	1.559	60	60	1.559	\$ 1.293,72
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	1.559	60	60	1.559	\$ 1.324,90
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	1.559	60	60	1.559	\$ 1.324,90
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	1.559	60	60	1.559	\$ 1.246,96
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	1.559	60	60	1.559	\$ 1.231,37
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	1.559	60	60	1.559	\$ 2.634,21
Vpas02.1		200 gr.	0,95	1.559	60	60	1.559	\$ 1.480,77
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	1.559	60	60	1.559	\$ 1.169,03
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	1.559	60	60	1.559	\$ 1.480,77
Vpas04.1		200 gr.	0,49	1.559	60	60	1.559	\$ 763,76
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	2,20	1.559	60	60	1.559	\$ 3.429,15
Vat01.1		unidad	1,40	1.559	60	60	1.559	\$ 2.182,18
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	2,20	1.559	60	60	1.559	\$ 3.429,15
Vat02.1		unidad	1,60	1.559	60	60	1.559	\$ 2.493,92
Vat03	Atún Real	por tres unid.	2,15	1.559	60	60	1.559	\$ 3.351,21
Vat03.1		unidad	1,50	1.559	60	60	1.559	\$ 2.338,05
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	1.559	60	60	1.559	\$ 2.338,05
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	1.559	60	60	1.559	\$ 3.694,12
Vge01.1		1/2 libra	1,90	1.559	60	60	1.559	\$ 2.961,53
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	1.559	60	60	1.559	\$ 4.520,24

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vge02.1	Gelatina Royal	1/2 libra	2,00	1.559	60	60	1.559	\$ 3.117,40
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	1.559	60	60	1.559	\$ 1.387,25
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	1.559	60	60	1.559	\$ 233,81
Vach02.1		200 ml.	0,80	1.559	60	60	1.559	\$ 1.246,96
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	1.559	60	60	1.559	\$ 124,70
Vca01.1		50 gr.	1,00	1.559	60	60	1.559	\$ 1.558,70
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	1.559	60	60	1.559	\$ 779,35
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	1.559	60	60	1.559	\$ 124,70
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.559	60	60	1.559	\$ 592,31
Vaj01.1		50 gr.	0,55	1.559	60	60	1.559	\$ 857,29
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.559	60	60	1.559	\$ 592,31
Vco01.1		50 gr.	0,55	1.559	60	60	1.559	\$ 857,29
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.559	60	60	1.559	\$ 592,31
Vsab01.1		50 gr.	0,55	1.559	60	60	1.559	\$ 857,29
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	1.559	60	60	1.559	\$ 592,31
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	1.559	60	60	1.559	\$ 857,29
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	1.559	60	60	1.559	\$ 311,74
Vajn01.1		50 gr.	0,50	1.559	60	60	1.559	\$ 779,35
Vqu01	Quinua	libra	0,90	1.559	60	60	1.559	\$ 1.402,83
Vmo01	Mote	libra	0,80	1.559	60	60	1.559	\$ 1.246,96
Vma01	Maíz	libra	0,85	1.559	60	60	1.559	\$ 1.324,90
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	1.559	60	60	1.559	\$ 592,31
Vle01	Lenteja	libra	0,62	1.559	60	60	1.559	\$ 966,40
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	1.559	60	60	1.559	\$ 935,22

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	1.559	60	60	1.559	\$ 779,35
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	1.559	60	60	1.559	\$ 436,44
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	1.559	60	60	1.559	\$ 358,50
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	1.559	24	24	1.559	\$ 124,70
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	1.559	24	24	1.559	\$ 311,74
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	1.559	24	24	1.559	\$ 701,42
Lyo01.1		litro	0,90	1.559	24	24	1.559	\$ 1.402,83
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	1.559	24	24	1.559	\$ 1.324,90
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	1.559	24	24	1.559	\$ 1.246,96
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	1.559	24	24	1.559	\$ 1.246,96
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	1.559	24	24	1.559	\$ 2.805,66
Fman01	Manzana	unidad	0,15	1.559	24	24	1.559	\$ 233,81
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	1.559	24	24	1.559	\$ 124,70
Ffr01	Fresa	libra	0,45	1.559	24	24	1.559	\$ 701,42
Fpi01	Piña	unidad	0,35	1.559	24	24	1.559	\$ 545,55
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94
Fba01	Banano	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94
Veal01	Alverja	libra	0,50	1.559	24	24	1.559	\$ 779,35
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	1.559	24	24	1.559	\$ 1.044,33
Vebro01	Brócoli	unidad	0,25	1.559	24	24	1.559	\$ 389,68
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	1.559	24	24	1.559	\$ 467,61
Vetor01	Tomate riñón	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Vepim01	Pimiento	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94
Veza01	Zanahoria	unidad	0,05	1.559	24	24	1.559	\$ 77,94
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	1.559	24	24	1.559	\$ 93,52
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	1.559	24	24	1.559	\$ 1.169,03
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	1.559	24	24	1.559	\$ 1.402,83
Ca02	Carne de res	libra	2,00	1.559	24	24	1.559	\$ 3.117,40
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	1.559	24	24	1.559	\$ 3.117,40
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	0,45	1.559	24	24	1.559	\$ 701,42
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1,10	1.559	24	24	1.559	\$ 1.714,57
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	0,50	1.559	24	24	1.559	\$ 779,35
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1,50	1.559	24	24	1.559	\$ 2.338,05
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	2,45	1.559	24	24	1.559	\$ 3.818,82
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1,50	1.559	24	24	1.559	\$ 2.338,05
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	0,79	1.559	24	24	1.559	\$ 1.231,37
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	0,55	1.559	24	24	1.559	\$ 857,29
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	1.559	30	30	1.559	\$ 155,87
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	1.559	30	30	1.559	\$ 124,70
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	1.559	30	30	1.559	\$ 514,37
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	1.559	30	30	1.559	\$ 109,11
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	1.559	30	30	1.559	\$ 155,87

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	1.559	30	30	1.559	\$ 124,70
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	1.559	30	30	1.559	\$ 514,37
Ccho02	Chocolate Nestle	unidad	0,20	1.559	30	30	1.559	\$ 311,74
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	1.559	30	30	1.559	\$ 685,83
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	1.948	38	38	1.948	\$ 77,94
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	1.559	30	30	1.559	\$ 389,68
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	1.559	30	30	1.559	\$ 514,37
Csn01	Doritos	unidad	0,38	1.559	30	30	1.559	\$ 592,31
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	1.559	30	30	1.559	\$ 420,85
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	1.559	30	30	1.559	\$ 420,85
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	1.559	30	30	1.559	\$ 311,74
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	1.559	30	30	1.559	\$ 264,98
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	1.559	30	30	1.559	\$ 514,37
Csn07	Ponky	unidad	0,20	1.455	28	28	1.455	\$ 290,96
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	1.559	30	30	1.559	\$ 576,72
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	1.559	30	30	1.559	\$ 389,68
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	1.559	30	30	1.559	\$ 1.324,90
Cga04		unidad	1,10	1.559	30	30	1.559	\$ 1.714,57
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	1.403	22	22	1.403	\$ 1.192,41
Bpo02	Powerade	balbula	0,95	1.403	22	22	1.403	\$ 1.332,69
Bv03	V220	360 ml	0,95	1.403	22	22	1.403	\$ 1.332,69
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	1.403	22	22	1.403	\$ 981,98
Bvi04.1		365 ml	0,95	1.403	22	22	1.403	\$ 1.332,69
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	1.403	22	22	1.403	\$ 420,85

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Bva05.1	Del Valle	550 ml	0,45	1.403	22	22	1.403	\$ 631,27
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	1.403	22	22	1.403	\$ 420,85
Bci06.1		1700 ml	0,95	1.403	22	22	1.403	\$ 1.332,69
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	1.403	22	22	1.403	\$ 392,79
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	1.403	22	22	1.403	\$ 631,27
Bte08.1		2 litros	1,00	1.403	22	22	1.403	\$ 1.402,83
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	1.403	22	22	1.403	\$ 420,85
Bpo09.1		330 ml	0,48	1.403	22	22	1.403	\$ 673,36
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	1.403	22	22	1.403	\$ 280,57
Bco10.1		400 ml	0,48	1.403	22	22	1.403	\$ 673,36
Bco10.2		1350 ml	1,03	1.403	22	22	1.403	\$ 1.444,92
Bco10.3		3000 ml	2,01	1.403	22	22	1.403	\$ 2.819,69
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	1.403	22	22	1.403	\$ 547,10
Bsp11.1		400 ml	0,40	1.403	22	22	1.403	\$ 561,13
Bsp11.2		1350 ml	1,02	1.403	22	22	1.403	\$ 1.430,89
Bsp11.3		3000 ml	2,01	1.403	22	22	1.403	\$ 2.819,69
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	1.403	22	22	1.403	\$ 448,91
Bfi12.1		400 ml	0,40	1.403	22	22	1.403	\$ 561,13
Bfi12.2		1350 ml	0,82	1.403	22	22	1.403	\$ 1.150,32
Bfi12.3		3000 ml	2,04	1.403	22	22	1.403	\$ 2.861,78
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	1.403	22	22	1.403	\$ 561,13
Bfa13.1		1350 ml	0,99	1.403	22	22	1.403	\$ 1.388,80
Bfa13.2		3000 ml	2,01	1.403	22	22	1.403	\$ 2.819,69

