



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencia y Tecnología

Escuela de Ingeniería en Alimentos

**GUÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PYMES EN LA
INDUSTRIA ALIMENTARIA DE LA CIUDAD DE CUENCA**

**Trabajo de grado previo a la obtención del título de
Ingeniero en Alimentos**

Autor:

Diego Fernando Vera Brito

Director:

Jaime Marcelo Calle Calle

Cuenca, Ecuador

2013

AGRADECIMIENTO

A mis padres que estuvieron siempre a mi lado brindándome todo su apoyo y comprensión incondicional para poder alcanzar mis metas, a todos y cada uno de los profesores que con sus conocimientos colaboraron para que hoy logre culminar una etapa más de mi vida.

Diego Vera Brito

DEDICATORIA

A Dios por mostrarme día a día que con paciencia, humildad y sabiduría, todo es posible. A mi familia que con su amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre a lo largo de mi vida estudiantil; a todas las personas que de alguna manera me tendieron la mano y me dieron palabras de aliento e los momentos difíciles y que han sido incentivos para convertirme en la persona que ahora soy.

Diego Vera Brito

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I : GENERALIDADES.....	3
1.1. Las PYMES.....	3
1.2. Número de PYMES y sectorización.	4
1.3. PYMES y empleo.....	5
CAPÍTULO II: ESTRUCTURA DE LAS BASES DE UN ESTUDIO DE MERCADO	7
2.1. Objetivos de un estudio de mercado.	8
2.2. Análisis de la demanda.....	9
2.2.1. Demanda histórica.	10
2.2.2. Clasificaciones de la demanda.....	10
2.3. Análisis de la oferta.....	11
2.3.1. Elasticidad de la oferta.....	11
2.3.2. Análisis de la competencia.	12

2.3.3. Factores relevantes de la organización.	12
2.3.4. Demanda potencial insatisfecha.....	13
2.4. Análisis de los precios.....	13
2.4.1. Factores relevantes para analizar los precios.....	14
2.5. Análisis de la comercialización.....	15
2.5.1. Aplicación del índice de Nivel Socio Económico (NSE).....	16
2.5.2. Análisis del entorno.	16
2.5.3. Bases de segmentación.	17
2.5.4. Estrategia de posicionamiento.	19
2.5.5. Análisis FODA.	19
2.5.6. Marketing operacional.	20
CAPÍTULO III: TRÁMITES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PYMES.....	22
3.1. Obtención del RUC.....	22
3.1.1. Requisitos para la inscripción del RUC en personas naturales.....	22
3.1.2. Requisitos para la inscripción del RUC en sociedades privadas.	23
3.2. Obtención de permisos de funcionamiento otorgadas por el Municipio de Cuenca.....	25
3.2.1. Uso de suelo.....	25
3.2.2. Registro Municipal Obligatorio.....	25
3.3. Obtención del permiso de funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca.....	25
3.4. Obtención de la Calificación Artesanal Autónoma.....	26
3.5. Obtención del permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud Pública	27
3.6. Procedimiento para la emisión de Licencias Ambientales.....	30
3.7. Inscripción de alimentos en el MSP para la obtención del Registro Sanitario.	34

3.7.1. Una carpeta de documentos técnicos.....	35
3.7.2. Una carpeta de documentos legales.....	41
3.7.3. Dos CD's.....	43
CONCLUSIONES.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	47

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formulario RUC 01-A.....	49
Anexo 2: Formulario RUC 01-B.....	51
Anexo 3: Solicitud para acogerse a la ley de Fomento Artesanal.....	53
Anexo 4: Formulario para la obtención de los beneficios de la ley de Fomento Artesanal.....	54
Anexo 5: Solicitud a la Dirección Provincial de Salud del Azuay (DPSA) previo a la obtención del permiso de funcionamiento.	56
Anexo 6: Formulario de solicitud para la inscripción de alimentos en el MSP.....	57

*Comunicado
10/10/13*

“GUÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PYMES EN LA INDUSTRIA
ALIMENTARIA DE LA CIUDAD DE CUENCA”

RESUMEN

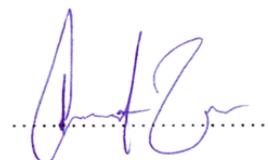
El desarrollar una guía para la implementación de PYMES, permite facilitar la gestión de trámites a realizarse para la creación de las mismas. Para estructurar las bases de un estudio de mercado y obtener la información necesaria de los trámites a seguir, se recopiló información relevante en cuanto a la estructuración de un estudio de mercado, así como también de las diferentes entidades encargadas de otorgar los trámites y requisitos correspondientes para dicha implementación. A partir de los datos recopilados se obtuvo una guía didáctica, amplia y completa para la creación de nuevas empresas. La guía está descrita en forma cronológica de tal manera que se convierta en una herramienta de carácter concreto y veraz para facilitar los pasos y trámites necesarios.

PALABRAS CLAVES: PYMES, Estudio de mercado, Proyecto, Emprendedor, Didáctica, Ventaja competitiva.



Ing. Marcelo Calle Calle

Director



Diego Vera Brito

Autor



Ing. Fausto Parra

Presidente del Tribunal

ABSTRACT

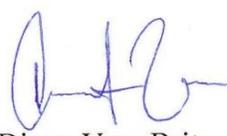
"GUIDE FOR THE IMPLEMENTATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRICES (SME) IN THE FOOD INDUSTRY AT THE CITY OF CUENCA"

The development a guide for the implementation of SME facilitates the management of paperwork necessary for their creation. In order to structure the basis of a market survey, and get the necessary information about the procedures to follow; relevant information about the structure of a market study as well as the various agencies responsible for granting the procedures and requirements for its implementation was gathered. From the data collected, we made an extensive and complete didactic guide for the creation of new businesses. The guide is done in chronological order; so that it becomes a specific and accurate tool to facilitate the steps and necessary paperwork.

KEY WORDS: SMEs, Market research, Project, entrepreneur, Didactic, Competitive Advantage



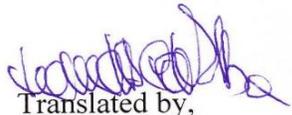
Ing. Marcelo Calle Calle
Director



Diego Vera Brito
Author



Ing. Fausto Parra
President of the Tribunal



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Diego Fernando Vera Brito
Trabajo de Graduación
Ing. Jaime Marcelo Calle Calle
Octubre, 2013

GUÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PYMES EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DE LA CIUDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la importancia de las pequeñas y medianas empresas es de gran relevancia en cuanto al sector del crecimiento económico, la transformación de la productividad y la posición competitiva del país. Las PYMES contribuyen con una serie de aspectos positivos que no son aprovechados, entre los cuales se puede resaltar los bajos costos de inversión requeridos, constituye también, el sector que utiliza en su mayoría insumos y materias primas nacionales. Estos aspectos ayudan, además, a disminuir la pobreza debido a que se constituyen en alternativas de generación de empleo, en este aspecto al fortalecer la economía, disuelve los problemas y tensiones sociales.

Es así, que en los últimos nueve años las Pequeñas y Medianas Empresas aportaron con el 26% de las ventas locales en todo el país, siendo además responsables de dotar el 68% de empleo. (Ecuador. Servicio de Rentas Internas, Censo Económico del año 2010). Con respecto a la generación de riqueza por grupo productivo, el sector alimenticio aporta con el 20,7% del total, el de textiles y confecciones con el 20,3%, el de maquinaria y equipo con el 19,9%, el de productos químicos con el 13,3%, madera y muebles con el 10,8%, papel e imprenta con el 8,2%, cuero y calzado con un 3,8% y el de minerales no metálicos con un 3%. (HIDALGO Martha, PROAÑO Carol, SANDOVAL Marco , abril, 2011)

Dentro de este contexto, es posible afirmar la importancia y beneficio de la creación de pequeñas y medianas empresas en el país, especialmente en el campo alimentario, por lo cual debe existir el incentivo y facilidades tanto económicas como productivas para su logro. El actual gobierno ofrece muchas de las facilidades expuestas entre las que están:

la reducción de impuestos en Zonas Económicas de Desarrollo Especial, beneficios para abrir el capital social de empresas, proyectos de renovación industrial para mejorar la competitividad, entre otros.

Mediante esta guía se pretende contribuir a la difusión de conocimientos para su uso por parte de profesionales y emprendedores interesados en implementar una PYME. Las razones que han motivado a la elaboración de esta Guía es la de extender la cultura de emprendimiento e innovación para los nuevos empresarios y así contribuir de alguna manera al desarrollo y posición competitiva del país. La disposición de esta Guía se ha convertido en un proyecto cargado de ilusiones que espera transmitirse a aquellas personas que busquen en su contenido la motivación para marcar una nueva perspectiva en su desempeño como emprendedor.

Con el presente proyecto se busca aportar, de alguna manera, al incentivo de creación de pequeñas y medianas empresas mediante la facilidad de conocimiento de los trámites a realizarse durante la implementación, así como el orden a seguir para el mismo fin acortando el tiempo empleado en esta etapa. La guía propuesta, se plantea contener todos los trámites y requisitos necesarios para la implementación de una PYME en la industria alimentaria.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Las PYMES

Se les denomina PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su capital, volumen de ventas, cantidad de trabajadores y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades. Las PYMES se consideran de acuerdo a las siguientes categorías:

- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene entre 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100 001,00) y un millón (US \$ 1 000 000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.
- Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (US \$ 1 000 001,00) y cinco millones (US \$ 5 000 000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

Podemos incluir también, en estas definiciones a las microempresas y a los talleres artesanales:

- Micro empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100 000,00) dólares de los Estados Unidos de América. (Ecuador. Reglamento del Código de la Producción. Art. 106 Clasificación de las MYPYMES).
- Talleres artesanales: son aquellos locales donde el artesano ejerce su profesión, arte u oficio y que es practicada manualmente transformando la materia prima en bienes o servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas. Para

cumplir con la calificación artesanal se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que el numero de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco;
- Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en la ley (US \$ 87 500,00);
- Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro del taller;
- Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

(Ecuador. Codificación de la ley de Defensa del Artesano Art. 2. 23 Mayo 1997. Actualizada en 2010. Registro Oficial No. 71)

1.2. Número de PYMES y sectorización

Según la Superintendencia de Compañías el Ecuador tiene 38 0000 compañías, de las cuales el 96% son PYMES. De éstas el 56% se consideran microempresas, el 30% pequeñas empresas, el 10% medianas empresas y el 4% grandes empresas. Según el Diagnostico de las PYMES-MIC en las provincias de Pichincha y Guayas se concentran la mayoría de establecimientos de PYMES con 35,62% y 28,74% respectivamente, seguido de la provincia del Azuay con el 7,29%.

