



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

---



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**EL MEJORAMIENTO EN LA CALIDAD NUTRICIONAL MEDIANTE UN  
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OBLEAS  
UBICADO EN EL SECTOR EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE  
QUITO**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de Banca y Finanzas**

**Autora: Solis Vega Nancy Pamela**

**Tutor: Ing. Galo Cisneros**

**Quito, Octubre 2013**



---

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Nancy Pamela Solis Vega

C.I. 172350572-1

---

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante *Solis Vega Nancy Pamela*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración de Empresas Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de Empresas Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "*EL MEJORAMIENTO EN LA CALIDAD NUTRICIONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OBLEAS UBICADO EN EL SECTOR EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.*", el cual incluye la creación y desarrollo de la producción y comercialización de Obleas, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la microempresa como productora y comercializadora de Obleas, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la producción y comercialización de Obleas descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio

especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La microempresa de producción y comercialización de obleas por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de las obleas; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI la producción de obleas a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la producción y comercialización de obleas que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c)

Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 23 días del mes de Octubre del dos mil trece.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° *1723505721*

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**



---

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme llenado de bendiciones, por darme inteligencia y sabiduría para poder realizar mis estudios con responsabilidad, por haberme dado lo primordial la salud y la fortaleza para salir siempre adelante alcanzando todas mis metas.

A mis padres por todos sus esfuerzos, su apoyo incondicional y la confianza que han depositado en mí, sin dudar ni un solo segundo de mi capacidad y siempre esperar lo mejor de mí. Agradezco a mi hermana que siempre me incentivo para seguir adelante en los momentos difíciles.

A mi asesor de tesis, el Ing. Galo Cisneros por sus conocimientos invaluable que me brindo para llevar a cabo esta investigación, y sobre todo su gran paciencia para esperar a que este trabajo pudiera llegar a su fin.

Agradezco a todo el personal docente del Instituto Tecnológico Superior Cordillera por darme los mejores medios para aprender y quienes compartieron conmigo lo mejor de sus conocimientos y me enseñaron que en la vida todo se consigue con trabajo duro.



## **DEDICATORIA**

A mi Dios por darme las fuerzas necesarias para culminar mi meta propuesta en esta etapa de mi vida.

A mis padres por su apoyo incondicional que me brindaron día a día para seguir adelante.

A mis hermanos y sobrinos que me dieron ánimos para culminar mis estudios.



---

## INDICE GENERAL

### CAPITULO I

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.01 Justificación .....	2
1.02 Antecedentes .....	3

### CAPITULO II

<b>2. ANÁLISIS SITUACIONAL</b> .....	<b>4</b>
<b>2.01 MACROENTORNO</b> .....	<b>4</b>
<b>2.01.01 Aspecto Económico</b> .....	<b>4</b>
2.01.01.01 PIB .....	4
2.01.01.02 PIB Por Actividad Económica .....	7
2.01.01.03 Inflación .....	7
2.01.01.04 Inflación Por Sector .....	9
2.01.01.05 Tasas De Interés .....	10
2.01.01.06 Riesgo País.....	11
2.01.01.07 Población Económicamente Activa .....	13
2.01.01.08 Balanza Comercial .....	14
<b>2.01.02 Aspecto Social</b> .....	<b>16</b>
2.01.02.01 Desempleo .....	16
2.01.02.02 Educación .....	18
2.01.02.03 Cultura .....	19
2.01.03 Aspecto Político y Legal .....	20
2.01.04 Aspecto Tecnológico .....	22
<b>2.02 ENTORNO LOCAL</b> .....	<b>22</b>
<b>2.02.01 Cliente</b> .....	<b>23</b>
2.02.01.01 Cliente Interno .....	23
2.02.01.02 Cliente Externo .....	24
<b>2.02.02 Proveedor</b> .....	<b>25</b>
<b>2.02.03 Competencia</b> .....	<b>26</b>
<b>2.02.04 Foda</b> .....	<b>27</b>



<b>2.03 ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>28</b>
<b>2.03.01 Propuesta Estrategica</b>	<b>28</b>
2.03.01.01 <i>Mision</i>	28
2.03.01.02 <i>Visión</i>	28
2.03.01.03 <i>Objetivos</i>	29
2.03.01.03.01 <i>Objetivos General</i>	29
2.03.01.03.02 <i>Objetivos Especificos</i>	29
2.03.01.04 <i>Principios Y Valores</i>	29
<b>2.03.02 Gestion Administrativa</b>	<b>30</b>
2.03.02.01 <i>Organigrama</i>	30
2.03.02.02 <i>Funciones Departamentales</i>	30
2.03.02.02.01 <i>Gerente</i>	30
2.03.02.02.02 <i>Producción</i>	31
2.03.02.02.03 <i>Administrativo</i>	31
2.03.02.02.04 <i>Ventas</i>	32
<b>2.03.03 Gestión Operativo</b>	<b>32</b>
<b>2.03.04 Gestión Comercial</b>	<b>32</b>
2.03.04.02 <i>Producto</i>	32
2.03.04.03 <i>Marca</i>	33
2.03.04.04 <i>Logo</i>	33
<b>2.03.05 Estrategias De Precio</b>	<b>34</b>
<b>2.03.06 Plaza</b>	<b>34</b>
2.03.07 <b>Promoción</b>	<b>34</b>

### CAPITULO III

<b>3. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>35</b>
<b>3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR</b>	<b>35</b>
<b>3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra</b>	<b>36</b>
3.01.01.02 <i>Muestreo Probabilístico</i>	36
<b>3.01.02 Técnicas De Obtención De Información</b>	<b>37</b>
3.01.02.01 <i>Encuesta</i>	37
3.01.02.02 <i>Formato De La Encuesta</i>	38



---

<b>3.01.03 Análisis De La Información</b> .....	<b>40</b>
3.01.03.01 <i>Tabulación Grafica</i> .....	<b>40</b>
<b>3.01.04 Muestreo No Probabilístico</b> .....	<b>51</b>
3.01.04.01. Formato de la Encuesta .....	<b>51</b>
<b>3.02 OFERTA</b> .....	<b>58</b>
<b>3.03 DEMANDA</b> .....	<b>58</b>
<b>3.03.01 Demanda Histórica</b> .....	<b>59</b>
<b>3.03.02 Demanda Actual</b> .....	<b>60</b>
<b>3.03.03. Demanda Proyectada</b> .....	<b>60</b>
 <b>CAPITULO IV</b>	
<b>4. ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	<b>61</b>
<b>4.01. TAMAÑO DEL PROYECTO</b> .....	<b>61</b>
4.01.01 Capacidad Instalada .....	<b>62</b>
4.01.02. Objetivos Del Tamaño.....	<b>63</b>
4.01.03. Variables De Viabilidad.....	<b>64</b>
4.01.04 Capacidad Óptima.....	<b>65</b>
<b>4.02. LOCALIZACIÓN</b> .....	<b>66</b>
4.02.01 Macro – Localización.....	<b>66</b>
4.02.02. Micro – Localización.....	<b>67</b>
4.02.03. Localización Óptima.....	<b>68</b>
<b>4.03. INGENIERÍA DEL PROYECTO</b> .....	<b>70</b>
4.03.01. Definición del Bien.....	<b>71</b>
4.03.02. Distribución de Planta.....	<b>72</b>
4.03.03. Proceso Productivo.....	<b>74</b>
4.03.03.01 <i>Flujograma de Producción y Marketing</i> .....	<b>74</b>
4.03.03.02. <i>Flujograma de Ventas y Contabilidad</i> .....	<b>75</b>
4.03.04 <b>Maquinaria</b> .....	<b>76</b>
4.03.05 <b>Equipos</b> .....	<b>76</b>



---

## CAPITULO V

<b>5. ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>81</b>
<b>5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....</b>	<b>81</b>
<b>5.02 COSTOS.....</b>	<b>81</b>
<b>5.02.01 Costo Directo.....</b>	<b>82</b>
<b>5.02.02 Costos Indirectos.....</b>	<b>84</b>
<b>5.02.03 Gastos Administrativos.....</b>	<b>86</b>
<b>5.02.04 Gasto De Ventas.....</b>	<b>87</b>
<b>5.02.05 Costos Financieros.....</b>	<b>87</b>
<b>5.02.06 Costos Fijos Y Variables.....</b>	<b>88</b>
<b>5.03 INVERSIONES.....</b>	<b>88</b>
<b>5.03.01 Inversión Fija.....</b>	<b>88</b>
<b>5.03.02 Capital De Trabajo.....</b>	<b>90</b>
<b>5.03.03 Amortización De Financiamiento.....</b>	<b>92</b>
<b>5.03.04 Depreciaciones.....</b>	<b>94</b>
<b>5.03.05 Estado De Situación Inicial.....</b>	<b>96</b>
<b>5.03.06 Estado De Resultados Proyectado.....</b>	<b>97</b>
<b>5.03.07 Flujo De Caja.....</b>	<b>98</b>
<b>5.04. EVALUACIÓN.....</b>	<b>99</b>
<b>5.04.01. Tasa De Descuento.....</b>	<b>99</b>
<b>5.04.02. Van.....</b>	<b>100</b>
<b>5.04.03. Tir.....</b>	<b>101</b>
<b>5.04.04. Pri (Período De Recuperación De La Inversión).....</b>	<b>102</b>
<b>5.04.05. Relación Costo Beneficio.....</b>	<b>104</b>
<b>5.04.06. Punto De Equilibrio.....</b>	<b>105</b>

## CAPITULO VI

<b>6. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....</b>	<b>108</b>
<b>6.02. IMPACTO AMBIENTAL.....</b>	<b>108</b>
<b>6.03. IMPACTO ECONÓMICO.....</b>	<b>109</b>
<b>6.04. IMPACTO PRODUCTIVO.....</b>	<b>109</b>
<b>6.05. IMPACTO SOCIAL.....</b>	<b>110</b>



---

**CAPITULO VII**

<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>112</b>
<b>7.01. CONCLUSIONES.....</b>	<b>112</b>
<b>7.02. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>113</b>

## ANEXOS

<b>ANEXO N° 1</b>	<b>Permiso Sanitario .....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXO N° 2</b>	<b>Permiso Municipal.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO N° 3</b>	<b>Permiso de Cuerpo de Bomberos .....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXO N° 4</b>	<b>Encuestas Realizadas (Muestreo Probabilístico)...</b>	<b>117</b>
<b>ANEXO N° 5</b>	<b>RUC de la Competencia.....</b>	<b>121</b>
<b>ANEXO 6</b>	<b>Requisitos Para Obtener Crédito En La Cooperativa "29 De Octubre".....</b>	<b>121</b>
<b>ANEXO 7</b>	<b>Maquinaria.....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXO 8</b>	<b>Vehículo.....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXO 9</b>	<b>Escritorio.....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 10</b>	<b>Sillas .....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 11</b>	<b>Comedor .....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO 12</b>	<b>Mesa de Producción .....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO 13</b>	<b>Juego de Meses y Silla .....</b>	<b>125</b>
<b>ANEXO 14</b>	<b>Archivador .....</b>	<b>125</b>
<b>ANEXO 15</b>	<b>Anaqueles .....</b>	<b>126</b>
<b>ANEXO 16</b>	<b>Exhibidor .....</b>	<b>126</b>
<b>ANEXO 17</b>	<b>Computadora .....</b>	<b>127</b>
<b>ANEXO 18</b>	<b>Impresora y Copiadora .....</b>	<b>127</b>
<b>ANEXO 17</b>	<b>Teléfono.....</b>	<b>128</b>
<b>ANEXO 20</b>	<b>Impuesto a la Renta 2013 .....</b>	<b>128</b>
<b>ANEXO 21</b>	<b>Tasa de Interés .....</b>	<b>129</b>



## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1</b>	<b>Pib .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabla N° 2</b>	<b>Pib Por Sector .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabla N° 3</b>	<b>Inflación Anual .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla N° 4</b>	<b>Pea .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla N° 5</b>	<b>Desempleo .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla N° 6</b>	<b>Perfil Para El Personal .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla N° 7</b>	<b>Supermercados "La Favorita" .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla N° 8</b>	<b>"Delicatessen En Quito." .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla N° 9</b>	<b>Proveedores En Quito .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla N° 10</b>	<b>Foda .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla N° 11</b>	<b>Muestreo Probabilistico .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla N° 12</b>	<b>Demanda Historica .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla N° 13</b>	<b>Demanda Proyectada.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla N° 14</b>	<b>Capacidad Instalada.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla N° 15</b>	<b>Producción Óptima.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla N° 16</b>	<b>Personal Requerido.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla N° 17</b>	<b>Capacidad Optima 80%.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla N° 18</b>	<b>Localización Óptima.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla N° 19</b>	<b>Maquinaria.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla N° 20</b>	<b>Vehiculo.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla N° 21</b>	<b>Muebles Y Enseres.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla N° 22</b>	<b>Equipo De Computación.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla N° 23</b>	<b>Equipo De Oficina.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla N° 24</b>	<b>Materia Prima Directa.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla N° 25</b>	<b>Mano De Obra Directa.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla N° 26</b>	<b>Costos Indirectos.....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla N° 27</b>	<b>Gastos Administrativos.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla N° 28</b>	<b>Gastos De Ventas.....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla N° 29</b>	<b>Gastos Financieros.....</b>	<b>88</b>



---

<b>Tabla N° 30</b>	<b>Inversión Fija.....</b>	<b>90</b>
<b>Tabla N° 31</b>	<b>Capital De Trabajo.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla N° 32</b>	<b>Total Inversión.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla N° 33</b>	<b>Estructura De Capital.....</b>	<b>92</b>
<b>Tabla N° 34</b>	<b>Tabla De Amortizacion.....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla N° 35</b>	<b>Depreciación.....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla N° 36</b>	<b>Estado De Resultados Para 5 Años.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla N° 37</b>	<b>Flujos Netos De Efectivo.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla N° 38</b>	<b>Tasa De Descuento.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla N° 39</b>	<b>Tasa Interna De Retorno.....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla N° 41</b>	<b>Período De Recuperación De La Inversión.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla N° 42</b>	<b>Punto De Equilibrio En Unidades.....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla N° 43</b>	<b>Punto De Equilibrio En Valor Monetario.....</b>	<b>107</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura N° 1</b>	<b>Pib .....</b>	<b>6</b>
<b>Figura N° 2</b>	<b>Inflación Anual .....</b>	<b>8</b>
<b>Figura N° 3</b>	<b>Inflación Por Sector .....</b>	<b>9</b>
<b>Figura N° 4</b>	<b>Tasa De Interés .....</b>	<b>11</b>
<b>Figura N° 5</b>	<b>Riesgo País .....</b>	<b>12</b>
<b>Figura N° 6</b>	<b>Balanza Comercial Ecuador .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura N° 7</b>	<b>Desempleo .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura N° 8</b>	<b>Educación .....</b>	<b>19</b>
<b>Figura N° 9</b>	<b>Máquina De Obleas .....</b>	<b>22</b>
<b>Figura N° 10</b>	<b>Logo De Obleas .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura N° 11</b>	<b>Tabulación Pregunta # 1 .....</b>	<b>40</b>
<b>Figura N° 12</b>	<b>Tabulación Pregunta # 2 .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura N° 13</b>	<b>Tabulación Pregunta # 3 .....</b>	<b>42</b>
<b>Figura N° 14</b>	<b>Tabulación Pregunta # 4 .....</b>	<b>43</b>
<b>Figura N° 15</b>	<b>Tabulación Pregunta # 5 .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura N° 16</b>	<b>Tabulación Pregunta # 6 .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura N° 17</b>	<b>Tabulación Pregunta # 7 .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura N° 18</b>	<b>Tabulación Pregunta # 8 .....</b>	<b>47</b>
<b>Figura N° 19</b>	<b>Tabulación Pregunta # 9 .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura N° 20</b>	<b>Tabulación Pregunta # 10 .....</b>	<b>49</b>
<b>Figura N° 21</b>	<b>Tabulación Pregunta # 11.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura N° 22</b>	<b>Tabulación Pregunta # 1.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura N° 23</b>	<b>Tabulación Pregunta # 2.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura N° 24</b>	<b>Tabulación Pregunta # 3.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura N° 25</b>	<b>Tabulación Pregunta # 4.....</b>	<b>56</b>
<b>Figura N° 26</b>	<b>Tabulación Pregunta # 5.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura N° 27</b>	<b>Máquina Y Producto.....</b>	<b>64</b>
<b>Figura N° 28</b>	<b>Producto Terminado.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura N° 29</b>	<b>Macrolocalización.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura N° 30</b>	<b>Microlocalización.....</b>	<b>68</b>



---

<b>Figura N° 31 Localización Óptima.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura N° 32 Distribución Del Local.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura N° 33 Obleas.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura N° 34 Máquinas De Producción.....</b>	<b>72</b>
<b>Figura N° 35 Elaboración De Obleas.....</b>	<b>84</b>
<b>Figura N° 36 Paquetes De Obleas.....</b>	<b>85</b>

---

## RESUMEN EJECUTIVO

La producción y comercialización de obleas, es con el propósito del mejoramiento en la calidad nutricional mediante un estudio de factibilidad con la implementación de una microempresa en el sector del Condado al norte de la ciudad de Quito Distrito Metropolitano, se registrara la microempresa como persona natural no obligada a llevar contabilidad debido a que no supera las bases establecidas por el SRI.

El estudio técnico realizado en el proyecto podemos decir que existe una aceptación de parte del cliente final, con las encuestas realizadas nos permitieron saber que a los clientes les gustaría adquirir el producto con un valor agregado como los diseños, los colores y sabores de las obleas, esto sería una estrategia para mantener el mercado en nuestra empresa con los servicios que se ofrecerá, de esta manera se evitara que consuman lo de la competencia.

El tamaño de la capacidad de la producción del proyecto se determino mediante las encuestas realizadas en la cual nos arroja el dato del consumo del cliente de una manera semanal, la producción será en base a 4 maquinas de obleas, de esta manera cubrirá un porcentaje de la demanda.

Para la realización del proyecto se necesita una inversión fija de \$19025.18 y un capital de trabajo de \$7790.48, la inversión total es de \$26815.66, de las cuales el capital propio que se aportara es del 35% y financiado mediante la Cooperativa 29 de "Octubre" es el 65%.

Con el estudio financiero podemos decir que es rentable la producción y comercialización de obleas, debido a que obtendremos un retorno de recuperación del 13% en 5 años.

---

## ABSTRACT

Production and commercialization of seals for documents, the intervening nutritional is with the purpose of the improvement in quality a feasibility study with the implementation of a microenterprise at the sector of the County north of the city of Metropolitan Quito Distrito, get registered the microenterprise like natural person forced to carrying bookkeeping because you do not surpass the bases established by the SRI.

We can say the technical study accomplished in the project that an approval on the side of the end customer with the realized opinion polls, exists they allowed knowing that the customers would like to acquire the product with an added value like the designs, the colors and tastes of the seals for documents, this would be a strategy to maintain the market at our company with the services that will be offered, this way avoid him that they consume give it the competition.

The size of the capability of the production of the project himself I determine by means of the opinion polls accomplished in the one that you throw us the piece of information of the consumption of the customer of a weekly way in, production will be on the basis of 4 machines of seals for documents, this way you will cover up a percentage of the request.

A flat investment is in need of \$19025.18 itself for the realization of the project and a working capital of \$7790.48, the total investment comes from \$26815.66, of the ones that the equity capital that be contributed is of of the 35 % and financed intervening the Cooperative the 65 % is 29 of Octubre.

We can say that with the financial study the producciónb is profitable and commercialization of seals for documents, because we will obtain a return of recuperation of the 13 % in 5 years.

---

## CAPITULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

La producción y comercialización de obleas es un producto saludable y de calidad con diseños originales y de alta calidad es una galleta consistente, blanda y crocante. Elaborada de harina de trigo, aceite natural, un toque de azúcar muy neutra y esencia de vainilla recomendada para todas las personas diabéticas, posee un alto rendimiento de tiempo pues su conservación es de 30 a 45 días, permitiendo mayor alcance para su comercialización la empresa se ubicara en el sector del Condado al norte de la ciudad de Quito, el proyecto constituye una actividad del sector alimenticio que en el mercado local no existe una información adecuada acerca del producto hacia el consumidor por lo tanto se realizará un estudio de mercado con el propósito de cuantificar cual sería la producción de las obleas para su distribución además identificar a la competencia, de conocer los precios del producto, y determinar su viabilidad, desde el punto de vista operativo, para introducir el producto en ese mercado y exista aceptación del mismo.

Se define la ubicación de la microempresa considerando la facilidad para el abastecimiento de insumos y la cercanía al mercado. Se detallan sobre la organización de la microempresa, identificando aspectos como el mercado a quien está dirigido, localización, y aspectos financieros. A través del estudio económico, se cuantifican los recursos económicos necesarios para ejecutar el proyecto, los costos de producción, financieros, se define la inversión y capital de trabajo a utilizar.

Se dará a conocer los beneficios del producto con los ingredientes con el cual está elaborado para una mejor aceptación y así poder abrir los nichos de mercado y llegar a posesionar el producto.

El proyecto es definir y priorizar las actividades a realizar, proyectarse las inversiones necesarias con el fin de desarrollar la ejecución y seguimientos adecuados al proceso de creación de la empresa y definir el mercado.

### **1.01 JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad no existe una distribución e información debidamente en el mercado ya que hay poco conocimiento en los consumidores finales por esa razón se ha propuesto llegar a cada una de las personas distribuyendo el producto en los lugares de consumo masivo es decir contratando personal de impulso para que den a conocer, de tal manera que la gente le guste la calidad y lo más importante que sepan que es un producto nutritivo para los niños.

Adicional se implementará las obleas a través de canales de distribución y se realizará promociones hacia el consumidor final, a fin de dar a conocer los beneficios que tiene al consumir el producto ya que es ideal para una reunión familiar, para acompañar en la lonchera de los niños etc. y se puede utilizar las obleas acompañadas con majares de diferentes sabores también se puede acompañar con helado haciendo una mezcla perfecta de sabores, se contribuirá en el mejoramiento de la economía en las familias ya que el producto está al alcance de cualquier clase social por su módico precio ofreciendo al consumidor final una oblea de calidad también se creara fuentes de empleo que ayudara al desarrollo social de nuestro querido Ecuador.

El presente proyecto tiene como objetivo principal dar a conocer a los niños, jóvenes y adultos, como un producto saludable y nutricional de calidad para toda la sociedad, ya que contiene ingredientes que no afecta a la salud. Además se contribuirá en el sector industrial con aspectos sociales, económico, ambiental y política a nivel local nacional.

De esta manera se realizará el mejoramiento en la calidad nutricional mediante un estudio de factibilidad con la implementación de una microempresa productora y comercializadora de obleas ubicado en el sector el Condado al norte de la ciudad de Quito.

## **1.02 ANTECEDENTES**

Nuestra competencia directa que tenemos es la Empresa "SANTA DE" ubicada en Carapungo, en 1996 nace esta microempresa de forma artesanal. Los productos SANTA FE ofrecen al mercado obleas una variedad de ítems como manjar de leche (arequipe), dulce de frutas (mermelada), quesadillas, postre de miel de abeja, turrone, mistelas, biscochos, cocadas, colaciones, alfajores, bocadillos de Loja, entre otros." (ECUATORIANO, 2013)

La oblea es una materia prima que se utiliza en el sector alimenticio, además es un producto artesanal nuevo e innovador que contiene agua, harina de trigo, azúcar, aceite y esencia de vainilla en pequeñas porciones, además son delgadas y frágiles, con mucha variedad de figuras y colores.

La personalización de las obleas, es otro factor importante del producto, en el cual interviene la iniciativa e imaginación con imágenes, decorativas ideales para reuniones sociales, eventos familiares y para la lonchera de los niños, solas o acompañadas con manjar de leche, miel de abeja, mermelada y helado.

---

## CAPITULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.01 MACROENTORNO

“Consiste en las grandes fuerzas sociales que influyen en todo el microentorno: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.” (Blog, 2009)

##### 2.01.01 ASPECTO ECONÓMICO

“El Entorno económico abarca todo aquello que nos rodea y nos afecta o que puede llegar a hacerlo de algún modo. Su apreciación no es sencilla, dado que existen multitud de variables que se relacionan entre sí, cuyos cambios, provocan reacciones en cadena que no pueden estudiarse de forma aislada. Para entenderlo y poder anticipar su evolución, contamos con la ayuda de la macroeconomía y todos los elementos que influyen en la economía, como son los efectos de las directrices monetarias, el papel de la política fiscal, los ciclos económicos, el funcionamiento del mercado del trabajo, el grado de apertura de la economía, etc.” (Castillo, 2013)

##### 2.01.01.01 PIB

“El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-

Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales.

La cuantificación del PIB por el método de la producción, se basa en el cálculo de las producciones brutas de las ramas de actividad y sus respectivos consumos intermedios. Por diferencia entre esas dos variables se obtiene el valor agregado bruto (VAB), cuyos componentes son las remuneraciones de empleados, los impuestos indirectos menos subvenciones y el excedente bruto de explotación.

Para la obtención del PIB total, es necesario agregar al VAB de las ramas, los "otros elementos del PIB": derechos arancelarios, impuestos indirectos sobre las importaciones e impuesto al valor agregado (IVA).

