



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS
DE ZANAHORIA CÍA. LTDA. EN EL CANTÓN MILAGRO, AÑO 2013,**

Autores:

Pérez Gutiérrez Jackeline Margoth

Vargas Miranda Bélgica Gabriela

Tutor

Abg. Elicza Ziadet B.

Milagro, Abril 2013

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado, cuyo título es: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de galletas de zanahoria Cía. Ltda. En el cantón milagro, año 2013”**, Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Licenciatura en Gestión Empresarial.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Expuesto por las egresadas:

- Pérez Gutiérrez Jackeline Margoth

C.I. 0927153254

- Vargas Miranda Bélgica Gabriela

C.I. 0928423557

Milagro, a los 19 días del mes de Abril del 2013

Abg. Elicza Ziadet B.

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras, Pérez Gutiérrez Jackeline Margoth y Vargas Miranda Bélgica Gabriela declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el proyecto de: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de galletas de zanahoria Cía. Ltda. en el cantón milagro, año 2013”**, es de propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; además que parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 19 días del mes de Abril del 2013

Jackeline Margoth Pérez Gutiérrez
C.I.0927153254

Bélgica Gabriela Vargas Miranda
C.I. 0928423557

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciatura en Gestión Empresarial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Este Proyecto de Investigación es dedicado especialmente a Dios por la compañía incondicional en todo este recorrido.

A nuestra Asesora de Tesis, Abg. Elicza Ziadet B., que con sus sabios conocimientos nos guio para llevar acabo el desarrollo de este trabajo investigativo.

A nuestros padres en retribución a su apoyo incondicional, por sus consejos y aún más por el estilo de vida de lucha y esfuerzo que nos dan con su ejemplo.

A todas las personas que directa o indirectamente fueron parte de nuestra motivación en el desarrollo de este trabajo y a los milagreños emprendedores que desarrollan proyectos en bienestar de nuestro cantón.

Jackeline Margoth Pérez Gutiérrez

Bélgica Gabriela Vargas Miranda

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos salud y sabiduría para cumplir con esta etapa de estudio. A la Universidad Estatal de Milagropor habernos abierto sus puertas y realizar nuestros estudios Universitarios.

A nuestros familiares por sus oraciones y su apoyo incondicional en este proceso educativo de nuestras vidas, por su paciencia al comprender que nuestra ausencia en fechas especiales tuvo un motivo que hoy da su fruto.

Y como dejar de mencionar a nuestra tutora de tesis Abg. Elicza Ziadet, quien además consideramos nuestra amiga, que con sus oportunos asesoramientos; hoy se concluye este trabajo Investigativo. Amigos, hermanos, compañeros que recorrieron todo este laberinto del conocimiento junto a nosotras.

Jackeline Margoth Pérez Gutiérrez

Bélgica Gabriela Vargas Miranda

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Master.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos de Autoría del Proyecto realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de galletas de zanahoria Cía. Ltda. en el cantón milagro, año 2013”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 19 días del mes de Abril del 2013

Jackeline Margoth Pérez Gutiérrez

C.I. 0927153254

Bélgica Gabriela Vargas Miranda

C.I.0928423557

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

Carátula	i
Certificación de aceptación de tutor	ii
Declaración de autoría de la investigación	iii
Certificación de la defensa (calificación)	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Cesión de derechos de las autoras a la UNEMI	vii
Índice General.....	viii-xi
Índices de Cuadros	xi-xiv
Índice de Gráficos	xiv-xv
Resumen	xvi

B.- TEXO:

Introducción.....	1
-------------------	---

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	4
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	4

1.2	OBJETIVOS	
1.2.1	Objetivo General	5
1.2.1	Objetivo Específicos	5
1.3	JUSTIFICACIÓN	5-6

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEÓRICO	7
2.1.1	Antecedente históricos	7-10
2.1.2	Antecedentes referenciales	11-13
2.1.3	Fundamentación	14-19
2.2	MARCO LEGAL	19-41
2.3	MARCO CONCEPTUAL	42-44
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES	44
2.4.1	Hipótesis General	44
2.4.2	Hipótesis Particulares	44
2.4.3	Declaración de variables	45
2.4.2	Operacionalización de variables	46

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	47-49
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	49
3.2.1	Características de la población	49-51
3.2.2	Delimitación de la población	51
3.2.3	Tipo de muestra	51-52
3.2.4	Tamaño de la muestra	52

3.2.5 Proceso de selección	53
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	53-55
3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	55

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual	56
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	67
4.3 Resultados	67-68
4.4 Verificación de hipótesis	69

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 Tema	73
5.2 Fundamentación	73-78
5.3 Justificación	78
5.4 Objetivos	79
5.5 Ubicación	79-80
5.6 Estudio de Factibilidad	81-113
5.7 Descripción de la propuesta	113-142
5.7.1 Actividades	142
5.7.2 Recursos, Análisis financiero	143-151
5.7.3 Impacto	152
5.7.4 Cronograma	153
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	154
CONCLUSIONES	155
RECOMENDACIONES	156

B.- MATERIALES DE REFERENCIA:

Bibliografía.....	157-162
Lincografía.....	163

ANEXOS

Anexo 1: Formato de la Entrevista.....	165-166
Anexo 2: Formato de la Encuesta.....	167
Anexo 3: Fotografías de la aplicación de encuestas.....	168
Anexo 4: Registro Único Contribuyente (RUC).....	169
Anexo 5: Formato de permiso del cuerpo de bomberos.....	170
Anexo 6: Formato de la Afiliación a la Cámara de Comercio.....	171
Anexo 7: Permiso de Dirección de Higiene Municipal.....	172
Anexo 8: Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.....	173

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.