El siguiente cuadro representa el número de pequeñas y medianas empresas por provincia:

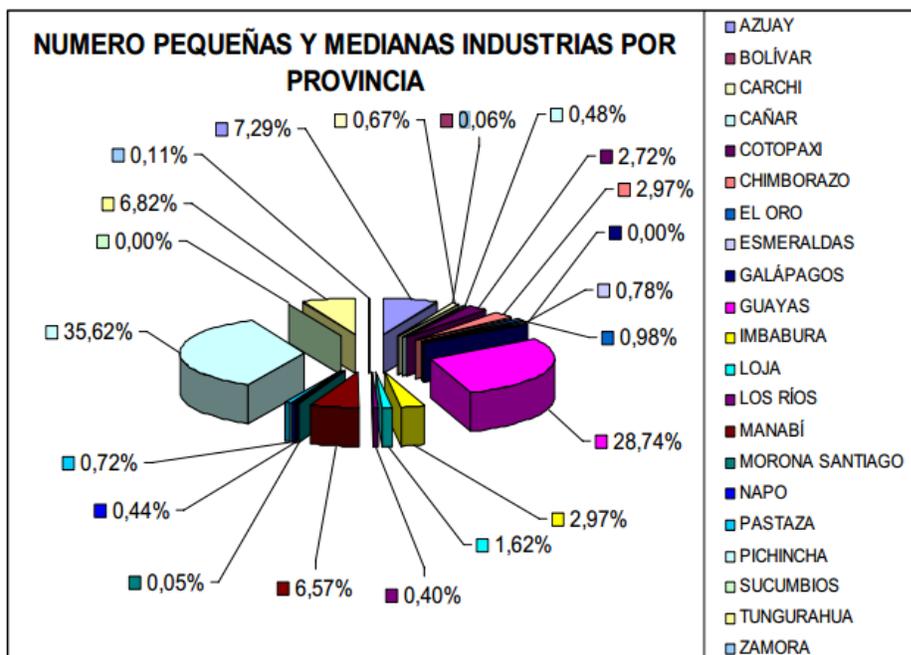


Figura No. 1: Número de pequeñas y medianas industrias por provincia.

Fuente: Diagnóstico de las PYMES 2002-MIC

En el sector alimentos, de acuerdo al Censo Nacional Económico 2010 del Ecuador, existen 9 826 empresas de las cuales las microempresas representan el 94,86%, las pequeñas empresas el 2,93%, las medianas empresa el 0,68% y finalmente las grandes empresas el 1,53%.

1.3. PYMES y empleo

En cuanto a la generación de empleo que aportan las PYMES según el Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria, MIC, existen 4 sectores fundamentales de puestos de trabajo. Ellos son, en orden de importancia: alimentos con el 20,4%; textil y confecciones con el 20,3%; maquinaria y equipo con 19,9%; productos químicos con 13,3%, que en conjunto reúnen el 74% de aporte de empleo.

Según el Censo Económico 2010, en cuanto al sector de los alimentos, la generación de empleo está constituido por las grandes empresas que generan el 55,8% de empleo,

seguido de las microempresas con el 30,30%, luego las pequeñas empresas con el 8,20% mientras que las medianas empresas con el 6,42%.

La participación de ventas, en el sector alimenticio, de acuerdo al Censo Económico 2010, el 51,36% se realiza en las grandes empresas con 41,87% del total de las utilidades del sector, el 20,34% de las ventas las pequeñas empresas con utilidades del 18,9%, las medianas empresas con el 12,98% de ventas y 21,35% de utilidades y finalmente las microempresas con 15,32% de las ventas y un 18,19% de participación de las utilidades del sector.

Indicadores sector alimentos	Grande	Mediana	Pequeña	Micro	PYMES	Nacional
Númer de empresas	154	67	288	9 317	9 672	9 826
Total ventas (millones dólares)	3,23	816	1 279	965	3 059	6 289
Empleo	40 116	4 673	5 972	22 076	32 721	72 837
Salarios (millones dólares)	343	41	62	63	166,4	509,67
Utilidades (millones dólares)	953	486	414	423	1 323	2 276
Índice de concentración	0,03	0,13	0,07	0,05	0,25	0,28
Inversión I+D (miles dólares)	1 924	293	157	242	692	2 607
Total crédito (millones de dólares)	278	41	13	24	78	356
Apalancamiento	0,31	0,19	0,07	0,14	0,4	0,7
Consumo Kw/año (millones)	9 199	26	43	112	181	0,38

Figura No. 2: Indicadores representativos en el sector alimentos.

Fuente: Censo Económico 2010, sobre totales sectores estratégicos.

CAPÍTULO II

ESTRUCTURA DE LAS BASES DE UN ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de estudio de mercado es de gran importancia en lo que corresponde a la implementación de una PYME pues nos va a permitir verificar la posibilidad real de penetración del bien o servicio, a la que se va a dedicar la empresa, en un mercado determinado. Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercialización y pues sobre todo para saber si existe un mercado viable y disponible para el bien y/o servicio que la empresa pretende dedicarse.

El estudio de mercado es la primera parte en lo que corresponde la investigación formal para la evaluación de un proyecto en la implementación de PYMES, seguido de un estudio técnico y organizacional y un estudio económico y financiero. Consta principalmente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Esta determinación y cuantificación de la oferta y demanda se relacionan con las fuerzas que determinan el comportamiento de los productores y consumidores, los cuales permiten fijar el precio del bien o servicio así como la cantidad a producirse.

“En el estudio de mercado se efectúa un análisis histórico, actual y proyectado de las variables que intervienen en el mercado. Todo estudio de mercado incluye aspectos precisos de los proveedores internos y/o externos, los competidores, los consumidores y la distribución del producto”. (SEMYRAZ Daniel, *Preparación y evaluación de proyectos de inversión*, Abril 2006, 1ª. ed. Buenos Aires-Argentina. Osmar D. Buyatti, 2006).

El mercado de abastecimiento nacional debe ser analizado para cerciorar el abastecimiento de materia prima, insumos, materiales, considerando costos, calidad, tiempo de entrega y condiciones de venta, caso contrario se recurrirá a proveedores externos. Por otro lado se debe analizar el mercado de competencia teniendo en cuenta

su forma de producir y distribuir, los precios y estrategia comercial para retener a los consumidores (publicidad, precios, plazos, créditos, descuentos, promociones, etcétera).

2.1. Objetivos de un estudio de mercado

Entre los objetivos que persigue un estudio de mercado pueden citarse:

- Encontrar mercados rentables: Con los datos obtenidos al finalizar el estudio de mercado se observará el retorno de la inversión lo que nos permite saber si el mercado es, o no rentable.
- Elegir productos que se puedan vender: Verificar si el producto a ofrecer al mercado será capaz de satisfacer las necesidades insatisfechas de los consumidores.
- Identificar a los consumidores: Se debe identificar a las personas capaces de generar un valor al producto de una totalidad de compradores potenciales, es decir, realizar una segmentación de mercado.
- Conocer los cambios que se van produciendo en relación a los gustos: Hay que tener en cuenta que los consumidores son cambiantes en gustos y preferencias a veces en forma gradual y otras bruscamente.
- Analizar los cambios tecnológicos: Nos encontramos en la globalización mundial por lo tanto debemos considerar los cambios en las técnicas de métodos de producción y métodos de análisis de apoyo de información para no quedar fuera del mercado.
- Evaluar los requerimientos de insumos: Es necesario tener una relación seria con los proveedores comprometiéndoles con las condiciones de calidad y entregas requeridas con el fin de obtener el producto que se desea ofrecer.
- Establecer el precio de venta del producto o servicio: Esto dependerá principalmente de la estrategia comercial que se desea seguir. El precio que se fije será el valor que el cliente pagará para obtener el bien.
- Estudiar el comportamiento de la competencia: Hay que tener presente que el mercado también está compuesto por la competencia tanto los que ya existen con

productos o servicios similares o productos sustitutos, como los competidores potenciales.

- Identificar una necesidad insatisfecha o la posibilidad de mejorar prestaciones existentes: El objetivo de toda empresa es que toda necesidad se convierta en un deseo por el bien a generar. También existe la posibilidad de mejorar un servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Releva el riesgo de aceptación de los productos o servicios que la empresa pretende dedicarse, por parte del mercado: El estudio de mercado se propone dar una idea del riesgo que corre la empresa, en cuanto al producto o bien que se pretende realizar, de no ser aceptado en el mercado.

Estos son algunos de los principales objetivos que pretende alcanzar un estudio de mercado sin descartar la posibilidad de incorporar otros puntos que puedan parecer de importancia como: determinar la demanda potencial de los productos o servicios a la que se dedicará la empresa, determinar la cantidad de bienes provenientes de una nueva unidad de producción, conocer los mecanismos de comercialización vigentes, conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes o productos a los usuarios, etcétera.

2.2. Análisis de la demanda

La demanda es la cantidad de un determinado bien, ya sea producto o servicio que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad específica en un tiempo establecido a un precio determinado. Existen variables importantes que modifican la demanda. Entre las variables independientes tenemos:

- El precio del bien.
- Ingreso per cápita.
- Precio de los bienes sustitutos.
- Precio de los bienes complementarios
- Población
- Gustos, hábitos y costumbres.

Existen dos cambios que pueden identificarse en la demanda: El primero, un cambio de acuerdo a la variación de los precios del bien y el otro en función de las demás variables. El cambio de la cantidad de la demanda significa un cambio en el precio o viceversa. Por lo tanto a mayor precio, menor cantidad de demanda, siendo inversamente proporcional esta relación. Este es un análisis en cuanto al precio del producto pero como se mencionó con anterioridad la demanda está en función de una serie de factores por lo que al momento de hacer el estudio se debe considerar la información de fuentes primarias y secundarias.