La definición de las ramas de actividad económica, está en directa correspondencia con la nomenclatura de bienes y servicios utilizada para los productos.” (ECUADOR, PIB, 2013)

**TABLA N° 1**

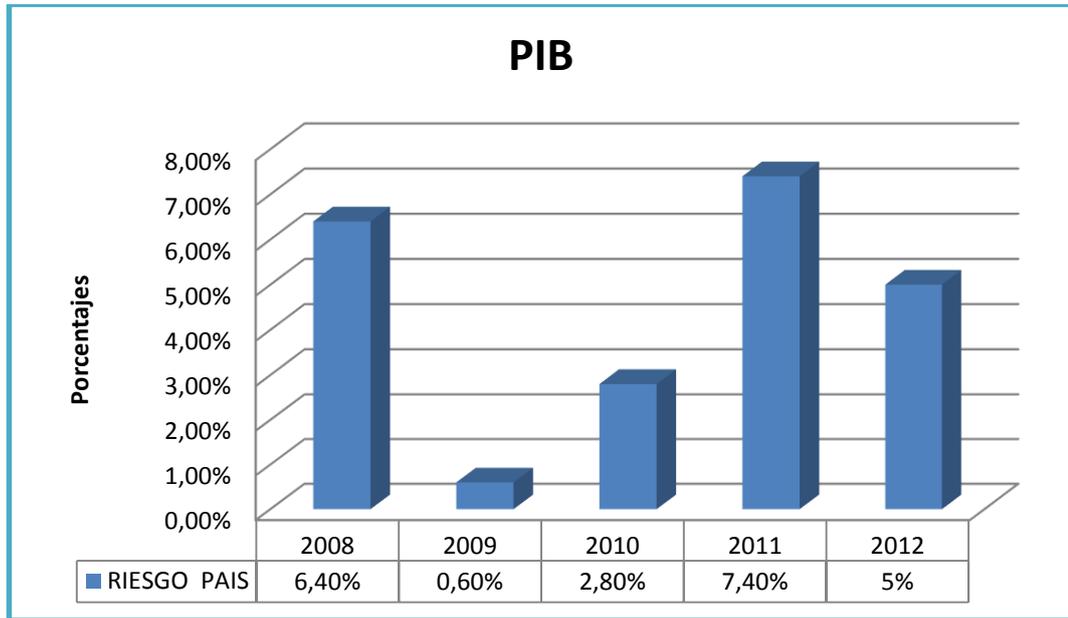
**PIB**

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
2008	6.40%
2009	0.60%
2010	2.80%
2011	7.40%
2012	5.00%

Banco Central del Ecuador

FIGURA N° 1

## PIB



Banco Central del Ecuador 2012

## ANÁLISIS

El PIB para la empresa es una OPORTANIDAD porque aportaría al país con la producción de alimentos, con un producto de calidad, sano y nutritivo, de esta manera contribuirá de una manera favorable para el país.

## 2.01.01.02 PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

**TABLA N° 2**  
**PIB POR SECTOR**

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA				
Miles de dólares				
Ramas de actividad \ Años	2010	2011	2012	2013
CIU CN	(p)	(p)	(p)	(prev)
Cultivo de banano, café y cacao	1,634,333	1,880,213	1,671,863	1,780,568
Elaboración de aceites y grasas origen vegetal y animal	355,906	448,316	475,737	550,247
Elaboración de productos lácteos	280,549	309,111	324,604	356,831
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	558,850	630,288	665,275	720,892
Elaboración de azúcar	131,872	154,917	158,139	173,817
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	67,199	68,108	73,527	82,608
Elaboración de otros productos alimenticios	439,583	462,392	489,583	535,629
Elaboración de bebidas	614,520	710,517	910,602	1,121,862
Elaboración de tabaco	22,743	25,185	26,877	28,791
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cuero	699,953	815,598	856,071	951,023
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>67,812,330</b>	<b>77,831,607</b>	<b>84,682,266</b>	<b>90,326,377</b>

Banco Central del Ecuador 2013

## ANÁLISIS

El PIB Sectorial nos indica que existe un incremento anual en el sector de la elaboración de productos alimenticios, es una OPORTUNIDAD porque cada vez el consumo es mayor, con el cual el proyecto está dirigido.

## 2.01.01.03 INFLACIÓN

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida. “ (ECUADOR, BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2013)

**TABLA N° 3**  
**INFLACIÓN ANUAL**

FECHA	VALOR
2008	8.3%
2009	4.3%
2010	3.3%
2011	4.5%
2012	4.16%

INEXMUNDI

**FIGURA N° 2**  
**INFLACIÓN ANUAL**



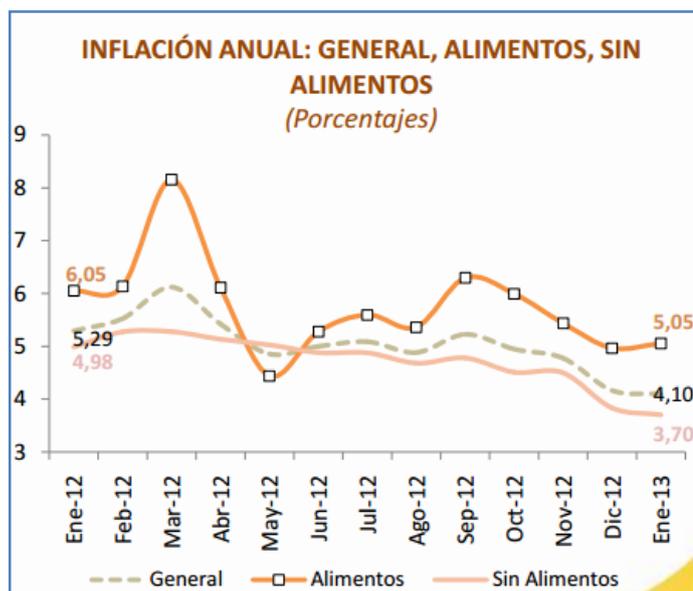
INEXMUNDI 2013

## ANÁLISIS

La presente información nos indica la inflación anual del país y se puede observar que en los últimos 5 años existió una disminución del 2008 al 2010 del 4% , en el 2011 volvió aumentar el porcentaje a 4.5% pero en el año 2012 disminuye al 4.16%, esto es IRRELEVANTE para la microempresa, debido a que se trata de un producto alimenticio, considerando que la demanda no dejaría de consumir, con esta información se puede establecer precios al consumidor final, logrando así que puedan adquirir el producto con un precio que sea accesible para todos.

### 2.01.01.04 INFLACIÓN POR SECTOR

**FIGURA N° 3**  
**INFLACIÓN POR SECTOR**



Banco Central del Ecuador 2013

---

## ANÁLISIS

La inflación presentada del año 2012 y 2013 en los alimentos nos ayuda de mucho con esto nos podemos dar cuenta que existe una disminución del 6.05% al 5.05%, quiere decir que se puede introducir el producto a un precio considerable para todo público ya que si la materia prima tenemos un valor favorable para la producción los costos bajan.

Debido a la disminución de la inflación en el sector alimenticio es una OPORTUNIDAD por el simple hecho que se adquirirá la materia prima con un costo menor, de esta manera se obtendrá un precio más cómodo para el cliente final.

### 2.01.01.05 TASAS DE INTERÉS

“La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube. Existen dos tipos de tasas de interés:

- 1) **LA TASA PASIVA:** o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado;
- 2) **LA TASA ACTIVA:** o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación.” (ECUADOR, [www.tasas.de.interes.ecuador.com](http://www.tasas.de.interes.ecuador.com), 2013)

**FIGURA N° 4**  
**TASA DE INTERÉS**

<b>Tasas de Interés</b>			
<b>OCTUBRE 2013 (*)</b>			
<b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b>			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
<b>2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
<b>3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

Banco Central del Ecuador 2013

## ANÁLISIS

Para la empresa la tasa de interés activa sería una AMENAZA por el hecho de recibir créditos de Instituciones Financieras en el cual la tasa activa para PYMES es del 11.20% anual, para la empresa es un alto porcentaje de interés, dejando así menos porcentaje a la utilidad de la empresa.

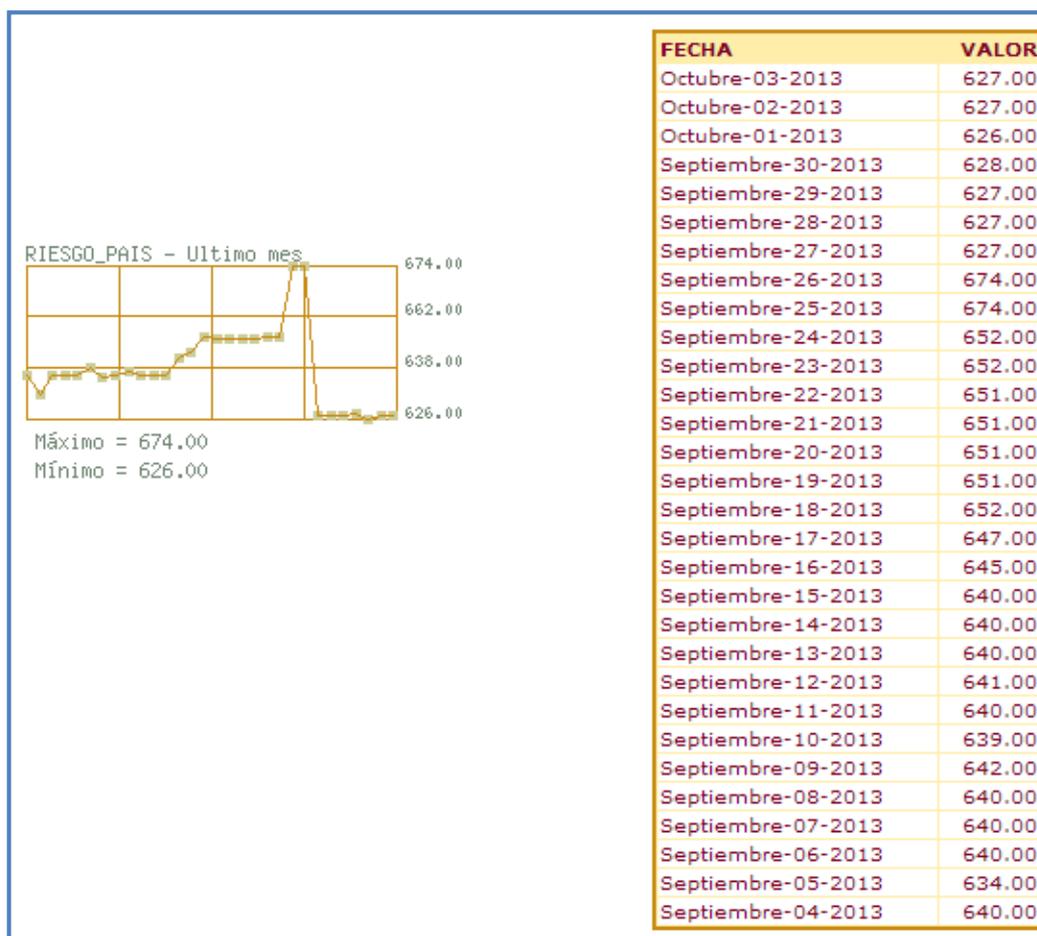
### 2.01.01.06 RIESGO PAÍS

“El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras.

El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera.

Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.” (ECUADOR, PIB, 2013)

**FIGURA N° 5**  
**RIESGO PAÍS**



Banco Central del Ecuador 2013

## ANÁLISIS

Para la empresa esto representa una AMENAZA ya que no contamos con una buena imagen hacia los inversionistas extranjeros por el tipo de política económica y judicial dentro de nuestro país, a pesar de los esfuerzos que se han dado en los últimos años por recuperar nuestra imagen.

Pero si la inversión es dentro del país es IRRELEVANTE ya que no afectaría a su estado económico y no perdería nada invirtiendo en el proyecto planteado.

### 2.01.01.07 POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA

“Corresponde a la fuerza laboral efectiva de un país, al estar constituida por las Personas en Edad de Trabajar (P ET) que están laborando o buscan trabajo. En otras palabras, corresponde a los individuos que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no. (DANE, 2011)

**TABLA N° 4**  
**PEA**

Participación proyectada de la PEA Urbana por año según rama de actividad										
RAMA DE ACTIVIDAD	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agricultura, Ganadería y Caza	7,3%	7,2%	7,2%	7,2%	7,2%	7,2%	7,2%	7,1%	7,1%	7,1%
Pesca y criaderos	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Explotación de minas y canteras	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Industria Manufacturera	14,6%	14,5%	14,4%	14,4%	14,3%	14,3%	14,2%	14,2%	14,1%	14,0%
Suministro de electricidad gas y agua	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Construcción	6,7%	6,6%	6,5%	6,5%	6,4%	6,3%	6,3%	6,2%	6,1%	6,0%
Comercio, Reparación de vehículos y efectos Personales	28,2%	28,3%	28,3%	28,4%	28,5%	28,6%	28,7%	28,7%	28,8%	28,9%
Hoteles y restaurantes	4,3%	4,4%	4,4%	4,5%	4,5%	4,5%	4,6%	4,7%	4,7%	4,8%
Transporte almacenamiento y comunicación	6,6%	6,7%	6,7%	6,7%	6,7%	6,8%	6,8%	6,8%	6,8%	6,9%
Intermediación financiera	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%
Act. Inmobiliarias, empresariales y alquiler	4,5%	4,5%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,7%	4,7%	4,8%	4,8%
Admin. pública y defensa, seguridad social	4,4%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,6%	4,6%	4,6%	4,7%	4,7%
Enseñanza	6,7%	6,8%	6,8%	6,8%	6,8%	6,9%	6,9%	6,9%	7,0%	7,0%
Actividades servicios sociales y de salud	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%
Otras actividades comunitarias sociales y personales	4,6%	4,6%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%
Hogares privados con servicio doméstico	5,4%	5,3%	5,2%	5,2%	5,1%	5,0%	4,9%	4,8%	4,8%	4,7%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>									

INEC 2013

---

## ANÁLISIS

En la **Tabla N° 4** indica en el sector manufacturero el 14.2% de la población económicamente activa, para el proyecto es una OPORTUNIDAD porque de alguna manera contribuirá al país con fuentes de empleo y con el desarrollo del país.

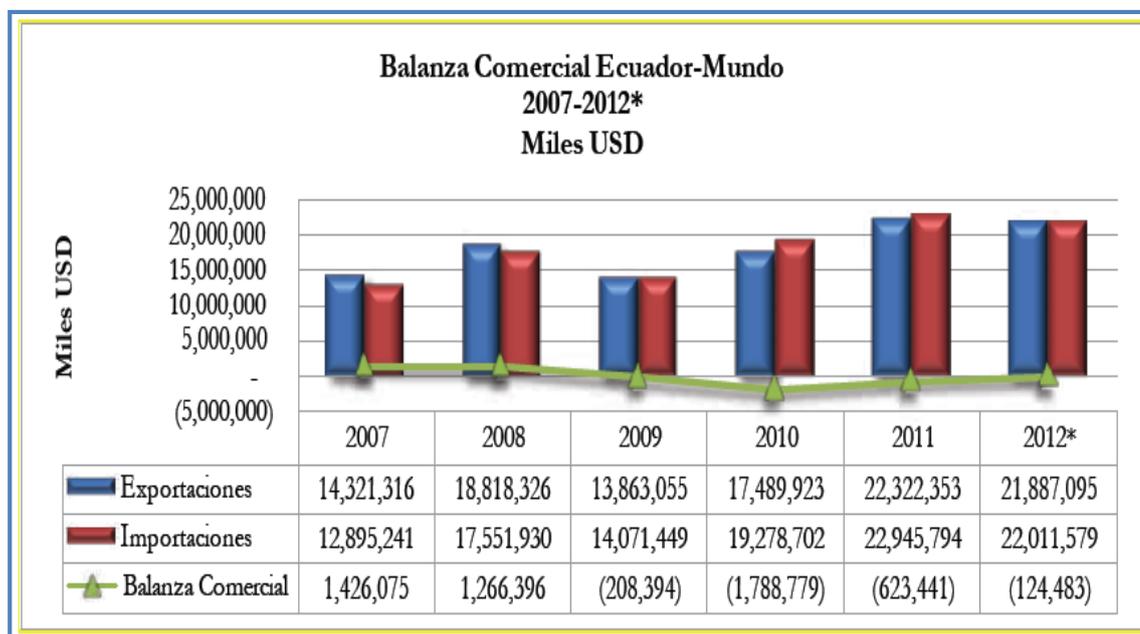
Para el proyecto se aplicara la población económicamente activa el “49.9% de la ciudad de Quito.” (INEC, 2013)

### 2.01.01.08 BALANZA COMERCIAL

“Este documento incluye una revisión estadística de las cuentas de la Balanza de Pagos, en donde se analiza la presentación normalizada de la Balanza de Pagos.

Es decir, desde un punto de vista estadístico, se presentan los resultados de sus dos fundamentales cuentas: Corriente y de Capital y Financiera. Se examinan las variaciones absolutas y relativas, y la razón de las mismas, con respecto al trimestre precedente y en relación al trimestre correspondiente del año anterior.” (ECUADOR, <http://www.bce.fin.ec/>, 2011)

**FIGURA N° 6**  
**BALANZA COMERCIAL ECUADOR**



Banco Central del Ecuador 2012

## ANÁLISIS

La balanza comercial del Ecuador ha presentado saldos negativos en los últimos años, para el 2009, presentó un déficit de USD 208,394 millones, para el 2010 un déficit de USD 1, 788,779 millones y para el 2011 USD 623,441 millones, pero como se puede visualizar en el figura N° 6 la balanza comercial para noviembre de 2012 el déficit se redujo a 124,483 millones.

Para la empresa es una OPORTUNIDAD debido a que el cuadro de balanza comercial, nos indica que las exportaciones son mayores que las importaciones eso quiere decir que la demanda está adquiriendo los productos nacionales y está comprando menos lo extranjero.

## 2.01.02 ASPECTO SOCIAL

### 2.01.02.01 DESEMPLEO

Es la suma del desempleo abierto más el desempleo oculto, como están definidos a continuación:

**DESEMPLEO ABIERTO.-** Personas de 10 años y más que, en el periodo de referencia, presentan, simultáneamente, las siguientes características:

- \* Sin empleo.
- \* Buscaron trabajo (realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores).

**DESEMPLEO OCULTO.-** Personas de 10 años y más que, en el periodo de referencia, presentan, simultáneamente, las siguientes características:

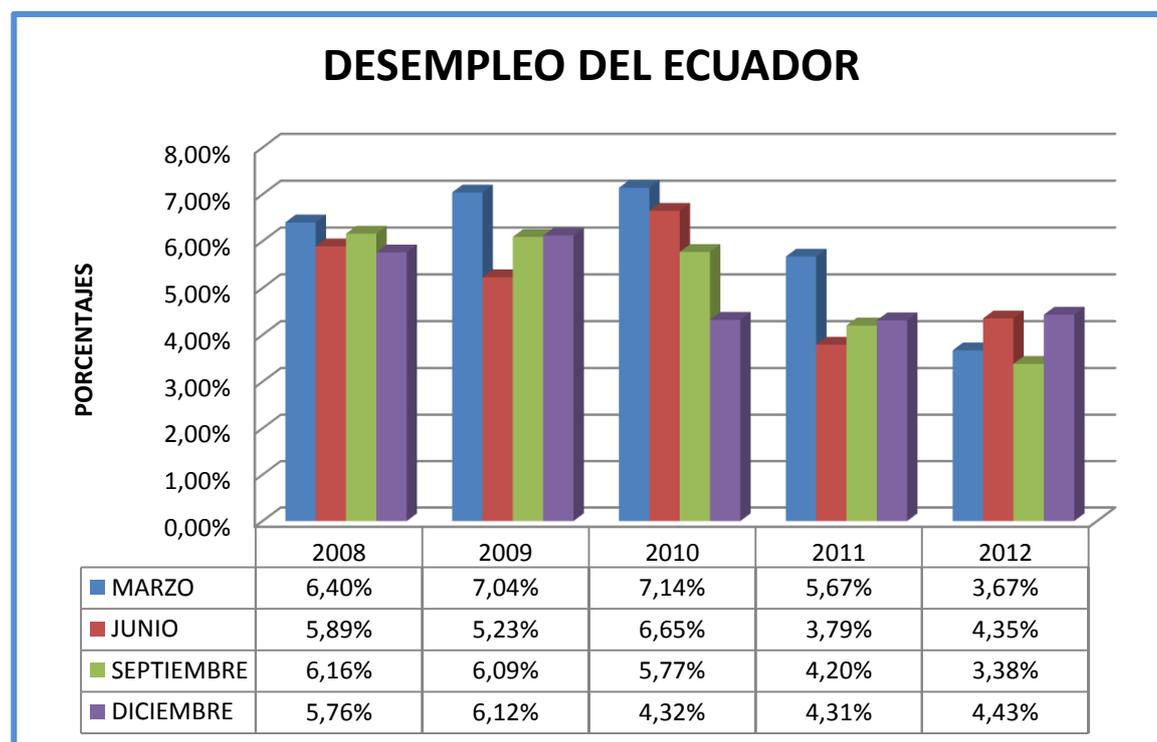
- Tiene un trabajo esporádico u ocasional.
- Tiene un trabajo para empezar inmediatamente.
- Espera respuesta por una gestión en una empresa o negocio propio.
- Espera respuesta de un empleador o de otras gestiones efectuadas para conseguir empleo.
- Espera cosecha o temporada de trabajo.
- Piensa que no le darán trabajo o se cansó de buscar.
- No cree poder encontrar.” (INEC, [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec), 2013)

**TABLA N° 5**  
**DESEMPLEO**

AÑOS	MESES TRIMESTRALES			
	MARZO	JUNIO	SEPTIEMBRE	DICIEMBRE
2008	6.40%	5.89%	6.16%	5.76%
2009	7.04%	5.23%	6.09%	6.12%
2010	7.14%	6.65%	5.77%	4.32%
2011	5.67%	3.79%	4.20%	4.31%
2012	3.67%	4.35%	3.38%	4.43%

Banco Central del Ecuador 2012

**FIGURA N° 7**  
**DESEMPLEO**



Banco Central del Ecuador 2012

## ANÁLISIS

Para la empresa es una oportunidad debido a que el cuadro de tasa de desempleo indicada de años anteriores de forma trimestral, se observa una disminución constante año tras año queriendo decir que existe menos desempleo en el Ecuador y de esta manera la población puede adquirir productos con más facilidad de compra.

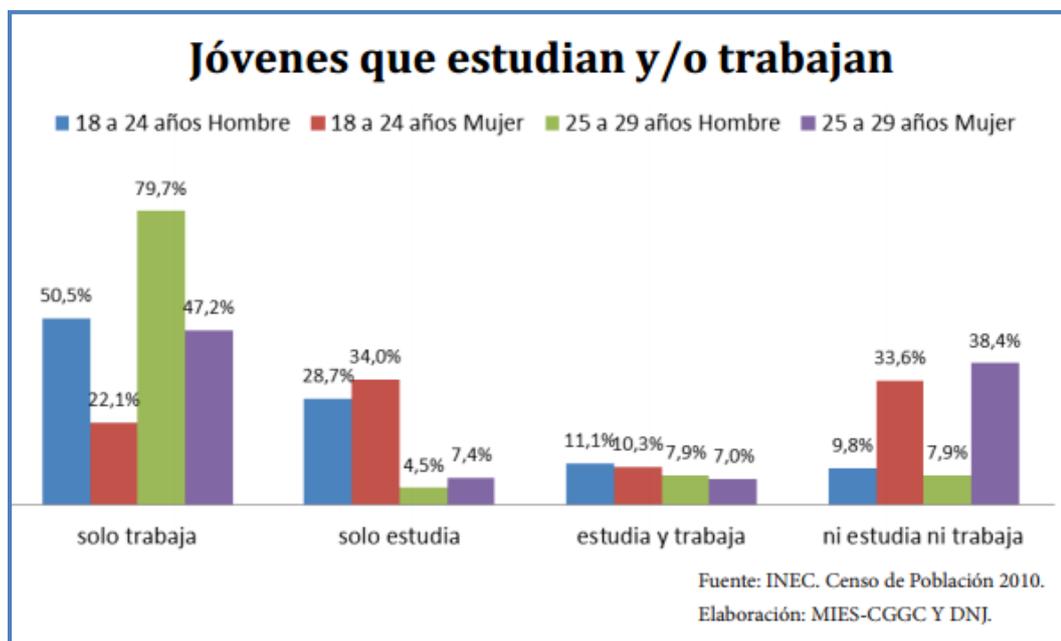
### 2.01.02.02 EDUCACIÓN

“El acceso a la educación es uno de los derechos fundamentales en el que se ha puesto atención detallada. Tal como lo estipula el artículo 26 de la Constitución de la República del Ecuador, la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida, y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y además, condición indispensable para el Buen Vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho a participar en el proceso educativo.

Este es uno de los derechos tradicionalmente más vulnerados, ya que a lo largo de la vida política del Ecuador los gobiernos han destinado poco presupuesto al sector educativo. Pese a los esfuerzos de los últimos años y del actual gobierno por priorizar el tema de inversión en el área, aún son significativas las debilidades.

La educación en nuestro país presenta preocupantes indicadores como el limitado acceso, deficientes infraestructuras y material didáctico, bajo nivel de escolaridad, y tasas de repetición y deserción escolares elevadas. Los y las jóvenes, frente a este tema, exigen una educación gratuita y de calidad para la vida, en que se los trate como personas, iguales ante la ley, con capacidades y experiencias importantes.”  
(Social, 2013)

**FIGURA N° 8**  
**EDUCACIÓN**



Agenda de Políticas de la Juventud

## ANÁLISIS

La educación es una Oportunidad para el proyecto ya que si tenemos una población con acceso a educación y de buena calidad estas personas a futuro se convertirán en nuestros posibles clientes.

Una población con un buen nivel de educación puede acceder a un trabajo, a un sueldo y posibilidades de acceder a cumplir gustos y necesidades.