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	1.403	22	22	1.403	\$ 420,85
Bgu14.1		500 ml	0,60	1.403	22	22	1.403	\$ 841,70
Bgu14.2		1 litro	0,90	1.403	22	22	1.403	\$ 1.262,55
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	1.403	22	22	1.403	\$ 533,08
Btes15.1		1 litro	0,90	1.403	22	22	1.403	\$ 1.262,55
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	1.403	22	22	1.403	\$ 490,99
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	1.403	22	22	1.403	\$ 350,71
Bci17.1		1 litro	0,55	1.403	22	22	1.403	\$ 771,56
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	1.403	22	22	1.403	\$ 1.515,06
Bno19	Norteño	unidad	3,00	1.299	20	20	1.299	\$ 3.896,76
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	1.299	20	20	1.299	\$ 8.442,97
Bpa21	Paisa	unidad	7,50	1.299	20	20	1.299	\$ 9.741,89
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	1.299	20	20	1.299	\$ 11.027,82
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1,57	1.559	30	30	1.559	\$ 2.447,16
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	2,88	1.559	30	30	1.559	\$ 4.489,06
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1,35	1.559	30	30	1.559	\$ 2.104,25
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	1.559	30	30	1.559	\$ 4.676,11
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	1.559	30	30	1.559	\$ 1.169,03
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	1.559	30	30	1.559	\$ 1.091,09
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	0,90	1.624	31	31	1.624	\$ 1.461,28
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	0,90	1.624	31	31	1.624	\$ 1.461,28

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Aph02.1	Papel Higiénico Scott	Paquete x 12 unid.	8,32	1.624	31	31	1.624	\$ 13.508,75
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	0,95	1.624	31	31	1.624	\$ 1.542,47
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	1.559	30	30	1.559	\$ 1.324,90
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	1.559	30	30	1.559	\$ 1.402,83
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	1.559	30	30	1.559	\$ 4.535,82
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	1.559	30	30	1.559	\$ 1.948,38
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	1.559	30	30	1.559	\$ 1.402,83
Ash03.1		500 ml	3,72	1.559	30	30	1.559	\$ 5.798,37
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	1.559	30	30	1.559	\$ 4.286,43
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	0,90	1.559	30	30	1.559	\$ 1.402,83
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1,30	1.559	30	30	1.559	\$ 2.026,31
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1,20	1.559	30	30	1.559	\$ 1.870,44
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	1.559	30	30	1.559	\$ 3.507,08
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	1.559	30	30	1.559	\$ 3.709,71
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	1.559	30	30	1.559	\$ 4.520,24
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	1.559	30	30	1.559	\$ 1.356,07
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	1.559	30	30	1.559	\$ 1.246,96
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	1.624	31	31	1.624	\$ 4.059,12
Apañ01.1		Mediano	3,20	1.624	31	31	1.624	\$ 5.195,67
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	1.624	31	31	1.624	\$ 3.572,03
Apañ02.1		Mediano	3,50	1.624	31	31	1.624	\$ 5.682,77

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	1.624	31	31	1.624	\$ 487,09
Hdet01.1		360 gr.	0,74	1.624	31	31	1.624	\$ 1.201,50
Hdet01.2		1 Kg.	2,41	1.624	31	31	1.624	\$ 3.912,99
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	1.624	31	31	1.624	\$ 552,04
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	1.624	31	31	1.624	\$ 3.214,82
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	1.624	31	31	1.624	\$ 974,19
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	1.624	31	31	1.624	\$ 4.465,03
Hdet04	Detergente Ciclon	200 gr.	0,40	1.624	31	31	1.624	\$ 649,46
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	1.624	31	31	1.624	\$ 1.623,65
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	0,30	1.624	31	31	1.624	\$ 487,09
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	0,40	1.624	31	31	1.624	\$ 649,46
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	1.624	31	31	1.624	\$ 714,41
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	1.624	31	31	1.624	\$ 925,48
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	0,85	1.624	31	31	1.624	\$ 1.380,10
Hlav01.1		500 gr.	1,50	1.624	31	31	1.624	\$ 2.435,47
Hlav02	Jabón lavavajilla Axion	250 gr.	0,97	1.624	31	31	1.624	\$ 1.574,94
Hlav02.1		500 gr.	1,29	1.624	31	31	1.624	\$ 2.094,51
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	1.559	30	30	1.559	\$ 311,74
Hdes01.1		270 ml	0,48	1.559	30	30	1.559	\$ 748,18
Hdes01.2		500 ml	1,89	1.559	30	30	1.559	\$ 2.945,95
Hdes01.3		1 litro	2,10	1.559	30	30	1.559	\$ 3.273,27
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	1.299	25	25	1.299	\$ 324,73
Hdes02.1		270 ml	0,35	1.299	25	25	1.299	\$ 454,62
Hdes02.2		500 ml	0,99	1.299	25	25	1.299	\$ 1.285,93

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo Adquisición	Ventas Proyectadas	Inventario Final deseado	Inventario Inicial	Volumen de Compras	Costo Total
Hdes02.3	Desinfectante Tips	1 litro	1,85	1.299	25	25	1.299	\$ 2.403,00
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	1.299	25	25	1.299	\$ 1.013,16
Hdes03.1		1 litro	1,46	1.299	25	25	1.299	\$ 1.896,42
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	1.299	25	25	1.299	\$ 1.220,98
Hsua01.1		900 ml	2,27	1.299	25	25	1.299	\$ 2.948,55
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	1.299	25	25	1.299	\$ 1.493,76
Hsua02.1		900 ml	2,80	1.299	25	25	1.299	\$ 3.636,97
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	1.299	25	25	1.299	\$ 129,89
Hcl01.1		270 ml	0,50	1.299	25	25	1.299	\$ 649,46
Hcl01.2		1 litro	1,85	1.299	25	25	1.299	\$ 2.403,00
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	1.948	38	38	1.948	\$ 292,26
Hcl02.1		270 ml	0,55	1.559	30	30	1.559	\$ 857,29
Hcl02.2		1 litro	1,50	1.559	30	30	1.559	\$ 2.338,05
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	1.559	30	30	1.559	\$ 452,02
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	1.559	30	30	1.559	\$ 545,55
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	1.559	30	30	1.559	\$ 561,13
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	0,20	1.559	30	30	1.559	\$ 311,74
Map03	Apronax	unidad	0,35	1.559	30	30	1.559	\$ 545,55
	TOTAL							\$ 384.780,92