Operacionalización de las variables.....	46
--	----

Cuadro 2.

Ficha técnica de los encuestados.....	56
---------------------------------------	----

Cuadro 3.

Conocimientos sobre la venta de galletas naturales.....	57
---	----

Cuadro 4.

Conocimiento sobre los beneficios que brinda la zanahoria	58
---	----

Cuadro 5.

Información sobre el consumo de zanahoria.....	59
--	----

Cuadro 6.

Indagación sobre los productos elaborados a base de zanahoria.....	60
--	----

Cuadro 7.	
Indagación sobre el consumo de la galleta de zanahoria.....	61
Cuadro 8.	
Indagación sobre la mejor presentación de la galleta de zanahoria.....	62
Cuadro 9.	
Indagación sobre el precio que tendrá la galleta de zanahoria.....	63
Cuadro 10.	
Tipo de empaque que tendrá la galleta de zanahoria.....	64
Cuadro 11.	
Importancia sobre la producción y comercialización de galletas a base de zanahoria.....	65
Cuadro 12.	
Producto que contribuirá en la alimentación sana de la población Milagreña.....	66
Cuadro 13.	
Verificación de hipótesis.....	69
Cuadro 14.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía.Ltda.....	118
Cuadro 15.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía.Ltda.....	119
Cuadro 16.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.....	120
Cuadro 17.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.....	121
Cuadro 18.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.	122
Cuadro 19.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.	123

Cuadro 20.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.	124
Cuadro 21.	
Denominación de cargo de la Empresa “ZUS Cía.Ltda.	125
Cuadro 22.	
Análisis del Fofa Doda.....	127
Cuadro 23.	
Personal de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.....	143
Cuadro 24.	
Activos fijos de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.....	144
Cuadro 25.	
Inversión total de la propuesta.....	145
Cuadro 26.	
Financiamiento de la propuesta	145
Cuadro 27.	
Tasa de préstamo a la Corporación Nacional Financiera.....	145
Cuadro 28.	
Préstamo Bancario de la propuesta	146
Cuadro 29.	
Tabla de amortización del financiamiento de la propuesta	146
Cuadro 30.	
Estado de resultado de la propuesta	147
Cuadro 31.	
Flujo de caja proyectado de la propuesta	148-149
Cuadro 32.	
Balance general de la propuesta.....	150-151

Cuadro 33.

Índices financieros de la propuesta.....152

Cuadro 34.

Cronograma.....153

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1

Conocimientos sobre la venta de galletas naturales.....57

Gráfico 2

Conocimiento sobre los beneficios que brinda la zanahoria.....58

Gráfico 3

Información sobre el consumo de zanahoria.....59

Gráfico 4

Indagación sobre los productos elaborados a base de zanahoria.....60

Gráfico 5

Indagación sobre el consumo de la galleta de zanahoria.....61

Gráfico 6

Indagación sobre el consumo de la galleta de zanahoria.....62

Gráfico 7.

Indagación sobre la mejor presentación de la galleta de zanahoria.....63

Gráfico 8.

Indagación sobre el precio que tendrá la galleta de zanahoria.....64

Gráfico 9.

Tipo de empaque que tendrá la galleta de zanahoria.....65

Gráfico 10.	
Importancia sobre la producción y comercialización de galletas a base de zanahoria.....	66
Gráfico 11.	
Ubicación de la Empresa “ZUS Cía. Ltda”.....	80
Gráfico 12.	
Estructura Orgánica.....	117
Gráfico 13.	
Logotipo del producto y de la Empresa “ZUS Cía. Ltda”.....	129
Gráfico 14.	
Logotipo de la compañía Empresa “ZUS Cía. Ltda”.....	129
Gráfico 15.	
Tríptico.....	134
Gráfico 16.	
Tríptico.....	135
Gráfico 17.	
Tarjeta de presentación.....	136
Gráfico 18.	
Preparación de la galleta de zanahoria.....	138
Gráfico 19.	
Masa de la galleta de zanahoria.....	138
Gráfico 20.	
Licuada Industrial.....	139
Gráfico 21.	
Metalbisulfito Sódico.....	140
Gráfico 22.	
Banda Transportadora.....	141