2.2.1. Demanda histórica

La obtención de la demanda histórica se realiza con el fin de conocer el comportamiento del consumo que hubo en épocas pasadas para estimar el comportamiento futuro de la demanda. Esto se realiza solo con productos que existen en el mercado. En la demanda histórica se identifica a los consumidores y los volúmenes anuales de consumo. Los datos históricos se pueden trasladar a una tabla o gráfico donde la demanda se expresa en función del tiempo. Al momento de analizar la grafica debemos tener presente los aspectos que hayan influido en su aumento, disminución o estancamiento, los cuales pueden ser: precios, cambio de los ingresos, población, gustos y preferencias de los consumidores, etcétera. Si no existe información histórica se puede utilizar el método del consumo aparente.

2.2.2. Clasificaciones de la demanda

Al momento de realizar un análisis completo de la demanda debemos tener presente los diferentes tipos de demanda que deben ser identificados. La demanda puede ser clasificada de diferentes maneras según el autor. En este caso los tipos de demanda están tomados de acuerdo a la capacidad de absorción de la demanda por parte del mercado.

- Demanda potencial: es la demanda que existe en el mercado para el consumo de diversos productos y que por diferentes motivos no han llegado a satisfacer a los

consumidores. La demanda potencial es aquella que no tiene respaldo inmediato de compra, o sea, tiene lugar en los ingresos económicos futuros del consumidor.

- Demanda efectiva: está destinada a los consumidores que tienen una disponibilidad económica para consumo y que satisfacen sus necesidades, es decir la que tiene respaldo inmediato de compra.

2.3. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de un determinado bien a un determinado precio que los productores están dispuestos a entregar. La oferta está en función de variables independientes como: La innovación tecnológica, el costo de producción, el tamaño de mercado, las condiciones del crédito, la cantidad de competidores, las expectativas de los productores, el apoyo gubernamental, las barreras de salida, los factores naturales, el precio del bien, el precio de los bienes sustitutos y el precio de los bienes complementarios. Los cambios que pueden darse en la oferta están en función de la variación del precio del bien o en función de las demás variables mencionadas.

2.3.1. Elasticidad de la oferta

La elasticidad de la oferta hace referencia a la medición de la sensibilidad de la cantidad ofrecida ante un cambio en el precio del bien. Es la respuesta que se genera de la cantidad ofrecida de un bien o servicio ante cambios en su precio. La elasticidad se calcula dividiendo la variación porcentual de la cantidad ofrecida por la variación porcentual del precio.

La oferta de un bien o servicio es inelástica si su respuesta responde levemente a las variaciones del precio, es decir igual a un intervalo de cero. Esto se debe a que un cambio en el precio no afecta considerablemente a la cantidad ofrecida. Ejemplo: los recursos naturales, las medicinas, el combustible, los productos de la canasta familiar, ya que son de primera necesidad.

Es elástica cuando la cantidad ofrecida responde considerablemente a las variaciones del precio, es decir que su respuesta sea mayor a uno. Esto quiere decir que una variación en

el precio del producto causará un gran aumento de la cantidad de producción del producto. Ejemplo de productos con oferta elástica son los libros, los automóviles, los televisores entre otros.

2.3.2. Análisis de la competencia

Es necesario tener en cuenta los aspectos cualitativos y cuantitativos que influyen en la oferta. Esto se realiza mediante una recopilación de información tanto de fuentes primarias como fuentes secundarias y por último para completar la información faltante se puede recurrir a la realización de encuestas.

Para analizar la competencia el evaluador debe tener presente los siguientes puntos:

- A quienes venden los productos la competencia.
- Los objetivos y estrategias de marketing de la competencia
- El posicionamiento de la competencia
- Los productos que venden los competidores
- El precio de los productos de la competencia
- Los canales de distribución y donde venden sus productos
- Tipos de promociones de la competencia y los resultados que se han obtenido

2.3.3. Factores relevantes de la organización

Es importante realizar un estudio de la organización al momento de analizar la oferta en cuanto a recabar datos de fuentes primarias y secundarias ya que estos determinarán en gran parte el desempeño de la PYMES. Los puntos relevantes para analizar como organización son:

- El numero de productores que en definitiva son nuestros competidores.
- Cuál es la localización de la planta y la matriz para la atención de los clientes.
- Qué tipo de organización se va a manejar.
- La capacidad de oferta utilizada y la instalada.
- Cuál es la capacidad económica para eliminar a nuevos competidores.

- La participación en el mercado.
- La calidad de los productos.
- Los precios, costos y utilidades para determinar la estrategia competitiva a aplicar.
- Planes de expansión.
- La inversión y número de trabajadores.
- Los servicios adicionales que se ofrecerán.
- Los canales de distribución que se utilizarán
- El abastecimiento de materia prima y demás insumos (proveedores).

2.3.4. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consuma en el futuro y sobre el cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer esta necesidad. Es así que es de vital importancia analizar si existe una demanda potencial insatisfecha ya que nos da un incentivo para poder introducirnos en ese mercado y poder satisfacerlo.

2.4. Análisis de los precios

El análisis de los precios es de suma importancia ya que influye directamente en la percepción del consumidor sobre el bien. Por lo tanto se debe tener presente al tipo de mercado que está orientado el producto; si lo que busca el consumidor es calidad y no le importa mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión de compra principal. En muchos casos un error en el precio determina un nivel mínimo de demanda, dando como resultado un fracaso en el proyecto.

Una empresa puede decidir las estrategias de precio a seguir tales como: descuentos por volumen de compra, promociones, ingresar al mercado con un precio bajo en comparación con la competencia, teniendo en cuenta que la generación de utilidades permita como mínimo recuperar los recursos invertidos en la fabricación del producto.

Hay que tener en cuenta las políticas de negociación con relación a los descuentos por volumen así como las promociones ya que son importantes al momento de establecer relaciones con clientes potenciales o distribuidores. También hay que considerar si la empresa pagará a sus vendedores alguna comisión por el volumen de ventas.

2.4.1. Factores relevantes para analizar los precios

Algunos aspectos deben ser considerados al momento de analizar los precios, siendo estos:

- Una estructura de la cadena de precios
- Descuentos por cantidad de compra o formas de pago
- Precios en relación con el mercado internacional y nacional.

2.4.1.1. Estructura de la cadena de precios

En la cadena de distribución suelen participar varios intermediarios hasta que el producto llegue al consumidor, por lo tanto el valor del precio se va trasladando y genera un mayor costo en cada intermediario lo que da como resultado un aumento en el precio del bien. Es así que hay que tener en cuenta si es conveniente remplazar uno o varios intermediarios para llegar directamente al consumidor final con un precio menor.

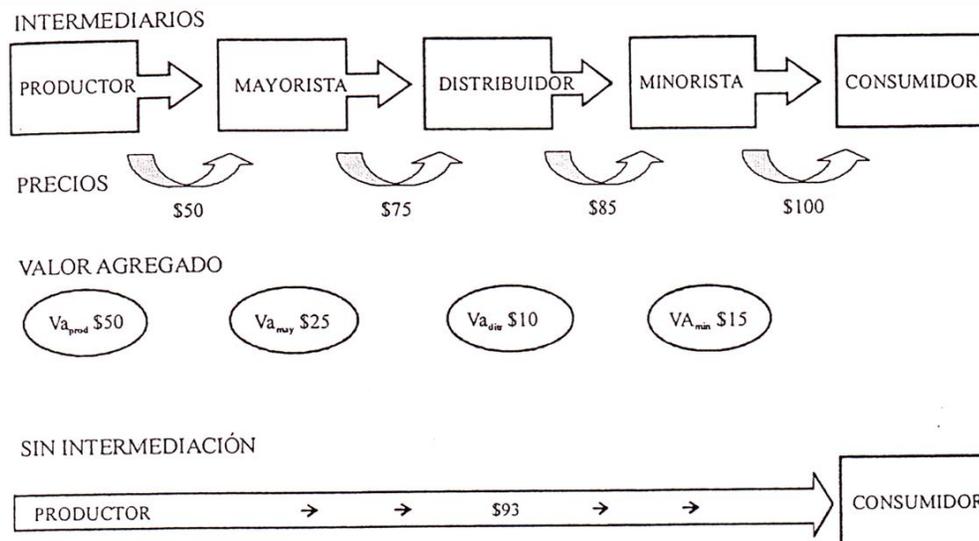


Figura 3: Estructura de la cadena de precios

Fuente: Preparación y evaluación de proyectos de inversión Semyraz Daniel-2006

2.4.1.2. Descuentos por cantidad de compra o forma de pago

El descuento por volumen es una reducción en el precio que adquieren los consumidores por grandes cantidades de compra. Los descuentos por pago en efectivo es una disminución en el precio que reciben los compradores por su pago inmediato ya que esto reduce los gastos de la empresa de cuentas incobrables y cobros a crédito.

2.4.1.3. Precios en relación con el mercado nacional e internacional

El precio se forma en los mercados internacionales y se traslada a los mercados nacionales. Es importante incluir en el estudio las diferentes determinantes que influyen en la formación de precios internos tales como la oferta y la demanda, la influencia del precio internacional y nacional.

2.5. Análisis de la comercialización

El análisis de la comercialización es uno de los puntos más relevantes en cuanto se refiere a la implementación de un nuevo proyecto y se lo realiza con el fin de tener la

capacidad para dar respuestas satisfactorias al mercado y obtener la adaptación de la empresa con su entorno.

2.5.1. Aplicación del índice de Nivel Socio Económico (NSE)

El índice de NSE es de gran importancia y se lo utiliza para caracterizar a la población con el fin de: obtener el perfil del mercado de un determinado bien, establecer las oportunidades de los productos en los distintos estratos de la población y obtener con precisión los segmentos de mercado de cada bien o servicio.

En este caso la segmentación del índice de NSE, ya sea individual o familiar, está basada en: las características de la vivienda, el nivel de educación la actividad económica, la posesión de bienes, el acceso a tecnología y los hábitos de consumo. Estos a su vez son estratificados por alto, medio alto, medio típico, medio bajo y bajo.

2.5.2. Análisis del entorno

El ambiente de los negocios es el lugar donde debe iniciar la empresa la búsqueda de oportunidades y posibles riesgos. El análisis del entorno comprende todos los factores que de una manera puedan o no, afectar a la empresa con respecto a la negociación con su mercado objetivo. Entre estos factores podemos hacer énfasis en el macroambiente y microambiente que lo rodea.