### 2.01.02.03 CULTURA

Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas

y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

## ANÁLISIS

Para nuestra empresa sería una OPORTUNIDAD debido a que el producto de las obleas puede aportar a las costumbres de Quito como un beneficio al turismo ecuatoriano.

### 2.01.03 ASPECTO POLÍTICO Y LEGAL

#### LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

**“Artículo 1. Finalidad.-** Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente.

El régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina, de las organizaciones económicas populares y de la pesca artesanal así como microempresa y artesanía; respetando y protegiendo la agrobiodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales, bajo los principios de equidad, solidaridad, inclusión, sustentabilidad social y ambiental.

---

El Estado a través de los niveles de gobierno nacional y subnacionales implementará las políticas públicas referentes al régimen de soberanía alimentaria en función del Sistema Nacional de Competencias establecidas en la Constitución de la República y la Ley.

**Artículo 3. Deberes del Estado.**- Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado, deberá:

- d) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional;
- e) Adoptar políticas fiscales, tributarias, arancelarias y otras que protejan al sector agroalimentario nacional para evitar la dependencia en la provisión alimentaria; y,
- f) Promover la participación social y la deliberación pública en forma paritaria entre hombres y mujeres en la elaboración de leyes y en la formulación e implementación de políticas relativas a la soberanía alimentaria.” (Alimentaria, 2013)

## ANÁLISIS

La presente ley demuestra que es una oportunidad al proyecto debido a que se aplica a la producción de calidad en el sector alimenticio, la microempresa que se creará está enfocada para la producción y distribución de obleas con una alta calidad que se ofrecerá como un producto de calidad nutritivo, sano y culturalmente apropiado de forma permanente.

#### 2.01.04 ASPECTO TECNOLÓGICO

A pesar de que antiguamente la oblea se trataba sólo de uno de los ingredientes de comidas destinadas a la cocción, actualmente la oblea es un producto con una identidad propia, que se puede realizar la fabricación con máquinas especializadas para la elaboración, facilitando de esta manera la producción con diferentes diseños infantiles, que llamara la atención especialmente de los niños, adicional se puede agregar varios colores, sabores y tamaños, con la tecnología mejorará la calidad el tiempo y se economizará los recursos.

**FIGURA N° 9**  
**MÁQUINA DE OBLEAS**



#### 2.02 ENTORNO LOCAL

“Está formado por las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer a los clientes, esto es: la empresa, los mercados de consumidores, los canales de marketing que utiliza, los competidores y sus públicos.” (Blog, 2009)

## 2.02.01 CLIENTE

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

### 2.02.01.01 CLIENTE INTERNO

El cliente interno es el talento humano principal e importante que requiere la empresa para la elaboración de nuestros productos de una manera organizada, precisa, y enfocado a la calidad que se brindara a nuestros clientes para que de esta manera seamos líderes en el mercado. Con nuestros diseños exclusivos y originales que captara la atención de nuestros consumidores.

Estos clientes internos pueden ser operarios, administrativos y proveedores de la materia prima, y directamente son los responsables de la calidad que como empresa se ofrece a nuestros clientes. Para la empresa es necesario contratar al personal con el siguiente perfil,

**TABLA N° 6**  
**PERFIL PARA EL PERSONAL**

<b>COMPETENCIAS</b>	Organizado
	Proactivo
	Servicio al cliente
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Publicidad
	Mercadeo
	Organización y promoción de eventos
	Organización y ortografía
	Relaciones Humanas

<b>DESTREZAS</b>	Elaboración del producto
	Manejo de control de calidad del producto
<b>FUNCIONES</b>	Organizar eventos que promuevan la imagen y los productos que ofrece la empresa
	Brindar apoyo logístico en la elaboración y distribución de boletines informativos.
	Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
	Elaborar planes de visita a clientes
	Fidelizar a los clientes, mediante herramientas y estrategias, que posicionen la marca
	Diseñar figuras exclusivas

#### **2.02.01.02 CLIENTE EXTERNO**

El mercado en el que está enfocado es para toda la sociedad alcanzando a los consumidores de todas las edades y género, en razón de que las obleas es un producto alimenticio que no causa daño a la salud.

La empresa orienta su comercialización a los consumidores finales y por canales de distribución que son los supermercados y Delicatesen del cantón Quito.

**TABLA N° 7**  
**SUPERMERCADOS "LA FAVORITA"**

1	MEGAMAXI
2	SANTA MARIA
3	SUPERMAXI
4	AKI
5	TIA
6	COMISARIATO

Ekos 2012

**TABLA N° 8**  
**"DELICATESSEN EN QUITO." (Delicatessen en Quito)**

1	DELICATESSEN FEDERER
2	SUSANA MARQUEZ GUERRA
3	EL GRIEGO
4	SWISSCORNER
6	D' JIREH BOKADITOS
7	PILAR MERA DE SANCHEZ
8	BODOQUITO'S DELICATESSEN

Ekos

### 2.02.02 PROVEEDOR

Los proveedores de la materia prima para la producción de obleas son los supermercados o las bodegas, que se comprara al por mayor para abastecernos con la materia prima que se requiere para la elaboración de nuestro producto, los materiales que se necesitan son: harina, aceite, azúcar y esencia de vainilla (dependerá del sabor requerido). Se podría establecer con un estudio de mercado para obtener el mejor precio de la materia prima para la producción, se detallan los siguientes proveedores.

**TABLA N° 9**  
**PROVEEDORES EN QUITO**

<b>1</b>	“Corporación Favorita C.a.
<b>2</b>	Mega Santa María S.a
<b>3</b>	Mercado Salinas
<b>4</b>	Mi comisariato
<b>5</b>	Santa María
<b>6</b>	Supermercado Santamaría Hnos.
<b>7</b>	Supermercados El Telégrafo
<b>8</b>	Supermercados la Favorita C.a.
<b>9</b>	Supermaxi
<b>10</b>	Tía S.a
<b>11</b>	Transcomercial Ciayora C.a.” (IMIGRA, 2013)

Ekos

## ÁNALISIS

Al contar con una gama de proveedores es una Oportunidad para la empresa por que se puede contar y analizar los precios, obteniendo lo más conveniente en la reducción de costos y en la calidad del material.

### 2.02.03. COMPETENCIA

Para analizar la competencia en la producción de obleas, dentro del mercado nacional de la ciudad de Quito se ha realizado un estudio de mercado, encontrando así la empresa “SANTA FE, ubicada en Carapungo.” (EMPRENDEDOR, 2013)

#### 2.02.04. FODA

Nos permitirá identificar los factores del macroentorno y microentorno que rodean al proyecto con el fin de determinar las fortalezas, debilidades. Se detallan a continuación

**TABLA N° 10**

**FODA**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>IRRELEVANTE</b>
<b>PIB:</b> Se presenta como una oportunidad de nivel alto porque de alguna manera contribuirá al país con la producción de alimentos de calidad, sano y nutritivo	<b>TASA DE INTERÉS ACTIVA:</b> Para la empresa es una amenaza de nivel medio, debido a que recibiremos créditos de las Instituciones Financieras.	<b>INFLACIÓN:</b> Para la empresa se considero como un aspecto irrelevante debido a que se trata de un producto alimenticio por lo tanto la demanda no dejaría de consumir.
<b>BALANZA COMERCIAL:</b> Para la empresa es una oportunidad de nivel medio, debido a que está la población está llegando a consumir más los productos nacionales.		<b>RIESGO PAÍS:</b> es irrelevante porque si la inversión es dentro del país no afectaría su estado económico.
<b>DESEMPLEO:</b> Es una oportunidad de nivel medio debido a que existe menos desempleo en el Ecuador, de esta manera la población puede adquirir productos con más facilidad de compra.		
<b>EDUCACIÓN:</b> Es una Oportunidad		

de nivel medio, debido a la existencia de más educación, provocando conseguir un trabajo, a un sueldo y posibilidades de acceder a cumplir gustos y necesidades.		
<b>ASPECTO LEGAL:</b> La ley presentada demuestra que es una oportunidad, porque ampara al proyecto presentado.		

## 2.03 ANÁLISIS INTERNO

### 2.03.01 PROPUESTA ESTRATEGICA

#### 2.03.01.01 MISION

Contribuir en el mercado ecuatoriano con la producción de obleas de excelente calidad y nutritivo alimento, y de esta manera fomentar la competitividad y el mejoramiento continuo, a través de un mejor servicio al consumidor.

#### 2.03.01.02 VISIÓN

Contar con varios locales con la mejor infraestructura, a nivel nacional llegar a satisfacer la demanda insatisfecha existente con una calidad inigualable para ser reconocidos como una empresa competitiva y conseguir ser líderes en el mercado nacional.

### 2.03.01.03 OBJETIVOS

#### 2.03.01.03.01 OBJETIVOS GENERAL

Implementar una microempresa comercializadora de obleas para el sector alimenticio en la ciudad de Quito mediante un estudio previo que identifique oportunidades y amenazas dentro del mercado.

#### 2.03.01.03.02 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda
- Determinar los tipos de clientes potenciales para las obleas
- Establecer alianzas con diferentes cadenas de supermercados para dar a conocer el producto

#### 2.03.01.04 PRINCIPIOS Y VALORES

La empresa cuenta con principios y valores como:

**UNIDAD.-** Como uno de los valores de nuestra empresa se aplicara entre todo el personal colaborador de la empresa, coordinando las actividades y siendo unidos para lograr los propósitos que nos hemos planteado.

**SERVICIO.-** Es primordial para la empresa ya que mediante una atención de calidad y personalizada con cada uno de nuestros clientes, se mantendrá la fidelidad de los mismos.

**PUNTUALIDAD.-** Es importante en especial para los clientes ya que al ser puntualmente atendido queda satisfecha con el producto o servicio adquirido.

**RESPONSABILIDAD.-** Se aplica con el cliente interno y externo al momento de cumplir las obligaciones y deberes con los mismos.

**HONESTIDAD.-** El producto entregado al cliente deberá coincidir con lo ofrecido en la preventa.

**LEALTAD.-** Se aplica al momento que el cliente realiza la compra y cumple con los impuestos tributarios y normativas legales establecidas en la ley.

## 2.03.02 GESTION ADMINISTRATIVA

### 2.03.02.01 ORGANIGRAMA



### 2.03.02.02 FUNCIONES DEPARTAMENTALES

#### 2.03.02.02.01 GERENTE

1. Designar todas las posiciones gerenciales.
2. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

3. Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
4. Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas en la empresa.
5. Revisar el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos de cada vigencia fiscal, en las fechas señaladas en los reglamentos.
6. Representar a la Empresa como persona natural y autorizar con su firma los actos y contratos en que ella tenga que intervenir.

#### **2.03.07.02.02 PRODUCCIÓN**

1. Fabricación de la producción de las obleas.
2. Determinar cómo se obtendrán las unidades requeridas a producir
3. A cuyo cargo está la ubicación y negociación con los proveedores, hasta la colocación de la orden de compra.
4. Seguimiento y activación de las compras, cuya misión es hacer que los materiales para la producción sean entregados por el proveedor, de acuerdo a lo convenido, en la fecha establecida
5. Desarrollo de métodos de control, encargada del análisis de las especificaciones de calidad del producto y de las especificaciones de los lugares y métodos de control.
6. Reclamos de clientes, que se encarga de atender, evaluar y notificar a producción acerca de las quejas de los clientes y de proponer medidas para la corrección de los defectos de producción reales.

#### **2.03.07.02.03 ADMINISTRATIVO**

1. Facturación.- Emitir facturas a clientes
2. Recibir facturas de proveedores

3. Recibir extractos bancarios y otros documentos
4. Registro contable de las operaciones de la empresa
5. Elaboración y presentación de Cuentas Anuales
6. Cobros a clientes y deudores
7. Pagos a proveedores , personal e impuestos
8. Comprobación importes correctos

#### **2.03.07.02.04 VENTAS**

1. Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
2. Establecer metas y objetivos
3. Compensa, motiva y guía la fuerza de venta.
4. Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
5. Llevar un adecuado control y análisis de ventas.

#### **2.03.08 GESTIÓN OPERATIVO**

Para la preparación de Alimentos y Bebidas se requiere los siguientes requisitos:

- Registro Sanitario (ANEXO N° 1)
- Permiso Municipal (ANEXO N° 2)
- Permiso Cuerpo de Bomberos (ANEXO N° 3)

#### **2.03.09 GESTIÓN COMERCIAL**

##### **2.03.09.02 PRODUCTO**

Nuestro producto va dirigido a todas las personas de la ciudad de Quito. Con el fin de llegar a posesionarse en el mercado, con solo escuchar el nombre de las obleas, llegar al consumidor con un producto de calidad, sano y nutritivo.

### 2.03.09.03 MARCA

Será un elemento clave, el cual les permitirá a los clientes saber con exactitud que producto están adquiriendo, identificando con rapidez, tomando decisiones y facilitando ágilmente la compra del mismo, consciente de que lo que adquiere es un producto de calidad.

La marca va a ser **OBLEAS PAME**, este nombre es con el objetivo de que sea un nombre que se pueda grabar el cliente para que la próxima vez que lo adquiera sea más fácil.

### 2.03.09.04 LOGO

Será la imagen que se implementará en cada una de nuestras publicidades para que así el cliente pueda con una mayor facilidad identificar a nuestro producto.

Cabe recalcar que la imagen permitirá representar el prestigio, la confianza y el respaldo que dará el proyecto en el producto.

**FIGURA N° 10**  
**LOGO DE OBLEAS**



---

### **2.03.10 ESTRATEGIAS DE PRECIO**

- Negociar con los proveedores para disminuir costos
- Se aplicará políticas de precio dependiendo del monto del pedido para créditos.
- Se realizará un descuento a las empresas que paguen en efectivo
- Se realizará un descuento por temporada por ejemplo navidad.

### **2.03.11 PLAZA**

El propósito es llegar con el producto abasteciendo al por mayor a los distribuidores y clientes mayoristas como los supermercados de supermaxi y megamaxi, también al por menor que pueden adquirir el producto en el local para mayor facilidad de acceso por parte de los clientes finales, posesionarnos en el mercado como el principal productor y distribuidor de obleas.

### **2.03.12 PROMOCIÓN**

La publicidad, las promociones de ventas y las relaciones con los supermercados, delicatessen y centros comerciales son los componentes masivos de la mezcla promocional de la empresa. También se realizara en las redes sociales como el Facebook y Twitter; donde se entregaran catálogos e información sobre la empresa y los productos.

El lanzamiento del producto se realizará en su local comercial ubicado en el Condado en la zona norte de Quito, y por medio de una página web creada por la empresa.

La diversificación de productos será otra de las estrategias para atraer a los clientes ya que no solo le les podrá ofrecer unos productos estándar, sino que podrán adquirir obleas de colores, sabores y con diseños.

---

## CAPITULO III

### 6. ESTUDIO DE MERCADO

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica" (Ithompson, 2008)

#### 3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Para analizar al consumidor se identificara el proceso del producto, sus barreras y oportunidades, con el fin de diseñar estrategias y decisiones adecuadas para considerar las necesidades y motivaciones del consumidor y de esta manera incrementar las ventas.

Para el presente proyecto a quien está dirigido el producto son para los clientes de toda clase social, no importa la edad de la persona que consume porque es un producto que no causa daño a la salud, al contrario es nutritivo y sano, se lo puede llevar en la lonchera de los niños, en las fiestas o en las reuniones familiares, para lo cual se considera a los clientes como los consumidores potenciales.

### 3.01.01 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

En el proyecto se utilizara dos métodos de muestreo, la primera es el muestreo probabilística que se empleara al consumidor final, tomando en cuenta que se aplicara a toda la ciudad de Quito, para saber quiénes serán nuestros posibles compradores, el segundo muestreo que se utilizara es el método no probabilístico por conveniencia, aplicada a los delicatessen y tiendas como Canales de Distribución.

#### 3.01.01.02 MUESTREO PROBABILISTICO

##### **FÓRMULA: Probabilista (Consumidores Finales)**

Para obtener la muestra y realizar las encuestas a los clientes finales se ha considerado la Población económicamente activa de la Ciudad de Quito y la tasa de crecimiento del sector urbano obteniendo los siguientes resultados:

<b>POBLACIÓN QUITO SECTOR URBANO 2010:</b>	<b>1,620.045</b>
<b>TASA DE CRECIMIENTO:</b>	<b>1.5%</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN 2011:</b>	<b>1,644.346</b>
<b>TASA DE CRECIMIENTO:</b>	<b>1.5%</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN 2012:</b>	<b><u>1,669.011</u></b>
<b>“LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA: 49.9%” (INEC, 2013)</b>	
<b>VALOR REPRESENTATIVO:</b>	<b>832.837</b>

**TABLA N° 11**  
**MUESTREO PROBABILISTICO**

$n=$	$\frac{N}{(N-1)E^2 + 1}$
$n=$	$\frac{832836}{(237000-1)(0.05)^2 + 1}$
$n=$	$\frac{832836}{2083.09}$
$n=$	399

(ANEXO 4)

### 3.01.02 TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

#### 3.01.02.01 ENCUESTA

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en la interrogación realizada a un grupo de personas con el fin de obtener datos reales o aproximados de la evolución y desarrollo de un producto en especial.

En esta ocasión, el objetivo de la encuesta es el de conocer la aceptación en el mercado sobre el producto de las obleas, y saber si es considerado como un producto agradable para el consumidor.

Se procedió a realizar una encuesta con preguntas referentes a las preferencias de consumo.

### 3.01.02.02 FORMATO DE LA ENCUESTA

#### ENCUESTA

La presente encuesta cuenta con la finalidad de realizar un estudio de mercado para saber los gustos y preferencias de los consumidores al adquirir las obleas

#### INFORMACIÓN GENERAL

- a. Nombre y Apellido: .....
- b. Edad: .....
- c. Sector: .....
- d. Fecha: .....

#### I. INFORMACIÓN ESPECIFICA

1. ¿Conoce lo que son "Obleas" o también llamadas Ostias?

SI ( )                      NO ( )

2. ¿Ha consumido las obleas?

SI ( )                      NO ( )

3. ¿Con que frecuencia usted consume las Obleas?

a. **Diario**                      .....

b. **Semanal**                      .....

c. **Quincenal**                      .....

d. **Mensual**                      .....

e. **Ocasional**                      .....

f. **Nunca**                      .....



- 
4. En su hogar alguien consume obleas  
**SI ( )**                      **NO ( )**
5. A su criterio considera usted que el sabor de las Obleas es:  
**a. Agradable**                      .....
- b. Poco Agradable**                      .....
- c. Nada Agradable**                      .....
6. Donde le gustaría adquirir el producto?  
**a. Centro Comercial**                      .....
- b. Supermercado**                      .....
- c. Delicatessen**                      .....
- d. Tiendas**                      .....
7. De que cantidad adquiriría el paquete de obleas?  
**5 Unds.**                      .....
- 10 Unds.**                      .....
- 15 Unds.**                      .....
8. Esta dispuesto a pagar 0.50 ctvs. por un paquete de 5 Unds?  
**SI ( )**                      **NO ( )**
9. Ha consumido obleas de diferentes colores?  
**SI ( )**                      **NO ( )**
10. Le gustaría obleas de diferentes sabores?  
**SI ( )**                      **NO ( )**
11. Le gustaría diseños de acuerdo a las temporadas?  
**SI ( )**                      **NO ( )**

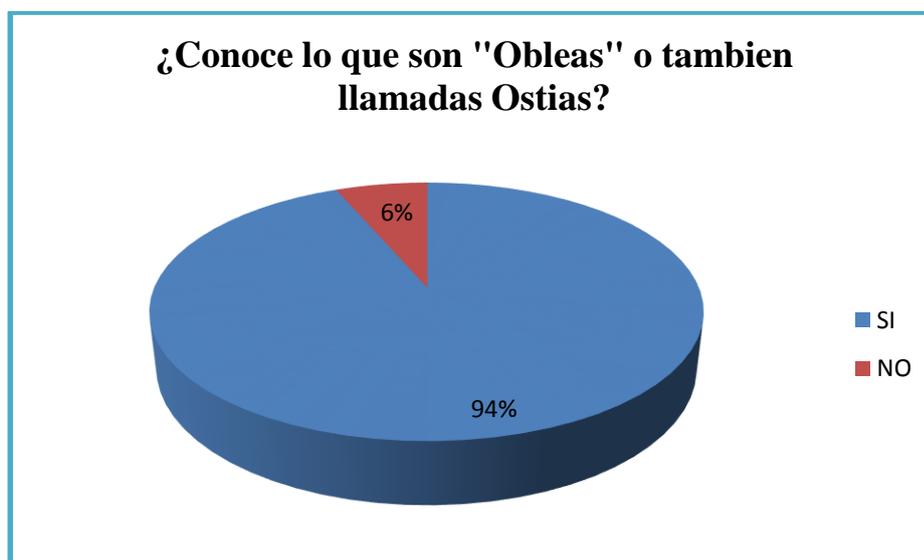
### 3.01.03 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

#### 3.01.03.01 TABULACION GRAFICA

##### PREGUNTA 1

- 1) ¿Conoce lo que son "Obleas" o también llamadas Ostias?

**FIGURA N° 11**  
**PREGUNTA N° 1**



##### ANÁLISIS CUANTITATIVO

En la tabulación de la encuesta realizada acerca del conocimiento del producto, nos indico que el 94% si conocen y apenas un 6% no conocen.

##### ANÁLISIS CUALITATIVO

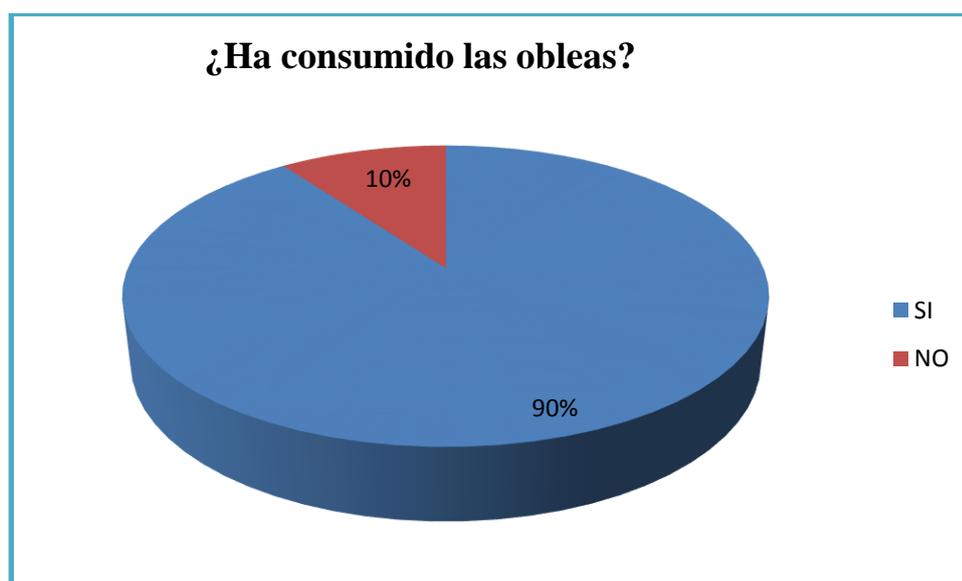
Los resultados en la encuesta realizada se pudo observar que existe un alto nivel de conocimiento acerca del producto, esto ayudara al proyecto a realizarse, por otra

parte el porcentaje de desconocimiento se realizará una estrategia de mercado para el conocimiento y aceptación del producto.

## PREGUNTA 2

2) ¿Ha consumido las obleas?

**FIGURA N° 12**  
**PREGUNTA N° 2**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

En la segunda pregunta de la encuesta realizada el 90% de la población nos indica que ha consumido las obleas y apenas un 10% no han consumido el producto

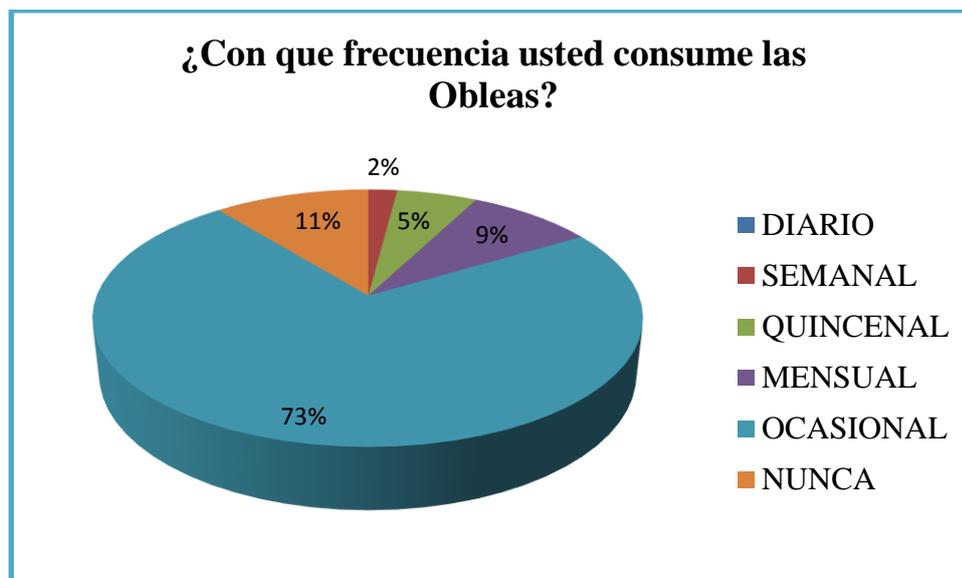
## ANÁLISIS CUALITATIVO

El porcentaje obtenido en la segunda pregunta nos permite conocer cuán importante es el consumo del producto, obteniendo el resultado del 90% de su adquisición.