RESUMEN

Dada la creciente en el desarrollo comercial; no hay tiempo para realizar preparación de alimentos en sus hogares; por lo que muchas familias buscan satisfacer su necesidad alimenticias ingiriendo comidas chatarra, que perjudican su salud causando en mucho de los casos problemas de obesidad. Este tipo de negocio ofrece a sus consumidores productos compuestos con nutrientes y micronutrientes que el cuerpo del ser humano necesita para llevar una alimentación sana. En el transcurso de esta investigación se pudo analizar la problematización que existe en el comercio informal del cantón Milagro, sobre todo a los que ofrecen a los ciudadanos “comidas rápidas” sin respectivas normas de higiene y la consecuencia de consumirlos diariamente. Por lo que este proyecto da nuevas alternativas, apoyando a la alimentación sana de la población milagreña: Elaborando galletas a base de zanahoria que aporte vitaminas a nuestra salud y las diferentes propiedades y beneficios para el ser humano. Para la investigación de esta tesis se aplicaron encuestas a la población del cantón Milagro, para poder conocer si era factible o no la ejecución de este tipo de proyectos, los resultados fueron muy interesantes, porque existe una gran demanda de clientes potenciales que desean degustar de este producto innovador como son las galletas de zanahoria.

ABSTRACT

Given the increasing commercial development, there is no time for food preparation at home, so many families seek to satisfy their nutritional needs by eating junk food, which harm your health causing much models in cases of obesity problems. This type of business offers its customers products made with nutrients and micronutrients that the body of the human being needs to live a healthy diet. In the course of this research could analyze the problematization that exists in informal trade in Miracle Canton, especially those offered to citizens "fast food" without respective standards of hygiene and the consequence of consuming daily. So this project gives new alternatives, supporting healthy eating in the population: Making Carrot Crackers with vitamins that contribute to our health and the different features and benefits to humans. For research of this thesis were applied population surveys in Miracle Canton, to know whether it was feasible or not implementing such projects, the results were very interesting, because there is a huge demand of potential customers who wish to taste this innovative product such as carrot cookies.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto consta de 5 capítulos descritos a continuación:

Capítulo 1- Se plantea y se formula el problema con sus respectivos objetivos específicos y generales y la justificación respectiva del estudio de esta Investigación.

Capítulo 2- En sus antecedentes históricos se desarrolla la evolución del problema de estudio, encontraremos las hipótesis y la declaración y la operacionalización de las variables.

Capítulo 3- El diseño a seguir de la investigación, se determina la población y el tamaño de la muestra que se considerara para la a elaboración de este proyecto, los métodos y las técnicas a utilizarse y el respectivo tratamiento estadístico que se le dará a la información recopilada.

Capítulo 4- Se presentan los resultados de la información recopilada, con sus respectivos análisis tanto de la situación actual como el análisis corporativo y la respectiva verificación de las hipótesis.

Capítulo 5- Presentación de la propuesta con sus respectivos objetivos específicos y generales, la factibilidad que tendrá la ejecución de este tipo de proyectos.

Descripción de la propuesta, las actividades a realizarse y se demuestra mediante estudio contable con cifras de inversión a un plazo determinado y con la financiación respectiva, como funcionará el ejecútese nuestro proyecto, para lo cual se hicieron estudios de producción, mano de obra, ventas, rentabilidad, inversiones, financiación, el que se encuentra demostrado en sus estados financieros respectivos, y el impacto que tendrá en la población meta.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

El comercio es una actividad socioeconómica, consiste en la compra y venta de mercancías, con el fin de satisfacer las necesidades de la población¹.

El alto índice de desempleo en el cantón Milagro y la falta de educación han provocado que la población busque diferentes maneras de obtener ingresos económicos.

El comercio informal en el cantón Milagro, se ha incrementado de manera acelerada como una alternativa de empleo y una forma de suplir las necesidades básicas del cantón².

Actualmente, el comercio informal hace que la población en desocupación prefiera iniciar actos de comercio sin registrarse a las normas establecidas en nuestro país³, con el fin no pagar respectivos impuestos, y proceden a instalar negocios pequeños sin las pertinentes normas de higiene siendo ésta la única que garantiza el consumo de alimentos sin consecuencias de contaminación bacteriológica, uno de estos es el comercio de ventas de comidas rápidas esto trae como consecuencia, que tengamos un sistema alimenticio inadecuado.

La falta de conocimiento sobre los diferentes planes de apoyo al sector comercial a través de créditos bancarios, debido a los diferentes requisitos establecidos por la

¹ (ISOLVE, 2000)

² (INEC)

³ (Zanzzzi, 2011)

Institución bancaria, los comerciantes informales se quedan fuera de la posibilidad de acceder a financiamientos para el crecimiento de su inversión, no permitiéndoles obtener un desarrollo en sus negocios.