I. Anexos Capítulo Económico-Financiero Establecimiento de precios

Tabla 86 Establecimiento de Precios

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Va01	Arroz Osito	libra	0,46	0,50	0,04	8,00%
Va02	Arroz Rico	libra	0,47	0,60	0,13	22,00%
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	0,88	1,00	0,12	12,00%
Vav02	Avena Pesada	libra	0,43	0,50	0,07	14,00%
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	0,40	0,50	0,10	20,00%
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	0,35	0,40	0,05	13,00%
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	0,80	1,00	0,20	20,00%
Vsa01.1		1 kg	0,50	0,60	0,10	17,00%
Vsa02	Sal Pacífico	500 gr.	0,45	0,50	0,05	10,00%
Vpa01	Panela	unidad	0,20	0,20	-	0,00%
Vca01	Sí Café	sachet	0,28	0,30	0,02	7,00%
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	1,35	1,60	0,25	16,00%
Vca02.1		frasco 50 gr.	2,59	3,10	0,51	16,00%
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	0,89	1,10	0,21	19,00%
Vca03.1		frasco 50 gr.	2,60	3,10	0,50	16,00%
Vca03.2		frasco 85 gr.	3,90	4,60	0,70	15,00%
Vhu01	Huevos	unidad	0,08	0,10	0,02	20,00%
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	1,50	1,80	0,30	17,00%
Vac01.1		500 ml.	0,90	1,10	0,20	18,00%
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	1,60	1,90	0,30	16,00%
Vac02.1		500 ml.	1,00	1,20	0,20	17,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	1,99	2,40	0,41	17,00%
Vac03.1		400 ml.	1,25	1,50	0,25	17,00%
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	0,99	1,20	0,21	18,00%
Vma02	Manteca pesada	libra	0,60	0,70	0,10	14,00%
Vha01	Harina Flor	libra	0,33	0,40	0,07	18,00%
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	1,70	2,00	0,30	15,00%
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	0,83	1,00	0,17	17,00%
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	0,85	1,00	0,15	15,00%
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	0,85	1,00	0,15	15,00%
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	0,80	1,00	0,20	20,00%
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	0,79	0,90	0,11	12,00%
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	1,69	2,00	0,31	16,00%
Vpas02.1		200 gr.	0,95	1,10	0,15	14,00%
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	0,75	0,90	0,15	17,00%
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	0,95	1,10	0,15	14,00%
Vpas04.1		200 gr.	0,49	0,60	0,11	18,00%
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	2,20	2,60	0,40	15,00%
Vat01.1		unidad	1,40	1,70	0,30	18,00%
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	2,20	2,60	0,40	15,00%
Vat02.1		unidad	1,60	1,90	0,30	16,00%
Vat03	Atún Real	por tres unid.	2,15	2,60	0,45	17,00%
Vat03.1		unidad	1,50	1,80	0,30	17,00%
Vsa01	Sardina Real	unidad	1,50	1,80	0,30	17,00%
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	2,37	2,80	0,43	15,00%
Vge01.1		1/2 libra	1,90	2,30	0,40	17,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Vge02	Gelatina Royal	libra	2,90	3,50	0,60	17,00%
Vge02.1		1/2 libra	2,00	2,40	0,40	17,00%
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	0,89	1,10	0,21	19,00%
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	0,15	0,20	0,05	25,00%
Vach02.1		200 ml.	0,80	1,00	0,20	20,00%
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	0,08	0,10	0,02	20,00%
Vca01.1		50 gr.	1,00	1,20	0,20	17,00%
Vor01	Orégano	50 gr.	0,50	0,60	0,10	17,00%
Van01	Anís estrellado	5 gr.	0,08	0,10	0,02	20,00%
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	0,38	0,50	0,12	24,00%
Vaj01.1		50 gr.	0,55	0,70	0,15	21,00%
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	0,38	0,50	0,12	24,00%
Vco01.1		50 gr.	0,55	0,70	0,15	21,00%
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	0,38	0,50	0,12	24,00%
Vsab01.1		50 gr.	0,55	0,70	0,15	21,00%
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	0,38	0,50	0,12	24,00%
Vsaz01.1		50 gr.	0,55	0,70	0,15	21,00%
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	0,20	0,20	-	0,00%
Vajn01.1		50 gr.	0,50	0,60	0,10	17,00%
Vqu01	Quinua	libra	0,90	1,10	0,20	18,00%
Vmo01	Mote	libra	0,80	1,00	0,20	20,00%
Vma01	Maíz	libra	0,85	1,00	0,15	15,00%
Vtr01	Trigo perlado	libra	0,38	0,50	0,12	24,00%
Vle01	Lenteja	libra	0,62	0,70	0,08	11,00%
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	0,60	0,70	0,10	14,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	0,50	0,60	0,10	17,00%
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	0,28	0,30	0,02	7,00%
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	0,23	0,30	0,07	23,00%
Pan01	Pan Blanco	unidad	0,08	0,10	0,02	20,00%
Pan02	Pan de dulce	unidad	0,20	0,20	-	0,00%
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	0,45	0,50	0,05	10,00%
Lyo01.1		litro	0,90	1,10	0,20	18,00%
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	0,85	1,00	0,15	15,00%
Llec01	Leche Vita	litro	0,80	1,00	0,20	20,00%
Llec02	Leche Reyleche	litro	0,80	1,00	0,20	20,00%
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	1,80	2,10	0,30	14,00%
Fman01	Manzana	unidad	0,15	0,20	0,05	25,00%
Fmand01	Mandarina	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%
Fnar01	Naranja	unidad	0,08	0,10	0,02	20,00%
Ffr01	Fresa	libra	0,45	0,50	0,05	10,00%
Fpi01	Piña	unidad	0,35	0,40	0,05	13,00%
Fpe01	Pepino	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%
Fba01	Banano	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%
Veal01	Alverja	libra	0,50	0,60	0,10	17,00%
Vefre01	Fréjol	libra	0,67	0,80	0,13	16,00%
Vebro01	Brocoli	unidad	0,25	0,30	0,05	17,00%
Vecol01	Coliflor	unidad	0,30	0,40	0,10	25,00%
Vetor01	Tomate riñon	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%
Vetoe01	Tomate de arbol	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%
Vepim01	Pimienta	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Veza01	Zanahoria	unidad	0,05	0,10	0,05	50,00%
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	0,06	0,10	0,04	40,00%
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	0,75	0,90	0,15	17,00%
Ca01	Carne de pollo	libra	0,90	1,10	0,20	18,00%
Ca02	Carne de res	libra	2,00	2,40	0,40	17,00%
Ca03	Carne de cerdo	libra	2,00	2,40	0,40	17,00%
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	0,45	0,50	0,05	10,00%
Emsal01.1		paquete 7 unid.	1,10	1,30	0,20	15,00%
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	0,50	0,60	0,10	17,00%
Emsal02.1		paquete 7 unid.	1,50	1,80	0,30	17,00%
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	2,45	2,90	0,45	16,00%
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	1,50	1,80	0,30	17,00%
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	0,79	0,90	0,11	12,00%
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	0,55	0,70	0,15	21,00%
Cch01	Chicles Agogó	unidad	0,10	0,10	-	0,00%
Cch02	Chicles Trident	unidad	0,08	0,10	0,02	20,00%
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	0,33	0,40	0,07	18,00%
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	0,07	0,10	0,03	30,00%
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	0,10	0,10	-	0,00%
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	0,08	0,10	0,02	20,00%
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	0,33	0,40	0,07	18,00%
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	0,20	0,20	-	0,00%
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	0,44	0,50	0,06	12,00%
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	0,04	0,05	0,01	20,00%
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	0,25	0,30	0,05	17,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	0,33	0,40	0,07	18,00%
Csn01	Doritos	unidad	0,38	0,50	0,12	24,00%
Csn02	Panchitos	unidad	0,27	0,30	0,03	10,00%
Csn03	Kchitos	unidad	0,27	0,30	0,03	10,00%
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	0,20	0,20	-	0,00%
Csn05	Rosquitas	unidad	0,17	0,20	0,03	15,00%
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	0,33	0,40	0,07	18,00%
Csn07	Ponky	unidad	0,20	0,20	-	0,00%
Cga01	Galletas Ricas	unidad	0,37	0,40	0,03	8,00%
Cga02	Galletas Salticas	unidad	0,25	0,30	0,05	17,00%
Cga03	Galletas Amor	unidad	0,85	1,00	0,15	15,00%
Cga04		unidad	1,10	1,30	0,20	15,00%
Bga01	Gatorade	473 ml	0,85	1,00	0,15	15,00%
Bpo02	Powerade	válvula	0,95	1,10	0,15	14,00%
Bv03	V220	360 ml	0,95	1,10	0,15	14,00%
Bvia04	Vive100%	240 ml	0,70	0,80	0,10	13,00%
Bvi04.1		365 ml	0,95	1,10	0,15	14,00%
Bva05	Del Valle	250 ml	0,30	0,40	0,10	25,00%
Bva05.1		550 ml	0,45	0,50	0,05	10,00%
Bci06	Cifrut	360 ml	0,30	0,40	0,10	25,00%
Bci06.1		1700 ml	0,95	1,10	0,15	14,00%
Bfu07	Fuze tea	250 ml	0,28	0,30	0,02	7,00%
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	0,45	0,50	0,05	10,00%
Bte08.1		2 litros	1,00	1,20	0,20	17,00%
Bpo09	Pony Malta	200 ml	0,30	0,40	0,10	25,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Bpo09.1	Pony Malta	330 ml	0,48	0,60	0,12	20,00%
Bco10	Coca-cola	250 ml	0,20	0,20	-	0,00%
Bco10.1		400 ml	0,48	0,60	0,12	20,00%
Bco10.2		1350 ml	1,03	1,20	0,17	14,00%
Bco10.3		3000 ml	2,01	2,40	0,39	16,00%
Bsp11	Sprite verde	350 ml	0,39	0,50	0,11	22,00%
Bsp11.1		400 ml	0,40	0,50	0,10	20,00%
Bsp11.2		1350 ml	1,02	1,20	0,18	15,00%
Bsp11.3		3000 ml	2,01	2,40	0,39	16,00%
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	0,32	0,40	0,08	20,00%
Bfi12.1		400 ml	0,40	0,50	0,10	20,00%
Bfi12.2		1350 ml	0,82	1,00	0,18	18,00%
Bfi12.3		3000 ml	2,04	2,40	0,36	15,00%
Bfa13	Fanta	400 ml	0,40	0,50	0,10	20,00%
Bfa13.1		1350 ml	0,99	1,20	0,21	18,00%
Bfa13.2		3000 ml	2,01	2,40	0,39	16,00%
Bgu14	Güitic	300 ml	0,30	0,40	0,10	25,00%
Bgu14.1		500 ml	0,60	0,70	0,10	14,00%
Bgu14.2		1 litro	0,90	1,10	0,20	18,00%
Btes15	Tesalia	500 ml	0,38	0,50	0,12	24,00%
Btes15.1		1 litro	0,90	1,10	0,20	18,00%
Bda16	Dasani	500 ml	0,35	0,40	0,05	13,00%
Bci17	Cielo	500 ml	0,25	0,30	0,05	17,00%
Bci17.1		1 litro	0,55	0,70	0,15	21,00%
Bpil18	Pilsener	unidad	1,08	1,30	0,22	17,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Bno19	Norteño	unidad	3,00	3,60	0,60	17,00%
Bzh20	Zhumir	unidad	6,50	7,70	1,20	16,00%
Bpa21	Paisa	unidad	7,50	8,90	1,40	16,00%
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	8,49	10,10	1,61	16,00%
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	1,57	1,90	0,33	17,00%
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	2,88	3,40	0,52	15,00%
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	1,35	1,60	0,25	16,00%
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	3,00	3,60	0,60	17,00%
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	0,75	0,90	0,15	17,00%
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	0,70	0,80	0,10	13,00%
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	0,90	1,10	0,20	18,00%
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	0,90	1,10	0,20	18,00%
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	8,32	9,90	1,58	16,00%
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	0,95	1,10	0,15	14,00%
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	0,85	1,00	0,15	15,00%
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	0,90	1,10	0,20	18,00%
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	2,91	3,50	0,59	17,00%
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	1,25	1,50	0,25	17,00%
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	0,90	1,10	0,20	18,00%
Ash03.1		500 ml	3,72	4,40	0,68	15,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	2,75	3,30	0,55	17,00%
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	0,90	1,10	0,20	18,00%
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	1,30	1,50	0,20	13,00%
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	1,20	1,40	0,20	14,00%
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	2,25	2,70	0,45	17,00%
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	2,38	2,80	0,42	15,00%
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	2,90	3,50	0,60	17,00%
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	0,87	1,00	0,13	13,00%
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	0,80	1,00	0,20	20,00%
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	2,50	3,00	0,50	17,00%
Apañ01.1		Mediano	3,20	3,80	0,60	16,00%
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	2,20	2,60	0,40	15,00%
Apañ02.1		Mediano	3,50	4,20	0,70	17,00%
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	0,30	0,40	0,10	25,00%
Hdet01.1		360 gr.	0,74	0,90	0,16	18,00%
Hdet01.2		1 Kg.	2,41	2,90	0,49	17,00%
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	0,34	0,40	0,06	15,00%
Hdet02.1		1 Kg.	1,98	2,40	0,42	18,00%
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	0,60	0,70	0,10	14,00%
Hdet03.1		1 Kg.	2,75	3,30	0,55	17,00%
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	0,40	0,50	0,10	20,00%
Hdet04.1		1 Kg.	1,00	1,20	0,20	17,00%
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	0,30	0,40	0,10	25,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	0,40	0,50	0,10	20,00%
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	0,44	0,50	0,06	12,00%
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	0,57	0,70	0,13	19,00%
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	0,85	1,00	0,15	15,00%
Hlav01.1		500 gr.	1,50	1,80	0,30	17,00%
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	0,97	1,20	0,23	19,00%
Hlav02.1		500 gr.	1,29	1,50	0,21	14,00%
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	0,20	0,20	-	0,00%
Hdes01.1		270 ml	0,48	0,60	0,12	20,00%
Hdes01.2		500 ml	1,89	2,20	0,31	14,00%
Hdes01.3		1 litro	2,10	2,50	0,40	16,00%
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	0,25	0,30	0,05	17,00%
Hdes02.1		270 ml	0,35	0,40	0,05	13,00%
Hdes02.2		500 ml	0,99	1,20	0,21	18,00%
Hdes02.3		1 litro	1,85	2,20	0,35	16,00%
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	0,78	0,90	0,12	13,00%
Hdes03.1		1 litro	1,46	1,70	0,24	14,00%
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	0,94	1,10	0,16	15,00%
Hsua01.1		900 ml	2,27	2,70	0,43	16,00%
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	1,15	1,40	0,25	18,00%
Hsua02.1		900 ml	2,80	3,30	0,50	15,00%
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	0,10	0,10	-	0,00%
Hcl01.1		270 ml	0,50	0,60	0,10	17,00%
Hcl01.2		1 litro	1,85	2,20	0,35	16,00%
Hcl02	Cloro	18 gr.	0,15	0,20	0,05	25,00%