### PREGUNTA 3

3) ¿Con que frecuencia usted consume las Obleas?

**FIGURA N° 13**  
**PREGUNTA N° 3**



### ANÁLISIS CUANTITATIVO

El dato que arrojó la encuesta acerca de la frecuencia del consumo de las obleas fue que el 73% el consumo es ocasional, 9% mensual, 5% quincenal, 2% semanal y 11% nunca.

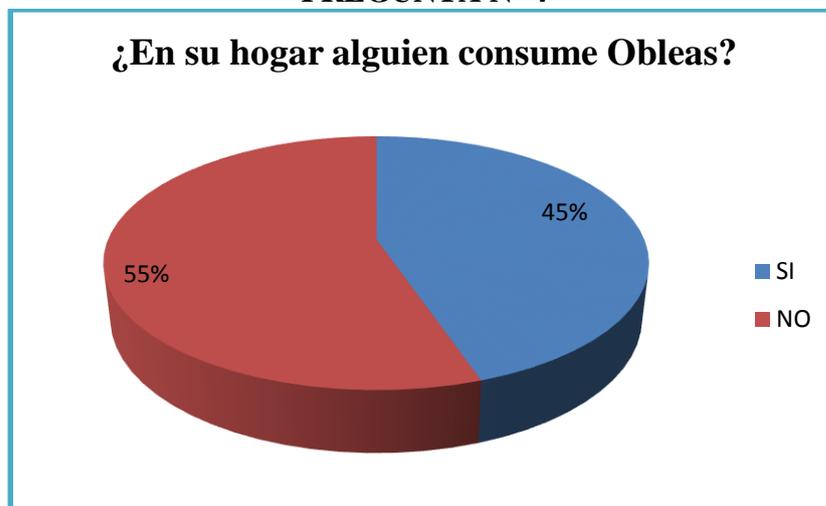
### ANÁLISIS CUALITATIVO

El resultado de la encuesta sobre el consumo se pudo obtener mediante el 73% ocasionalmente, el cual es debido a la adquisición por medio de un paseo, el 10% lo consumen mensualmente, las personas encuestadas nos supieron decir que compran cuando van a los supermercados.

#### PREGUNTA 4

4) ¿En su hogar alguien consume Obleas?

**FIGURA N° 14**  
**PREGUNTA N° 4**



#### ANÁLISIS CUANTITATIVO

En la pregunta realizada se obtuvo el resultado del 45% de que alguien más aparte del encuestado consume el producto en su hogar y el 55% no consume.

#### ANÁLISIS CUALITATIVO

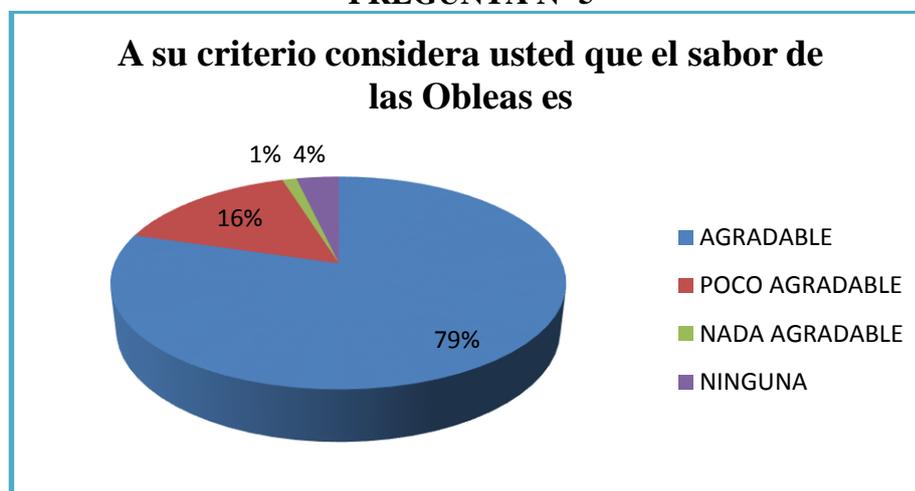
Con la pregunta realizada nos arrojó datos del 45% que adicional al encuestado si consumen el producto de forma ocasional.

El porcentaje restante nos permitirá realizar una estrategia de marketing la cual permita dar a conocer de forma masiva y puedan adquirir el producto.

## PREGUNTA 5

5) A su criterio como considera el sabor de la Oblea

**FIGURA N° 15**  
**PREGUNTA N° 5**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

El resultado que se obtuvo acerca del sabor de las obleas es un 79% le es agradable, 16% poco agradable, 1% Nada Agradable y 4% Ninguna de las anteriores.

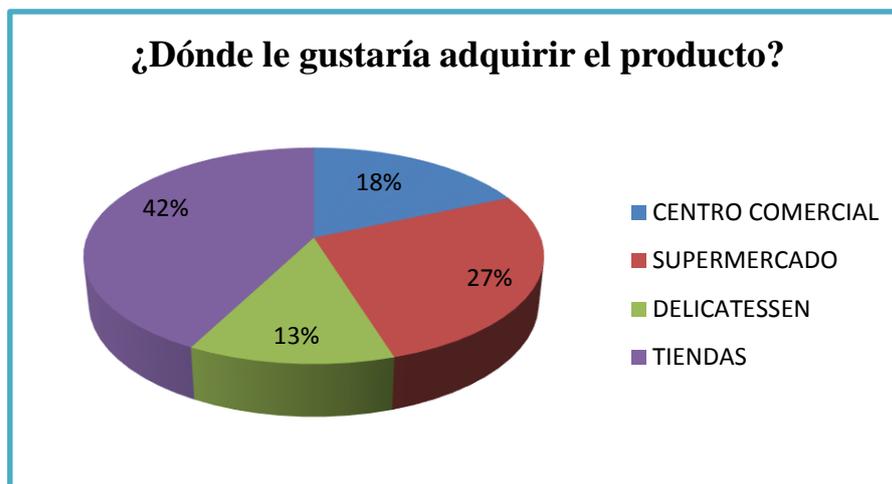
## ANÁLISIS CUALITATIVO

Con los resultados que se pudo obtener acerca del sabor de las obleas, la mayoría de los encuestados les resulta un sabor agradable al adquirir el producto, con el porcentaje de poco agradable es debido a que el consumidor prefieren al producto acompañado de manjar o mermelada y el 4% que se obtuvo como respuesta de ninguna de las anteriores es porque todavía no ha consumido el producto.

## PREGUNTA 6

6) ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

**FIGURA N° 16**  
**PREGUNTA N° 6**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

Con la pregunta realizada acerca de donde le gustaría adquirir el producto se obtuvo el 42% de los encuestados en tiendas, 13% Delicatessen, 27% en supermercados y 18% centro comercial.

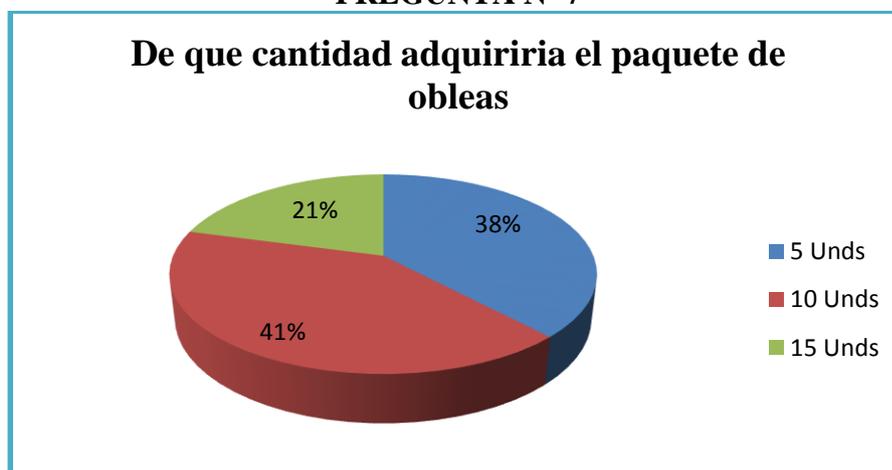
## ANÁLISIS CUALITATIVO

El resultado que se obtuvo con un alto nivel de compra es en tiendas, este resultado es debido a que les resulta más fácil adquirir por su cercanía, también el dato que nos arrojó la encuesta con un 27% es en supermercados debido a que al realizar las compras para el hogar también adquieren las obleas como una golosina para la lonchera de los niños.

## PREGUNTA 7

7) De que cantidad adquiriría el paquete de obleas

**FIGURA N° 17**  
**PREGUNTA N° 7**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

Acerca de la cantidad que les gustaría adquirir, la encuesta nos arrojó un resultado del 41% paquetes de 10 Unds., 38% paquetes de 5 Unds y un 21% paquetes de 15 Unds.

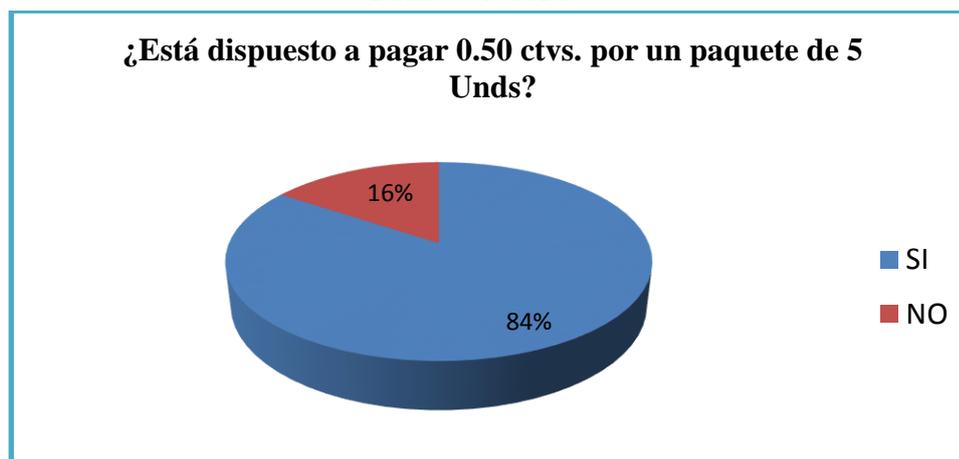
## ANÁLISIS CUALITATIVO

Para realizar la producción de las obleas se plantió la pregunta de la cantidad de adquisición, resultando con un alto nivel de aceptación paquetes de 10 Unds., esto es debido a que el producto es apetecible y no causa daño a la salud, también el resultado que obtuvimos son paquetes de 5 Unds. Esto es debido a la capacidad de compra que tiene el consumidor.

## PREGUNTA 8

8) ¿Está dispuesto a pagar 0.50 ctvs. por un paquete de 5 Unds?

**FIGURA N° 18**  
**PREGUNTA N° 8**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

Los resultados obtenidos en el gráfico es un 84% que están dispuestos a pagar \$0,50 ctvs., por el paquete de 5 obleas y apenas un 16% no están de acuerdo.

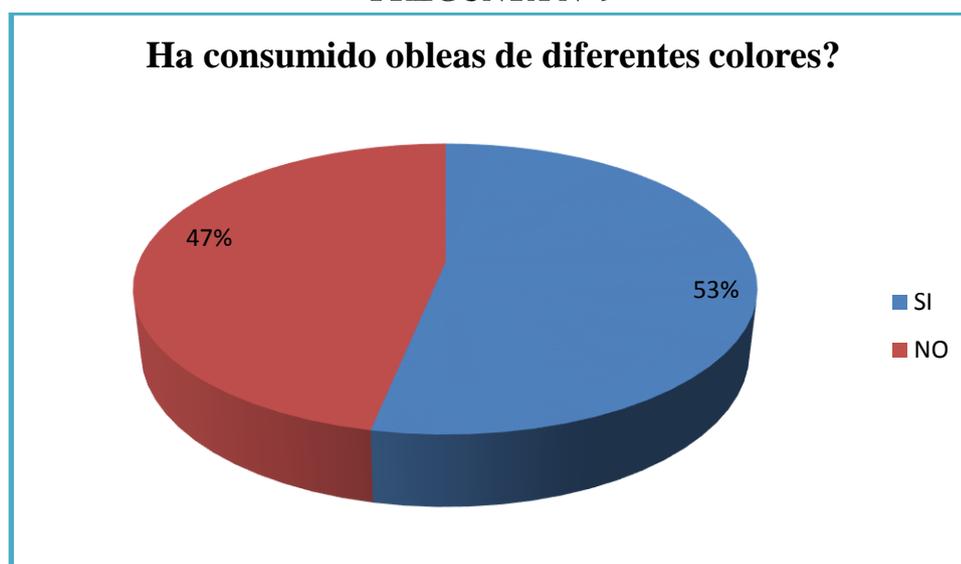
## ANÁLISIS CUALITATIVO

El precio que se plantió de 0.50 ctvs. en la encuesta es en base a los recursos económicos de la población para que puedan adquirir el producto sin ninguna novedad, y los resultados que se obtuvieron en la encuesta es el 84% de la población que está dispuesto a pagar el precio indicado anteriormente por la cantidad de 5 Unds.

## PREGUNTA 9

9) Ha consumido obleas de diferentes colores?

**FIGURA N° 19**  
**PREGUNTA N° 9**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

El resultado obtenido en la pregunta realizada encontramos que el 53% de los consumidores ha consumido obleas de diferentes colores y el 47% no las ha consumido.

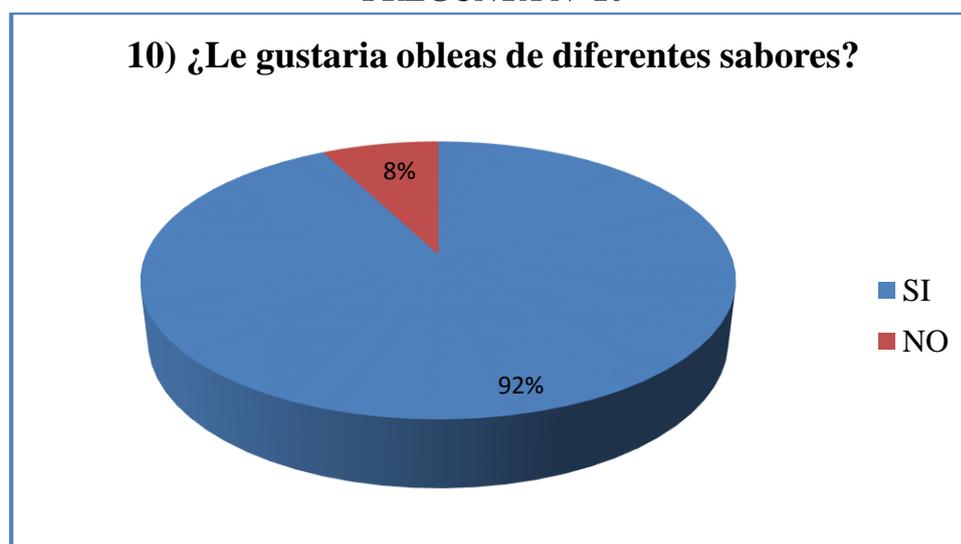
## ANÁLISIS CUALITATIVO

Con la pregunta que se realizó en la encuesta obtuvimos un resultado que nos resulta más fácil la introducción del producto debido a que ya realizamos confirmar que están

## PREGUNTA 10

10) ¿Le gustaría obleas de diferentes sabores?

**FIGURA N° 20**  
**PREGUNTA N° 10**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

En la encuesta realizada el 92% de la población le gustaría obleas de diferentes sabores y apenas el 8% no.

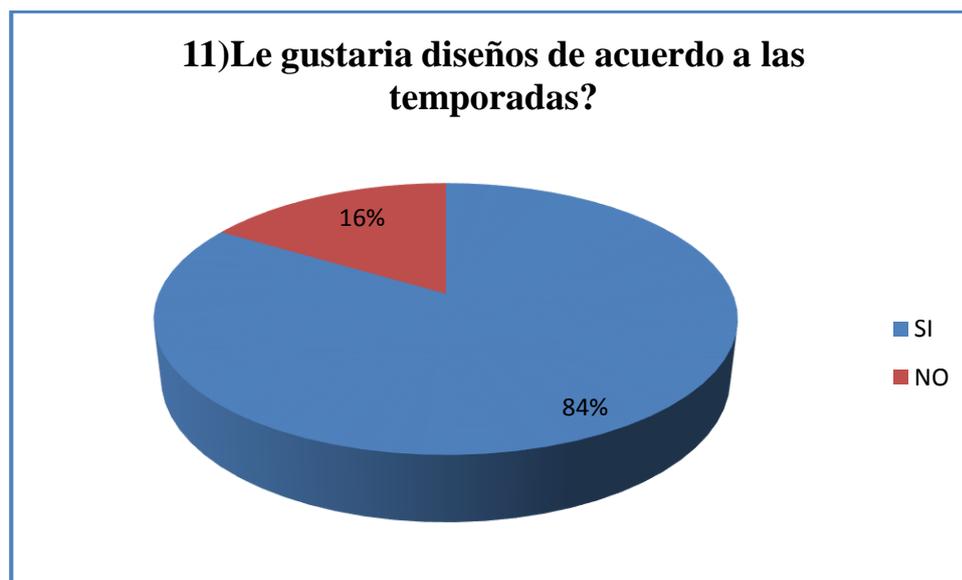
## ANÁLISIS CUALITATIVO

Con el resultado obtenido se puede implementar en el proyecto las obleas de diferentes sabores, es una manera adicional para atraer al cliente, para variar el producto y para diferenciarnos de la competencia.

## PREGUNTA 11

11) Le gustaría diseños de acuerdo a las temporadas?

**FIGURA N° 21**  
**PREGUNTA N° 11**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

Se obtuvo un 84% de los encuestados que le gustaría que el modelo de las obleas sea de acuerdo a la temporada y apenas un 16% indicaron que no.

## ANÁLISIS CUALITATIVO

La encuesta realizada nos ayuda para implementar nuevos diseños de acuerdo a la temporada como San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre, Día del niño. Y en la Navidad, se realizara modelos exclusivos para esas fechas.

---

Es una manera adicional para atraer a nuestros clientes con la variación de los modelos que se implementaran.

### **3.01.04 MUESTREO NO PROBABILISTICO**

Para el muestreo no probabilístico por conveniencia se tomo en cuenta algunos Delicatesen y tiendas de la Ciudad de Quito obteniendo los siguientes resultados:

#### **6.01.04.01. FORMATO DE LA ENCUESTA**

##### **ENCUESTA**

La siguiente encuesta aplicada a las tiendas y delicatesen son con el objeto de saber su nivel de aceptación como un medio de Canal de Distribución.

#### **I. INFORMACION GENERAL**

Tipo de Empresa:

- a. **Delicatesen** .....
- b. **Tiendas** .....

#### **1. INFORMACION ESPECIFICA**

1. ¿En su local ha comercializado obleas?

**SI ( )      NO ( )**

2. ¿Estaría usted de acuerdo que las Obleas este publicitado en su establecimiento?

**SI ( )      NO ( )**



- 
3. ¿Por qué Adquiriría usted el producto de las Obleas para su punto de distribución?
- a. **Diseño creativo** .....
  - b. **Formas y colores** .....
  - c. **Variedad de producto** .....
  - d. **Precio** .....
4. ¿En que medio publicitario le gustaría conocer el producto de las Obleas?
- a. **Radio** .....
  - b. **Revistas** .....
  - c. **Medios Web** .....
  - d. **Correos** .....
5. ¿En que nivel de satisfacción se identifica usted con el servicio de las Obleas?
- a. **Muy satisfecho** .....
  - b. **Satisfecho** .....
  - c. **Muy Insatisfecho** .....
  - d. **Insatisfecho** .....

## PREGUNTA 1

1) ¿En su local ha comercializado obleas?

**FIGURA N° 22**  
**PREGUNTA N° 1**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

Mediante la encuesta realizada se obtuvo un 83% que no ha comercializado las obleas en su local y apenas un 17% si.

## ANÁLISIS CUALITATIVO

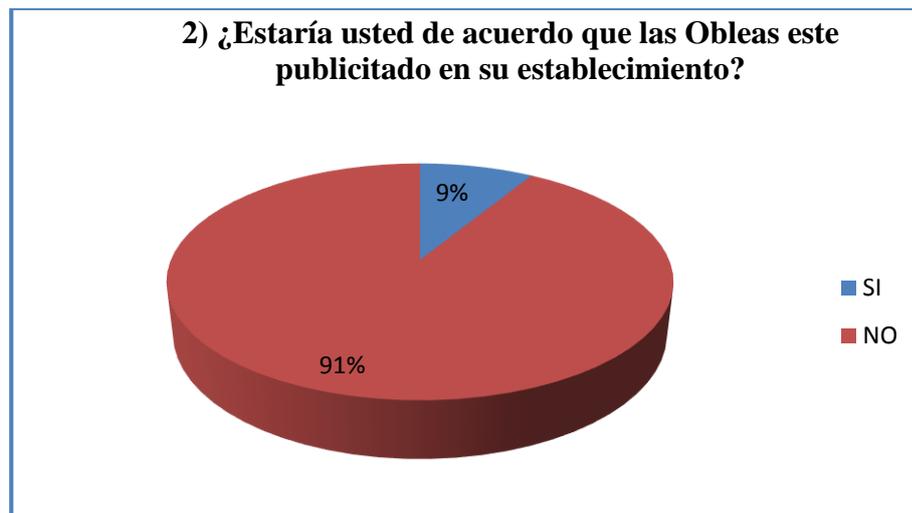
Con la encuesta realizada nos podemos dar cuenta que la mayor parte de los encuestados no ha comercializado las obleas por el motivo de que es un producto que no lo conocen mucho y no se vende en cualquier lugar.

Con esta información ayuda para el desarrollo del proyecto y para poder introducción al producto por este medio.

## PREGUNTA 2

2) ¿Estaría usted de acuerdo que las Obleas este publicitado en su establecimiento?

**FIGURA N° 23**  
**PREGUNTA N° 2**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 91% de los encuestados le gustaría que las obleas este publicitado en su establecimiento y apenas el 9% no.

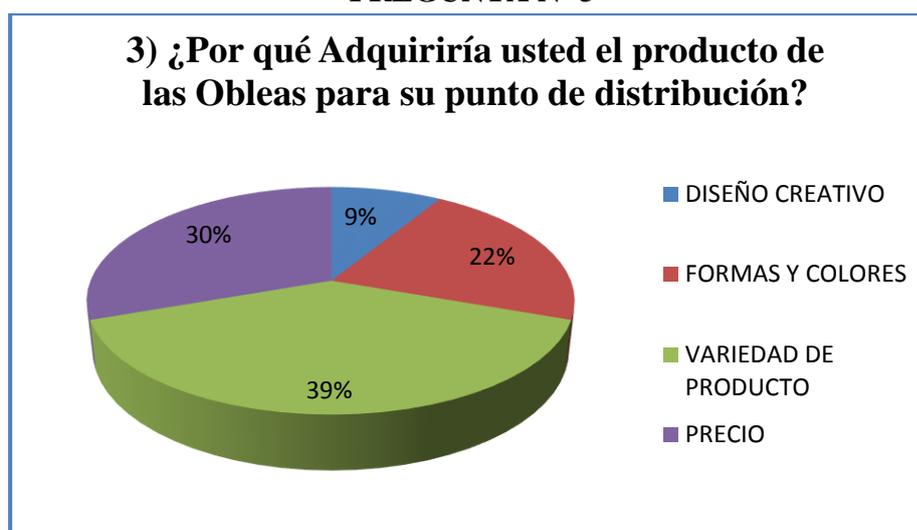
## ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de los encuestados les gustaría obtener el producto en su establecimiento, con la finalidad de tener variado sus productos, además quieren probar con un producto nuevo para su lugar.

### PREGUNTA 3

3) ¿Por qué Adquiriría usted el producto de las Obleas para su punto de distribución?

**FIGURA N° 24**  
**PREGUNTA N° 3**



### ANÁLISIS CUANTITATIVO

Mediante la encuesta realizada se determinó que el 39% de los establecimientos, adquiriría las obleas por la variedad del producto, el 30% por el precio, el 22% por las formas y colores y el 9% por el diseño.

### ANÁLISIS CUALITATIVO

Con la encuesta realizada se terminó que mediante las formas de las obleas, los colores y el precio adquirirían el producto para su lugar, además nos indicaron que las obleas que pondrán en su establecimiento serían para variar sus productos.

#### PREGUNTA 4

4) ¿En que medio publicitario le gustaría conocer el producto de las Obleas?

**FIGURA N° 25**  
**PREGUNTA N° 4**



#### ANÁLISIS CUANTITATIVO

Con la encuesta realizada determinaron que el 40% les gustaría conocer el producto por medio de la radio, el 28% prefiere los medios web, el 24% las revistas y apenas el 8% mediante los correos

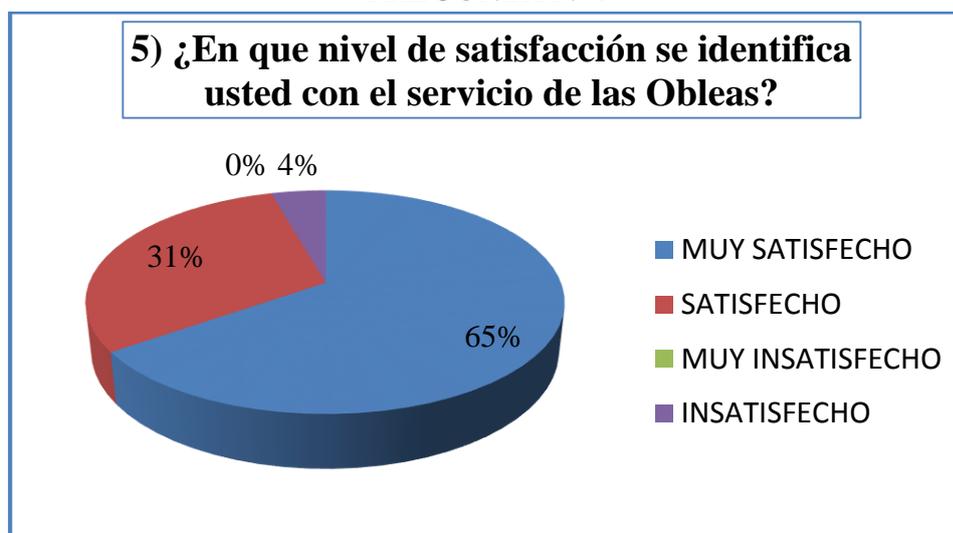
#### ANÁLISIS CUALITATIVO

Mediante la pregunta realizada se realizara el conocimiento de las obleas mediante la radio y por medio de los sitios web, que es donde más adquieren información los consumidores.