Por otra parte, las familias del cantón Milagro no se dedican a atender las obligaciones familiares completamente, son trabajadores formales e informales, debido a que de una u otra manera, esto es una solución para solventar sus necesidades básicas, por esta razón se está adquiriendo una nueva forma alimenticia fuera del hogar, en días de actividad de trabajo y fines de semana, consumiendo comidas rápidas o snack que no implican inversión de tiempo y pueden dedicarse a sus actividades y descansos habituales, sin considerar las proporciones de nutrientes que necesita el ser humano diariamente.

Por otro lado los padres de familia que salen con destino a sus trabajos se ven obligados a enviarles en la lonchera de sus hijos golosinas o a su vez les remiten dinero dejándoles a su elección la compra de alimentos perjudiciales para su salud.

Las precauciones deben extremarse cuando se trata del cuidado más elemental que es la salud de las familias milagreñas, mediante el consumo de alimentos con las respectivas normas de higiene y con los adecuados nutrientes y esto debe considerarse como punto crítico⁴.

Pronóstico

Esta situación de seguirse dando, obligara a la ciudadanía milagreña a consumir alimentos sin las respectivas normas de higiene lo que se vería reflejado en su salud.

Control del pronóstico

Por lo tanto el apoyo a la apertura de proyectos de emprendimientos enfocados en el apoyo de este tipo de requerimientos, contribuirá a mejorar los hábitos alimenticio de la población, y de esta manera motivarlos a consumir alimentos con todas las respectivas normas de higiene

⁴ (VIDA SANA, 2013)

1.1.2 Delimitación del problema

CAMPO: Producción y Comercialización

AREA: Consumo.

ASPECTO: Administración de Pymes o micro empresas

PAIS: Ecuador

REGION: 5

PROVINCIA: Guayas

CIUDAD: Milagro

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide la innovación de un producto alimenticio, en los hábitos de consumo de población Milagreña?

1.1.4 Sistematización del problema

1.- ¿Qué impacto ocasiona la gestión innovadora en la elaboración de un nuevo producto?

2.- ¿Cuál sería las consecuencias que ocasionan el consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene en la salud de la población?

3.- ¿Cuál sería el esquema de salud para incentivar los hábitos alimenticios del consumidor?

4.- ¿Cuál sería la estrategia para dar a conocer un nuevo producto alimenticio en el mercado?

1.1.4 Determinación del tema

Análisis de la innovación de un producto alimenticio, y su incidencia en los hábitos de consumo de la población Milagreña.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar la innovación de un producto alimenticio y su incidencia en los hábitos alimentarios de la población del cantón Milagro, aplicando herramientas investigativas, que fundamenten la investigación planteada y así proponer alternativas que contribuyan a mejorar la alimentación de la población.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1.- Expresar en palabras propias el impacto que ocasiona la gestión innovadora en la elaboración de un nuevo producto.
- 2.- Definir cuáles son las consecuencias que ocasiona el consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene en la salud de la población.
- 3.- Describir cual sería el esquema para incentivar los hábitos alimenticios del consumidor.
- 4.- Explicar cuál sería la estrategia para dar a conocer un nuevo producto alimenticio en el mercado.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El incremento de negocios informales en estos últimos años ha crecido de manera acelerada, debido a la necesidad de obtener ingresos económicos para solventar los gastos familiares, al recorrer las calles del cantón Milagro se observa que los negocios informales que más resaltan son los de comidas rápidas, el diario vivir apresurado por parte de las familias milagreñas ha provocado no solo la desintegración familiar sino las costumbres que se mantenían dentro del mismo; en escasos hogares se respeta el horario de comidas, en otros ya no se considera necesario alimentarse por los distintos traumas psicológicos de alimentación, lo peor del caso que no se consume ni siquiera el mínimo de nutrientes que el cuerpo humano necesita trayendo consigo enfermedades.

Son varios los elementos que el cuerpo necesita pero los estudiosos de la materia los han enmarcado en siete grupos básicos (algunos en tres), para que el ser humano tenga un desarrollo perfecto y el organismo funcione bien deben estar estos siete elementos en su alimentación diaria. Para que un motor funcione bien necesita todos los elementos, no solo una parte de ellos. Necesita combustible, agua, aire, aceite y grasas. Si falta alguno de estos elementos la máquina se daña muy pronto. Lo mismo sucede con los elementos básicos de la dieta humana, se puede ingerir seis elementos en abundancia pero seguramente que aquel que le falta le va a ocasionar problemas. Estos siete elementos son: proteínas, grasas, carbohidratos, minerales, vitaminas, fibra y agua.⁵

⁵ (Dra. NELSY DE RESTREPO, 2012)

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Precedido a la aparición del comercio una etapa de autoabastecimiento, los propios grupos familiares o reducido de personas satisfacían sus necesidades con los productos derivados de sus actividades: agrícola, artesanal, de caza, pesca, etc.

A medida que la organización social se fue desarrollando, los grupos aumentaron sus necesidades y con ello la demanda de productos de los que carecían. Surgieron así los pueblos colonizadores: fenicios griegos, cartagineses, que iban en busca de bienes o materias primas existentes en otros territorios ricos desde el punto de vista agrícola-ganadero, o con importante interés geográfico para facilitar la comunicación y el transporte.