2.5.2.1. Macroambiente

El análisis del macroambiente está conformado por:

- Ambiente demográfico: hace referencia a la población ya que la gente crea mercados. En este ambiente nos interesa: el tamaño de la población y su distribución geográfica; distribución por edades, índices de nacimiento, raza, etnia y religión.

- Ambiente económico: integran los factores que afectan el poder de compra del consumidor y sus estándares de gasto. Depende de los precios, los ingresos, los descuentos y el crédito.
- Ambiente físico: Hace referencia a la escasez de recursos naturales, el costo en el aumento de los recursos energéticos, el incremento de los niveles de contaminación y el papel que juega el gobierno en el aspecto ecológico.
- Ambiente tecnológico: Hay que tener en cuenta los cambios tecnológicos acelerados, las oportunidades de innovación y los presupuestos para investigación y desarrollo.
- Ambiente político: está compuesto por leyes y oficinas gubernamentales los cuales limitan algunos factores del proyecto.
- Ambiente cultural: está compuesto por la sociedad que nos rodea los cuales actúan de acuerdo a sus creencias, valores y normas.

2.5.2.2. Microambiente

El análisis del microambiente está conformado por:

- La empresa: está compuesta por varios departamentos los cuales influyen directamente sobre la administración del *marketing*.
- Los proveedores: influye directamente en los costos del producto final y la disponibilidad de materia prima requerida.
- Los clientes: lo integran los consumidores, proveedores, etc., es decir el mercado meta.
- Los competidores: incluyen aquellos que quieren satisfacer a los mismos clientes haciéndoles ofertas similares.

2.5.3. Bases de segmentación

Para realizar una segmentación de mercado hay que tener en cuenta las necesidades de los consumidores y las características particulares del bien. La segmentación consiste en dividir el producto de acuerdo a la diversidad de necesidades que buscan los

consumidores, es así, que se lo divide en subconjuntos de compradores que buscan en el producto los atributos deseados. La segmentación se lo puede realizar de esta manera:

Geográfica:

- País en el cual se aspira posicionarse con el bien o servicio.
- Delimitación: ya sea por región, provincia y/o cantón.

Demográfica:

- Edad
- Sexo
- Nacionalidad
- Segmentos tales como: solteros, jubilados, casados, niños, adolescentes, latinos, etc.
- Ocupación (a que se dedica).
- Nivel de educación
- Ingresos: bajo, medio, medio alto, alto.
- Índice de Nivel Socio Económico (NSE).

Psicográfica:

- Clase social: que puede ser baja, media y alta.
- Tendencias de consumo: tales como personas que quieren productos originales, de alta calidad y diferenciación, de bajo costo, etc.

Conductual:

- Ocasiones de uso: hace referencia a las frecuencias de uso del bien o servicio tales como: eventos sociales, reuniones familiares, bares, restaurantes gourmet.
- Estado de lealtad: cómo se va a lograr la lealtad de consumo del producto, que se puede lograr con la fidelidad a la marca por las particularidades del producto, su calidad, por pertenecer a un diferente status social, etc.

2.5.4. Estrategia de posicionamiento

Una vez finalizado el análisis de segmentación se realiza la elección del mercado objetivo para poder decidir el posicionamiento que la empresa adoptará para poder ser percibida por los competidores objetivos. El posicionamiento consiste en ser creativo para poder llegar a los consumidores. *“El enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; reordenar las conexiones que ya existen”* (SEMYRAZ Daniel, *Preparación y evaluación de proyectos de inversión*, Abril 2006, 1ª. ed. Buenos Aires-Argentina. Osmar D. Buyatti, 2006). Michael Porter define al posicionamiento como *“la guerra por un lugar en la mente del consumidor”* y plantea un modelo de estrategias de posicionamiento:

	ORIENTADA A LA REDUCCIÓN DE COSTOS	ORIENTADA A MEJORAR ASPECTOS DE CALIDAD O SERVICIO
ORIENTADA A LA TOTALIDAD DEL MERCADO	Liderazgo en costos Reducir al mínimo los costos de producción y distribución (para poder fijar precios más baratos que los de la competencia).	Diferenciación Lograr un desempeño superior en una área de beneficio importante para el cliente (y valorada por buena parte del mercado).
ORIENTADA A UN SEGMENTO DEL MERCADO	Enfoque Concentrarse en un segmento reducido del mercado (al cual se pretende conocer profundamente). En este caso podría enfocarse hacia el liderazgo de costos o hacia la diferenciación, pero siempre dentro del segmento meta.	

Figura 4: Estrategias competitivas de Michael Porter.

2.5.5. Análisis FODA

Es otra herramienta de análisis para un proyecto cuyas siglas representan las palabras: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Esta matriz FODA diagnostica los aspectos positivos y negativos de nuestro proyecto tanto en el plano interno como externo. El análisis interno hace referencia a las fortalezas y debilidades que existen en nuestro proyecto, teniendo en cuenta los aspectos de: estructura de la organización, los

costos de producción, los recursos financieros, tecnología disponible, los costos de distribución, etc.

En cuanto al análisis externo identifica las oportunidades y amenazas que están presentes en el entorno con relación al producto. Las amenazas son aspectos negativos para la empresa que de no ser corregidas a tiempo pueden repercutir en el desarrollo de la misma. Las oportunidades son aspectos positivos que deben ser aprovechados por el empresario ya que esto provocará ventajas competitivas para la empresa.

La matriz FODA responde al siguiente formato:

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FACTORES POSITIVOS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
FACTORES NEGATIVOS	DEBILIDADES	AMENAZAS

Figura 5: Matriz FODA

2.5.6. Marketing operacional

Es uno de los análisis muy importantes al momento de realizar un estudio de mercado ya que conquista mercados existentes ya sea en un corto o mediano plazo. Su principal función es vender, y para esto se utiliza los medios de venta más eficaces, analizando variables importantes denominadas las “4P”

1. Producto: en este primer punto se analiza la variedad, la calidad, el diseño, el empaque, las características, el tamaño, el servicio, el nombre de la marca, etc.

2. Precio: se distingue del resto de puntos ya que es el único que genera ingresos a diferencia del resto que genera gastos. En el precio se analiza: la lista de precios, los descuentos y rebajas, los períodos de pago, los créditos, etc.
3. Plaza: hace referencia a la distribución en los cuales se analiza: los canales de distribución, la cobertura, distribución física (transporte, agentes utilizados, etc.), las ubicaciones (de almacenes y puntos de venta), los inventarios, etc.
4. Promoción: se analiza: la publicidad, la promoción de ventas, la fuerza de ventas, las relaciones públicas, etc.

CAPÍTULO III

TRÁMITES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PYMES

3.1. Obtención del RUC

Para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implemento el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Es así, que para la obtención del RUC se lo puede realizar de dos maneras, ya sea como personas naturales o sociedades privadas según sea el caso. Estos trámites se los realiza en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

3.1.1. Requisitos para la inscripción del RUC en personas naturales

- 1.** Cedula original y copia a colores
- 2.** Certificado de votación
- 3.** Entregar de su domicilio y del lugar de su negocio el original y copia de una de cualquiera de las siguientes opciones:
 - a)** La factura de agua, luz o teléfono (no el comprobante de pago); no mayor a uno de los últimos 3 meses anteriores a la fecha de inscripción. En la planilla debe constar la dirección. Considerando la fecha de emisión del documento.
 - b)** Contrato de arriendo. A nombre del contribuyente, debe constar la dirección.
 - c)** Estado de cuenta bancario, o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular o de tarjeta de crédito, o de servicio de internet que se encuentre a nombre del contribuyente al que pertenecen dichos documentos (no necesariamente deben estar a su nombre) y debe corresponder a uno de los últimos 3 meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión del documento.
 - d)** Comprobante de pago del impuesto predial, debe corresponder al año en que se realiza la inscripción, a nombre de al que pertenece el predio.

- e) Si el predio no se encuentra catastrado, se aceptará la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.
- 4. Original y copia del registro o pago del impuesto de las patentes municipales. Se lo obtiene en el Municipio en la Ventanilla Única Empresarial.

3.1.2. Requisitos para la inscripción del RUC en sociedades privadas

1. Llenar el formulario 01-A (ver anexo 1) que deben estar con todos los datos.
2. Llenar el formulario 01-B (ver anexo 2) sólo si se tiene sucursales los cuales deben estar completos y firmados por el representante legal.
3. Presentar el documento original y copia de constitución y nombramiento según sea el caso:
 - a. Bajo la Superintendencia de Compañías: Escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, 3 hojas de datos generales otorgadas por la Superintendencia de Compañías., y nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - b. Bajo la Superintendencia de Bancos: Escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil y nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - c. Civiles y Comerciales: Escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil y nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - d. Civiles, sociedades de hecho, Cuentas en participación, etc: Escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez y nombramiento del representante legal notarizado y con reconocimiento de firmas.

“La sociedad de hecho no es persona jurídica. Por consiguiente, los derechos que se adquieran y las obligaciones que se contraigan para la empresa social se entenderán adquiridos o contraídas a favor o a cargo de todos los socios de hecho”. (Ecuador, CONC. Art. 175, Código de Procedimiento Civil. Art. 499)
 - e. Privadas sin fines de lucro: Acuerdo Ministerial o resolución en el que se aprueba su creación, estatus y nombramiento del representante legal

avalado por el organismo ante el cual se encuentra registrado: Ministerio, Consejo Nacional Electoral (CNE), ó Consejo Provincial Electoral (CPE).

4. Original y copia a color de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal; extranjeros: pasaporte y tipo de visa.
5. Original y copia de uno de estos documentos:
 - a. La factura de agua, luz o teléfono (no el comprobante de pago); no mayor a uno de los últimos 3 meses anteriores a la fecha de inscripción. En la planilla debe constar la dirección. Considerando la fecha de emisión del documento.
 - b. Contrato de arriendo con el comprobante de venta emitido por el arrendador.
 - c. Estado de cuenta bancario, o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular o de tarjeta de crédito que debe corresponder a uno de los últimos 3 meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión del documento.
 - d. Comprobante de pago del impuesto predial en el que se realizará la actividad, debe corresponder al año en que se realiza la inscripción o del inmediato anterior. Debe estar a nombre del dueño del predio
 - e. Si el predio no se encuentra catastrado, se aceptará la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de negocio.
 - f. Sea cual fuera el documento que sea entregado debe encontrarse a nombre de la sociedad, del representante legal o uno de los socios o accionistas, y debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
6. Original y copia del pago al impuesto de las patentes municipales.