## PREGUNTA 5

5) ¿En que nivel de satisfacción se identifica usted con el servicio de las Obleas?

**FIGURA N° 26**  
**PREGUNTA N° 5**



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

Mediante la pregunta realizada se determinó que el 65% de los encuestados quedaron satisfechos con el servicio que se les ofreció, el 31% quedó satisfecho y el 4% insatisfecho.

## ANÁLISIS CUALITATIVO

Con la encuesta realizada se trató de que el cliente califique el momento en que se realizó la encuesta y se obtuvo un 65%, quedaron satisfechos con el servicio del producto y la calidad, y apenas el 4% no, por lo tanto eso es una fortaleza para cambiar en el transcurso del proyecto, una vez que se encuentre en el mercado.

---

### **3.02 OFERTA**

“Es la cantidad de un bien que las empresas pueden y quieren ofrecer a la venta. Se representa por QS y es también una variable flujo, es decir hablaremos de las cantidades que las empresas están dispuestas a ofrecer por períodos de tiempo, es decir, en un día, mes, año.” (Bennasar, 2012)

### **ANÁLISIS**

La oferta para el proyecto, no se pudo obtener la información en cuanto a cantidades y valores que se necesita para el estudio debido a que la competencia existente solo hay una y son las “OBLEAS SANTA FE”, la competencia existente realiza declaraciones como personas naturales no obligadas a llevar contabilidad por el cual no se pudo obtener la información necesaria para el proyecto.

Para sustentación de lo indicado en el (ANEXO 5) se encuentra el RUC de la empresa como personas naturales.

### **3.03 DEMANDA**

La demanda de un determinado producto es el volumen total, físico o monetario, que sería adquirido por un grupo de compradores en un lugar y periodo de tiempo dado, bajo unas condiciones del entorno y un determinado esfuerzo comercial.

### 3.03.01 DEMANDA HISTÓRICA

**TABLA N° 12**  
**DEMANDA HISTORICA**

<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>TOTAL</b>
2013	832,837	1.5%	820,344
2012	820,344	1.5%	808,039
2011	808,039	1.5%	795,919
2010	795,919	1.5%	783,980
2009	783,980	1.5%	772,220

### 3.03.02 DEMANDA ACTUAL

Para la demanda actual del proyecto se ha tomado en cuenta la siguiente información:

<b>Población 2013</b>	<b>832,837</b>
<b>Consumo semanal 2%</b>	<b>16,657</b>

El porcentaje que se tomo en cuenta es en base a la encuesta en el cual nos indica que el consumo de las obleas lo realizaran apenas el 2% semanalmente, con esta información podemos saber cuánto es la población que adquirirá el producto

### 3.03.03. DEMANDA PROYECTADA

**TABLA N° 13**  
**DEMANDA PROYECTADA**

<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>TOTAL</b>
2013	16,657	1.5%	16,907
2014	16,907	1.5%	17,160
2015	17,160	1.5%	17,418
2016	17,418	1.5%	17,679
2017	17,679	1.5%	17,944

### ANÁLISIS

Con la información obtenida podemos saber cuánto será la población para los próximos 5 años, ayudándonos también para saber quién será nuestro mercado en la ciudad de Quito.

---

## CAPITULO IV

### 7. ESTUDIO TÉCNICO

"Contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. " (Gomez, 2012)

#### 4.01. TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primera instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido.

#### 4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño y capacidad de este proyecto en particular, se debe a la porción de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta un porcentaje con el proyecto.

Por tanto, como previamente se señaló, el tamaño para la producción de las obleas, tendrá una capacidad promedio para la elaboración anual, a continuación se detalla:

**TABLA N° 14**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

<b>2 PERSONAS PRODUCCIÓN 7 HORAS AL DIA</b>		
PRODUCCIÓN DE 2 PERSONAS AL DIA	840 CADA PER.	1680 UNDS.
PAQUETES	10 Unds	10 UNDS. CADA PAQUETE
<b>TOTAL PAQUETES AL DIA</b>		<b>168 PAQUETES EN EL DIA</b>
PRODUCCIÓN SEMANAL	POR 5 DIAS	5 DIAS
<b>TOTAL PAQUETES SEMANAL</b>		<b>840 PAQ. SEMANAL</b>
ANUAL	POR 52 SEMAN.	52 SEMANAS
<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>		<b>43,680 PAQ. AL AÑO</b>
PRECIO \$ 1.00		\$ 1.00
<b>TOTAL DÓLARES</b>		<b>\$ 43,680.00</b>

#### **CAPACIDAD INSTALADA PARA LA PRODUCCION**

POBLACION PROYECTO	16657
PRODUCCIÓN ÓPTIMA SEMANAL EN UNDS.	840.00
PORCENTAJE CUBIERTO	5.04%

Con la producción realizada se pretende cubrir el 5.04% de la demanda insatisfecha con la producción semanal.

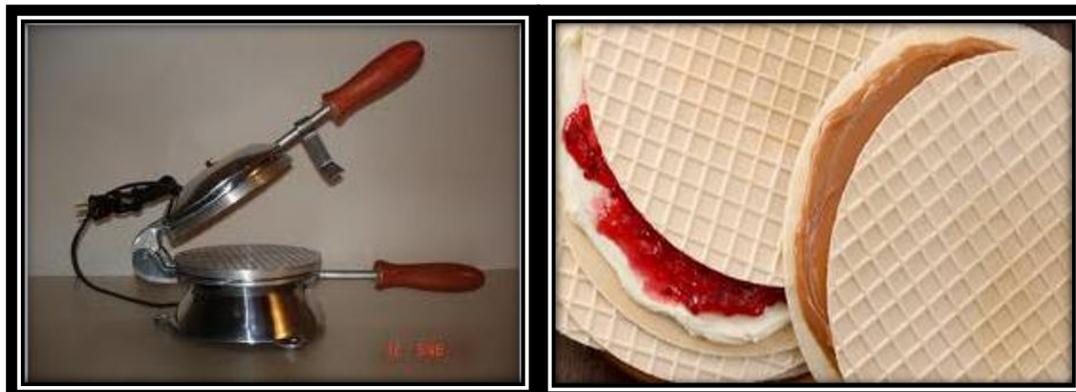
#### 4.01.02. OBJETIVOS DEL TAMAÑO

- El objetivo del tamaño del proyecto, es distribuir el espacio físico de manera adecuada, la producción de obleas, los muebles de oficina, equipo de computación, útiles de aseo, material de oficina, que se utilizara para que la empresa comience a funcionar.
- Para la producción de las obleas se estableció que la capacidad optima para la producción es de 4 maquinas, se detalla a continuación la producción

**TABLA N° 15**  
**PRODUCCIÓN ÓPTIMA (MÁQUINARIA)**

<b>MÁQUINA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>
1 Máquina	Producción de una hora	60 Unidades
	7 horas de producción en un día	420 Unidades
	Producción en la semana 5 días	2100 Unidades
<b>TOTAL PAQUETES</b>	Paquetes de 10 Unidades cada uno	210 paquetes en la semana
4 Máquinas	<b>Producción Total</b>	<b>840 paquetes</b>

**FIGURA N° 27**  
**MÁQUINA Y PRODUCTO**



- Contratar un personal de 3 personas distribuidas de la siguiente manera: 2 personas, para la producción y 1 persona para las ventas

**TABLA N° 16**  
**PERSONAL REQUERIDO**

NÚMERO	CARGO	SUELDO
1	ÁREA DE PRODUCCIÓN	318,00
2	ÁREA DE PRODUCCIÓN	318,00
3	ÁREA DE VENTAS	318,00

#### **4.01.03. VARIABLES DE VIABILIDAD**

La viabilidad que tiene el presente proyecto es factible para el desarrollo debido a que el presupuesto de inversión para la instalación de la producción de obleas se ha tomado en cuenta tres importantes rubros, como los recursos materiales, humanos y financieros, para su mejor ubicación y comprensión, que en conjunto representan la principal fuente de información económica del Estudio Técnico.

Para el financiamiento del proyecto será con la aportación del 50% como capital propio y el 50% restante mediante un financiamiento bancario.

La institución financiera a la cual se solicitara el 50% para la realización del proyecto es la Cooperativa 29 de Octubre. (ANEXO 6)

#### 4.01.04 CAPACIDAD ÓPTIMA

Para la producción óptima se considero el 80% para la elaboración de las obleas con una producción anual es de 34944 Paquetes.

El porcentaje que se considero es porque en la elaboración del producto existen 2 factores por el cual se descontó el 20%, el primer factor es porque existen tiempos muertos como en la elaboración de la masa y el segundo factor es porque existen desperdicios del material, dejando así menos unidades de producción por ese motivo se ha tomado ese porcentaje, de esta manera se llego obtener los siguientes resultados de la elaboración de obleas:

**TABLA N° 17**  
**CAPACIDAD ÓPTIMA 80%**

<b>2 PERSONAS PRODUCCION 7 HORAS AL DIA</b>		
PRODUCCION	840 CADA PER.	1344 Unds
PAQUETES	10 Unds	10Unds c/paq.
<b>TOTAL PAQUETES AL DIA</b>		<b>134 paq.</b>
PRODUCCION SEMANAL	POR 5 DIAS	5 Días
<b>TOTAL PAQUETES SEMANAL</b>		<b>672 paq.</b>
ANUAL	POR 52 SEMANAS	52 semanas
<b>PRODUCCION ANUAL</b>		<b>34,944.00 paq.</b>
PRECIO \$ 1.00		\$ 1.00
<b>TOTAL DOLARES</b>		<b>\$ 34,944.00</b>

---

**FIGURA N° 28**  
**PRODUCTO TERMINADO**



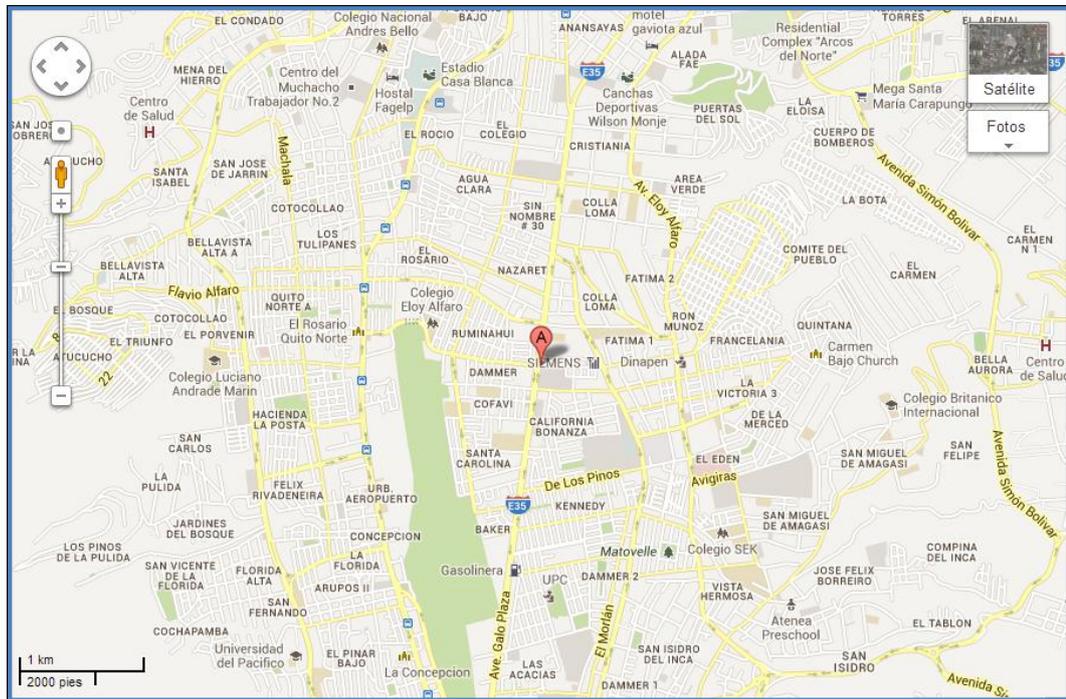
#### **4.02. LOCALIZACIÓN**

El objetivo general de la localización del proyecto, es determinar si el sitio en el cual estará ubicada la empresa, sea un lugar estratégico de fácil accesibilidad para los clientes.

##### **4.02.01 MACRO – LOCALIZACIÓN**

Las instalaciones de la empresa se van a situar en la Provincia de Pichincha, Sector Norte del cantón Quito.

## FIGURA N° 29 MACROLOCALIZACIÓN



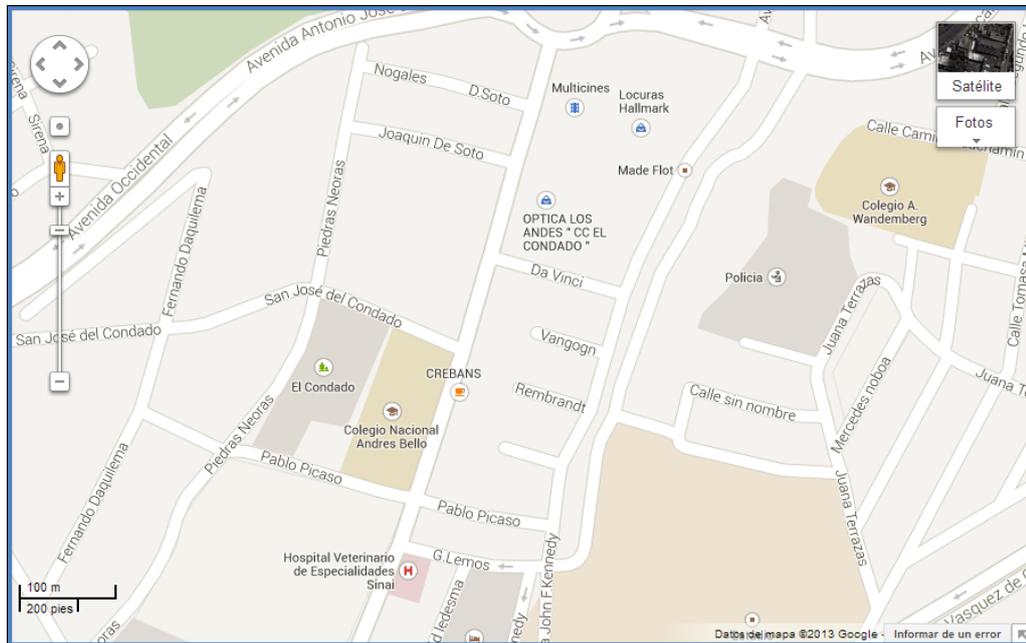
Google Maps 2013

### 4.02.02. MICRO – LOCALIZACIÓN

Los factores considerados para la ubicación han sido: Cercanía al cliente, Accesibilidad, Arriendo, Tiempo de respuesta.

La cercanía a los clientes es la razón principal por la cual se determinó la ubicación de la empresa en el ciudad de Quito, es una estrategia para la distribución del producto.

**FIGURA N° 30**  
**MICROLOCALIZACIÓN**



Google Maps 2013

#### **4.02.03. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA**

Estará ubicada en el Sector del Condado en la Av. Da Vinci, Uno de los factores principales a considerar es la facilidad de llegar a los clientes mediante los centros comerciales, supermercados, tiendas y delicatessen, con la gran afluencia de clientes.

Para la localización óptima se tomo en cuenta tres lugares detallados a continuación.

**TABLA N° 18**  
**LOCALIZACIÓN ÓPTIMA**

DIRECCIÓN	OBSERVACIÓN	LOCALIZACIÓN
Av. De la Shyris y Gaspar de Villaroel, C.C Galería	Primer lugar que se escogió porque es muy transitada, pero no es óptimo porque es poco visitada.	
Av. Amazonas y Rio Coca	Segundo lugar que se escogió por su ubicación pero no es óptimo por su arriendo	
Estará ubicada en el Sector del Condado en la Av. Da Vinci	Tercer lugar que se escogió por la cercanía de proveedores y es óptimo por su cercanía a clientes.	

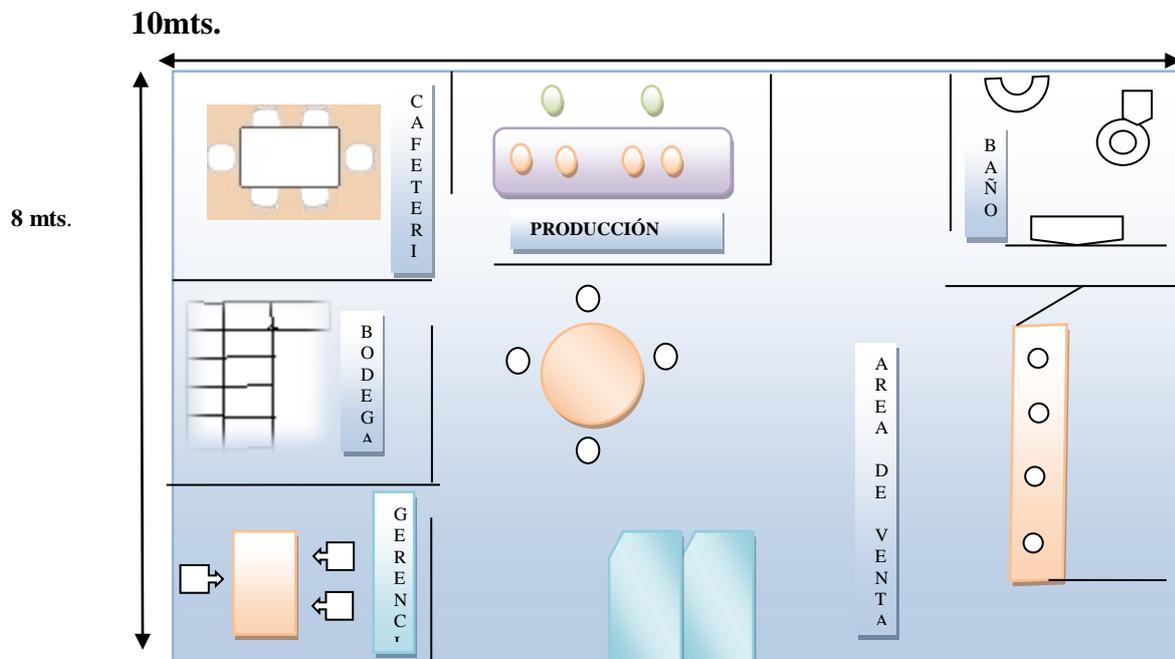
**FIGURA N° 31**  
**LOCALIZACIÓN ÓPTIMA**



### 4.03. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Las medidas del local son; 10 metros de ancho por 8 metros de largo.

**FIGURA N° 32**  
**DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL**



#### 4.03.01. DEFINICIÓN DEL BIEN

Para la producción de las obleas se necesita una máquina de tipo artesanal que es fabricada en lámina de acero inoxidable, las planchas son de aluminio fundido o con recubrimiento en teflón, tiene resistencias de mica con recubrimiento en asbesto, con cables siliconado especial para el calor y cubierta en aluminio para proteger los cables.

Las maquinas tienen diseños impresos en la plancha (Lisa, cuadriculada, Mickey Mouse, Pato Donald). Esto es una manera para llamar la atención en especial de los niños ya que a ellos les atrae los dibujos.

Para la producción de las obleas se necesitan materiales que no causaran daño a la salud, se necesitan los siguientes materiales:

- Harina de trigo
- Agua
- Azúcar
- Esencia de Vainilla
- Aceite Vegetal

**FIGURA N° 33**  
**OBLEAS**



**FIGURA N° 34**  
**MÁQUINAS DE PRODUCCIÓN**



#### **4.03.02. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA**

➤ **Área de Ventas**

Área exclusiva para atención al cliente, en cuanto a requerimientos del producto para el consumidor, además es un lugar en donde podrán reunirse, la familia, los amigos o las parejas.

➤ **Bodega**

En la bodega se almacenará todo el producto que se encuentre en stock, para proveer a los clientes.

El lugar estará en perfectas condiciones para evitar que el producto se dañe. La producción se mantendrá en bodega máximo 45 días

➤ **Área de Producción**

En el área de producción se elaborará el producto con los materiales necesarios para que se lleve a cabo el producto final con el debido control de calidad, para una buena presentación al cliente final.

➤ **Baño**

Esta área deberá estar en perfecto estado, con la ventilación e implementos necesarios para su funcionamiento.

➤ **Cafetería**

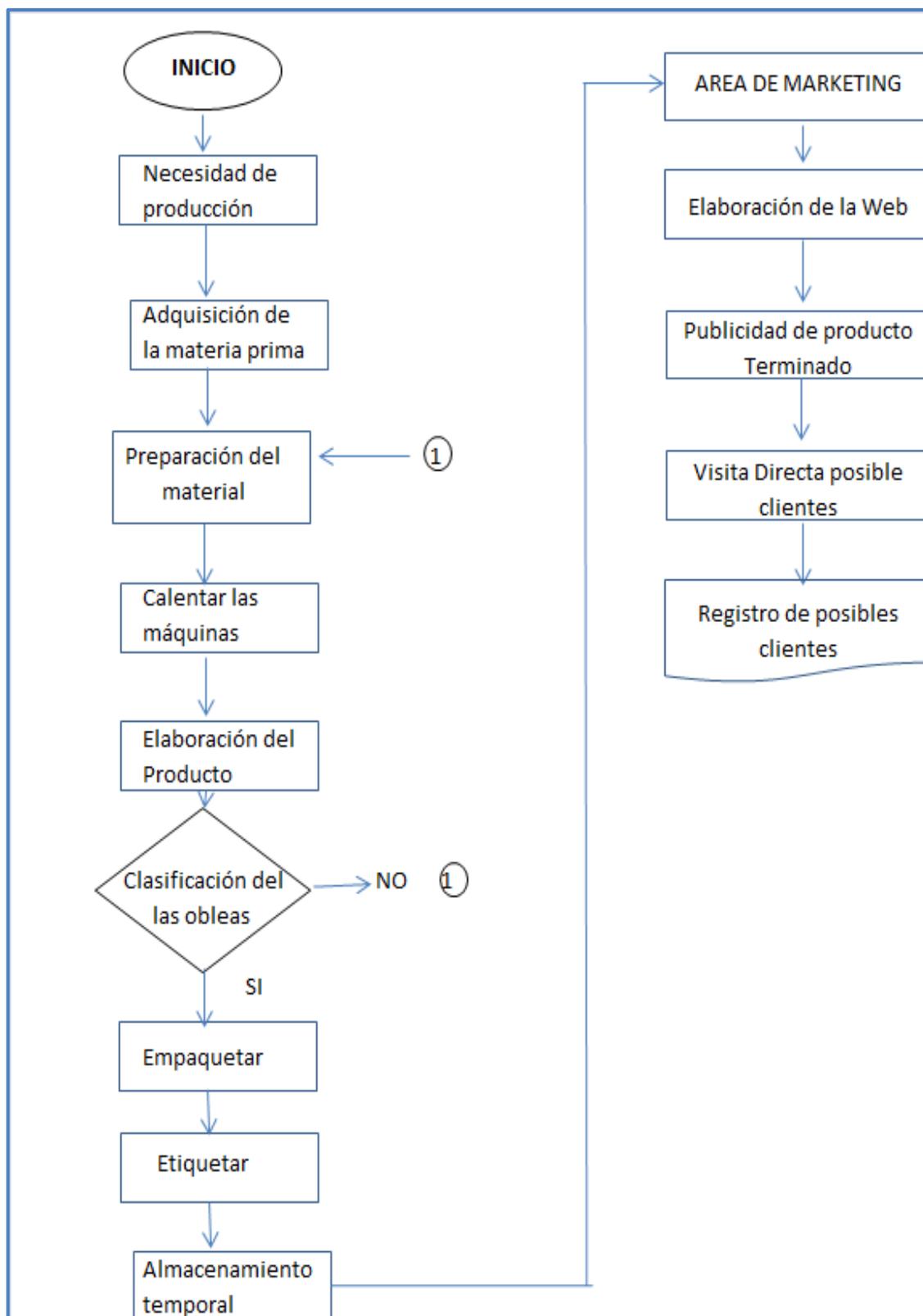
La cafetería será exclusivamente para los empleados para servirse sus alimentos.