En un principio, el abastecimiento de productos se realizaba por medio del trueque, que se puede definir como el intercambio de bienes realizado entre distintos sujetos sin que en un primer momento se persiga la obtención de un beneficio a través del mismo⁶.

(ISOLVE MARIANA, 2000)⁶

Cuando el trueque modifico su fin generando un beneficio para una de las partes, apareció el comercio y la figura del “primer intermediario”: el comerciante, cuya actividad es por si misma autónoma, como la agrícola, ganadera o artesanal. El intermediario no consumía los excedentes adquiridos de un trueque, sino que los utilizaban para otros intercambios en los que exigía un beneficio, los productos comenzaron a comercializarse⁷.

La primera etapa de la historia del Ecuador se remota hasta las sociedades aborígenes, hace aproximadamente 15000 a 20000 años a.C. Aquellos pueblos tuvieron su propia organización social, con creencias, ritos y ceremonias propios y una economía basada principalmente en la recolección y la agricultura.

Los orígenes del comercio se remontan a finales de época neolítica cuando se descubrió la agricultura, al principio se practicaba una agricultura de subsistencia, donde se abastecía solo lo justo para la población dedicada a los asuntos agrícolas.

Sin embargo, fueron incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos al pasar el día a día de los agricultores, como por ejemplo la fuerza animal, o el uso de diferentes herramientas, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento propicio para el nacimiento del comercio. Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas⁸.

Normalmente estos objetos eran elementos para la defensa de la comunidad (armas), depósitos para poder transportar o almacenar los excedentes alimentarios (ánforas, etc.). Este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, entre otros, el trabajo en hierro, el trabajo en bronce, la rueda, el torno, la navegación, la escritura, y nuevas formas de urbanismo.

⁷ (PUBLICACIONES VERTICE S.L., 2008)

⁸ (ISOLVE MARIANA, 2000)

La historia de la galleta está muy ligada a la de los cereales. Al principio, éstos no se cocían, sino que se comían mojados en agua o leche. No obstante, hace 10.000 años nuestros antepasados nómadas descubrieron que una pasta de cereales sometida a calor adquiriría una consistencia similar al pan sin levadura que permitía transportarla con facilidad. Se han encontrado galletas de más de seis mil años cuidadosamente envueltas en yacimientos en Suiza. Esto hace que la galleta sea considerada uno de los primeros alimentos cocinados⁹.

El diccionario de la Lengua Española tiene dos referencias para la palabra galleta. La primera proviene de la palabra francesa “galette” con la que al menos desde 1636, se referían al pan sin levadura elaborado para consumir en los barcos. También se utilizó la palabra “galette” para designar a una especie de hojuela o crepa que los franceses comían en el Siglo XIII. La segunda se origina del latín “galleta” y hace mención a una vasija pequeña para almacenar y servir licores. También se relaciona, en algunos países suramericanos, con una especie de calabaza redonda y sin empuñadura que se emplea para tomar mate o contener líquidos variados.

Con la generalización del cultivo de los cereales y el aumento de la población, quedaron establecidas las bases para el surgimiento de las grandes civilizaciones del Antiguo Oriente. La historia de la panadería comienza durante este período. En la fase inicial, los cereales no eran transformados en pan, sino que se cocían o, una vez molidos, se comían mezclados en agua o leche, formando una especie de papilla o dándole forma de tortas que podían ser cocinadas. Cuando los hombres y mujeres aprendieron a moler y a cocinar el trigo después de mezclarlo con agua y amasarlo, surgieron los primeros panes ácimos (sin levadura), equivalentes a las galletas o crackers actuales.

Las galletas son introducidas a nuestro continente con la llegada de los españoles, bajo el liderazgo de Cristóbal Colón. De acuerdo con el Archivo de la Conquista, las naves de Colón partieron del Puerto de Palos, cargadas de hombres, armas, “pellejos de vino y cántaros de agua envueltos en piel, tocino” y “barriles llenos de galletas duras y quebradizas”.

⁹ (INSTITUTO DE LA GALLETA NUTRICION Y SALUD)

Durante los siglos XVI y XVII, la galleta ocupó un lugar preferente en las bodegas de barcos y navíos de vela, carabelas y buques. El uso de la galleta como sustituto del pan se generaliza en expediciones y travesías largas, así como en tiempos de guerra, por lo embarazoso que resulta el transporte del pan, dado su gran volumen y la imposibilidad de una larga conservación.

Pero fue en el siglo XIX cuando la galleta llegó a su total consolidación. La revolución industrial, auspiciada por Inglaterra, produjo que la galleta abandonara su rol de producto sustituto del pan y adquiriera un protagonismo propio en la industria alimentaria, como ya había ocurrido en Francia, Holanda y Prusia. El sabor, la calidad, la conservación, el fácil transporte y el precio son algunas de las características que facilitan la consolidación de la galleta como producto alternativo.