Si los trámites son realizados por terceros: presentar una carta de autorización simple donde consten fecha de emisión, los nombres y apellidos, número de cédula del representante legal y del autorizado; y el trámite a realizar. Adicional el original y la copia a color de cédula y certificado de votación del contribuyente del autorizado.

3.2. Obtención de permisos de funcionamiento otorgadas por el Municipio de Cuenca

3.2.1. Uso de suelo

El primer paso es obtener el permiso de compatibilidad de uso de suelo que otorga el municipio. El uso de suelo se lo obtiene en la ventanilla de Higiene y se tiene que presentar los siguientes documentos:

- Copia del predio urbano y si es arrendado solicitar al dueño del local
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia del certificado de votación.
- Medidas del local

Con esta documentación se concretará una fecha de inspección del local o área destinada para la Pequeña y Mediana Empresa. Una vez, siendo ya favorable esta documentación, se emite un informe de compatibilidad de uso de suelo por parte del municipio y así poder continuar con los siguientes trámites.

3.2.2. Registro Municipal Obligatorio

La obtención de este documento se lo realiza en el Municipio en la ventanilla de Registro Municipal Obligatorio y para lo cual se presentan los siguientes documentos:

- Copia de las 2 hojas del RUC o RISE en hojas individuales
- Copia del predio urbano y si es arrendado pedir al dueño del local
- Cédula de identidad del representante legal.
- Certificado de votación del representante legal.
- Medidas del local
- En caso de ser Artesanos deben tener la calificación artesanal.

3.3. Obtención del permiso de funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca

Para la obtención de este permiso el usuario deberá presentar los siguientes documentos:

- Permiso de funcionamiento por parte del municipio.

- Registro único de contribuyentes
- Original y copia del pago al impuesto de patentes Municipales.

Con estos documentos el departamento del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca fija una fecha para la inspección del local teniendo en cuenta las instalaciones y las seguridades contra incendios. El propietario debe cumplir con las condiciones dadas por el inspector para que el permiso de funcionamiento sea emitido.

En el caso de los artesanos:

- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia del registro único de contribuyentes.
- De igual manera el local es sometido a una inspección para verificar si el local está en condiciones para realizar su actividad.

3.4. Obtención de la Calificación Artesanal Autónoma

Para las personas que quieran inscribirse como artesanos y acceder a los beneficios de la ley de Fomento Artesanal deberán presentar en el MIPRO los siguientes requisitos:

- Presentar solicitud y formulario de la ley de Fomento Artesanal. (Ver Anexo 3 y 4)
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Original y copia del último pago de servicios básicos.
- Original y copia de la patente municipal.
- Certificado de Salud
- Declaración del Impuesto a la Renta actualizado.
- Nómina consolidada de aporte al IESS
- Copia del RUC o RISE
- Dos fotos a color de la persona interesada, trabajando en su taller y del local.
- Dos facturas de compra de materiales que utilice para su actividad.
- La copia del título de Maestro de Taller, sólo si lo tiene (opcional)

La declaración del Impuesto a la Renta no aplica para talleres que se acogen al RISE. El trámite es totalmente gratuito y se lo realiza en el MIPRO ubicado en la avenida 12 de Abril y Francisco Talbot. Las asociaciones deberán estar jurídicamente conformadas con documentación de respaldo adicional a la antes mencionada:

- Resolución de autorización para su conformación.
- Estatutos
- Listado de socios.

3.5. Obtención del permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud Pública

Según el Ministerio de Salud Pública existe una categorización por áreas de acuerdo a cada sector de la ciudad, las áreas por lo general están delimitadas por los Subcentros de Salud que dispone la ciudad. Es así, que para la obtención del permiso de funcionamiento por parte del MSP el usuario debe dirigirse al MSP para obtener la información de área de salud a la que corresponde su local. Una vez, ya en el Subcentro de salud de acuerdo al área de sectorización, el usuario tiene que dirigirse a la ventanilla de Control Sanitario, donde será atendido por un Inspector de Salud para realizar todos los trámites correspondientes a la obtención del permiso de funcionamiento.

El Inspector de Salud recomienda, que de antemano, se realice una adecuación de infraestructura de local, para luego seguir con los pasos del trámite del permiso de funcionamiento, los cuales constan de:

- Pisos y paredes de fácil limpieza y desinfección.
- Cielo raso que no desprenda partículas.
- Ventilación e iluminación adecuada.
- Baños con lavamanos y servicios higiénicos.
- Los baños deben de disponer de: dispensadores de jabón líquido, gel antibacterial, toallas desechables y papel higiénico.
- Cocina con mesones sin grietas, ni cerámicos faltantes.
- Mesas de trabajo de acero inoxidable.

- Utensilios de acero inoxidable.
- Con relación a las prendas de vestir: mandil, cofia, zapatos cerrados (botas), no usar manillas, relojes ni bisutería en general, uñas sin esmalte y no usar cosméticos.

Previo a la obtención del permiso de funcionamiento se requiere la autorización por parte de la Dirección Provincial de Salud del Azuay (DPSA), para lo cual se necesita:

- Solicitud dirigiéndose al Director Provincial de Salud del Azuay para la inspección por parte la DPSA previo a la autorización para la obtención del permiso de funcionamiento. (Ver Anexo 5).

Junto con la solicitud se debe adjuntar los siguientes documentos:

- Plano de la planta industrial en escala de 1:50 y distribución de áreas.
- Plano de la planta procesadora con ubicación de equipos.
- Métodos y procesos:
 - Procedencia de Materia Prima
 - Descripción del uso y fundamento de la Maquinaria.
 - Sistema de envasado y especificación de material de envase.
 - Sistema de almacenamiento y conservación de productos terminados.
- Información sobre la planta según Art. 57. Que se encuentra en el Capítulo 2, De la Organización y Saneamiento Ambiental, Del Reglamento de Alimentos. Decreto Ejecutivo 4114, Registro Oficial 984 de 22 de Julio de 1988.
- Certificado de reunir las disponibilidades técnicas para alimentos emitido por la autoridad de salud (inspectores de salud del MSP)
- Detalle de los productos a fabricar con la marca
- Número de empleados por sexo y ubicación: administrativo, técnico y operarios.

- Certificado de categoría de la fábrica, concedido por el Ministerio de Industrialización y Productividad.
- Este procedimiento descrito con anterioridad no aplica para Artesanos.

Luego para la obtención del permiso de funcionamiento se necesita entregar los siguientes documentos:

- Copia notariada de la autorización por parte de la DPSA (no aplica para artesanos)
- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario; no tiene costo y se lo adquiere en las diferentes áreas de Salud en donde se realice el trámite.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten a la personería jurídica cuando corresponda. (Contrato de trabajo del representante legal)
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50
- Croquis de ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el cuerpo Benemérito Cuerpo de Bomberos del Azuay
- Foto tamaño carnet de cada uno de los socios engrapado.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, concedido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Para obtener el certificado de salud y carnet ocupacional el personal tendrá que acudir a un Centro de Salud del MSP con los siguientes requerimientos:

- Acudir al Centro de Salud en ayunas

- Llevar una muestra de orina y heces.
- Llevar una foto tamaño carnet.

Los tipos de exámenes que se realizarán son:

- Coproparasitario
- De orina
- V.D.R.L. (*Venereal Disease Research Laboratory*)
- Hemograma

3.6. Procedimiento para la emisión de Licencias Ambientales

La emisión de la Licencia Ambiental en el cantón Cuenca es otorgada por la Comisión de Gestión Ambiental (CGA). El procedimiento establecido para la obtención de la Licencia Ambiental es la siguiente:

1. El postulante debe solicitar a la Comisión de Gestión Ambiental (CGA) el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE). Esta solicitud debe contener la siguiente información:
 - Fecha de solicitud del Certificado de Intersección.
 - Razón Social del postulante.
 - Apellidos y nombres del Representante Legal.
 - Dirección:
 - Ciudad
 - Calle No.
 - Teléfono No.
 - E-mail.
 - Nombre del proyecto
 - Actividad y una breve descripción del proyecto.
 - Ubicación del proyecto en coordenadas UTM (*Universal Transverse Mercator*) que es un sistema de coordenadas basado en la proyección cartográfica transversa de Mercator. A diferencia del sistema de

coordenadas geográficas que expresan longitud y latitud, el sistema UTM se expresa en metros a nivel del mar. Esto se lo realiza con un Topógrafo ya que el plano debe estar validado con la firma de un profesional competente en el área.

- Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal.
2. La Comisión de Gestión Ambiental, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del No. de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el postulante en futuras comunicaciones.
 3. El promotor de la actividad deberá solicitar a la Comisión de Gestión Ambiental la aprobación de los Términos de Referencia (TDR's) para la elaboración del Estudio de impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos. Esta solicitud debe contener:
 - Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia.
 - Razón Social del postulante.
 - Nombre del proyecto.
 - Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el certificado de Intersección.
 - Términos de Referencia (TDR's) con documentación escrita en Microsoft Word, una copia si no interseca con el SNAP o en caso contrario tres copias si interseca con el SNAP.
 - Constancia documentada de que los TDR's fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismo de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS Art. 20. Medios de amplia difusión pública)

4. La CGA analizará los TDR's y notificará al proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que tendrán que ser consideradas por el postulante hasta lograr su aprobación.

5. El postulante debe solicitar a la Comisión de Gestión Ambiental la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA) la cual debe contener la siguiente información:
 - Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental.
 - Razón Social del postulante.
 - Nombre del proyecto.
 - Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el certificado de Intersección.
 - Documento de EIA y PMA escrito en Microsoft Word y los mapas en formato JPG; una copia si no intersecciona con el SNAP o en caso contrario tres copias si intersecciona con el SNAP
 - Constancia documentada de que el EIA y PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS) Art. 20. (Medios de amplia difusión pública)
 - Copia de la factura que certifique el costo del EIA y PMA
 - Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente de la CGA en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente al 10 % del costo del EIA y PMA, según con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS)

6. La CGA evaluará los estudios y notificará al postulante con la aprobación del EIA y PMA o con las observaciones si las hubiese, que tendrán que ser consideradas por el postulante hasta lograr su aprobación.