Código	Productos	Unidad de Medida	Costo de adquisición	PVP	Utilidad por producto	% de Utilidad
Hcl02.1	Cloro	270 ml	0,55	0,70	0,15	21,00%
Hcl02.2		1 litro	1,50	1,80	0,30	17,00%
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	0,29	0,30	0,01	3,00%
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	0,35	0,40	0,05	13,00%
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	0,36	0,40	0,04	10,00%
Mfin02	Finalín Fem	unidad	0,20	0,20	-	0,00%
Map03	Apronax	unidad	0,35	0,40	0,05	13,00%

ELABORADO POR: La Autora

J. Anexos Capítulo Económico-Financiero Proyección mensual de Ingresos

Tabla 87 Proyección de Ingresos Mensuales, 1 Año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Va01	Arroz Osito	libra	200	0,50	\$ 100,00
Va02	Arroz Rico	libra	200	0,60	\$ 120,00
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	100	1,00	\$ 100,00
Vav02	Avena Pesada	libra	100	0,50	\$ 50,00
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	200	0,50	\$ 100,00
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	200	0,40	\$ 80,00
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	110	1,00	\$ 110,00
Vsa01.1		1 kg	110	0,60	\$ 66,00
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	110	0,50	\$ 55,00
Vpa01	Panela	unidad	110	0,20	\$ 22,00
Vca01	Sí Café	sachet	110	0,30	\$ 33,00
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	110	1,60	\$ 176,00
Vca02.1		frasco 50 gr.	110	3,10	\$ 341,00
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	110	1,10	\$ 121,00
Vca03.1		frasco 50 gr.	110	3,10	\$ 341,00
Vca03.2		frasco 85 gr.	110	4,60	\$ 506,00
Vhu01	Huevos	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	110	1,80	\$ 198,00
Vac01.1		500 ml.	110	1,10	\$ 121,00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	110	1,90	\$ 209,00
Vac02.1		500 ml.	110	1,20	\$ 132,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Vac03	Aceite vegetal La Favorita	litro	110	2,40	\$ 264,00
Vac03.1		400 ml.	110	1,50	\$ 165,00
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	110	1,20	\$ 132,00
Vma02	Manteca pesada	libra	110	0,70	\$ 77,00
Vha01	Harina Flor	libra	100	0,40	\$ 40,00
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	125	2,00	\$ 250,00
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	120	1,00	\$ 120,00
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	120	1,00	\$ 120,00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	120	1,00	\$ 120,00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	120	1,00	\$ 120,00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	120	0,90	\$ 108,00
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	120	2,00	\$ 240,00
Vpas02.1		200 gr.	120	1,10	\$ 132,00
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	120	0,90	\$ 108,00
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	120	1,10	\$ 132,00
Vpas04.1		200 gr.	120	0,60	\$ 72,00
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	120	2,60	\$ 312,00
Vat01.1		unidad	120	1,70	\$ 204,00
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	120	2,60	\$ 312,00
Vat02.1		unidad	120	1,90	\$ 228,00
Vat03	Atún Real	por tres unid.	120	2,60	\$ 312,00
Vat03.1		unidad	120	1,80	\$ 216,00
Vsa01	Sardina Real	unidad	120	1,80	\$ 216,00
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	120	2,80	\$ 336,00
Vge01.1		1/2 libra	120	2,30	\$ 276,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Vge02	Gelatina Royal	libra	120	3,50	\$ 420,00
Vge02.1		1/2 libra	120	2,40	\$ 288,00
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	120	1,10	\$ 132,00
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	120	0,20	\$ 24,00
Vach02.1		200 ml.	120	1,00	\$ 120,00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	120	0,10	\$ 12,00
Vca01.1		50 gr.	120	1,20	\$ 144,00
Vor01	Orégano	50 gr.	120	0,60	\$ 72,00
Van01	Anís estrellado	5 gr.	120	0,10	\$ 12,00
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	120	0,50	\$ 60,00
Vaj01.1		50 gr.	120	0,70	\$ 84,00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	120	0,50	\$ 60,00
Vco01.1		50 gr.	120	0,70	\$ 84,00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	120	0,50	\$ 60,00
Vsab01.1		50 gr.	120	0,70	\$ 84,00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	120	0,50	\$ 60,00
Vsaz01.1		50 gr.	120	0,70	\$ 84,00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	120	0,20	\$ 24,00
Vajn01.1		50 gr.	120	0,60	\$ 72,00
Vqu01	Quinoa	libra	120	1,10	\$ 132,00
Vmo01	Mote	libra	120	1,00	\$ 120,00
Vma01	Maíz	libra	120	1,00	\$ 120,00
Vtr01	Trigo perlado	libra	120	0,50	\$ 60,00
Vle01	Lenteja	libra	120	0,70	\$ 84,00
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	120	0,70	\$ 84,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	120	0,60	\$ 72,00
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Pan01	Pan Blanco	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Pan02	Pan de dulce	unidad	120	0,20	\$ 24,00
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	120	0,50	\$ 60,00
Lyo01.1		litro	120	1,10	\$ 132,00
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	120	1,00	\$ 120,00
Llec01	Leche Vita	litro	120	1,00	\$ 120,00
Llec02	Leche Reyleche	litro	120	1,00	\$ 120,00
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	120	2,10	\$ 252,00
Fman01	Manzana	unidad	120	0,20	\$ 24,00
Fmand01	Mandarina	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Fnar01	Naranja	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Ffr01	Fresa	libra	120	0,50	\$ 60,00
Fpi01	Piña	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Fpe01	Pepino	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Fba01	Banano	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Veal01	Alverja	libra	120	0,60	\$ 72,00
Vefre01	Fréjol	libra	120	0,80	\$ 96,00
Vebro01	Brocoli	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Vecol01	Coliflor	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Vetor01	Tomate riñon	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Vetoa01	Tomate de arbol	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Vepim01	Pimiento	unidad	120	0,10	\$ 12,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Veza01	Zanahoria	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	120	0,90	\$ 108,00
Ca01	Carne de pollo	libra	120	1,10	\$ 132,00
Ca02	Carne de res	libra	120	2,40	\$ 288,00
Ca03	Carne de cerdo	libra	120	2,40	\$ 288,00
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	120	0,50	\$ 60,00
Emsal01.1		paquete 7 unid.	120	1,30	\$ 156,00
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	120	0,60	\$ 72,00
Emsal02.1		paquete 7 unid.	120	1,80	\$ 216,00
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	120	2,90	\$ 348,00
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	120	1,80	\$ 216,00
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	120	0,90	\$ 108,00
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	120	0,70	\$ 84,00
Cch01	Chicles Agogó	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Cch02	Chicles Trident	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	120	0,10	\$ 12,00
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Ccho02	Chocolate Nestle	unidad	120	0,20	\$ 24,00
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	120	0,50	\$ 60,00
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	150	0,05	\$ 7,50
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	120	0,30	\$ 36,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Csn01	Doritos	unidad	120	0,50	\$ 60,00
Csn02	Panchitos	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Csn03	Kchitos	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	120	0,20	\$ 24,00
Csn05	Rosquitas	unidad	120	0,20	\$ 24,00
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Csn07	Ponky	unidad	112	0,20	\$ 22,40
Cga01	Galletas Ricas	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Cga02	Galletas Salticas	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Cga03	Galletas Amor	unidad	120	1,00	\$ 120,00
Cga04		unidad	120	1,30	\$ 156,00
Bga01	Gatorade	473 ml	108	1,00	\$ 108,00
Bpo02	Powerade	válvula	108	1,10	\$ 118,80
Bv03	V220	360 ml	108	1,10	\$ 118,80
Bvia04	Vive100%	240 ml	108	0,80	\$ 86,40
Bvi04.1		365 ml	108	1,10	\$ 118,80
Bva05	Del Valle	250 ml	108	0,40	\$ 43,20
Bva05.1		550 ml	108	0,50	\$ 54,00
Bci06	Cifrut	360 ml	108	0,40	\$ 43,20
Bci06.1		1700 ml	108	1,10	\$ 118,80
Bfu07	Fuze tea	250 ml	108	0,30	\$ 32,40
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	108	0,50	\$ 54,00
Bte08.1		2 litros	108	1,20	\$ 129,60
Bpo09	Pony Malta	200 ml	108	0,40	\$ 43,20