Durante el Renacimiento, los Médicis introdujeron por primera vez en la Corte las galletas, presentándolas como algo sabroso para acompañar a una bebida caliente (se acababa de descubrir el chocolate).

Es en esta época cuando la galleta pasa de ser un alimento básico, habitual en largas travesías, a uno de placer. Se amplía entonces la variedad de elaboración para satisfacer la demanda: saladas, aromatizadas, rellenas, con miel, con formas variadas, etc. Los libros de cocina se llenaron de recetas diferentes: barquillos, pretzels, crocantes, entre otros, es en esta época cuando surgen muchas de las galletas que consumimos hoy en día, aunque su preparación se refinaría y mejoraría a lo largo de los años¹⁰.

Actualmente, con este término nos referimos a una amplia serie de productos alimenticios de variadas formas y sabores, producidos en casas, panaderías e industrias.¹¹

¹⁰ (INSTITUTO DE LA GALLETAS NUTRICION Y SALUD)

¹¹ (COMPAÑIA DE GALLETAS POZUELO)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Título: Estudio sobre las formas de presentación de una galleta nutritiva a base de proteína de plasma sanguíneo de bovino para niños en edad escolar.

Autores: Alizo, María Alexandra; Márquez Salas Enrique J.

Fecha: 19-Feb-2009

Debido a la carencia en la producción de proteínas en los países en desarrollo, diferentes alternativas han sido propuestas, una de ellas es la utilización de las proteínas del plasma sanguíneo como suplemento alimenticio.

El presente estudio tuvo por objetivo determinar, mediante pruebas de degustación, las características físicas (sabor, forma, diseño de empaque) y aceptación por parte de los niños de bajos recursos de una galleta nutritiva elaborada a base de plasma sanguíneo.

La metodología fue descriptiva y el muestreo se realizó por fases y fue ejecutado sobre los listados de las escuelas básicas asistidas por el Instituto Nacional de Nutrición (INN). La muestra quedó conformada por 991 niños, de edades comprendidas entre los 6 y 13 años que concurren a seis de los principales planteles del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, asistidos por dicha institución.

Las pruebas de palatabilidad se fundamentaron en el ofrecimiento de muestras con tres sabores (vainilla, clavo y canela), dos formas (redonda y alargada) y tres diseños gráficos (carita, niño con sonrisa pícaro y payaso). Los resultados indicaron que el producto tiene una excelente aceptación, buen olor y debe presentarse preferiblemente con sabor a vainilla, en forma redonda, en empaque de polipropileno y con el diseño de payaso como caricatura que lo represente¹².

¹² (Alizo & Márquez Salas)

Título: Evaluación de Galletas con Fibra de Cereales como Alimento Funcional

Autores: Román M., María O.; Valencia G., Francia E.

Fecha: 21-Marzo-2008

El consumo de fibra dietario se ha asociado con propiedades de alimentos funcionales, es decir, que además de nutrir proveen condiciones que favorecen la salud intestinal, ayudan en la prevención de cáncer colon rectal, las enfermedades cardiovasculares y el mantenimiento del peso.

En el presente estudio se evalúan las propiedades funcionales de galletas elaboradas con adición de una mezcla de fibra de cereales en un grupo control y un grupo experimental de voluntarios sanos, los cuales consumen 100 gramos diarios de galletas durante 10 días y suministran información diaria acerca de los efectos y la tolerancia digestiva del producto. Se realizan recuentos microbiológicos, cuantificación de ácidos grasos volátiles (AGV: acético, propiónico, butírico), determinación de pH en muestras de materia fecal (MF) y perfil lipídico el día 0 y el día 11. Con el consumo de las galletas se encontraron tendencias positivas en los efectos intestinales mecánicos de los voluntarios.¹³

Título: Revista Universitarias Científicas

Autor: Universidad Pontificia Bolivariana

Fecha: Noviembre 2010

Los restos que dibuja el escenario contemporáneo con el vertiginoso crecimiento de la población mundial, los cambios climáticos y los nuevos estilos de vida, exigen que la industria alimentaria busque alternativas para ofrecerles a los consumidores productos innovadores que contribuyan con el equilibrio del medio ambiente, que sean de fácil consumo y que cuiden la salud.

Es el caso de las frutas deshidratadas, que se comercializan ampliamente en los supermercados y que son una excelente alternativa para diversificar la dieta y enriquecerla con vitaminas, minerales y fibra, además de asequibles.

¹³ (ROMÁN M., 2006)

Si bien las frutas son las protagonistas de este proceso de diversificación de los alimentos, los integrantes del Grupo de Investigaciones Agroindustriales –Grain–, de la Facultad de Ingeniería Agroindustrial de la UPB, trabajan en la obtención de nuevos productos con base en el secado de los residuos agroalimentarios, es decir, de aquella materia orgánica residual que se desecha tras el procesamiento de frutas y vegetales para sacar jugos y pulpas, entre otros alimentos de circulación comercial.¹⁴

Título: Historia de la Galleta OREO

La galleta OREO inicia su comercialización en 1912 en la ciudad de Hoboken, Nueva Jersey. Un año más tarde es registrada por la empresa Nabisco. En 1923 realiza su primera campaña de publicidad llamada “Twist”, que ya empezaba a fortalecerlo que ahora es conocido como el ritual.