7. El postulante debe solicitar a la CGA la Licencia Ambiental para la realización del proyecto la cual debe contener:

- Fecha de emisión de la solicitud de la Licencia Ambiental.
- Razón Social del postulante.
- Nombre del proyecto.
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el certificado de Intersección.
- El cronograma valorado de ejecución del PMA anual o por los meses de duración.
- Certificación del costo total del proyecto realizado por un profesional competente, que pueden ser un Ing. Ambiental o cualquier otro ingeniero que haya realizado algún curso certificado, especialización o maestría en Gestión Ambiental. .

8. La CGA notificará al postulante con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al uno por mil del costo total del proyecto y la tasa por primer año de seguimiento y monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS.

9. El postulante deberá enviar a la CGA lo siguiente:

- Razón Social del postulante
- Nombre del proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la cuenta corriente de la CGA en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- Garantía del cumplimiento a cabalidad del PMA, a nombre de la CGA.

- Póliza de seguro por daños ambientales en cuanto a aspectos de población, fauna, flora, suelo, agua, aire, paisaje, clima y ecosistema que puedan ser causados por el proyecto, a nombre de la CGA

10. La CGA inscribirá la Licencia Ambiental y entregará al solicitante el original de la Licencia Ambiental, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el solicitante asume durante el tiempo de vigencia de la Licencia.

3.7. Inscripción de alimentos en el MSP para la obtención del Registro Sanitario

Para la inscripción de alimentos procesados previos al registro sanitario, el representante legal deberá solicitar una clave para ingresar al sistema. Para esto se debe realizar los siguientes pasos:

- Se ingresa a la página web del Ministerio de Salud Pública (www.inspi.gob.ec)
- Clic en consultas de trámites de registros sanitarios.
- Ingresamos a solicitud de clave formulario de registro de datos
- En los pasos siguientes se debe ingresar el RUC, Email, Razón Social, Nombre Comercial, Dirección, Teléfono y así según sucesivamente los datos que pida el sistema hasta llegar a la confirmación del Email.

La solicitud de clave es llenada virtualmente en la página del Ministerio de Salud Pública del Azuay con datos que no implican dificultad alguna para el solicitante. La clave es enviada por parte del MSP al Email ingresado con anterioridad para su posterior uso en la inscripción de alimentos.

Una vez ya obtenido la clave se debe presentar lo siguiente:

3.7.1. Una carpeta de documentos técnicos

Consta de una carpeta de color verde ya sea de plástico o cartón, con vincha que contenga el formulario de solicitud, proyecto de etiqueta (diseño de cómo va a ser comercializado el producto en su envase, logo, marca, etc.) y copia del comprobante de pago por el valor del Registro Sanitario de cada producto.

3.7.1.1. Formulario de solicitud

Para el formulario de solicitud el usuario deberá ingresar a la página Web del INSPI (www.inspi.gob.ec) y llenar la solicitud virtual de Registro Sanitario y enviarla (Ver anexo 6). El modelo de formulario de solicitud deberá ser presentada con firmas originales y fecha, el documento en mención contendrá la siguiente información.

a) Datos del fabricante

- Nombre o razón social del fabricante, especificando si es persona natural o jurídica.
- Dirección, especificando: País, Provincia, Ciudad, Parroquia, Sector, Calle, Teléfono, mail y fax.

b) Datos del solicitante

- Nombre o razón social del fabricante, especificando si es persona natural o jurídica.
- Dirección, especificando: País, Provincia, Ciudad, Parroquia, Sector, Calle, Teléfono, mail y fax.

c) Descripción del producto

- I. Nombre completo del producto
- II. Marca comercial
- III. La formulación Cualitativa y cuantitativa
- IV. Número o código de lote
- V. Fecha de elaboración
- VI. Fecha de vencimiento
- VII. Tiempo máximo de consumo
- VIII. Formas de presentación del producto

- IX. Contenido neto y masa escurrida
- X. Condiciones de conservación
- XI. Grado alcohólico para las bebidas alcohólicas.
- XII. Firma y nombre del representante legal
- XIII. Firma y nombre del responsable técnico

I. Nombre completo del producto

Se define el nombre del producto que va a ser registrado. El cual debe indicar la verdadera naturaleza del alimento. El nombre del producto de acuerdo a la naturaleza del alimento hace referencia a la similitud del nombre del producto a elaborar con el alimento utilizado para su elaboración.

II. Marca comercial

La marca o marcas comerciales según sea el caso, no deben inducir al engaño al consumidor de acuerdo a la naturaleza del producto. La marca comercial es el nombre con el cual va a ser distribuido el producto y este no debe tener información falsa o que su veracidad no sea comprobada.

III. La formulación Cualitativa y cuantitativa

La formulación hace referencia al listado de ingredientes que se utiliza en la elaboración del producto. Este listado de ingredientes debe estar en orden decreciente de las proporciones usadas en la elaboración haciendo referencia a 100g de producto.

IV. Número o código de lote

En el formulario de solicitud se debe declarar el número o código de lote que el fabricante utilice para identificar su producción. El lote es el número de veces que se elabora el mismo producto en un día de trabajo.

V. Fecha de elaboración

Es la fecha en la que se elabora el producto. El año, mes y día deben declararse en orden numérico. La descripción de la fecha puede ser año/mes/día, día/mes/año y mes/día/año

VI. Fecha de vencimiento

Es la fecha en que el producto termina su vida útil. Al igual que la fecha de elaboración consta de los mismos parámetros.

VII. Tiempo máximo de consumo

Es el tiempo de vida útil del producto determinado de acuerdo a su estabilidad.

VIII. Formas de presentación del producto

En este caso se describe el envase interno del producto y el envase externo en caso de tenerlo.

El envase interno es el envase que está en contacto directo con el alimento (frascos de vidrio, fundas, tetrapack, etcétera).

El envase externo es el envase que está en contacto con el envase interno. Puede ser una caja de cartón u otro recipiente el cual contenga los envases individuales.

IX. Contenido neto y masa escurrida

El contenido neto debe declararse en unidades del Sistema Internacional de medidas en la siguiente forma:

Para productos líquidos, en volumen (ml, cm³, l). Si se declara que el contenido es de 1 litro se utiliza la letra "L"

Para productos sólido, en masa (g o Kg)

Para productos semisólidos o viscosos, en masa o volumen.

Para los productos que tengan un medio de cobertura tales como pickles, conservas, etcétera, debe indicarse la masa escurrida. La masa escurrida hace referencia a la diferencia del peso del envase y producto con el peso bruto, obteniendo así el peso del líquido que lo contiene.

X. Condiciones de conservación

Se indica el medio de conservación del producto ya sea en congelación, refrigeración o al ambiente fresco y seco.

XI. Grado alcohólico para las bebidas alcohólicas

Solo para productos que contienen alcohol ya sea que estos han sido adicionados en forma de aditivo o se haya desarrollado durante su proceso, debe indicarse su grado alcohólico. El grado alcohólico se expresa en grados Gay-Lussac (°GL) que mide el porcentaje de alcohol contenido en el producto.

XII. Firma y nombre del representante legal

En la solicitud se debe incluir el nombre, cargo y firma del representante legal.

XIII. Firma y nombre del responsable técnico

En la solicitud se tendrá que incluir el nombre y la firma del responsable técnico que puede ser un Ingeniero en Alimentos o Químico en Alimentos, Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, que tenga su título registrado en el Ministerio de Salud Pública.

Además de la solicitud se adjuntará los siguientes documentos, que deben presentarse según normativa que aplique al producto y el respaldo de la información declarada en la solicitud y etiquetas:

d) Fórmula de composición cuali-cuantitativa (CD- Excel)

La fórmula de composición debe ser emitida por el fabricante del producto con firma del responsable técnico que comprende el listado de ingredientes referida a 100g o 100ml utilizados en la formulación del producto, incluyendo aditivos. Esta composición debe estar en orden decreciente considerando que el total de la formulación se ajuste al 100%

e) Ficha de estabilidad (CD- PDF)

La ficha de estabilidad tendrá una fecha de caducidad de 12 meses a partir de la fecha de finalización del producto debe ser emitida por un laboratorio con firma original, nombre y cargo del técnico responsable del estudio, detallando lo siguiente:

- Nombre, marca y forma de presentación del producto.
- Nombre, País y Ciudad del fabricante.
- Condiciones ambientales especificando la temperatura en grados centígrados (°C) y la humedad relativa en porcentaje (%)
- Tipo de estudio que comprende la prueba de estabilidad realizada, si es natural o acelerada.
- Fecha de inicio y finalización del estudio realizado de estabilidad.
- Fecha de elaboración y expiración del producto.
- Condiciones de conservación del producto terminado.
- Naturaleza del envase interno y externo, sello, linner y tapa de las partes que están en contacto directo con el alimento.
- Lote
- Parámetros microbiológicos y bromatológicos según la fórmula de composición y el tipo de alimento
- Resultados analíticos obtenidos.
- Conclusión dando a conocer el tiempo de vida útil del producto o tiempo máximo de consumo, determinado de acuerdo al tipo de alimento, proceso de elaboración, material de envase y condiciones de conservación que garantice la inocuidad, calidad y seguridad del producto.

f) Descripción del producto (CD- PDF)

- Proceso de elaboración del producto de acuerdo a la formulación y Normas Técnicas Ecuatorianas (NTE) o en su defecto con las

normas del Codex Alimentarius y códigos internacionalmente aprobados.