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Bpo09.1	Pony Malta	330 ml	108	0,60	\$ 64,80
Bco10	Coca-cola	250 ml	108	0,20	\$ 21,60
Bco10.1		400 ml	108	0,60	\$ 64,80
Bco10.2		1350 ml	108	1,20	\$ 129,60
Bco10.3		3000 ml	108	2,40	\$ 259,20
Bsp11	Sprite verde	350 ml	108	0,50	\$ 54,00
Bsp11.1		400 ml	108	0,50	\$ 54,00
Bsp11.2		1350 ml	108	1,20	\$ 129,60
Bsp11.3		3000 ml	108	2,40	\$ 259,20
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	108	0,40	\$ 43,20
Bfi12.1		400 ml	108	0,50	\$ 54,00
Bfi12.2		1350 ml	108	1,00	\$ 108,00
Bfi12.3		3000 ml	108	2,40	\$ 259,20
Bfa13	Fanta	400 ml	108	0,50	\$ 54,00
Bfa13.1		1350 ml	108	1,20	\$ 129,60
Bfa13.2		3000 ml	108	2,40	\$ 259,20
Bgu14	Güitic	300 ml	108	0,40	\$ 43,20
Bgu14.1		500 ml	108	0,70	\$ 75,60
Bgu14.2		1 litro	108	1,10	\$ 118,80
Btes15	Tesalia	500 ml	108	0,50	\$ 54,00
Btes15.1		1 litro	108	1,10	\$ 118,80
Bda16	Dasani	500 ml	108	0,40	\$ 43,20
Bci17	Cielo	500 ml	108	0,30	\$ 32,40
Bci17.1		1 litro	108	0,70	\$ 75,60
Bpil18	Pilsener	unidad	108	1,30	\$ 140,40

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Bno19	Norteño	unidad	100	3,60	\$ 360,00
Bzh20	Zhumir	unidad	100	7,70	\$ 770,00
Bpa21	Paisa	unidad	100	8,90	\$ 890,00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	100	10,10	\$ 1.010,00
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	120	1,90	\$ 228,00
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	120	3,40	\$ 408,00
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	120	1,60	\$ 192,00
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	120	3,60	\$ 432,00
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	120	0,90	\$ 108,00
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	120	0,80	\$ 96,00
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	125	1,10	\$ 137,50
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	125	1,10	\$ 137,50
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	125	9,90	\$ 1.237,50
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	125	1,10	\$ 137,50
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	120	1,00	\$ 120,00
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	120	1,10	\$ 132,00
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	120	3,50	\$ 420,00
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	120	1,50	\$ 180,00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	120	1,10	\$ 132,00
Ash03.1		500 ml	120	4,40	\$ 528,00
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	120	3,30	\$ 396,00
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	120	1,10	\$ 132,00
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	120	1,50	\$ 180,00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	120	1,40	\$ 168,00
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	120	2,70	\$ 324,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	120	2,80	\$ 336,00
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	120	3,50	\$ 420,00
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	120	1,00	\$ 120,00
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	120	1,00	\$ 120,00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	125	3,00	\$ 375,00
Apañ01.1		Mediano	125	3,80	\$ 475,00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	125	2,60	\$ 325,00
Apañ02.1		Mediano	125	4,20	\$ 525,00
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	125	0,40	\$ 50,00
Hdet01.1		360 gr.	125	0,90	\$ 112,50
Hdet01.2		1 Kg.	125	2,90	\$ 362,50
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	125	0,40	\$ 50,00
Hdet02.1		1 Kg.	125	2,40	\$ 300,00
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	125	0,70	\$ 87,50
Hdet03.1		1 Kg.	125	3,30	\$ 412,50
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	125	0,50	\$ 62,50
Hdet04.1		1 Kg.	125	1,20	\$ 150,00
Hjab01	Jabón Iles económico	unidad	125	0,40	\$ 50,00
Hjab02	Jabón Iles azul	unidad	125	0,50	\$ 62,50
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	125	0,50	\$ 62,50
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	125	0,70	\$ 87,50
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	125	1,00	\$ 125,00
Hlav01.1		500 gr.	125	1,80	\$ 225,00
Hlav02	Jabón lavavajilla Axió	250 gr.	125	1,20	\$ 150,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Hlav02.1	Jabón lavavajilla Axión	500 gr.	125	1,50	\$ 187,50
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	120	0,20	\$ 24,00
Hdes01.1		270 ml	120	0,60	\$ 72,00
Hdes01.2		500 ml	120	2,20	\$ 264,00
Hdes01.3		1 litro	120	2,50	\$ 300,00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	100	0,30	\$ 30,00
Hdes02.1		270 ml	100	0,40	\$ 40,00
Hdes02.2		500 ml	100	1,20	\$ 120,00
Hdes02.3		1 litro	100	2,20	\$ 220,00
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	100	0,90	\$ 90,00
Hdes03.1		1 litro	100	1,70	\$ 170,00
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	100	1,10	\$ 110,00
Hsua01.1		900 ml	100	2,70	\$ 270,00
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	100	1,40	\$ 140,00
Hsua02.1		900 ml	100	3,30	\$ 330,00
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	100	0,10	\$ 10,00
Hcl01.1		270 ml	100	0,60	\$ 60,00
Hcl01.2		1 litro	100	2,20	\$ 220,00
Hcl02	Cloro	18 gr.	150	0,20	\$ 30,00
Hcl02.1		270 ml	120	0,70	\$ 84,00
Hcl02.2		1 litro	120	1,80	\$ 216,00
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	120	0,30	\$ 36,00
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	120	0,40	\$ 48,00
Mfinf02	Finalín Fem	unidad	120	0,20	\$ 24,00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PVP	VENTAS
Map03	Apronax	unidad	120	0,40	\$ 48,00
TOTAL					\$ 35.403,60