➤ **Caja**

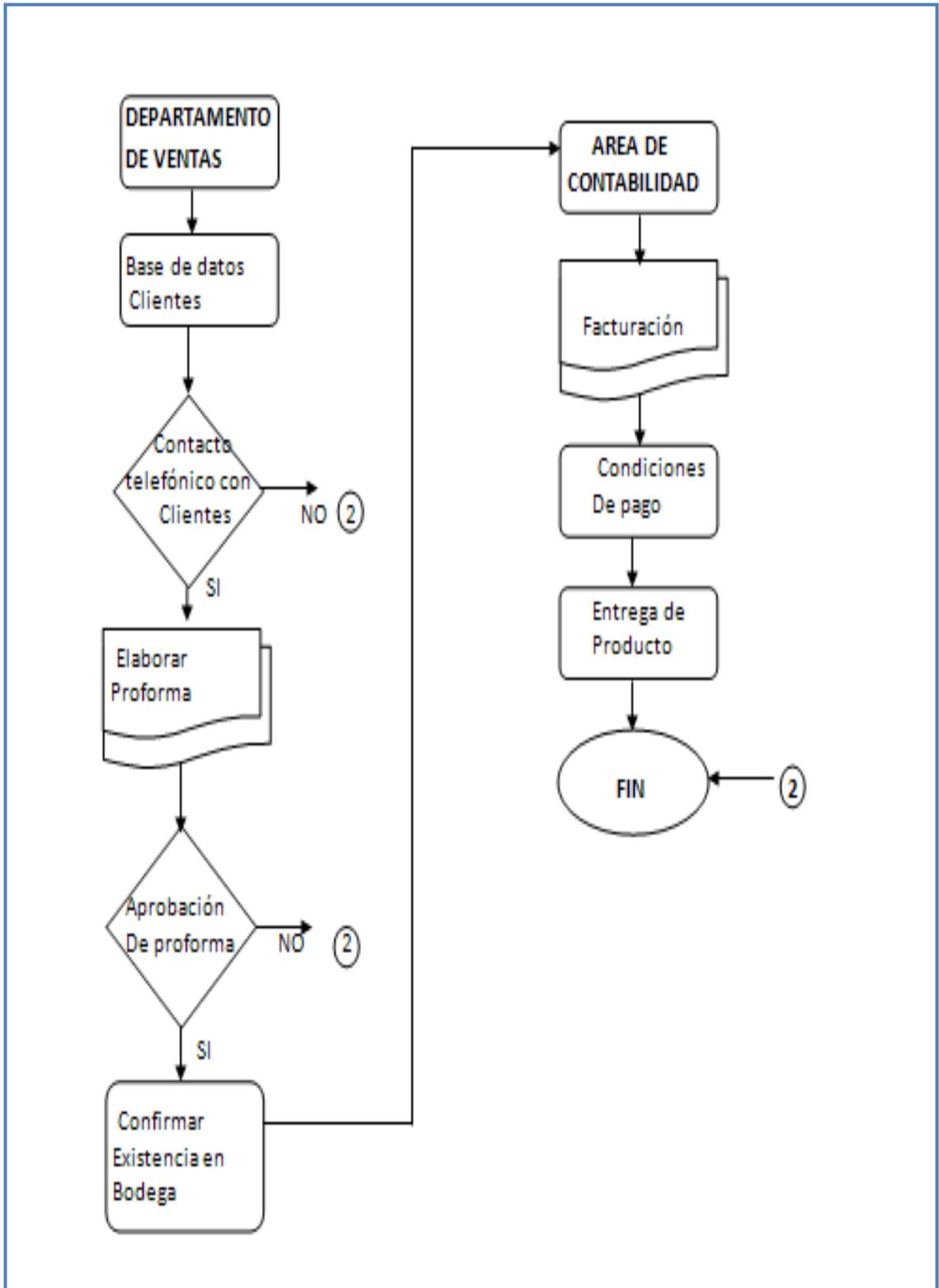
El área de caja, deberá estar equipado con todos los materiales, útiles de oficina, equipo de cómputo adecuado para atender a los clientes con agilidad y sobre todo seguro, ya que se receptorá el dinero del producto vendido.

### 4.03.03. PROCESO PRODUCTIVO

#### 4.03.03.01 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN Y MARKETING



### 4.03.03.02. FLUJOGRAMA DE VENTAS Y CONTABILIDAD



#### 4.03.04. MÁQUINARIA

La maquinaria que se utilizará se detalla a continuación.

**TABLA N° 19**  
**MAQUINARÍA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Maquinas de Obleas	4	210.00	840.00	
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>		<b>840.00</b>	

#### ÁNÁLISIS

La maquinaria que se necesitara para la producción de las obleas serán de 4 maquinas con un precio de cada una de \$210.00, se tomo en cuenta las unidades de las maquinas al realizar la necesidad de la capacidad óptima que se necesita para la producción. (ANEXO 7)

#### 4.03.05. EQUIPOS

Los equipos que se necesitara para el desarrollo del proyecto se tomo en cuenta los siguientes aspectos:

**TABLA N° 20**  
**VEHICULO**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Van N300	1	15,340.00	15,340.00	
<b>TOTAL</b>			15,340.00	

### ANÁLISIS

El vehículo que se adquirirá para la empresa es importante debido a que necesitara en la distribución del producto para los respectivos clientes de la empresa.

(ANEXO 8)

**TABLA N° 21**  
**MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Escritorio Ejecutivo	1	230.00	230.00	
Sillas de Espera	2	23.10	46.20	

Comedor	1	280.00	280.00	
Mesa de producción	1	180.00	180.00	
Juego de Mesa y Sillas	3	120.00	360.00	
Anaqueles (bodega)	3	100.00	300.00	
Archivador Vertical	2	155.00	310.00	
Mostradores	2	270.00	540.00	
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>		<b>2,246.20</b>	

## ÁNALISIS

Los valores de los muebles y enseres de la empresa se considero en base a proformas en el cual se necesitara una inversión de \$ 2,246.20, para establecer la cantidad que se necesitara para el desarrollo y así pueda funcionar la empresa con los implementos necesarios. (ANEXO 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15,16)

**TABLA N° 22**  
**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Computadora	1	395.00	395.00	
Impresora y Copiadora	1	75.98	75.98	 <b>CANON MP230</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>470.98</b>	

## ÁNALISIS

El Equipo de computación que se necesitará para el desarrollo de la empresa es de \$ 470.98, este material es importante para el proyecto debido a su necesidad que existe al momento de tener actualizada la tecnología y porque existe la necesidad para tener la base de datos de la producción que existirá. (ANEXO 17, 18)

**TABLA N° 23**  
**EQUIPO DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>IMAGEN</b>
Teléfono inalámbrico	2	64.00	128.00	
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>128.00</b>	

### ANÁLISIS

Este implemento es importante para el proceso de producción debido a que se necesitara para la comunicación de los posibles clientes.

Los Equipos presentados en el proyecto son en base a proformas que se encuentran detalladas (**ANEXO 19**)

---

## CAPITULO V

### 8. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.01. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

“Los ingresos operacionales son aquellos consideradas las utilidades obtenidos por la venta de mercaderías; es decir, es la diferencia establecida entre el precio de costo y el precio de venta.

Los ingresos no operacionales son considerados básicamente las utilidades provenientes de intereses cobrados por ventas a crédito, intereses ganados por inversiones realizadas, por arriendos cobrados, comisiones ganados por ventas y por utilidad en venta de activos fijos.” (Ojeda, 2010)

Para el proyecto presentado se obtendrá ingresos operacionales en base a las ventas de las obleas que se presentara a los clientes con una buena calidad, variación de diseños y sabores para obtener una utilidad favorable para la empresa.

#### 5.02. COSTOS

“Se identifica por ser generador directo de ingreso y por tanto, es recuperable, está directamente relacionado con el producto y/o servicio que brinda la empresa en cuestión, por lo tanto; es inherente con el giro de la empresa.” (Javier, 2009)

El presente proyecto cuenta con costos para la realización del producto a continuación se detalla lo que se necesita como costos directos y costos indirectos.

### 5.02.01 COSTO DIRECTO

“Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa.” (Altamirano, 2012)

Para la producción de las obleas se considero que en una producción de 2 horas se produce 20 paquetes de obleas de 10 Unidades cada paquete, elaborada con 2 personas, para la producción se necesita como materia prima directa, harina, azúcar, Esencia de vainilla y aceite, se detalla a continuación la distribución del costo directo como materia prima directa y mano de obra directa.

**TABLA N° 24**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESC.</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>COSTO POR CADA PAQUETE DE OBLEAS</b>
Harina	4	LIBRAS	0.39	1.56	0.08
Azúcar	0.25	LIBRAS	0.50	0.13	0.01
Esencia de Vainilla	0.15	FRASCOS	1.20	0.18	0.01
Aceite	0.1	LITRO	2.50	0.25	0.01
<b>TOTAL</b>	<b>4.50</b>		<b>4.59</b>	<b>2.12</b>	<b>0.11</b>

**TABLA N° 25**  
**MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	OPERARIO 1	OPERARIO 2
SUELDO	318.00	318.00
DECIMO TERCERO	26.50	26.50
DECIMO CUARTO	26.50	26.50
APORTE IESS PATRONAL	38.64	38.64
<b>TOTAL</b>	<b>409.64</b>	<b>409.64</b>
DIVIDIDO PARA 4 SEMANAS	102.41	102.41
DIVIDIDO PARA 5 DIAS	20.48	20.48
DIVIDIDO PARA 8 HORAS	2.56	2.56
POR 2 HORAS DE PRODUCCION	5.12	5.12
<b>PRODUCCIÓN DE 20 PAQUETES</b>	0.26	0.26
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA, PRODUCCIÓN DE UN PAQUETE DE OBLEAS</b>		<b>0.26</b>

El costo de la materia prima directa en la elaboración de un paquete de obleas es de \$0.11 ctvs. y la mano de obra que se necesita para un paquete de obleas es de \$0.26 ctvs.

Los costos directos para la elaboración del paquete de obleas son de \$ 0.37 ctvs.

**FIGURA N° 35**  
**ELABORACIÓN DE OBLEAS**



#### **5.02.02 COSTOS INDIRECTOS**

“Desembolsos que no pueden identificarse con la producción de mercancías o servicios específicos, pero que sí constituyen un costo aplicable a la producción en general. Se conocen generalmente como gastos indirectos de manufactura.”

(Altamirano, 2012)

Para los costos indirectos para la producción se tomo en cuenta las fundas para el empaque, las grapas con el cual se une con la etiqueta para el acabado final, a continuación se detalla los costos.

**TABLA N° 26**  
**COSTOS INDIRECTOS**

DETALLE	CANTIDAD POR COMPRA	VALOR TOTAL	COSTO POR CADA PAQUETE DE OBLEAS
GRAPAS	500	0.40	0.0008
COPIAS	4	0.02	0.005
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA	4	840.00	0.02
<b>TOTAL</b>			<b>0.03</b>

Los costos indirectos en la elaboración de las obleas es de \$0.03 ctvs. por paquete, con los 3 costos de elaboración se llega al producto terminado para los consumidores.

**FIGURA N° 36**  
**PAQUETES DE OBLEAS**



### 5.02.03 GASTOS ADMINISTRATIVOS

“Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.” (PYMES, 2013)

Para el proyecto se necesita los gastos administrativos en donde se toma en cuenta una parte del arriendo en donde se instalara la empresa, el sueldo del Gerente, los servicios básicos del mes y los suministros que se necesitara para el funcionamiento de la empresa a continuación se detalla los valores.

**TABLA N° 27**  
**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	VALOR
Arriendo	200.00
Sueldos	628.92
Servicios Básicos	65.00
Suministros de Oficina	15.00
<b>TOTAL</b>	<b>908.92</b>

#### 5.02.04 GASTO DE VENTAS

“Se consideran los gastos de la operación de ventas, cuando la organización de la empresa se presta para organizar los gastos por estos dos elementos, en los cuales se cuentan los gastos de almacén, de personal de ventas y comisiones.” (financiera, 2013)

Para el proyecto se considero como gastos de ventas el arriendo y el sueldo de la persona que se encargara de las ventas de la empresa, a continuación se detalla los valores.

**TABLA N° 28**  
**GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCION	VALOR
Arriendo	100.00
Sueldos	409.64
Publicidad	30.00
Transporte	50.00
<b>TOTAL</b>	<b>589.64</b>

#### 5.02.05 COSTOS FINANCIEROS

“Son los gastos que reflejan el costo de capital o el costo que representa para la empresa financiarse con terceros. Son el costo de los pasivos, es decir de las deudas que tiene la empresa. El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros, también las comisiones que se pagan cuando se formalizan préstamos, algunos servicios bancarios que tienen que ver con financiamiento.” (PYMES, 2013)

Para el proyecto los gastos financieros que se tomo en cuenta son los intereses que se pagara por el préstamo de la cooperativa que se realizara para la ejecución del mismo.

**TABLA N° 29**  
**GASTOS FINANCIEROS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
Intereses Préstamo	1,394.94
<b>TOTAL</b>	<b>1,394.94</b>

Los intereses que se cancelará en el transcurso de 3 años son de \$ 1,394.56 por el préstamo que se adquirirá para la realización del proyecto.

#### **5.02.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

“Los costos fijos son aquellos costos cuyo total permanece constante en un nivel relevante de producción, mientras que el costo unitario varía con la producción.

El costo variable son aquellos costos donde el total varía en proporción directa con los cambios en volumen y el costo unitario permanece constante.” (Altamirano, 2012)

#### **5.03 INVERSIONES**

##### **5.03.01 INVERSIÓN FIJA**

“Es la asignación de recursos reales y Financieros para obras físicas o servicios básicos del Proyecto, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser transado en forma continua durante el horizonte de planeamiento, solo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. Estos recursos una vez adquiridos son

---

reconocidos como patrimonio del Proyecto, siendo incorporados a la nueva unidad de producción hasta su extinción por agotamiento, obsolescencia o liquidación final.

Los elementos que constituyen la estructura de la Inversión fija son clasificados de muchas formas, pero sin variar la presentación esquemática o dejar de considerar a todos los rubros que conforma el Cronograma de la Inversión fija. La preparación del Cronograma de Inversiones solo puede variar cuando se trata de algunos Proyectos especiales o en el caso de que la etapa de la ejecución del Proyecto sea de larga duración, adecuándose en ambos casos de acuerdo a la necesidad del Proyecto.” (FINANCIAMIENTO, 2013)

## ANÁLISIS

Para la realización del proyecto se necesita como inversión fija un vehículo, equipo y maquinaria, muebles y enseres, Equipo de computación y equipo de oficina.

Como inversión fija en el proyecto es de \$19,025.18 con un valor de salvamento para 5 años de \$ 1742.76

**TABLA N° 30**  
**INVERSIÓN FIJA**

**V/S**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Vehículo	- 15,340.00					-
Equipo y Maquinaria	- 840.00					420.00
Muebles y enseres	- 2,246.20					1,123.10
Equipo de Computación	- 470.98			- 470.98		156.99
Equipo de Oficina	- 128.00					42.67
<b>TOTAL</b>	<b>- 19,025.18</b>	0.00	0.00	-470.98	0.00	1,742.76

### **5.03.02 CAPITAL DE TRABAJO**

“Considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

En efecto, desde el momento que se compran insumos o se pagan sueldos, se incurren en gastos a ser cubiertos por el Capital de Trabajo en tanto no se obtenga ingresos por la venta del producto final. Entonces el Capital de Trabajo debe financiar todos aquellos requerimientos que tiene el Proyecto para producir un bien o servicio final.” (FINANCIAMIENTO, 2013)

## ANÁLISIS

El capital de trabajo que se necesitara para el desarrollo del proyecto es de \$7,790.48, tomando en cuenta lo que son sueldos y salarios de las 4 personas que colaboraran en la empresa, el arriendo, los servicios básicos, la materia prima y los materiales de oficina, todo esto se toma en cuenta para tres meses, esto es debido hasta que el consumidor conozca el punto de venta, a continuación se describe las cantidades que se necesitara, en el capital de trabajo.

**TABLA N° 31**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DETALLE	Mes 1	Mes 2	Mes 3	TOTAL
Sueldos y Salarios	1,857.83	1,857.83	1,857.83	5,573.48
Arriendo	300.00	300.00	300.00	900.00
Servicios Básicos	76.00	76.00	76.00	228.00
Materia Prima	303.00	303.00	303.00	909.00
Material de oficina	60.00	60.00	60.00	180.00
<b>TOTAL</b>	<b>2,596.83</b>	<b>2,596.83</b>	<b>2,596.83</b>	<b>7,790.48</b>

**TABLA N° 32**  
**TOTAL INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
INVERSIÓN FIJA	19,025.18
CAPITAL DE TRABAJO	7,790.48
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>26,815.66</b>

Para la realización del proyecto se necesita una inversión de \$26,815.66, tomando en cuenta la inversión fija y el capital de trabajo.

**TABLA N° 33**  
**ESTRUCTURA DE CAPITAL**

<b>DETALLE</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
CAPITAL PROPIO	35%	9,385.48
CAPITAL FINANCIADO	65%	17,430.18
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>26,815.66</b>

Para el desarrollo del proyecto se considero que el 35% será en base al capital propio y el 65% restante será mediante un préstamo bancario, con la ayuda de la cooperativa "29 de Octubre" que será el valor de \$ 17,430.18, con la financiación de tres años.

### **5.03.03 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO**

"En general, los individuos solicitan préstamos a instituciones financieras para financiar un proyecto, adquisición de un bien, etc.

Todo préstamo que se adquiere debe pagarse por una parte unos intereses por concepto del uso y disfrute del capital recibido y por otra, reembolsar dicho capital en una o varias épocas, previamente acordadas.

Para determinar el pago de intereses y el control de la amortización o reembolso del capital en préstamo suele aplicarse uno de los tres sistemas siguientes:

- Sistema Francés o de Amortización Progresiva.
- Sistema Americano o Fondo de Amortización.
- Sistema Alemán o de Amortización Constante." (Prisma, 2013)

**TABLA N° 34**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

**PRÉSTAMO COOPERATIVA "29 DE OCTUBRE"**

<b>MONTO DE CREDITO</b>	17,430.18	
<b>TASA ACTIVA</b>	15.20%	
<b>FORMA DE PAGO</b>	MENSUAL	
<b>TIEMPO</b>	3	Años
<b>PERIODOS</b>	36	Meses

PERIODO	INTERES	CUOTAFIJA	CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0	0	0	0	17,430.18
1	73.59	522.92	449.33	16,980.86
2	71.70	522.92	451.22	16,529.63
3	69.79	522.92	453.13	16,076.50
4	67.88	522.92	455.04	15,621.46
5	65.96	522.92	456.96	15,164.50
6	64.03	522.92	458.89	14,705.61
7	62.09	522.92	460.83	14,244.78
8	60.14	522.92	462.78	13,782.00
9	58.19	522.92	464.73	13,317.27
10	56.23	522.92	466.69	12,850.58
11	54.26	522.92	468.66	12,381.92
12	52.28	522.92	470.64	11,911.28
13	50.29	522.92	472.63	11,438.65
14	48.30	522.92	474.62	10,964.03
15	46.29	522.92	476.63	10,487.40
16	44.28	522.92	478.64	10,008.76
17	42.26	522.92	480.66	9,528.10

18	40.23	522.92	482.69	9,045.41
19	38.19	522.92	484.73	8,560.68
20	36.15	522.92	486.77	8,073.91
21	34.09	522.92	488.83	7,585.07
22	32.03	522.92	490.89	7,094.18
23	29.95	522.92	492.97	6,601.21
24	27.87	522.92	495.05	6,106.17
25	25.78	522.92	497.14	5,609.03
26	23.68	522.92	499.24	5,109.79
27	21.57	522.92	501.35	4,608.44
28	19.46	522.92	503.46	4,104.98
29	17.33	522.92	505.59	3,599.39
30	15.20	522.92	507.72	3,091.67
31	13.05	522.92	509.87	2,581.81
32	10.90	522.92	512.02	2,069.79
33	8.74	522.92	514.18	1,555.61
34	6.57	522.92	516.35	1,039.25
35	4.39	522.92	518.53	520.72
36	2.20	522.92	520.72	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,394.94</b>			

Para el presente proyecto se considero el sistema Francés o método de cuota fija, en el cual la empresa se comprometerá a cancelar una cantidad constante durante 36 meses. Los intereses que se generaran durante ese tiempo son de \$ 1,394.94.

#### 5.03.04 DEPRECIACIONES

“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto

correspondiente desgaste que ese activo a sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso.” (Gerencie, 2013)

**TABLA N° 35**  
**DEPRECIACIÓN**

INVERSION FIJA							
DETALLE	AÑO 0	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vehiculo	15,340.00	5	3,068.00	3,068.00	3,068.00	3,068.00	3,068.00
Equipo y Maquinaria	840.00	10	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00
Muebles y enseres	2,246.20	10	224.62	224.62	224.62	224.62	224.62
Equipo de Computacion	470.98	3	156.99	156.99	156.99	156.99	156.99
Equipo de oficina	128.00	10	12.80	12.80	12.80	12.80	12.80
<b>TOTAL</b>	<b>19,025.18</b>		<b>3,546.41</b>	<b>3,546.41</b>	<b>3,546.41</b>	<b>3,546.41</b>	<b>3,546.41</b>

**FUENTE:** Cooperativa 29 de Octubre 2013

La depreciación que se tomo en cuenta es para saber cuánto es lo que sufrirá de desgaste la maquinaria durante ese tiempo, tan solo el Equipo de Computación se considero nuevamente en el cuarto año debido a que la depreciación es solo de 3 años y vamos a requerir de uno nuevo. El desgaste anual será de \$ 3,546.41.

### 5.03.05 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

#### ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
Efectivo	6,881.48	Cuentas por pagar	
Materia Prima	909.00		
<b>NO CORRIENTE</b>		<b>NO CORRIENTE</b>	
Activos fijos		Créditos bancarios a l/p	17,430.18
Equipo y maquinaria	840.00		
Vehículos	15,340.00	<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles y enseres	2,246.20	Capital	9,385.48
Equipo de computación	470.98		
Equipo de oficina	128.00		
		<b>TOTAL PASIVO +</b>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>26,815.66</b>	<b>PATRM.</b>	<b>26,815.66</b>

.....  
**CONTADOR**

.....  
**GERENTE**

### 5.03.06 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Para el estado de resultados proyectado para 5 años se tomo en cuenta los siguientes aspectos:

<b>Tasa de crecimiento PIB Sector Alimenticio</b>	<b>11,40%</b>	<b>0.114</b>
<b>Tasa de inflación:</b>	<b>5.05%</b>	<b>0.0505</b>

**TABLA N° 36**  
**ESTADO DE RESULTADOS PARA 5 AÑOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	34,944.00	38,927.62	43,365.36	48,309.02	53,816.24
- Costo producción	13,684.48	15,244.51	16,982.38	18,918.37	21,075.06
= UBV	21,259.52	23,683.11	26,382.99	29,390.65	32,741.18
- Gastos operacionales					
Administrativos	11,815.92	12,412.62	13,039.46	13,697.95	14,389.70
Ventas	7,665.28	8,052.38	8,459.02	8,886.20	9,334.96
Financiero	756.14	469.93	168.87	-	-
= Utilidad operacional	1,022.19	2,748.18	4,715.63	6,806.49	9,016.53
- 15% Part. Laboral	153.33	412.23	707.34	1,020.97	1,352.48
= Utilidad A.I.R	868.86	2,335.96	4,008.29	5,785.52	7,664.05
- Tabla del I.R. (ANEXO 20)	-	-	-	-	-
= Utilidad Neta	868.86	2,335.96	4,008.29	5,785.52	7,664.05
+ Depreciación	3,546.41	3,546.41	3,546.41	3,546.41	3,546.41
= Excedente operacional	<b>4,415.27</b>	<b>5,882.37</b>	<b>7,554.70</b>	<b>9,331.93</b>	<b>11,210.46</b>

En el estado de resultados se puede observar que a partir del primer año existirán utilidades para los trabajadores en el cual se tomara en cuenta el 15 % para la participación de los trabajadores.

La tabla del Impuesto a la Renta para personas naturales (**ANEXO 20**) no se tomara en cuenta debido a que no pasa la fracción Básica es de \$ 10.180, por el cual no se considerara en el proyecto.

En consideración del estado de resultados se puede decir que el excedente del primer año es de \$ 4,415.27, segundo año \$5,882.37, tercer año \$7,554.70, cuarto año \$9,331.93 y el quinto año de \$11,210.46, resultando algo muy positivo para el proyecto a realizarse.

### 5.03.07 FLUJO DE CAJA

**TABLA N° 37**  
**FLUJOS NETOS DE EFECTIVO**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	(26,815.66)			(470.98)		1,742.76
EXCEDENTE OPERACIONAL		4,415.27	5,882.37	7,554.70	9,331.93	11,210.46
FNE	(26,815.66)	4,415.27	5,882.37	7,083.72	9,331.93	12,953.22

Para los flujos netos de efectivo se considero la inversión que se necesitara para la realización del proyecto más el excedente operacional que se obtuvo del estado de resultados.