- Interpretación del código de lote el cual debe contener la explicación del lote para identificar una producción y ser declarado en solicitud.
- En estos documentos debe constar la firma del técnico responsable.

g) Certificado de control de calidad del producto (CD- PDF)

El certificado de análisis de control de calidad e inocuidad del producto, concedido por los laboratorios del INSPI ya sea en Quito, Guayaquil o Cuenca, o por cualquier laboratorio acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE). Esta certificación tendrá una duración de 6 meses a partir de la fecha de emisión y debe cumplir con los parámetros que exijan las normativas vigentes.

h) Especificaciones químicas del material de envase (CD- PDF)

El documento que contenga las especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase, debe presentarse en papel membretado, dirigidas del proveedor al fabricante, indicando que su uso es apto para contener alimentos para consumo humano, especificando la composición química del material primario, o sea el que está en contacto directo con el alimento, y secundario el que contiene o recubre el producto, y que está destinado a protegerlo del deterioro, contaminación y facilitar su manipulación. Este documento debe tener la firma del técnico responsable.

i) Etiqueta y proyecto de rótulo (Original)

Presentar dos proyectos de etiquetas externas e internas con las que se comercializará el producto en el país, para el área legal y técnica, de acuerdo con lo que establece la Norma Técnica Ecuatoriana de rotulado. Esta etiqueta debe ser la original.

j) Copia del comprobante de pago (Documento original)

La copia del comprobante de pago, corresponde a la factura del pago del importe por el derecho a la obtención del Registro Sanitario para cada producto. En caso de productos con varias presentaciones ya sean en envases, colores, sabores y formas, se deberá cancelar el porcentaje correspondiente.

Nota 1:

En el caso de productos orgánicos (en ninguna de su etapa de elaboración intervienen fertilizantes, plaguicidas o herbicidas y químicos), se debe presentar el escaneado del original de la Certificación de Producto Orgánico otorgada por la autoridad correspondiente (ECOCERT ECUADOR S.A. - BCS ÖKO-GARANTIE Cía. Ltda. - CERTIFICADORA ECUATORIANA DE ESTANDARES – CERESecuador Cía. Ltda. Entre otros). Estos documentos deben ser presentados en formato PDF.

Nota 2:

Para registrar productos tales como: nueces, pasas, ciruelas pasas, almendras, concentrado de mosto entre otros, deben adjuntar el escaneado del original del Certificado Fitosanitario emitido por la autoridad competente del país de origen del producto, debidamente consularizado o apostillado según sea el caso.

3.7.2. Una carpeta de documentos legales

La carpeta de documentos legales para la inscripción de alimentos en el Ministerio de Salud Pública del Azuay, consta de una carpeta de color verde ya sea de plástico o cartón, con una vincha que contenga el formulario de solicitud, siendo el mismo formulario que se entrega en la carpeta de documentos técnicos.

3.7.2.1. Solicitud

En la carpeta de los documentos legales, se debe incluir el documento original según Formulario de Solicitud de Registro Sanitario de productos Alimenticios Nacionales con firma, nombre y fecha. Hay que tener en cuenta de no confundir el formulario de productos nacionales con el formulario de productos extranjeros.

3.7.2.2. Permiso de funcionamiento del fabricante (CD- PDF)

El permiso de funcionamiento debe ser incluido a la carpeta de documentos legales, este permiso tiene que ser por parte del fabricante que en este caso será el del técnico responsable. El documento debe estar vigente del permiso de funcionamiento, donde se elabora el producto, otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional (Ministerio de Salud Pública). Esto se lo entregará en un CD que contenga la documentación en formato PDF

3.7.2.3. Permiso de funcionamiento del solicitante (CD- PDF)

El permiso de funcionamiento debe ser incluido a la carpeta de documentos legales, este permiso tiene que ser por parte del solicitante que en este caso será del representante legal de la empresa. El documento debe estar vigente del permiso de funcionamiento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional. Esto se lo entregará en un CD que contenga la documentación en formato PDF

3.7.2.4. Certificado de constitución, existencia y representación legal (CD- PDF)

Se debe incluir en la carpeta de documentos legales el certificado de la existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal (fabricante y solicitante) inscrito en el Registro Mercantil. Esto se lo entregará en un CD que contenga la documentación en formato PDF

3.7.2.5. Cédula de ciudadanía (CD- PDF)

En la carpeta de documentos legales se debe incluir la copia de cédula de ciudadanía solo el caso de que sea persona natural. La copia de la cédula de ciudadanía deber ser de los últimos 5 años y deberá estar clara y legible. Esto se lo entregará en un CD que contenga la documentación en formato PDF

Nota 3:

En el caso de que la fabricación de productos alimenticios sea por contrato de fabricación y/o convenio de uso de marca o marcas (franquicias) de otras empresas, se debe incluir el nombre del producto y marca con la que se va a comercializar el mismo en el mercado.

3.7.3. Dos CD's

Los documentos técnicos: escaneados del original del formulario de solicitud, escaneado de los documentos técnicos originales en PDF y la fórmula de la composición cuantitativa y cualitativa en Excel. Los documentos legales: escaneados del original del formulario de solicitud, escaneados de los originales de los documentos legales en PDF.

El CD tanto de documentos técnicos como el de documentos legales debe estar debidamente identificado con el nombre del producto a registrar y su número de ingreso de trámite. Una vez, ya presentado el formulario de control de documentación y si este cumple a cabalidad, se asigna la codificación al trámite y se factura. Luego el expediente se envía para las áreas correspondientes para el estudio, revisión y verificación técnico legal.

Si la revisión y verificación de documentos presentados es determinada que no cumple con los requisitos establecidos, la autoridad que recibió el trámite, entregará el informe en 3 días hábiles a partir de la fecha de recepción de los documentos y el informe será enviado automáticamente al sistema. El usuario podrá ingresar al sistema en la página del INSPI, en el cual se realizó la inscripción del alimento, tan solo con ingresar el nombre de usuario y contraseña que se obtuvo con anterioridad.

Si el usuario tiene alguna observación o correcciones en los documentos técnicos legales, deberá hacerla dentro de 30 días hábiles por una sola vez, caso contrario el trámite se anula. Si no existen observaciones por parte del usuario y por parte de la entidad competente, el Certificado de Registro Sanitario se otorgará en 15 días hábiles, a partir del cumplimiento de todos los documentos y requisitos técnicos legales.

Todos los productos a ser procesados deberán cumplir con la normativa Ecuatoriana en cuanto a lo técnico, legal y sanitario. En caso de no existir normativa nacional, se utilizará cualquier normativa internacional reconocida, tal es el caso de las normas del Código de Regulaciones de la *Food and Drug Administration* (FDA), Codex Alimentarius, Código de la Salud, entre otras o en su defecto de no existir ninguna normativa nacional o internacional el INSPI definirá los criterios para evaluar los productos.

CONCLUSIONES

Las PYMES en el Ecuador son de gran importancia ya que son la fuente de generación de empleo, producción e ingresos económicos, que estos a su vez generan una mejor competitividad y desarrollo como país. Es por ello que este proyecto plantea transmitir a los nuevos emprendedores de pequeñas y medianas empresas el incentivo de la implementación de PYMES en el campo alimentario con la ayuda de sus pasos detallados cronológicamente para su consolidación, así como su estructura de mercado para que las organizaciones sigan teniendo una presencia creciente de participación en el mercado.

Se estructuró las bases para un estudio de mercado, teniendo en cuenta los puntos más importantes al momento de analizar un proyecto de inversión. Los análisis que básicamente constituyen un estudio de mercado son la determinación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Este estudio se realiza con la finalidad de que la empresa tenga la posibilidad real de penetración en el mercado y lograr una ventaja competitiva para poder mantenerse con una participación relevante en la misma. Además el estudio de mercado es útil para desarrollar una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y la más importante que es analizar si existe un mercado disponible para el bien o servicio que la empresa pretende ofrecer.

La información para elaborar la Guía para la implementación de PYMES en la Industria Alimentaria en la ciudad de Cuenca, se recopiló de las distintas entidades encargadas de otorgar los permisos necesarios para dicha implementación. Las principales entidades que otorgan estos permisos son: el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), el Municipio de Cuenca, el Benemérito Cuerpo de Bomberos del Azuay, la Comisión de Gestión Ambiental (CGA), el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Ministerio de Salud Pública (MSP).

La Guía para la implementación de PYMES en la Industria Alimentaria en la ciudad de Cuenca, está descrita en forma cronológica, paso a paso los trámites necesarios a seguir para la obtención de permisos otorgados por distintas entidades. De esta manera se promueve la creación de nuevas empresas y nuevos emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

- CAPEIPI *Situación y Desempeño de las Pymes de Ecuador en el Mercado Internacional*. 2006
- Ecuador, Censo Económico. 2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). [Citado Mayo, 2013] Disponible en web: <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/info8.pdf>
- Ecuador. Codificación de la ley de Defensa del Artesano Art. 2. 23 Mayo 1997. Actualizada en 2010. Registro Oficial No. 71
- Ecuador, Cuenca. Comisión de Gestión Ambiental (CGA). [Citado Junio, 2013] Disponible en web: http://www.cga.cuenca.gov.ec/Menu_Oficina/Reglamentos_Instructivos.htm
- Ecuador. Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO). [Citado Abril, 2013] Disponible en web: <http://www.industrias.gob.ec/producepyme/>
- Ecuador. Ministerio de Salud Pública (MSP). [Citado Junio, 2013] Disponible en web: http://www.inspi.gob.ec/?page_id=2563
- Ecuador. Reglamento del Código de la Producción. Art. 106 Clasificación de las MYPYMES
- Ecuador. Servicio de Rentas Internas (SRI). [Citado Abril, 2013] Disponible en web: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/96>
- HIDALGO Martha, PROAÑO Carol, SANDOVAL Marco . (abril, 2011). *EVALUACIÓN DEL USO DE LAS TICS EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES UBICADAS EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA*". Latacunga.
- MALHOTRA, Naresh K. *Investigación de Mercados*. 5ª. ed. 2008, Pearson Educación. México.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011 - 2013). *Agenda para la transformación productiva territorial*. 12-14.
- Plan Nacional de Desarrollo. *Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. 2007-2010. [Citado Abril, 2013] Disponible en web: http://plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=68d75caf-d3bd-4ef4-8180-b3f53418711a&groupId=10136

- SEMYRAZ Daniel, *Preparación y evaluación de proyectos de inversión*, Abril 2006, 1ª. ed. Buenos Aires-Argentina. Osmar D. Buyatti, 2006.
- Universidad Politecnica Salesiana. *Las PYMES en el Ecuador*. Quito. (2011)