ELABORADO POR: La Autora

K. Anexos Capítulo Económico-Financiero Proyección de costos mensuales

Tabla 88. Proyección de costos mensuales, del 1 Año

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Va01	Arroz Osito	libra	200	0.46	\$ 92.00
Va02	Arroz Rico	libra	200	0.47	\$ 94.00
Vav01	Avena Quaker	500 gr.	100	0.88	\$ 88.00
Vav02	Avena Pesada	libra	100	0.43	\$ 43.00
Vaz01	Azúcar Tababuela	libra	200	0.40	\$ 80.00
Vaz02	Azúcar San Carlos	libra	200	0.35	\$ 70.00
Vsa01	Sal Cris-sal	2 kg	110	0.80	\$ 88.00
Vsa01.1		1 kg	110	0.50	\$ 55.00
Vsa02	Sal Pacifico	500 gr.	110	0.45	\$ 49.50
Vpa01	Panela	unidad	110	0.20	\$ 22.00
Vca01	Sí Café	sachet	110	0.28	\$ 30.80
Vca02	Colcafé	sachet 25 gr.	110	1.35	\$ 148.50
Vca02.1		frasco 50 gr.	110	2.59	\$ 284.90
Vca03	Nescafé	sachet 25 gr.	110	0.89	\$ 97.90
Vca03.1		frasco 50 gr.	110	2.60	\$ 286.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vca03.2	Nescafé	frasco 85 gr.	110	3.90	\$ 429.00
Vhu01	Huevos	unidad	120	0.08	\$ 9.60
Vac01	Aceite Vegetal Palma de oro	900 ml.	110	1.50	\$ 165.00
Vac01.1		500 ml.	110	0.90	\$ 99.00
Vac02	Aceite Vegetal Criollo	1 litro	110	1.60	\$ 176.00
Vac02.1		500 ml.	110	1.00	\$ 110.00
Vac03	Aceite Aceite vegetal La Favorita	litro	110	1.99	\$ 218.90
Vac03.1		400 ml.	110	1.25	\$ 137.50
Vma01	Manteca Vegetal La Reina	455 gr.	110	0.99	\$ 108.90
Vma02	Manteca pesada	libra	110	0.60	\$ 66.00
Vha01	Harina Flor	libra	100	0.33	\$ 33.00
Vir01	Maicena Iris	400 gr.	125	1.70	\$ 212.50
Vfi01	Fideo Cayambe	400 gr.	120	0.83	\$ 99.60
Vfi02	Fideo Bolonia	400 gr.	120	0.85	\$ 102.00
Vfi03	Fideo Amancay	400 gr.	120	0.85	\$ 102.00
Vfi04	Fideo Catedral	400 gr.	120	0.80	\$ 96.00
Vpas01	Pasta Cayambe	400 gr.	120	0.79	\$ 94.80
Vpas02	Pasta Chino Oriental	400 gr.	120	1.69	\$ 202.80
Vpas02.1		200 gr.	120	0.95	\$ 114.00
Vpas03	Pasta Catedral	400 gr.	120	0.75	\$ 90.00
Vpas04	Pasta Amancay	400 gr.	120	0.95	\$ 114.00
Vpas04.1		200 gr.	120	0.49	\$ 58.80
Vat01	Atún Isabel	por tres unid.	120	2.20	\$ 264.00
Vat01.1		unidad	120	1.40	\$ 168.00
Vat02	Atún Van Camp's	por tres unid.	120	2.20	\$ 264.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vat02.1	Atún Van Camp's	unidad	120	1.60	\$ 192.00
Vat03	Atún Real	por tres unid.	120	2.15	\$ 258.00
Vat03.1		unidad	120	1.50	\$ 180.00
Vsa01	Sardina Real	unidad	120	1.50	\$ 180.00
Vge01	Gelatina Gel'hada	libra	120	2.37	\$ 284.40
Vge01.1		1/2 libra	120	1.90	\$ 228.00
Vge02	Gelatina Royal	libra	120	2.90	\$ 348.00
Vge02.1		1/2 libra	120	2.00	\$ 240.00
Vach01	Achiote La Favorita	200 ml.	120	0.89	\$ 106.80
Vach02	Achiote Condimensa	22 gr.	120	0.15	\$ 18.00
Vach02.1		200 ml.	120	0.80	\$ 96.00
Vca01	Canela de Rama El Sabor	5 gr.	120	0.08	\$ 9.60
Vca01.1		50 gr.	120	1.00	\$ 120.00
Vor01	Orégano	50 gr.	120	0.50	\$ 60.00
Van01	Anís estrellado	5 gr.	120	0.08	\$ 9.60
Vaj01	Ajo condimentos Moro	22 gr.	120	0.38	\$ 45.60
Vaj01.1		50 gr.	120	0.55	\$ 66.00
Vco01	Comino condimentos Moro	22 gr.	120	0.38	\$ 45.60
Vco01.1		50 gr.	120	0.55	\$ 66.00
Vsab01	Sabora condimentos Moro	22 gr.	120	0.38	\$ 45.60
Vsab01.1		50 gr.	120	0.55	\$ 66.00
Vsaz01	Sazón completo condimentos Moro	22 gr.	120	0.38	\$ 45.60
Vsaz01.1		50 gr.	120	0.55	\$ 66.00
Vajn01	Aji-no-moto condimentos Moro	20 gr.	120	0.20	\$ 24.00
Vajn01.1		50 gr.	120	0.50	\$ 60.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vqu01	Quinoa	libra	120	0.90	\$ 108.00
Vmo01	Mote	libra	120	0.80	\$ 96.00
Vma01	Maíz	libra	120	0.85	\$ 102.00
Vtr01	Trigo perlado	libra	120	0.38	\$ 45.60
Vle01	Lenteja	libra	120	0.62	\$ 74.40
Vfo01	Fósforos Chispas	paquete	120	0.60	\$ 72.00
Vfo02	Fósforos El Sol	paquete	120	0.50	\$ 60.00
Vju01	Jugos de sobre Tang	unidad	120	0.28	\$ 33.60
Vju02	Jugos de sobre Jugosyá	unidad	120	0.23	\$ 27.60
Pan01	Pan Blanco	unidad	120	0.08	\$ 9.60
Pan02	Pan de dulce	unidad	120	0.20	\$ 24.00
Lyo01	Yogurt Kiosko	200 gr.	120	0.45	\$ 54.00
Lyo01.1		litro	120	0.90	\$ 108.00
Lyo02	Yogurt Dulacs	litro	120	0.85	\$ 102.00
Llec01	Leche Vita	litro	120	0.80	\$ 96.00
Llec02	Leche Reyleche	litro	120	0.80	\$ 96.00
Lque01	Queso Fresquilac	unidad	120	1.80	\$ 216.00
Fman01	Manzana	unidad	120	0.15	\$ 18.00
Fmand01	Mandarina	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Fnar01	Naranja	unidad	120	0.08	\$ 9.60
Ffr01	Fresa	libra	120	0.45	\$ 54.00
Fpi01	Piña	unidad	120	0.35	\$ 42.00
Fpe01	Pepino	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Fba01	Banano	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Veal01	Alverja	libra	120	0.50	\$ 60.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Vefre01	Fréjol	libra	120	0.67	\$ 80.40
Vebro01	Brócoli	unidad	120	0.25	\$ 30.00
Vecol01	Coliflor	unidad	120	0.30	\$ 36.00
Vetor01	Tomate riñón	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Vetoe01	Tomate de árbol	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Vepim01	Pimiento	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Veza01	Zanahoria	unidad	120	0.05	\$ 6.00
Vecep01	Cebolla paiteña	unidad	120	0.06	\$ 7.20
Vecel02	Cebolla blanca larga	atado	120	0.75	\$ 90.00
Ca01	Carne de pollo	libra	120	0.90	\$ 108.00
Ca02	Carne de res	libra	120	2.00	\$ 240.00
Ca03	Carne de cerdo	libra	120	2.00	\$ 240.00
Emsal01	Salchichas Plumrose	paquete 4 unid.	120	0.45	\$ 54.00
Emsal01.1		paquete 7 unid.	120	1.10	\$ 132.00
Emsal02	Salchichas Mr. Pollo	paquete 4 unid.	120	0.50	\$ 60.00
Emsal02.1		paquete 7 unid.	120	1.50	\$ 180.00
Emsal03	Salchichas Sierra	paquete 1 kilo	120	2.45	\$ 294.00
Emsal03.1		paquete 1/2 kilo	120	1.50	\$ 180.00
Emsalc01	Salchichones Plumrose	paquete 4 unid.	120	0.79	\$ 94.80
Emmor01	Mortadela Plumrose	paquete 100 gr.	120	0.55	\$ 66.00
Cch01	Chicles Agogó	unidad	120	0.10	\$ 12.00
Cch02	Chicles Trident	unidad	120	0.08	\$ 9.60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Cch03	Chicles Chiclets	unidad	120	0.33	\$ 39.60
Cbon01	Bonbon Yoqueta	unidad	120	0.07	\$ 8.40
Cbon02	Bonbon Plop	unidad	120	0.10	\$ 12.00
Cbon03	Chupetes Bon Bon Bum	unidad	120	0.08	\$ 9.60
Ccho01	Chocolate Manicho	unidad	120	0.33	\$ 39.60
Ccho02	Chocolate Nestlé	unidad	120	0.20	\$ 24.00
Ccho03	Chocolate Bon o Bon	unidad	120	0.44	\$ 52.80
Ccho04	Chocolate Choco Break	unidad	150	0.04	\$ 6.00
Cpas01	Papas Rizadas	unidad	120	0.25	\$ 30.00
Cpas02	Papas Ruffles	unidad	120	0.33	\$ 39.60
Csn01	Doritos	unidad	120	0.38	\$ 45.60
Csn02	Panchitos	unidad	120	0.27	\$ 32.40
Csn03	Kchitos	unidad	120	0.27	\$ 32.40
Csn04	Bocaditos de maíz Frutitas	unidad	120	0.20	\$ 24.00
Csn05	Rosquitas	unidad	120	0.17	\$ 20.40
Csn06	Chifles Platanitos	unidad	120	0.33	\$ 39.60
Csn07	Ponky	unidad	112	0.20	\$ 22.40
Cga01	Galletas Ricas	unidad	120	0.37	\$ 44.40
Cga02	Galletas Salticas	unidad	120	0.25	\$ 30.00
Cga03	Galletas Amor	unidad	120	0.85	\$ 102.00
Cga04		unidad	120	1.10	\$ 132.00
Bga01	Gatorade	473 ml	108	0.85	\$ 91.80
Bpo02	Powerade	válvula	108	0.95	\$ 102.60
Bv03	V220	360 ml	108	0.95	\$ 102.60
Bvia04	Vive100%	240 ml	108	0.70	\$ 75.60