## 5.04. EVALUACIÓN

### 5.04.01. TASA DE DESCUENTO

**TABLA N° 38**  
**TASA DE DESCUENTO**

TMAR=	$i$	$+ f$	$+ ( i * f )$
<b>INFLACION</b>	3.30%		
<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	3.00%		
<b>TEMAR =</b>	3.30%	$+ 3.00%$	$+ ( 3.30% * 3.00% )$
<b>TEMAR =</b>	6.30%	$+ 0.10%$	
<b>TEMAR =</b>	<b>6.40%</b>		

Para la tasa de descuento se considero la inflación del último año , considerando de esta manera desde el mes de Octubre del 2012 a Septiembre del 2013, que está en un porcentaje promedio del 3.30% y para el costo de oportunidad se considero los depósitos a plazo que está en el 3% en la Cooperativa "29 de Octubre" de esta manera podemos decir que la tasa de descuento es del 6.40%

## 5.04.02. VAN

TABLA N° 39  
VALOR ACTUAL NETO

DES.	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN =	(26,815.66)	+ 4,415.27	+ 5,882.37	+ 7,083.72	+ 9,331.93	+ 12,953.22
		1.06	1.13	1.20	1.28	1.36
VAN =	(26,815.66)	+ 4,149.73	+ 5,196.10	+ 5,880.97	+ 7,281.51	+ 9,499.27
VAN =	(26,815.66)	+ 32,007.57				
VAN =	5,191.91					
VAN =	\$ 5,191.91					
TIR =	12.18%	0.12				

Para el VAN se considero en base a la sumatoria de los flujos netos de efectivo descontados menos la inversión obteniendo de esta manera un VAN de \$ 7,582.63, Este valor es el actual que se obtiene mediante la fórmula realizada

Con el Van se obtuvo un 12.84% de la TIR, con este valor al VAN lo convierte en cero (0)

## 5.04.03. TIR

TABLA N° 40  
TASA INTERNA DE RETORNO

TIR =	12.18%	0.12				
DES.	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN =	(26,815.66)	+ 4,415.27	+ 5,882.37	+ 7,083.72	+ 9,331.93	+ 12,953.22
		1.12	1.26	1.41	1.58	1.78
VAN =	(26,815.66)	+ 3936.05	+ 4674.75	+ 5018.46	+ 5893.64	+ 7292.77
VAN =	(26,815.66)	+ 26815.663				
VAN =	-					

Con la TIR del 12.18%. Convirtió en cero (0) al Van, esto quiere decir que obtendremos un retorno del 13%, resultando muy bueno para la aplicación del proyecto.

De esta manera confirma que es mejor invertir en el proyecto que poner el dinero en depósito a plazo en la Cooperativa "29 de Octubre" que ahí solo obtendremos el 3% anual, en cambio en el proyecto será del 12.84%.

**5.04.04. PRI (PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN)**

**TABLA N° 41  
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

PERIODO	FNE	SUMATORIA	FACTOR	FNE D	SUMATORIA
0	(26,815.66)	(26,815.66)	1	-26815.663	-26815.663
1	4,415.27	(22,400.39)	0.94	4,149.73	(22,665.93)
2	5,882.37	(16,518.02)	0.88	5,196.10	(17,469.83)
3	7,083.72	(9,434.30)	0.83	5,880.97	(11,588.87)
4	9,331.93	(102.37)	0.78	7,281.51	(4,307.36)
5	12,953.22	12,850.85	0.73	9,499.27	5,191.91

**MESES**

**VALOR CORRIENTE**

PERIODO	FNE	SUMATORIA
0	12,953.22	(102.37)
1	1079.43	977.07
2	1079.43	2,056.50
3	1079.43	3,135.94
4	1079.43	4,215.37
5	1079.43	5,294.81
6	1079.43	6,374.24
7	1079.43	7,453.68
8	1079.43	8,533.11
9	1079.43	9,612.55
10	1079.43	10,691.98
11	1079.43	11,771.42
12	1079.43	12,850.85

**VALOR CONSTANTE**

PERIODO	FNE D	SUMATORIA
0	9,499.27	(4,307.36)
1	791.61	(3,515.75)
2	791.61	(2,724.15)
3	791.61	(1,932.54)
4	791.61	(1,140.94)
5	791.61	(349.33)
6	791.61	442.27
7	791.61	1,233.88
8	791.61	2,025.48
9	791.61	2,817.09
10	791.61	3,608.70
11	791.61	4,400.30
12	791.61	5,191.91

**DIAS**

**VALOR CORRIENTE**

PERIODO	FNE	SUMATORIA
0	1079.43	(102.37)
1	35.98	(66.39)
2	35.98	(30.41)
3	35.98	5.57
4	35.98	41.56
5	35.98	77.54
6	35.98	113.52
7	35.98	149.50
8	35.98	185.48
9	35.98	221.46
10	35.98	257.44
11	35.98	293.42
12	35.98	329.41
13	35.98	365.39
14	35.98	401.37
15	35.98	437.35
16	35.98	473.33
17	35.98	509.31
18	35.98	545.29
19	35.98	581.27
20	35.98	617.25
21	35.98	653.24
22	35.98	689.22
23	35.98	725.20
24	35.98	761.18
25	35.98	797.16
26	35.98	833.14
27	35.98	869.12
28	35.98	905.10

**VALOR CONSTANTE**

PERIODO	FNE	SUMATORIA
0	791.61	(349.33)
1	26.39	(322.94)
2	26.39	(296.56)
3	26.39	(270.17)
4	26.39	(243.78)
5	26.39	(217.40)
6	26.39	(191.01)
7	26.39	(164.62)
8	26.39	(138.24)
9	26.39	(111.85)
10	26.39	(85.46)
11	26.39	(59.08)
12	26.39	(32.69)
13	26.39	(6.30)
14	26.39	20.08
15	26.39	46.47
16	26.39	72.86
17	26.39	99.24
18	26.39	125.63
19	26.39	152.02
20	26.39	178.41
21	26.39	204.79
22	26.39	231.18
23	26.39	257.57
24	26.39	283.95
25	26.39	310.34
26	26.39	336.73
27	26.39	363.11
28	26.39	389.50

29	35.98	941.09	29	26.39	415.89
30	35.98	977.07	30	26.39	442.27

El periodo de recuperación que obtendremos será en:

Valor corriente: En 5 años, 1 mes y 3 días,

Valor Constante: En 5 años, 6 meses y 15 días

#### 5.04.05. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

“El análisis Costo-Beneficio, permite definir la factibilidad de las alternativas planteadas o de un proyecto a ser desarrollado.

La utilidad de la presente técnica es la siguiente:

- Para valorar la necesidad y oportunidad de la realización de un proyecto.
- Para seleccionar la alternativa más beneficiosa de un proyecto.
- Para estimar adecuadamente los recursos económicos necesarios, en el plazo de realización de un proyecto. “ (Informatica, 2012)

#### FORMULA:

$$C/B = \frac{\sum \text{flujos}}{\text{Inversion Inicial} (1 + i)^n}$$

$$C/B = \frac{34,398.30}{26,815.66}$$

$$C/B = 1.28$$

---

## ANÁLISIS

El costo beneficio para el proyecto es rentable, lo que quiere decir es que por cada dólar de costo se obtiene más de un dólar de beneficio de esta manera obtendremos de ganancia \$0.28, siendo un valor rentable para el proyecto.

### 5.04.06. PUNTO DE EQUILIBRIO

“Encontrar un parámetro de medición y proyección a futuro, mediante la utilización del presupuesto de costos y gastos, a fin de conocer anticipadamente los costos incurridos y los volúmenes de ventas obtenidos, garantizando una utilidad adecuada para el fabricante.

Es necesario entender que, el incremento en el volumen de producción, genera visiblemente mayores ganancias, por lo que es necesario obtener un mínimo de producción, con la finalidad de cubrir los Costos Fijos y Variables. Cuyo análisis permitirá proyectar a la empresa con mayor seguridad y eficiencia.” (J., 2012)

**TABLA N° 42**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES**

UNIDADES	
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Precio	1.00
Cvu	0.39
<b>MC</b>	<b>0.61</b>
<b>COSTO FIJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Adm.	11,815.92
Ventas	7,665.28
Financiero	756.14
<b>TOTAL</b>	<b>20,237.34</b>

UNIDADES	
$PE = \frac{20,237.34}{0.61} = 33,263.84 \text{ OBLEAS}$	

El punto de equilibrio en unidades es para saber cuánto tenemos que producir para no tener de más en el inventario y a la vez para que no nos falte a la hora de la venta.

Las unidades de producción son de 33263, por \$1.00 que es el precio de venta, el valor que vamos a recuperar es de \$ 33263 dólares.

**TABLA N° 43**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN VALOR MONETARIO**

VALOR MONETARIO	
$PE = \frac{CF}{1 - (Cvu / p)}$	
COSTO FIJO	
DETALLE	VALOR
Adm.	11,815.92
Ventas	7,665.28
Financiero	756.14
<b>TOTAL</b>	<b>20,237.34</b>
PRODUCCIÓN	UNIDADES
OBLEAS	33,264

$PE = \frac{20,237.34}{33,263.84} \quad 60.84\%$
--

El valor que vamos a vender es de \$33,264, del cual vamos a cubrir el 60.84% de los costos fijos del proyecto que es de \$ 20,237.34, del cual se ha tomado en cuenta los gastos administrativos, de ventas y financieros.

---

## CAPITULO VI

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.01. IMPACTO AMBIENTAL

“Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural.

Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social. Mientras los efectos perseguidos suelen ser positivos, al menos para quienes promueven la actuación, los efectos secundarios pueden ser positivos y, más a menudo, negativos. La evaluación de impacto ambiental (EIA) es el análisis de las consecuencias predecibles de la acción; y la declaración de impacto ambiental es la comunicación previa, que las leyes ambientales exigen bajo ciertos supuestos, de las consecuencias ambientales predichas por la evaluación” (DURANGO, 2010)

#### ANÁLISIS

Con el proceso del impacto ambiental integrado en este capítulo se busca garantizar de la mejor manera posible el equilibrio del medio ambiente y la preservación de la salud durante y después de la elaboración del proyecto.

Con los estudios realizados en el presente proyecto se puede decir que el impacto ambiental no causara ningún daño a la humanidad ni provocara efectos colaterales

como el ruido o alguna sustancia tóxica que afecte al medio ambiente, debido a que será elaborada de una manera artesanal, motivo por el cual no afecta al medio ambiente.

En cuanto con las fundas del azúcar y botellas del aceite que se adquieran por la compra de materia prima, se reciclará para no perjudicar al medio ambiente.

## **7.02. IMPACTO ECONÓMICO**

“En este tipo de estudios se cuantifica el impacto en la economía de un proyecto de inversión determinado. La decisión de promover un proyecto de inversión puede tener efectos importantes tanto en la generación de actividad económica como en la creación de ocupación. La nueva inversión, que inicialmente adopta una expresión monetaria, se traduce eventualmente en una demanda de bienes finales que, en el proceso de producción, genera actividad económica que beneficia en conjunto de todos los agentes económicos.” (TERRITORIALES, 2012)

## **ANÁLISIS**

El impacto ambiental que tendrá el proyecto es positivo debido a que se generará fuentes de empleo, existirá una inversión en el cual también existirá ganancias por lo tanto portará de alguna manera al impacto económico del país.

## **7.03. IMPACTO PRODUCTIVO**

“La degradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias vertientes, entre otras:

- Falta de calidad intrínseca a lo largo de la cadena de producción
- Mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados.

- Efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente.

También afectan la competitividad la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la poca fiscalización por parte de las autoridades, lo cual conduce a incertidumbre jurídica y técnica. Esto puede influir en costos adicionales que deben incurrir las empresas para demostrar que los productos o servicios son limpios o generados amigablemente con el medio ambiente” (AMBIENTALES, 2011)

## ANÁLISIS

La producción de las obleas será de una manera artesanal, con lo cual se elaborara de una manera adecuada, esto quiere decir que será elaborada de una manera limpia y con nutrientes que en ningún momento cause daños al medio ambiente ni a la salud del consumidor. Se demostrara con los permisos obtenidos para el funcionamiento de la empresa.

### 7.04. IMPACTO SOCIAL

“El impacto social tiene varios significados. Una primera definición hace referencia a todos los efectos que los diferentes proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad, aquí también son involucrados los resultados obtenidos o finales ya que a partir de esos “deseos”, fue que se dio origen al programa que busca siempre como meta un mejoramiento de la comunidad a mediano o largo plazo en el tiempo. Impacto social no involucra tan sólo criterios económicos, sino también criterios de efecto, resultado e impacto del proyecto. Aquí vale la pena señalar que los efectos son relacionados al propósito del proyecto, mientras que los impactos hacen referencia al fin del mismo.” (SABAY, 2013)

---

## ANÁLISIS

Con la implementación de este proyecto se generara fuentes de empleo, también existirá superación en el personal que colaborara en la empresa ya sea mediante capacitaciones, de esta manera también se contribuye al país.

Con las capacitaciones realizadas serán duraderos para el personal debido a que una vez aprendido ya no se puede olvidar, y con ese aprendizaje puede aportar al país o pueden encontrar un mejor empleo o pueden ponerse un propio negocio, creando de esta manera más fuentes de empleo.

---

## CAPITULO VII

### 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01. CONCLUSIONES

A continuación se presentará las conclusiones surgidas durante la elaboración de este proyecto:

El proyecto a realizarse está dirigido para toda la sociedad pero en especial para los niños, esto es debido a que se caracterizará las obleas por sus diseños colores y sabores, motivo por el cual es atraído por los niños. Además será elaborado con una buena calidad en la elaboración del producto para que no cause daño a la salud y pueda ser consumido por cualquier persona.

Los paquetes de obleas que se ofrecerá al público será a partir de 5 unidades con un precio de \$0.50 ctvs. y paquetes de 10 unidades con precio de \$1.00 este criterio que se tomo en cuenta es en base a las encuestas realizadas que arrojaron datos del 38% en paquetes de 5 Unds. Y 41% en paquetes de 10 Unds.

Para captar un mayor número de clientes, se ofrecerá un buen servicio y una buena calidad, además existirán promociones en temporadas altas como navidad, san Valentín, día de la madre, día del padre y día del niño con diseños exclusivos de acuerdo a cada temporada

La empresa se ubicará en el Condado y cumplirá con las condiciones necesarias para su funcionamiento, además obtendrá cercanía a los proveedores y clientes, facilidad de acceso.

Con los resultados obtenidos en los estados financieros nos indica que el proyecto a realizarse es factible debido a que se obtendrá una tasa de retorno interno del 12.84% resultando un valor alto para la aplicación del mismo.

## **8.02. RECOMENDACIONES**

Es importante conocer las diferentes necesidades de los clientes. En torno a esto se pueden hacer cambios en los productos en cuanto a los diseños que requieran, sabores o colores para satisfacer sus necesidades.

Se recomienda tomar en consideración el presente proyecto en nuestro país, debido a que es rentable y factible y a la vez brinda fuente de empleo en la ciudad de Quito Distrito Metropolitano.

Mediante el proyecto presentado se puede observar que existen varias alternativas de incursionar en el mercado, con un producto que es apto para el consumo.

Con el tiempo de establecimiento de la empresa se recomienda implementar maquinas industriales para facilitar el trabajo y realizar con más optima la producción.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### PERMISO SANITARIO

#### REQUISITOS

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Copia del RUC actualizado del establecimiento Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
- Lista de productos con su respectivo registro sanitario (en el caso de heladerías, delicatessen, cafeterías, cantinas y bares escolares)
- Copia del certificado de capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos. (Solo para Bares Escolares capacitación en Nutrición Básica)
- Copia del certificado ocupacional de salud anual emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud de los empleados
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)” (PUBLICA, 2013)

---

## ANEXO N° 2

### PERMISO MUNICIPAL

#### REQUISITOS

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
  - Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
  - En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
  - Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
  - Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA) (PUBLICA, 2013)

---

**ANEXO N° 3**

**PERMISO CUERPO DE BOMBEROS**

**REQUISITOS**

- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal
- Para artesanos
- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior (ECUATORIANOS, 2010)

## ANEXO N° 4

## ENCUESTAS REALIZADAS (MUESTREO PROBABILISTICO)

N°	NOMBRE	EDAD	SECTOR	FECHA	N°	NOMBRE	EDAD	SECTOR	FECHA
1	Fabricio Cabezas	27	CENTRO	12/08/2013	51	Tatiana Coero	29	NORTE	14/08/2013
2	Leonardo Vargas	27	CENTRO	12/08/2013	52	Lenin Alluja	25	CENTRO	14/08/2013
3	Scarlett Mojica	24	NORTE	12/08/2013	53	Rammel Antaneda	22	CENTRO	14/08/2013
4	Mayra Llivizupa	23	CENTRO	12/08/2013	54	Gabriela Soto	38	CENTRO	14/08/2013
5	Jimmy Padilla	20	SUR	12/08/2013	55	Eliana Zambrano	27	CENTRO	14/08/2013
6	Franklin Castillo	28	CENTRO	12/08/2013	56	Edgar Carvajal	28	SUR	13/08/2013
7	Maria Banchón	21	CENTRO	12/08/2013	57	Vinicio Manzano	29	VALLE	13/08/2013
8	Juan Perez	33	CENTRO	12/08/2013	58	Maria Abalco	26	SUR	13/08/2013
9	Jessica Caceres	29	NORTE	12/08/2013	59	Diana Maldonado	26	CENTRO	13/08/2013
10	Vanessa Proaño	22	NORTE	12/08/2013	60	Monica Carrera	36	CENTRO	13/08/2013
11	Alejandro Salgado	20	SUR	12/08/2013	61	Esteban Meneses	27	CENTRO	13/08/2013
12	Tamara Herrera	38	SUR	12/08/2013	62	Veronica Viracocha	30	CENTRO	13/08/2013
13	Adriana Flores	25	CENTRO	12/08/2013	63	Carina Valencia	24	CENTRO	13/08/2013
14	Patricia Salazar	23	CENTRO	12/08/2013	64	Jenny Salas	36	SUR	13/08/2013
15	Stefany Suarez	23	NORTE	12/08/2013	65	Diego Troya	31	CENTRO	13/08/2013
16	Daniela Alvarez	26	NORTE	12/08/2013	66	Christian Mayorga	31	CENTRO	13/08/2013
17	Jose Garcia	26	SUR	12/08/2013	67	Santiago Silva	24	SUR	13/08/2013
18	Paola Tigre	22	SUR	12/08/2013	68	Jose Suquino	26	VALLE	13/08/2013
19	Yailon Alzamora	24	SUR	12/08/2013	69	Melissa Erazo	33	CENTRO	13/08/2013
20	Diana López	27	SUR	12/08/2013	70	Andrea Delgado	22	NORTE	13/08/2013
21	Calvopiña Fernando	23	CENTRO	12/08/2013	71	Jennifer Manrique	20	NORTE	13/08/2013
22	Oscar Cortez	28	CENTRO	12/08/2013	72	Gabriela Verdezoto	20	NORTE	13/08/2013
23	Christian Guigua	24	CENTRO	12/08/2013	73	Noemi Soto	31	SUR	13/08/2013
24	Xavier Azulema	35	CENTRO	12/08/2013	74	Julio Zambrano	32	NORTE	13/08/2013
25	Alexandra Pineida	24	CENTRO	12/08/2013	75	Marcia Conde	32	NORTE	13/08/2013
26	Paola Tipan	29	CENTRO	12/08/2013	76	Washington Parrales	30	CENTRO	13/08/2013
27	Alex Proaño	25	SUR	12/08/2013	77	Monica Zagal	20	VALLE	13/08/2013
28	Santiago Toapanta	24	SUR	12/08/2013	78	Paulina Lemes	22	CENTRO	13/08/2013
29	Daniela Rea	23	SUR	12/08/2013	79	Sebastian Caicedo	22	CENTRO	13/08/2013
30	Alexis Chavez	21	NORTE	12/08/2013	80	Pamela Chulde	26	CENTRO	13/08/2013
31	Katty Tapuy	13	CENTRO	12/08/2013	81	Pamela Quispe	26	VALLE	13/08/2013
32	Pablo Tapuy	9	CENTRO	12/08/2013	82	Stefany Bone	21	SUR	13/08/2013
33	Alejandra Soria	9	CENTRO	12/08/2013	83	Johanna Almachi	23	SUR	13/08/2013
34	Andrea Garcia	9	SUR	12/08/2013	84	Daniela Robles	28	CENTRO	13/08/2013
35	Estefania Escobar	20	SUR	12/08/2013	85	Jefferson Gualotuña	22	CENTRO	13/08/2013
36	Mercedes Vera	18	SUR	12/08/2013	86	Yasmin Bermeo	18	CENTRO	13/08/2013
37	Carolina Almeida	15	SUR	12/08/2013	87	Belén Vega	24	CENTRO	13/08/2013
38	Juan Carlos Reyes	21	SUR	12/08/2013	88	Rocio Topa	24	SUR	13/08/2013
39	Sandra Tapia	17	CENTRO	12/08/2013	89	Christian Delaroba	25	SUR	13/08/2013
40	Jhonny Zuñiga	22	CENTRO	12/08/2013	90	Andres Palmas	22	CENTRO	13/08/2013
41	Wendy Zuñiga	13	CENTRO	12/08/2013	91	Estevan Pavon	21	CENTRO	13/08/2013
42	Diana Ortega	25	CENTRO	12/08/2013	92	Janeth Aimacaña	28	CENTRO	13/08/2013
43	Lorena Arteaga	33	CENTRO	12/08/2013	93	Estefania Cabrera	23	CENTRO	13/08/2013
44	Oscar Guaman	10	SUR	12/08/2013	94	Viviana Muñoz	30	CENTRO	13/08/2013
45	Julian Martinez	12	SUR	12/08/2013	95	Henry Sanchez	30	NORTE	13/08/2013
46	Sabrina Gualan	22	SUR	12/08/2013	96	Diana Almeida	21	CENTRO	13/08/2013
47	Gabriela Yopez	9	NORTE	12/08/2013	97	Maribel Almeida	35	VALLE	13/08/2013
48	Andres Gonzales	10	NORTE	12/08/2013	98	Karla Machado	31	NORTE	13/08/2013
49	Carlos Alcivar	18	NORTE	12/08/2013	99	Javier Anguello	38	NORTE	13/08/2013
50	Francisco Leon	30	NORTE	14/08/2013	100	Carolina Velasco	29	NORTE	13/08/2013

N°	NOMBRE	EDAD	SECTOR	FECHA	N°	NOMBRE	EDAD	SECTOR	FECHA
101	Patricia Suquillo	33	SUR	13/08/2013	151	Mayra Hernandez	31	SUR	14/08/2013
102	Erika Gutierrez	22	CENTRO	13/08/2013	152	Sergio Jimenez	28	SUR	14/08/2013
103	Susana Salas	53	SUR	13/08/2013	153	Mayra Solis	27	SUR	14/08/2013
104	Diana Torres	35	VALLE	13/08/2013	154	Diana Hidalgo	29	NORTE	14/08/2013
105	Christian Fuentes	32	SUR	14/08/2013	155	Gisela Espinoza	25	CENTRO	14/08/2013
106	Deisy Perez	31	SUR	13/08/2013	156	Maria Aldaz	27	SUR	14/08/2013
107	Laura Gallo	27	SUR	13/08/2013	157	Alexandra Paredes	21	SUR	14/08/2013
108	Ana Lucia Rubio	23	NORTE	13/08/2013	158	Johanna Perigueña	35	CENTRO	14/08/2013
109	Gabriela Poloy	23	SUR	13/08/2013	159	Carolina Cordova	27	SUR	14/08/2013
110	Andrea Navas	24	CENTRO	13/08/2013	160	Diana Muñoz	26	NORTE	14/08/2013
111	Juan Carlos Lopéz	33	VALLE	13/08/2013	161	Wilson Ayala	29	SUR	14/08/2013
112	Jonathan Pallasco	27	NORTE	13/08/2013	162	Daniela Calderon	24	NORTE	14/08/2013
113	Karina Suárez	33	SUR	13/08/2013	163	Cindy Castillo	28	NORTE	14/08/2013
114	Andrea Piedra	24	CENTRO	13/08/2013	164	Alexandra Gavarraga	26	CENTRO	14/08/2013
115	Andrea Zarrillo	23	SUR	13/08/2013	165	Wilmer Peñaloza	23	CENTRO	14/08/2013
116	Nataly Morocho	21	CENTRO	13/08/2013	166	Gabriela Vargas	33	VALLE	14/08/2013
117	Magali Balseca	30	NORTE	13/08/2013	167	Veronica Avila	28	NORTE	14/08/2013
118	Nancy Mera	34	CENTRO	13/08/2013	168	Laura Toapanta	30	NORTE	14/08/2013
119	Andres Garcia	27	SUR	13/08/2013	169	Lesly Taipe	27	NORTE	14/08/2013
120	Paulina Garcia	28	SUR	13/08/2013	170	Alex Espinoza	26	NORTE	14/08/2013
121	Marlon Artieda	29	SUR	13/08/2013	171	Sandra Campoverde	31	SUR	14/08/2013
122	Carina Serrano	22	CENTRO	13/08/2013	172	Andrea CORTÉZ	25	VALLE	14/08/2013
123	Viviana Marú	33	VALLE	13/08/2013	173	Rocio Estander	31	NORTE	14/08/2013
124	Edwin Crez	25	CENTRO	13/08/2013	174	Gabriela Arcos	27	SUR	14/08/2013
125	Johana Bustos	37	VALLE	13/08/2013	175	Marcela Ruales	28	SUR	14/08/2013
126	Cynthia Parraga	23	SUR	13/08/2013	176	Juan Ruedo	30	NORTE	14/08/2013
127	Alexandra Pozo	28	NORTE	14/08/2013	177	Anita Cazaro	30	NORTE	14/08/2013
128	Jessika Velasco	24	NORTE	14/08/2013	178	Engie Sánchez	28	SUR	14/08/2013
129	Veronica Toapanta	26	NORTE	14/08/2013	179	Angela Ramos	30	NORTE	14/08/2013
130	Jefferson Guerrero	22	CENTRO	14/08/2013	180	Daniela Chamorro	27	NORTE	14/08/2013
131	Mauricio Martinez	29	SUR	14/08/2013	181	Giovanny Rivareinira	34	NORTE	14/08/2013
132	Aide Morales	34	NORTE	14/08/2013	182	Nathaly Barrera	31	SUR	14/08/2013
133	Karina Benalcázar	34	NORTE	14/08/2013	183	Viviena Pazmillo	27	NORTE	14/08/2013
134	Eduardo Sánchez	36	CENTRO	14/08/2013	184	Elizabeth	45	CENTRO	14/08/2013
135	Carla Auz	41	NORTE	14/08/2013	185	William Alvarado	24	VALLE	14/08/2013
136	Deysi Solano	22	NORTE	14/08/2013	186	Efréo Moreno	38	SUR	14/08/2013
137	Sorraya Porras	22	NORTE	14/08/2013	187	Oscar Cardelejo	33	VALLE	14/08/2013
138	Marco Urquiza	27	NORTE	14/08/2013	188	Carmen Rodriguez	22	NORTE	14/08/2013
139	Gabriela Paz	25	SUR	14/08/2013	189	Michel Garcia	24	VALLE	14/08/2013
140	Andres Espinoza	22	NORTE	14/08/2013	190	Carolina Olivares	18	NORTE	14/08/2013
141	Daniela Ramon	20	NORTE	14/08/2013	191	Alejandro Guaman	32	NORTE	14/08/2013
142	Wendy Velásquez	33	SUR	14/08/2013	192	Geomando Naranjo	14	VALLE	14/08/2013
143	Paúl Pico	26	NORTE	14/08/2013	193	Oaula Cισnζneriζps	14	VALLE	14/08/2013
144	Sandra Flores	30	VALLE	14/08/2013	194	Dario Godon	31	NORTE	14/08/2013
145	Lourdes Herrera	32	SUR	14/08/2013	195	Aguiza Yadira	24	NORTE	14/08/2013
146	Alexandra Cuenca	37	SUR	14/08/2013	196	Virginia Cañadas	25	SUR	14/08/2013
147	Lorena Granda	39	NORTE	14/08/2013	197	Yadira Armijo	26	SUR	14/08/2013
148	Jaime Ruiz	31	NORTE	14/08/2013	198	Wilson Laido	25	NORTE	14/08/2013
149	Flor Tejena	36	SUR	14/08/2013	199	Lorena Ruiz	30	NORTE	14/08/2013
150	Borja Edgar	33	CENTRO	14/08/2013	200	Mario Abalco	26	NORTE	14/08/2013