En 1985 llega OREO al Ecuador convirtiéndose en una de las marcas de galletas favoritas, en especial de los niños. Hoy en día se vende alrededor del mundo en 100 países.

El Ritual:

Girar, saborear la crema y remojar es el auténtico ritual de OREO, que por su deliciosa combinación con la Leche ha creado un momento especial cuando se saborea cada OREO. Sin duda esta experiencia realizada en uno, dos o tres pasos es poderosa porque hace que las personas se detengan y disfruten de ese momento.

Innovación: OREO está innovando constantemente su portafolio y presentaciones. Actualmente cuenta con cuatro sabores y ocho presentaciones, dentro de los cuales está la plataforma de WAFFER que se lanzó al mercado en el año 2008.

¹⁴ (UNIVERSIDA PONTIFICIA BOLIVARIANA, 2010)

Fundamentación

Nuestra investigación se va a orientar en el campo de la alimentación de la población ya que es el estudio de la calidad de alimentos de consumo de los seres humanos.

La salud o bienestar de la población, es considerado como la célula básica de la población ya que tiene relación con la vida de las familias, por eso a la hora de alimentarse se debe de considerar que los alimentos tengas las proporciones de nutrientes y micronutrientes necesarios en la dieta diaria con las respectivas normas de higiene.

Tipos de vitaminas y sus funciones

Vitamina A – Retinol

Es un alcohol primario que deriva del caroteno. Afecta la formación y mantenimiento de membranas, de la piel, dientes, huesos, visión, y de funciones reproductivas¹⁵. El cuerpo puede obtener vitamina A, fabricándola a base de caroteno (encontrado en vegetales como: zanahoria, brécol, calabaza, espinacas y col).

Vitamina B – Betacaroteno

Este grupo de vitaminas se reconoce porque son sustancias frágiles solubles al agua. La mayoría de las vitaminas del grupo B son importantes para metabolizar hidratos de carbono.**Vitamina B1 – Tiamina**

Sustancia incolora. Actúa como catalizador de los hidratos de carbono. Lo que hace en este proceso es metabolizar el ácido pirúvico, haciendo que el hidrato de carbono libere su energía. LA tiamina regula también algunas funciones en el sistema nervioso. La tiamina se encuentra, pero en cantidades bajas, en los riñones, hígado y corazón.

Vitamina B2 – RiboflavinaLa riboflavina actúa como enzima. Se combina con proteínas para formar enzimas que participan en el metabolismo de hidratos de

¹⁵ (ANGEL FIRE, 2012)

carbono, grasas y especialmente en el metabolismo de las proteínas que participan en el transporte de oxígeno. También mantiene las membranas mucosas.

Vitamina B3 – Niacina

Se conoce también con el nombre de vitamina PP. Funciona como co-enzima que permite liberar energía de los nutrientes. Esta vitamina afecta directamente el sistema nervioso y el estado de ánimo, por lo que se han utilizado sobredosis experimentales en esquizofrénicos (aunque no se ha demostrado eficacia). Una sobredosis es capaz también de reducir los niveles de colesterol. Pero prolongada sobredosis son perjudiciales para el hígado.

Vitamina B5 – Acido pantoténico

Constituye una enzima clave en el metabolismo basal. Favorece el crecimiento del cabello. Es fabricado por bacterias intestinales, y se encuentra en muchos alimentos.

Vitamina B6 – Piridoxina

La Piridoxina es necesaria en la absorción y en el metabolismo de aminoácidos. Actúa también en el consumo de grasas del cuerpo y en la producción de glóbulos rojos. La Piridoxina es proporcional a las proteínas consumidas en el cuerpo.

Vitamina B8 – Biotina

Participa en la formación de ácidos grasos y en la liberación de los hidratos de carbono. Es co-enzima del metabolismo de glúcidos y lípidos. Es sintetizada por bacterias intestinales y se encuentra en muchos alimentos.

Vitamina B9 – Ácido fólico

Co-enzima necesaria para la formación de proteínas estructurales y hemoglobina. Se usa para el tratamiento de la anemia y la psilosis. A diferencia de otras vitaminas también hidrosolubles, la folacina se almacena en el hígado.

Vitamina B12 – Cianocobalamina

Es necesaria (pero en pequeñas cantidades) para la formación de nucleoproteínas, proteína, y glóbulos rojos. La falta de esta vitamina se debe a la incapacidad del estómago para procesar glicoproteínas (factor necesario para absorber la vitamina B12). Esta vitamina se obtiene sólo del hígado, riñones, carne, etc. por lo que a los vegetarianos se les aconseja tomar suplementos vitamínicos B12.