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bvi04.1	Vive100%	365 ml	108	0.95	\$ 102.60
Bva05	Del Valle	250 ml	108	0.30	\$ 32.40
Bva05.1		550 ml	108	0.45	\$ 48.60
Bci06	Cifrut	360 ml	108	0.30	\$ 32.40
Bci06.1		1700 ml	108	0.95	\$ 102.60
Bfu07	Fuze tea	250 ml	108	0.28	\$ 30.24
Bte08	Tesalia Ice	500 ml	108	0.45	\$ 48.60
Bte08.1		2 litros	108	1.00	\$ 108.00
Bpo09	Pony Malta	200 ml	108	0.30	\$ 32.40
Bpo09.1		330 ml	108	0.48	\$ 51.84
Bco10	Coca-cola	250 ml	108	0.20	\$ 21.60
Bco10.1		400 ml	108	0.48	\$ 51.84
Bco10.2		1350 ml	108	1.03	\$ 111.24
Bco10.3		3000 ml	108	2.01	\$ 217.08
Bsp11	Sprite verde	350 ml	108	0.39	\$ 42.12
Bsp11.1		400 ml	108	0.40	\$ 43.20
Bsp11.2		1350 ml	108	1.02	\$ 110.16
Bsp11.3		3000 ml	108	2.01	\$ 217.08
Bfi12	Fiora fresa	350 ml	108	0.32	\$ 34.56
Bfi12.1		400 ml	108	0.40	\$ 43.20
Bfi12.2		1350 ml	108	0.82	\$ 88.56
Bfi12.3		3000 ml	108	2.04	\$ 220.32
Bfa13	Fanta	400 ml	108	0.40	\$ 43.20
Bfa13.1		1350 ml	108	0.99	\$ 106.92
Bfa13.2		3000 ml	108	2.01	\$ 217.08

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Bgu14	Güitic	300 ml	108	0.30	\$ 32.40
Bgu14.1		500 ml	108	0.60	\$ 64.80
Bgu14.2		1 litro	108	0.90	\$ 97.20
Btes15	Tesalia	500 ml	108	0.38	\$ 41.04
Btes15.1		1 litro	108	0.90	\$ 97.20
Bda16	Dasani	500 ml	108	0.35	\$ 37.80
Bci17	Cielo	500 ml	108	0.25	\$ 27.00
Bci17.1		1 litro	108	0.55	\$ 59.40
Bpil18	Pilsener	unidad	108	1.08	\$ 116.64
Bno19	Norteño	unidad	100	3.00	\$ 300.00
Bzh20	Zhumir	unidad	100	6.50	\$ 650.00
Bpa21	Paisa	unidad	100	7.50	\$ 750.00
Bsan22	Ron San Miguel	unidad	100	8.49	\$ 849.00
Ajal01	Jabón de baño Lux	Paquete x 3 unid.	120	1.57	\$ 188.40
Ajap02	Jabón de baño Palmolive	Paquete x 3 unid.	120	2.88	\$ 345.60
Ajaj03	Jabón de baño Jolly	Paquete x 3 unid.	120	1.35	\$ 162.00
Ata01	Talco Fungirex	90 gr.	120	3.00	\$ 360.00
Apad01	Pasta dental Colgate	75 ml	120	0.75	\$ 90.00
Apad02	Pasta dental Fortident	75 ml	120	0.70	\$ 84.00
Aph01	Papel Higiénico Elite	Paquete x 4 unid.	125	0.90	\$ 112.50
Aph02	Papel Higiénico Scott	Paquete x 4 unid.	125	0.90	\$ 112.50
Aph02.1		Paquete x 12 unid.	125	8.32	\$ 1,040.00
Aph03	Papel Higiénico Familia	Paquete x 4 unid.	125	0.95	\$ 118.75
Aced01	Cepillo dental Trial	unidad	120	0.85	\$ 102.00
Aced02	Cepillo dental Colgate	unidad	120	0.90	\$ 108.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Ash01	Shampoo Family	1000 ml	120	2.91	\$ 349.20
Ash02	Shampoo Isabella	150 ml	120	1.25	\$ 150.00
Ash03	Shampoo Savital	150 ml	120	0.90	\$ 108.00
Ash03.1		500 ml	120	3.72	\$ 446.40
Ash04	Shampoo Sedal	350 ml	120	2.75	\$ 330.00
Atf01	Toallas femeninas Stayfree	Paquete x 10 unid.	120	0.90	\$ 108.00
Atf02	Toallas femeninas Nosotras	Paquete x 10 unid.	120	1.30	\$ 156.00
Atf03	Toallas femeninas Kotex	Paquete x 10 unid.	120	1.20	\$ 144.00
Aant01	Antitranspirante Dove	25 ml	120	2.25	\$ 270.00
Aant02	Antitranspirante Rexona	25 ml	120	2.38	\$ 285.60
Aant03	Antitranspirante Lady Speed Stick	50 ml	120	2.90	\$ 348.00
Apr01	Prestobarba Gillette	unidad	120	0.87	\$ 104.40
Apr02	Prestobarba Bic	unidad	120	0.80	\$ 96.00
Apañ01	Pañales Pompis	Pequeño	125	2.50	\$ 312.50
Apañ01.1		Mediano	125	3.20	\$ 400.00
Apañ02	Pañales babysec	Pequeño	125	2.20	\$ 275.00
Apañ02.1		Mediano	125	3.50	\$ 437.50
Hdet01	Detergente Deja	100 gr.	125	0.30	\$ 37.50
Hdet01.1		360 gr.	125	0.74	\$ 92.50
Hdet01.2		1 Kg.	125	2.41	\$ 301.25
Hdet02	Detergente Surf	200 gr.	125	0.34	\$ 42.50
Hdet02.1		1 Kg.	125	1.98	\$ 247.50
Hdet03	Detergente Lavatodo6	200 gr.	125	0.60	\$ 75.00
Hdet03.1		1 Kg.	125	2.75	\$ 343.75

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hdet04	Detergente Ciclón	200 gr.	125	0.40	\$ 50.00
Hdet04.1		1 Kg.	125	1.00	\$ 125.00
Hjab01	Jabón lles económico	unidad	125	0.30	\$ 37.50
Hjab02	Jabón lles azul	unidad	125	0.40	\$ 50.00
Hjab03	Jabón Top combi	unidad	125	0.44	\$ 55.00
Hjab04	Jabón Lavatodo6	unidad	125	0.57	\$ 71.25
Hlav01	Jabón lavavajilla Lava	250 gr.	125	0.85	\$ 106.25
Hlav01.1		500 gr.	125	1.50	\$ 187.50
Hlav02	Jabón lavavajilla Axión	250 gr.	125	0.97	\$ 121.25
Hlav02.1		500 gr.	125	1.29	\$ 161.25
Hdes01	Desinfectante Fabuloso	50 ml	120	0.20	\$ 24.00
Hdes01.1		270 ml	120	0.48	\$ 57.60
Hdes01.2		500 ml	120	1.89	\$ 226.80
Hdes01.3		1 litro	120	2.10	\$ 252.00
Hdes02	Desinfectante Tips	50 ml	100	0.25	\$ 25.00
Hdes02.1		270 ml	100	0.35	\$ 35.00
Hdes02.2		500 ml	100	0.99	\$ 99.00
Hdes02.3		1 litro	100	1.85	\$ 185.00
Hdes03	Desinfectante Olimpia	500 ml	100	0.78	\$ 78.00
Hdes03.1		1 litro	100	1.46	\$ 146.00
Hsua01	Suavizante Aromatel	425 ml	100	0.94	\$ 94.00
Hsua01.1		900 ml	100	2.27	\$ 227.00
Hsua02	Suavizante Suavitel	425 ml	100	1.15	\$ 115.00
Hsua02.1		900 ml	100	2.80	\$ 280.00
Hcl01	Cloro Full cloro	18 gr.	100	0.10	\$ 10.00

CÓDIGO	PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO TOTAL
Hcl01.1	Cloro Full cloro	270 ml	100	0.50	\$ 50.00
Hcl01.2		1 litro	100	1.85	\$ 185.00
Hcl02	Cloro	18 gr.	150	0.15	\$ 22.50
Hcl02.1		270 ml	120	0.55	\$ 66.00
Hcl02.2		1 litro	120	1.50	\$ 180.00
Hesp01	Esponja lavavajillas bronce	unidad	120	0.29	\$ 34.80
Hesp02	Esponja lavavajilla Master Brill	unidad	120	0.35	\$ 42.00
Mfin01	Finalín Gripe Adulto	unidad	120	0.36	\$ 43.20
Mfin02	Finalín Fem	unidad	120	0.20	\$ 24.00
Map03	Apronax	unidad	120	0.35	\$ 42.00
TOTAL					\$ 29,623.17

ELABORADO POR: La Autora

L. Proformas

 **WORLD COMPUTERS**
Su inversión inteligente

DETALLE FECHA

16-08-2017

- Computadora Todo en uno
Disco 1000 GB
Memoria 4 GB
Pantalla 19.5"
teclas de memoria
Wifi / cámara web
Windows 10 original
Teclado + Mouse