N°	NOMBRE	EDAD	SECTOR	FECHA	N°	NOMBRE	EDAD	SECTOR	FECHA
201	Veronica Rivadeneira	28	NORTE	14/08/2013	251	Cristina Reyes	25	NORTE	14/08/2013
202	Xavier Vega	24	SUR	14/08/2013	252	Ana Baculima	30	NORTE	14/08/2013
203	Pablo Jacome	28	SUR	14/08/2013	253	Solange Andrade	22	NORTE	14/08/2013
204	Nancy Cabrera	23	NORTE	14/08/2013	254	Nancy Gonzalez	21	SUR	14/08/2013
205	Pamela Bailon	29	NORTE	14/08/2013	255	Elizabeth Martinez	19	SUR	14/08/2013
206	Belen Ayllon	21	NORTE	14/08/2013	256	Rosa Cordero	34	CENTRO	14/08/2013
207	Veronica Vargas	30	NORTE	14/08/2013	257	Paulina Vascones	33	CENTRO	14/08/2013
208	Juan Logaña	23	NORTE	14/08/2013	258	Gloria Lopez	21	SUR	14/08/2013
209	Marcelo Solorzano	27	NORTE	14/08/2013	259	Gladys Molina	19	NORTE	14/08/2013
210	Gonzalo Gavilanes	31	CENTRO	14/08/2013	260	Mercedes Vera	30	SUR	14/08/2013
211	Amanda Cabezas	31	NORTE	14/08/2013	261	Mariana Vinuesa	20	CENTRO	14/08/2013
212	Vanessa Granda	20	SUR	14/08/2013	262	Jenny Chulca	18	CENTRO	14/08/2013
213	Leonardo Alvaro	23	NORTE	14/08/2013	263	Angel Cabezas	15	SUR	14/08/2013
214	Gabriel Tapia	24	SUR	14/08/2013	264	Manuel Jaramillo	29	CENTRO	14/08/2013
215	Lucia Pambi	25	NORTE	14/08/2013	265	Tatiana Montaña	28	NORTE	14/08/2013
216	Mayra Guerra	26	NORTE	14/08/2013	266	Cristina Quezada	33	NORTE	14/08/2013
217	Martha Marquinez	20	NORTE	14/08/2013	267	Miguel Taipe	21	NORTE	14/08/2013
218	Fanny Aguirre	40	CENTRO	14/08/2013	268	Edison Villalva	32	CENTRO	14/08/2013
219	Carlos Castro	41	CENTRO	14/08/2013	269	Marco Velastegui	15	SUR	14/08/2013
220	Ricardo Aguirre	29	VALLE	14/08/2013	270	Francisco Castillo	13	NORTE	14/08/2013
221	Beatriz Moreno	33	CENTRO	14/08/2013	271	Alexandra Garcia	14	NORTE	14/08/2013
222	Mauricio Zambrano	28	NORTE	14/08/2013	272	Fanny Franco	15	CENTRO	14/08/2013
223	Georgina Jimenez	29	NORTE	14/08/2013	273	Juan Carlos Miranda	45	CENTRO	14/08/2013
224	Jhonny Songon	28	NORTE	14/08/2013	274	Patricia Legña	22	SUR	14/08/2013
225	Edison Calimba	33	NORTE	14/08/2013	275	Norma Legña	42	SUR	14/08/2013
226	Jenny Lema	32	NORTE	14/08/2013	276	Gabriela Yepez	27	CENTRO	14/08/2013
227	Mariela Riofrio	31	NORTE	14/08/2013	277	Adriana Flores	32	NORTE	14/08/2013
228	Rene Villagomez	38	NORTE	14/08/2013	278	Carlos Flores	29	NORTE	14/08/2013
229	Lucia Vivas	28	NORTE	14/08/2013	279	Evelyn Flores	47	SUR	14/08/2013
230	Christian Sulca	31	NORTE	14/08/2013	280	Edgar Guanoluisa	36	CENTRO	14/08/2013
231	Karina Gomez	21	NORTE	14/08/2013	281	Mario Padilla	17	CENTRO	14/08/2013
232	Maria Alcivar	30	SUR	14/08/2013	282	Daniel Padilla	39	NORTE	14/08/2013
233	Geovanna Montero	27	VALLE	14/08/2013	283	Alexis Rodriguez	21	NORTE	14/08/2013
234	Micaela Navarrete	19	SUR	14/08/2013	284	Maria Castro	25	SUR	14/08/2013
235	Angela Guacapiña	47	NORTE	14/08/2013	285	Martha Castro	28	SUR	14/08/2013
236	Cristina Barbosa	28	SUR	14/08/2013	286	Pablo Castro	34	CENTRO	14/08/2013
237	Diana Perugachi	28	CENTRO	14/08/2013	287	Irene Espinoza	21	CENTRO	14/08/2013
238	Alejandra Gomez	15	NORTE	14/08/2013	288	Maritza Morales	19	SUR	14/08/2013
239	Mariana Valenzuela	47	NORTE	14/08/2013	289	Fabricio Perez	15	SUR	14/08/2013
240	Elena Moncayo	12	NORTE	14/08/2013	290	Alejandra Loor	17	CENTRO	14/08/2013
241	Daniel Castro	27	CENTRO	14/08/2013	291	Andrea Loor	26	NORTE	14/08/2013
242	Carmen Reyes	67	NORTE	14/08/2013	292	Sandra Salazar	16	NORTE	14/08/2013
243	Veronica Andrade	25	SUR	14/08/2013	293	Patricio Vélez	14	NORTE	14/08/2013
244	Yadira Turcanazo	22	SUR	14/08/2013	294	Andres Gómez	19	CENTRO	14/08/2013
245	Paulina Jaramillo	28	NORTE	14/08/2013	295	Juan Pablo Gómez	17	SUR	14/08/2013
246	Patricia Poma	31	SUR	14/08/2013	296	Alba Suárez	34	SUR	14/08/2013
247	Fabian Flores	10	SUR	14/08/2013	297	Jefferson Suárez	27	SUR	14/08/2013
248	Hugo Chavez	40	CENTRO	14/08/2013	298	Jonathan Cedeño	29	NORTE	14/08/2013
249	Manuel Vaca	9	CENTRO	14/08/2013	299	Karla Sanchez	22	SUR	14/08/2013
250	Amelia Mancheno	22	NORTE	14/08/2013	300	Daniel Sanchez	31	CENTRO	14/08/2013

301	Abigail Mendoza	34	SUR	15/08/2013	351	Katty Cevallos	25	NORTE	15/08/2013
302	Belardo Romero	54	SUR	15/08/2013	352	Ronald Quijije	23	NORTE	15/08/2013
303	Freddy Bravo	27	NORTE	15/08/2013	353	Jadira Tulcanazo	35	NORTE	15/08/2013
304	Marco Paredes	19	CENTRO	15/08/2013	354	Carla Guaman	57	CENTRO	15/08/2013
305	Jessica Delgado	15	SUR	15/08/2013	355	Tania Saca	12	NORTE	15/08/2013
306	Ángela Flores	18	SUR	15/08/2013	356	Dennis Collaguaso	10	SUR	15/08/2013
307	Jenny Alcivar	19	CENTRO	15/08/2013	357	Narcisa Gualan	13	NORTE	15/08/2013
308	Haddy Montaño	32	CENTRO	15/08/2013	358	Leonardo Gavilanez	16	NORTE	15/08/2013
309	Veronica Perez	36	CENTRO	15/08/2013	359	Pablo Carillo	19	SUR	15/08/2013
310	Manuel Vega	27	CENTRO	15/08/2013	360	Carolina Almeida	29	CENTRO	15/08/2013
311	Jaime Calderon	25	CENTRO	15/08/2013	361	Jhony Tapia	22	CENTRO	15/08/2013
312	Diego Zuñiga	35	CENTRO	15/08/2013	362	Mercedes Loor	12	CENTRO	15/08/2013
313	Santiago Castro	16	NORTE	15/08/2013	363	Margarita Yepez	21	NORTE	15/08/2013
314	Wilson Ortiz	19	NORTE	15/08/2013	364	Fabricio Rodriguez	35	NORTE	15/08/2013
315	Mayra Cedeño	26	NORTE	15/08/2013	365	Maria Vega	15	SUR	15/08/2013
316	Bryan Solis	31	NORTE	15/08/2013	366	Melanie Castro	24	SUR	15/08/2013
317	Alex Torres	30	NORTE	15/08/2013	367	Ivette Caicedo	12	NORTE	15/08/2013
318	Olga Salazar	27	NORTE	15/08/2013	368	Aracely Alban	15	CENTRO	15/08/2013
319	Erika Muñoz	41	SUR	15/08/2013	369	Mario Albuja	16	NORTE	15/08/2013
320	Norma Quispe	32	SUR	15/08/2013	370	Patricio Egas	18	NORTE	15/08/2013
321	Teresa Sambrano	37	NORTE	15/08/2013	371	Edison Gutierrez	27	CENTRO	15/08/2013
322	Vicente Sambrano	21	NORTE	15/08/2013	372	Andres Freire	36	SUR	15/08/2013
323	Pedro Cedeño	17	NORTE	15/08/2013	373	Henry Ortega	22	SUR	15/08/2013
324	Óscar Tasintuña	22	CENTRO	15/08/2013	374	Victoria Gutierrez	36	CENTRO	15/08/2013
325	Eduardo Ramirez	31	CENTRO	15/08/2013	375	Nataly Simba	24	CENTRO	15/08/2013
326	Fernando Ramirez	26	CENTRO	15/08/2013	376	Paola Maldonado	35	NORTE	15/08/2013
327	Nelson Castillo	20	SUR	15/08/2013	377	Andres Mena	37	CENTRO	15/08/2013
328	Karen Cevallos	30	SUR	15/08/2013	378	Daniela Herrera	12	CENTRO	15/08/2013
329	Silvia Basantes	29	CENTRO	15/08/2013	379	Jennifer Narvaez	41	CENTRO	15/08/2013
330	Laura Buitron	27	NORTE	15/08/2013	380	Estefania Chuquimarca	42	NORTE	15/08/2013
331	Hugo Escobar	30	CENTRO	15/08/2013	381	Carolina Pinto	47	SUR	15/08/2013
332	Antonio Jaramillo	29	NORTE	15/08/2013	382	Alex Parra	24	NORTE	15/08/2013
333	Jose Vinueza	27	SUR	15/08/2013	383	Jorge Ramirez	21	SUR	15/08/2013
334	Dolores Vera	38	CENTRO	15/08/2013	384	Alfonso Velasco	31	CENTRO	15/08/2013
335	Maria Salazar	17	SUR	15/08/2013	385	Martin Zamora	33	NORTE	15/08/2013
336	Ruth Tobar	29	NORTE	15/08/2013	386	Katina Usiña	21	NORTE	15/08/2013
337	Luis Franco	38	SUR	15/08/2013	387	Viviana Villacis	47	SUR	15/08/2013
338	Roberto Hidalgo	36	SUR	15/08/2013	388	Gissela Rojas	21	NORTE	15/08/2013
339	Jorge Murillo	27	NORTE	15/08/2013	389	Santiago Romo	45	CENTRO	15/08/2013
340	Marco Teran	21	NORTE	15/08/2013	390	Oscar Rosero	35	CENTRO	15/08/2013
341	Ramon Moran	39	CENTRO	15/08/2013	391	Veronica Criollo	23	NORTE	15/08/2013
342	Daniela Lomas	23	NORTE	15/08/2013	392	Alexander Garcia	25	SUR	15/08/2013
343	Julia Jimenez	29	CENTRO	15/08/2013	393	Javier Espinoza	36	NORTE	15/08/2013
344	Juliana Vasquez	19	CENTRO	15/08/2013	394	Mariela Calderon	35	NORTE	15/08/2013
345	Sara Sambrano	12	SUR	15/08/2013	395	Tania Cabezas	21	SUR	15/08/2013
346	Héctor Mancheno	13	CENTRO	15/08/2013	396	Carmen Burbano	27	SUR	15/08/2013
347	Franklin Gonzales	16	NORTE	15/08/2013	397	Jonathan Borja	29	CENTRO	15/08/2013
348	David Vega	19	NORTE	15/08/2013	398	Rommel Espin	30	CENTRO	15/08/2013
349	Daniel Moran	21	SUR	15/08/2013	399	Yadira Muñoz	21	NORTE	15/08/2013
350	Monica Riofrio	39	NORTE	15/08/2013					

## ANEXO N° 5

### RUC DE LA COMPETENCIA



**SRI.gob.ec**

Desconectado

Búsqueda de Contribuyentes / Información del Contribuyente

**Información del Contribuyente**

**Autorización de Documentos**

Razón Social:	SUZA BUITRAGO CARMENZA ELIZABETH
RUC:	1708067499001
Nombre Comercial:	OBLEAS SANTA FE
Estado del Contribuyente en el RUC	
Clase de Contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Persona Natural
Obligado a llevar Contabilidad	NO
Actividad Económica Principal	ELABORACION DE GALLETAS, BIZCOCHOS DULCES O SALADOS.
Fecha de inicio de actividades	03-01-2000
Fecha de cese de actividades	31-10-2007
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	15-05-2007

► Establecimientos registrados

(SRI, 2013)

## ANEXO 6

### REQUISITOS PARA OBTENER CRÉDITO EN LA COOPERATIVA "29 DE OCTUBRE"

- Solicitud de Crédito debidamente llena y firmada por el representante legal.
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono) actualizada
- Copia del RUC o RISE
- Poseer una microempresa durante 1 año mínimo
- Justificar ingresos y patrimonio

## ANEXO 7

### MAQUINARÍA



## ANEXO 8

### VEHICULO



## ANEXO 9

### ESCRITORIO



**Estaciones De Trabajo En Formica Bicolor Nuevos**

Me gusta 0

**U\$S 230<sup>78</sup>**

Artículo nuevo - Pichincha ( Quito ) (Quito)

Pago a acordar con el vendedor. Más información.

Envío a acordar con el vendedor.

Ver calificaciones

Comprar

## ANEXO 10

### SILLAS



**Silla Estandar Para Oficina Modelo Sensa**

Me gusta 0

**U\$S 23<sup>10</sup>**

Artículo nuevo - 7 vendidos - Pichincha ( Quito ) (Quito)

Pago a acordar con el vendedor. Más información.

Envío a acordar con el vendedor.

Ver calificaciones

Comprar

## ANEXO 11

### COMEDOR



**Juego De Comedor De 6 Sillas Con Vidrio En El Centro**

Me gusta 0

**U\$S 280<sup>00</sup>**

Artículo nuevo - Santo Domingo De Los Tsáchilas (Santo Domingo)

Pago a acordar con el vendedor. Más información.

Envío a acordar con el vendedor.

Vendedor nuevo

[Comprar](#)

## ANEXO 12

### MESA DE PRODUCCIÓN



**SE VENDE MESA DE PRODUCCIÓN**

**\$180.00**

### ANEXO 13

#### JUEGO DE MESA Y SILLAS



**Juego De Mesa Y Sillas Metálicas Para Cafetería**  
Ideal Para Negocios De Venta De Comidas

**U\$S 120<sup>00</sup>**  
Artículo usado - Guayas (Daule) - Finaliza en 3 d 22 h

-  Pago a acordar con el vendedor. Más información.
-  Envío a acordar con el vendedor.
-  Vendedor nuevo

[Comprar](#)   

### ANEXO 14

#### ANAQUELES



**SE VENDE ANAQUELES**  
**\$ 100.00 CADA UNA**

## ANEXO 15

### ARCHIVADOR



#### Archivador Vertical 4 Gavetas

**U\$S 155<sup>00</sup>**  
Artículo nuevo - 2 vendidos - Pichincha ( Quito ) (Quito)

 Pago a acordar con el vendedor. [Más información.](#)

 Envío a acordar con el vendedor.

  Ver calificaciones.

[Comprar](#)   

## ANEXO 16

### EXHIBIDOR



#### ! Exhibidor De Pan Marca Dimetal !

De Acero Inoxidable Y Vidrio Templado De 6 Lineas.

 Me gusta

**U\$S 270<sup>00</sup>**  
Artículo usado - Pichincha ( Quito ) (Santo Domingo)

 Pago a acordar con el vendedor. [Más información.](#)

 Envío a acordar con el vendedor.

[Comprar](#)   

## ANEXO 17

### COMPUTADORA



**Computador I3 G2020 2.9 Ideal Para Tu Cyber Casa U Oficina**  
Computador G2020 2.9 Tercera Generación Hdd320 Ram 2gb Led 19

**U\$S 395<sup>00</sup>**  
Artículo nuevo - 47 vendidos - Pichincha (Quito) (Quito)

- Pago a acordar con el vendedor. Más información.
- Envío a acordar con el vendedor.
- Ver calificaciones.

[Comprar](#)

## ANEXO 18

### IMPRESORA Y COPIADORA



**Impresora Canon Mp230 Con Sistema De Tinta Continua 2012**  
Calidad - Garantía De Un Año - Nuevo Modelo Reemplazo De La Mp 280

**U\$S 75<sup>98</sup>**  
Artículo nuevo - 233 vendidos - Pichincha (Quito) (Quito)

- Pago a acordar con el vendedor. Más información.
- Envío a acordar con el vendedor.
- Ver calificaciones.

**CANON MP230**

[Comprar](#)

## ANEXO 19

### TELEFONO INALAMBRICO



**Central Telefónica / Hasta 7 Extensiones Inalambricas**  
Intelbras Envío+póliza Seguro Gratis (residencia Ó Empresa)  
Me gusta 2

**U\$S 64<sup>00</sup>**  
Artículo nuevo - 1 vendido - Pichincha (Quito) (Quito)

Pago a acordar con el vendedor. Más información.

Envío gratis a todo el país.

Ver calificaciones.

[Comprar](#)

## ANEXO 20

### IMPUESTO A LA RENTA 2013

**TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES**

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

**ANEXO 21**

**TASA DE INTERES (COSTO DE OPORTUNIDAD)**

TASAS DE INTERÉS VIGENTES		
CUENTA	RANGO DE AHORROS (DÓLARES)	INTERÉS ANUAL
Cuenta Angelitos:	0 - 1000.00	2.00%
	1000.01 - 2000.00	2.50%
	2000.00 o más	3.00%
Cuenta de Ahorros / Cliente:		1.00%
Cuenta Mejor Futuro:	12.00 o más	7.50%
Cuenta Mundialista:	50 o más	8.50%

## WEBGRAFIA

**Alimentaria, C. P. (2013). *Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria*.  
Obtenido de [http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/pacha/?page\\_id=132](http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/pacha/?page_id=132)**

- ALONSO, P. P. (2009). *www.proyecto empresarial*. Obtenido de <http://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/11/tema-05-estudio-de-mercado.pdf>
- Altamirano, J. A. (2012). *www.gerencia.com*. Obtenido de <http://www.gerencia.com/definicion-de-costos.html>
- AMBIENTALES, I. (28 de Noviembre de 2011). *www.blogspo*. Obtenido de <http://rubiiizitaww.blogspot.com/>
- Bennasar, D. T. (2012). *www.uib.es*. Obtenido de <http://www.uib.es/depart/deaweb/webpersonal/dolorestirado/archivos/merc.pdf>
- Blog, F. (2009). *www.fundamento de mercadotecnia.com*. Obtenido de <http://fundamentodemercadotecnia04.wordpress.com/el-entorno-del-marketing-microentorno/>
- Castillo, W. D. (Junio de 2013). *www.entorno economico.com*. Obtenido de <http://goyoecono701.blogspot.com/>
- DANE. (2011). *www.icesi.edu.co*. Obtenido de <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/poblacion-economicamente-activa.pdf>
- Delicatessen en Quito*. (s.f.). Recuperado el 2013, de <http://www.paginasamarillas.info.ec/busqueda/delicatessen-quito+lang+en>
- DURANGO, I. T. (2010). *www.wikipases.com*. Recuperado el 2013, de <http://doca9nerimgnj.wikispaces.com/file/view/impacto.pdf>
- ECONLINK. (2013). *www.econlink.com*. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml>
- E-ECONOMIC. (2013). *www.e-economic.es*. Obtenido de <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-ley-oferta-demanda>

- 
- ECUADOR, B. C. (SEPTIEMBRE de 2011). <http://www.bce.fin.ec/>. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/analisisBPagos/abp201103.pdf>
- ECUADOR, B. C. (01 de Junio de 2013). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- ECUADOR, B. C. (09 de Junio de 2013). *PIB*. Obtenido de [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)
- ECUADOR, B. C. (09 de Junio de 2013). *www.tasas de interes ecuador.com*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>
- ECUATORIANO, R. D. (2013). *www.emprendedores.org.ec*. Obtenido de [www.emprendedores.org.ec](http://www.emprendedores.org.ec)
- ECUATORIANOS, E. (2010). *www.emprendedores.ec*. Obtenido de <http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>
- EMPRENDEDOR, R. D. (2013). *www.emprendedores.org.ec . REVISTA DEL EMPRENDEDOR ECUATORIANO*.
- FINANCIAMIENTO, I. Y. (2013). *www.umss.edu.bo*. Obtenido de <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap4.html>
- financiera, P. y. (2013). *www.contabilidadyfinanzas.com*. Obtenido de <http://www.contabilidadyfinanzas.com/gastos-de-administracion-y-ventas.html>
- Gerencie. (2013). *www.gerencie.com*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vHUaxvFNfkIJ:www.gerencie.com/depreciacion.html+%&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Gomez. (2012). *www.economia.unam*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- IMIGRA. (2013). *www.wmigra.com*. Obtenido de <http://imigra.com.ec/pichincha/quito/supermercados>
- INEC. (2013). *www.inec.com*. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_remository&Itemid=420&func=startdown&id=945&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&Itemid=420&func=startdown&id=945&lang=es)
- INEC. (21 de Junio de 2013). *www.inec.gob.ec*. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es)
- INEC. (Junio de 2013). *www.inec.gob.ec/*. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=513%3Ainec-presenta-por-primera-vez-estadisticas-sobre-religion&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=513%3Ainec-presenta-por-primera-vez-estadisticas-sobre-religion&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es)

- INEC, P. P. (2013). *www.inec.gob.ec*. Recuperado el 2010, de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_remository&Itemid=&func=startdown&id=1683&lang=es&TB\\_iframe=true&height=250&width=800](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1683&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800)
- Ithompson. (06 de 2008). *www.promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- J., A. B. (12 de 10 de 2012). *www.blogspot.com*. Obtenido de <http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>
- Javier, J. R. (2009). *www.blogspot.com*. Obtenido de <http://tesisugto.blogspot.com/2010/01/capitulo-i-generalidades.html>
- Ojeda, I. W. (2010). *www.slideshare.net*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/wilsonvelas/contabilidad-5879131>
- Prisma, E. p. (2013). *www.elprisma.com*. Obtenido de <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/amortizacion/default3.asp>
- PUBLICA, M. D. (2013). *www.msp.gob.ec*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>
- PYMES. (2013). *www.fundapymes.com*. Obtenido de <http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- SABAY, S. (17 de 01 de 2013). *www.wordpress.com*. Obtenido de <http://saluanassabay.wordpress.com/2013/01/17/impacto-social/>
- Social, M. d. (2013). *www.planipolis.iiep.unesco.org/*. Obtenido de [http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Youth/Ecuador/Ecuador\\_Agenda\\_JOVENES.pdf](http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Youth/Ecuador/Ecuador_Agenda_JOVENES.pdf)
- SRI. (2013). *www.sri.gov.ec*. Obtenido de <https://declaraciones.sri.gov.ec/facturacion-internet/consultas/publico/ruc-datos2.jspa>
- TERRITORIALES, I. D. (04 de 2012). *www.ietcat.org*. Obtenido de <http://www.ietcat.org/index.php/es/proyectos-econ-realizados/estudios-de-impacto-economico>