Anexo 1: Formulario RUC 01-A

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-A <small>Resolución No. MAC-DGERCOC12-00077</small>		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL SRI <input type="button" value="v"/> www.sri.gob.ec RUC 01	
A.- IDENTIFICACION Y UBICACION DE LA SOCIEDAD					
02	RAZON O DENOMINACION SOCIAL				
03	NOMBRE COMERCIAL				
04	PROVINCIA		05	CANTON	
06	PARROQUIA		07	CALLE	
08	CALLE		09	NUMERO	
10	INTERSECCION / MANZANA		11	CONJUNTO	
12	BLOQUE		13	No. DE OFICINA	
14	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		15	No. DE OFICINA	
16	CARRITERO		17	KM	
18	CAMINO		19	REFERENCIA UBICACION	
20	TELEFONO 1		21	TELEFONO 2	
22	TELEFONO 3		23	FAX	
24	CELULAR		25	APARTADO POSTAL	
26	CORREO ELECTRONICO		27	SITIO WEB	
B.- IDENTIFICACION DEL DOMICILIO ESPECIAL					
28	PROVINCIA		29	CANTON	
C.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD					
ORIGEN (Escriba una opción)		RAZON SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCINDIDAS		RUC	
30	CONSTITUCION	<input type="checkbox"/>	33		34
31	FUSION	<input type="checkbox"/>	35		36
32	ESCISION	<input type="checkbox"/>	37		38
D.- DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD					
39	FECHA DE CONSTITUCION		40	TIPO DE SOCIEDAD	
41	ORGANISMO REGULADOR		42	No. EXPEDIENTE SUPER CAS	
43	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES		44	No. REG. MERCANTIL	
45	No. PATRONAL		46	CAPITAL SUSCRITO	
47	PATRIMONIO		48	RUC CONTADOR	
49	NOMBRE DEL CONTADOR		50		
E.- IDENTIFICACION Y UBICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL					

60	APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACION			61	C.I., RUC O PASAPORTE		
62	NACIONALIDAD	63	CARGO QUE DESEMPEÑA	64	TIPO DE VISA (REP. LEGAL, EXTRANJERO)		
66	PROVINCIA	67	CANTON	65 FECHA DE NOMBRAMIENTO dia <input type="text"/> mes <input type="text"/> año <input type="text"/>			
68	PARROQUIA	69	CALLE				
80	NUMERO	81	INTERSECCION				
82	REFERENCIA					83	TELEFONO 1
84	TELEFONO 2	85	CELULAR	88	APARTADO POSTAL	87	CORREO ELECTRONICO

F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS

66	CECUILA/RUC/PASAPORTE	TIPO DE VISA	APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACION	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAIS O CIUDAD)	% PART.
68						
69						
70						
71						
72						
73						
74						
75						

G.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (DOMICILIO TRIBUTARIO)

76	
77	
78	
79	
80	
81	

H.- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL (Seleccione una de las actividades Ingresadas en la Sección G)

82	DESCRIPCION ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL

I.- INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD

83	ES PRODUCTOR DE BIENES GRAVADOS DE ICE?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
84	ES IMPORTADOR DE BIENES GRAVADOS DE ICE?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.
Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.

85	FECHA DE PRESENTACION		
	dia <input type="text"/>	mes <input type="text"/>	año <input type="text"/>

_____ FIRMA REPRESENTANTE LEGAL

Anexo 2: Formulario RUC 01-B

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <small>Resolución No. NMC-DGER/C012-00077</small>		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO		ORIGINAL - SRI www.sri.gob.ec RUC 01	
02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL					
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					
03 NOMBRE COMERCIAL		04 APERTURA <input type="checkbox"/>		CIERRE <input type="checkbox"/>	
		ACTUALIZACION <input type="checkbox"/>		No. ESTABLECIMIENTO	
05 PROVINCIA		06 CANTON		07 PARROQUIA	
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE	
12 INTERSECCION / MANZANA		13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
16 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		18 No. DE OFICINA		17 CARRITERO	
19 CAMINO		20 REFERENCIA		18 KM	
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3	
25 CELULAR		26 APARTADO POSTAL		27 CORREO ELECTRONICO	
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		36 FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
dia mes año		dia mes año		dia mes año	
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					
03 NOMBRE COMERCIAL		04 APERTURA <input type="checkbox"/>		CIERRE <input type="checkbox"/>	
		ACTUALIZACION <input type="checkbox"/>		No. ESTABLECIMIENTO	
05 PROVINCIA		06 CANTON		07 PARROQUIA	
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE	
12 INTERSECCION / MANZANA		13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
16 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		18 No. DE OFICINA		17 CARRITERO	
19 CAMINO		20 REFERENCIA		18 KM	
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3	
25 CELULAR		26 APARTADO POSTAL		27 CORREO ELECTRONICO	
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		36 FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
dia mes año		dia mes año		dia mes año	

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO												
03	NOMBRE COMERCIAL			04	APERTURA	<input type="checkbox"/>	CIERRE	<input type="checkbox"/>	ACTUALIZACION	<input type="checkbox"/>	No. ESTABLECIMIENTO	
05	PROVINCIA			06	CANTON			07	PARROQUIA			
08	CIUDADELA		09	BARRIO		10	CALLE		11	NUMERO		
12	INTERSECCION / MANZANA				13	CONJUNTO			14	BLOQUE		
16	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL				18	No. DE OFICINA		17	CARRITERO		18	KM
19	CAMINO			20	REFERENCIA							
21	TELEFONO 1		22	TELEFONO 2			23	TELEFONO 3		24	PAX	
25	CELULAR		26	APARTADO POSTAL			27	CORREO ELECTRONICO				
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS												
28												
29												
30												
31												
32												
33												
34	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			35	FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			36	FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			
	da	mes	año	da	mes	año	da	mes	año			

Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.
Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.

FECHA DE PRESENTACION			
37	da	mes	año

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL

Anexo 3: Solicitud para acogerse a la ley de Fomento Artesanal

SOLICITUD PARA ACOGERSE A LA LEY DE FOMENTO ARTESANAL

Señor

Presidente del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal:

Yo

, con CC.

en mi calidad de artesano: Autónomo Maestro de taller Agremiados

solicito obtener los beneficios y exoneraciones de la Ley de Fomento Artesanal, adjunto la información y los documentos que certifican mi calidad de artesano.

Del Señor Presidente

Atentamente,

SOLICITANTE

C.C.

CUENCA, _____

FECHA

Anexo 4: Formulario para la obtención de los beneficios de la ley de Fomento Artesanal

FORMULARIO PARA OBTENCION DE LOS BENEFICIOS DE LA LEY DE FOMENTO ARTESANAL

1. INFORMACION GENERAL:

- 1.1 Nombres y apellidos:
 1.2 Actividad Artesanal: CIIU 2: CIIU 3:
- 1.3 Nombre del taller:
 1.4 Indicar si el local del Taller es: Propio Arrendado
 1.5 Dirección Domiciliaria o del Taller: Cantón:
 Provincia: Ciudad: Parroquia:
 Dirección: Teléfono Domicilio: Teléfono Taller:
 Teléfono Celular: E-mail:
- 1.6 Número de trabajadores:
 1.7 **Opcional:** Registro Único de Contribuyentes (RUC):
 1.8 **Opcional:** Nombre de la organización a la que pertenece:

2. ACTIVIDAD

- 2.1. Artículos que elabora o actividad de servicios o artística que desarrolla:
 Producción Servicios Artística
 Describir:

3. LISTADO DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PRESTA:

TOTAL DE ACTIVOS FIJOS USD.

Declaro que soy artesano (a) y cumplo con los requisitos establecidos en la Ley y que los datos e informaciones que constan en el presente documento y en la solicitud para obtener el registro artesanal son verdaderos y de comprobarse lo contrario, me someto a las sanciones previstas en la Ley.

FIRMA DEL ARTESANO (A)

CEDULA DE CIUDADANIA

 Ing. Com. Ruth Moscoso
FUNCIONARIA RESPONSABLE

 Ing. Román Carabajo Alvear
**DIRECTOR DEL DESARROLLO
 MIPYMES Y ARTESANÍAS**

Anexo 5: Solicitud a la Dirección Provincial de Salud del Azuay (DPSA) previo a la obtención del permiso de funcionamiento

Cuenca,....(día, mes, año).....

Señor

DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL AZUAY

Ciudad

De mis consideraciones.

Yo, (nombres y apellidos), en mi calidad de Gerente propietario de la PYMES; de nombre (nombre de la empresa), ubicada en el cantón Cuenca, calle..... , con teléfono.....

Cumpliendo con el artículo 47 del Reglamento de Alimentos, adjunto los requisitos descritos en el art. 75 y observando las disposiciones técnicas de los Arts 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 68, 69, 70, 72, 73 y 82. Solicito se otorgue el Permiso de Funcionamiento para el año (año en curso), autorizando la fabricación de los siguientes alimentos procesados, concluida la etapa de pruebas.

(Nombre de la empresa)

Anexo 6: Formulario de solicitud para la inscripción de alimentos en el MSP

Instituto Nacional de Higiene - OpenJSoft - Mozilla Firefox

http://127.0.0.1:8090/rs/menupub.htm

Enviar Solicitud | **Editar Solicitud** | **Salir**

Inscripcion de Alimento

Número de Solicitud:

Solicitante: **MORENO Nely**

Producto: **Galleta de Vanilla**

Nombre del Producto:	Clasificación:	Origen:	
Galleta de Vanilla	ALIMENTO	NACIONAL	
Marca:			
SUPERIOR			
Envase Interno:	Envase Externo:		
Funda de Polipropileno	n/a		
Presentación y Contenido:	Tipo de Alimento:		
50 g, 200 g, 450 g	LACTEOS		
Fórmula Cual-Cuantitativa:			
HARINA DE TRIGO	94.5%		
AGUA	5.0%		
VANILLA	0.5%		
Lote:	Fecha Elaboración (día/mes/año):	Fecha Vencimiento (día/mes/año):	Tiempo Máximo de Consumo:
100	01/12/2011	31/05/2012	12 MESES
Condiciones de Conservación:			
AMBIENTE FRESCO Y SECO			
Información del Fabricante			
Fabricante:			
DISTRIBUIDORA ROSERO SA, ECUADOR			
Representante Legal:			
WALTER JAIME, ECUADOR			
Representante Técnico:			

Done | surcate is bleeding 132373 uris