540,000 - Contado

P. V. EFECTIVO \$

P.V.P. \$

EDOR (A) Isabel Pole



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

PEDRO MONCAYO 353 Y ROCAFUERTE
Teléf: 062640333 Email: wcfactura@gmail.com

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

Dirección: SD

Ciudad: IBARRA

Teléfono:

R.U.C. 0701084121001
Contribuyente Especial Nro. 466

Proforma No. 3010002226

Fecha: 01 de Diciembre / 2017

Validez: 1 Día

Vendedor: AJC ALVARADO CARDENAS JUAN

Observación:

Isabel Pule 0997523012

Código	Descripción	UM	Cantidad	Bonif.	Precio U.	%	Dcto.	Total
220250	Impresora Epson TM-U220D-806 USB	UN	1.00	0	232.8794	0.00	0.00	232.8700 *
140110	Scanner de códigos de barras Honeywell Voyager MK-5145 USB	UN	1.00	0	72.7297	0.00	0.00	72.7200 *
360146	Rollo de Papel 75x75x12 con 1 Copia	UN	1.00	0	2.1678	0.00	0.00	2.1600 *
310215	Cinta Epson ERC-38B Punto de Venta	UN	1.00	0	2.2080	0.00	0.00	2.2000 *

Isabel Pule

Subtotal 309.98
Descuentos: 0.00
Base 0% 0.00
Base 12% 309.98
IVA: 37.20
Recargos: 0.00
Total General: 347.18

Son: TRES CIENTOS CUARENTA Y SIETE , 18/100

RUC 1719122622001

TECNI GASIRO

TECNICOS EN FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS GASTRONÓMICOS

BOGOTÁ, D.C. - CALLE 100 N. 100 - 100 (SECTOR COLEGIO SIMÓN BOLÍVAR) TEL: 3201280. FAX: 32000000

PROFORMA
0000535

CLIENTE: Las Casas C.R. 144936

DIRECCIÓN: Las Casas

RUC/C.I.: _____ TEL: 3201280

Ciudad: Chota

DÍA	MES	AÑO
01	12	17

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	VALOR:
9	Bonachas Centrales	230 ⁰⁰	2070 ⁰⁰
7	15 AMERICA Ee. 200 x 95 x 56 x 5	75 ⁰⁰	525 ⁰⁰
1	MOSTRADOR 1,50		148 ⁰⁰
1	Caja MOSTRADOR		195 ⁰⁰
1	MOSTRADOR CON FOMICA 1,50		178 ⁰⁰
1	PANQUEO 3 CENASTAS (4 CANAL)		295 ⁰⁰
1	DESMAYOR 2 P. MIXTO (CONGELADOR)		1890 ⁰⁰
1	TRIANGULO 4 BANOFAS CON CONGELADOR		1190 ⁰⁰
1	BALANZA ELECTRONICA		140 ⁰⁰
ABONO:	VENT. 1 POCO CANCELADO	SUB-TOTAL:	11900 ⁰⁰
SON:		I.V.A 0%	
		I.V.A %	
		VALOR TOTAL:	

CLIENTE: Las Casas BOGOTÁ D.C.

FECHA AUTORIZADA: BOGOTÁ D.C.

ORIGINAL - COPIA PRENTE - COPIA COLESTE - EMISOR - COPIA ABOGADO - CON DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO (ARCHIVO)



Sistema de Apoyo Fiscal y Facturación SAF PLUS

SAF PLUS "Sistema de Apoyo Fiscal y Facturación", es un Sistema Multiusuario desarrollado con tecnología NET, su funcionamiento es exclusivo de la Plataforma Windows en todas sus versiones desde Windows XP hasta Windows 10. Trabaja en conjunto con la base de datos SQL Server desde la Versión 2005 hasta la 2016 en cualquiera de sus presentaciones desde la Express hasta la Enterprise. Posee un entorno fácil e intuitivo de uso, se maneja bajo parámetros generales haciéndose una herramienta sólida que le permite entre otras cosas Control de Mercaderías, Facturación, Cuentas por Cobrar, Cuentas por Pagar, Presentación de Estados Financieros, Anexos Transaccionales, entre otros

Requisitos para Usuarios. –

- Computador con Windows XP en adelante
- Net Framework 4.0
- Office 2012 o superior
- Memoria RAM 2gb
- Espacio en disco duro 56 MB
- Monitor color resolución 1200 x 720 o superior

Módulos. –

- Parametrización General de la Empresa
 - Tipo de Empresa
 - Logotipo de la Empresa
 - Vender con o sin Stock
 - Líneas a Imprimir en la Factura
 - 6 Modelos diferentes para la Factura
 - Cuántas Veces Imprimir la Factura
 - Registro del Software
- Organización Estructural
 - Creación de la Empresa
 - Creación de Usuarios
 - Acceso a los Usuarios
 - Claves de Administrador
 - Claves de Súper usuario
 - Centros de Costos
- Organización Física
 - Creación de Sucursales
 - Creación de Departamentos
 - Creación de Cajas y Puntos de Venta
 - Precios Asignados al Vendedor
- Clientes
 - Creación de Clientes con o sin Plantilla de Excel
 - Grupos de Control para el Cliente
 - Asignaciones
- Proveedores
 - Creación de Proveedores con o sin Plantilla de Excel
 - Parametrizaciones de Proveedores IVA
 - Filtros facturas emitidas por cliente
 - Tipos de clientes
- Productos / Servicios / Gastos
 - Creación de Productos
 - Creación de Servicios
 - Creación de Gastos
 - Manejo de 6 Precios por ítem



- o Generación de Códigos de Barras Automático
- o Importación a través de plantilla de Excel
- o Ingreso de ítems forma General
- o Ingreso de ítems forma individual
- o Listados de productos
- o Cambios de precio e IVA rápidos
- Factura de Compra
 - o Factura Compra Bienes y Servicios
 - o Factura Gastos
 - o Cuentas por Cobrar
 - o Notas de Crédito en Compras
 - o Controles Varios a la Compras (Reportes)
- Factura de Venta
 - o Factura Venta por Grupos (Solo Contadores)
 - o Factura Inventario y Servicios
 - o Cuentas por Cobrar
 - o Notas de Crédito en Ventas
 - o Controles Varios a las Ventas (Reportes)
 - o Ajuste reportes y Factura
- Proformas
 - o Control de Proformas
- Transferencias
 - o Control de Transferencias
- Autoconsumos
 - o Control de Autoconsumos
- Ajustes
 - o Control de Ajustes
- Kardex
 - o Kardex Electrónico
 - o Movimientos del Kardex
- Gastos Personales
 - o Proveedores
 - o Facturas
 - o Reportes GP
 - o Control de Gastos Personales
- Facturación Electrónica (Aplica Restricciones)
 - o Control de Factura Electrónica
 - o Control de Retención Electrónica
 - o Reportes Varios
- Contabilidad
 - o Parametrización
 - o Formas de Pago y Cobro (Tesorería)
 - o Parámetros Compras
 - o Parámetros de Ventas
 - o Parámetros Generales
- Movimientos Contables
 - o Plan de Cuentas
 - o Parámetros Contables
 - o Diarios
 - o Mayores
 - o Asientos Manuales
 - o Balances
 - o Baja de Documentos
 - o Reportes Tributarios
- Anexos
 - o ATS
 - o RDEP



- o GP
- o DECIMO 13 CSV
- o DECIMO 14 CSV
- o FORMULARIOS
- Utilidades
 - o Generación de Etiquetas
 - o Cambios de Claves
 - o Reportes Generales
 - o Ajustes de Documentos
 - o Ayudas
 - o Actualizaciones al Software via Web

El software no tiene restricciones en uso de clientes, no caduca, y se mantiene actualizado ya que posee un icono de acceso rápido para realizar futuras actualizaciones, dependiendo los cambios que se den especialmente en la parte Tributaria y Laboral.

Costo del Sistema. -

Costo: USD\$ 800,00 + IVA OCHOCIENTOS DÓLARES MÁS IVA

Forma de Pago. -

Pago de Contado al Instalar el Sistema en el
Servidor (Contrato de por Medio)
1 Empresa como máximo
Manejo de más Empresas a Convenir en
precio

Capacitación

Charla de una hora con las personas que vayan a usar el sistema durante 4 días hábiles, vía telefónica y acceso remoto al computador.

Actualizaciones. -

Costo Anual 200 DÓLARES AMERICANOS + IMPUESTOS DE LEY cubre actualizaciones especialmente en la parte Contable, Tributaria y Laboral. Este valor puede ser modificado previo aviso, dependiendo la inflación y el costo de vida al paso de los años.

Soporte Técnico. -

De lunes a viernes de 8:00 am a 14:00 pm. Vía telefónica, acceso remoto, celular, solo en días laborables. No aplica festivos.

A la espera de una respuesta, me despido reiterando mi sentimiento de respeto y consideración.

Atentamente,



William Puga
GERENTE
GRUPO MASTISOFIT
Teléfonos: 062 918 232 - 0989173315

Medio Ayora s/n Junto al Colegio San Pablo Viejo, sector Páucar San Pablo del Lago.
Teléfonos: 062 918 232 - 0989173315
Imbabura Ecuador
Email: mastisoft@hotmail.com