Vitamina C – Ácido ascórbico

Esta vitamina es importante en la formación de colágeno. Colágeno es una proteína que sostiene muchas estructuras corporales y tiene un papel muy importante en la formación de huesos y dientes; además de favorecer la absorción de hierro. La ausencia de Ácido ascórbico puede derivar en escorbuto. Esta enfermedad consiste en la caída de dientes, debilitamiento de huesos, y aparición de hemorragias; síntomas que se deben a la ausencia de colágeno.

Vitamina D – Calciferol

Tiene una importante función en la formación y mantención de huesos y diente. Se puede obtener de alimentos como huevo, hígado, atún, leche; o puede ser fabricado por el cuerpo cuando los esteroides se desplazan a la piel y reciben luz solar. Su excesivo consumo puede ocasionar daños al riñón, y pérdida del apetito.

Vitamina E – Alfatocoferol

La vitamina E posee la función de ayudar a la formación de glóbulos rojos, músculos, y otros tejidos. Previene de la oxidación de la vitamina A y las grasas.

Vitamina K – Fitomenadiona

Es necesaria para la coagulación de la sangre. Es necesaria porque produce una enzima llamada protrobina; la que interfiere en la producción de fibrina; que es la que

finalmente interfiere en la coagulación. Normalmente se obtiene de la alimentación y de la cantidad segregada por las bacterias intestinales.¹⁶

Fundamentación Científica

Médicos Venezolanos expresan sus opiniones del ejercicio médico en este país latinoamericano; la formación académica de los profesionales pertenecientes a esta área a escala nacional; la reaparición de enfermedades como la tuberculosis y la fiebre amarilla en el territorio venezolano se debe al consumo de alimentos sin cuidado sanitario.

Las enfermedades transmitidas por alimentos se definen como el conjunto de signos originados por el consumo de productos alimenticios o ingredientes, especies, bebidas o agua que contienen cantidades suficientes de sustancias tóxicas o gérmenes patógenos.

Estas enfermedades denominadas toxi-infecciones alimentarias con frecuencia pueden clasificarse como intoxicaciones e infecciones según el tipo causal. Las Enfermedades Transmitidas por Alimentos, que en su mayoría tienen origen en deficiencias en los procesos de elaboración, almacenamiento, distribución y consumo de los alimentos, podrían ser de fácil prevención.

Sin embargo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) informa que sobre 1300 millones de casos anuales de diarrea aguda en niños menores de 5 años, de los cuales mueren de 4 a 5 millones, se calcula que hasta el 70% de estos casos es provocado por alimentos contaminados, lo que da una idea de la magnitud del problema.

Es importante resaltar que además de los perjuicios de salud originados, por las ETA, (morbi-mortalidad) estas generan cuantiosas pérdidas económicas, a todos los actores que intervienen en la cadena alimentaria, desde el productor hasta el consumidor (Mermas, deterioros, desperdicios que originan rechazos, falta de competitividad, desconfianza, etc.).

¹⁶ (ANGEL FIRE, 2012)

Antiguamente se relacionaban los alimentos contaminados con el estado de putrefacción de los mismos y debido a los malos olores que presentan. Hoy se sabe que los alimentos contaminados con microorganismos pueden tener aspecto, olor y sabor normal.

Las bacterias fueron descubiertas por Antony Van Leewenholk quien observó en una gota de agua a través de varios lentes que formaban un primitivo microscopio, la presencia de pequeños organismos en forma de bastones, debido a su reducido tamaño no se los puede observar a simple vista y se llega a pensar que los alimentos están libres de ellos.

En grandes ciudades como México, debido al constante estrés al que se es sometido, día a día encontramos a los ciudadanos con menor tiempo para satisfacer las necesidades básicas, por ejemplo: la alimentación; es por eso que se ven obligados a comer en establecimientos ambulantes (hábito conocido comúnmente como comer en la calle) en los cuales no se tiene la higiene necesaria al manipular y elaborar los alimentos; además de que por su ubicación los alimentos están expuestos al medio ambiente y por lo tanto a los microorganismos que causan enfermedades gastrointestinales entre otras.

La intoxicación alimentaria por el estafilococo dorado ocurre a menudo cuando una persona que manipula alimentos contamina los productos alimenticios tales como postres (especialmente salsas y los postres rellenos o cubiertos con crema), ensaladas (en especial las que contienen mayonesa) o comidas horneadas, que son servidos o almacenados a temperatura ambiente o en el refrigerador.¹⁷

Las bacterias se multiplican rápidamente en los alimentos y puede haber una gran colonia de bacterias sin que haya evidencia de descomposición del alimento.

Los factores de riesgo son:

a.- Ingestión de alimentos preparados por una persona con una infección en la piel, dado que estas infecciones comúnmente contienen el estafilococo dorado.

¹⁷ (ENFERMEDADES TRASMITIDAS POR ALIMENTOS, 2010)

b.- Ingestión de alimentos almacenados a temperatura ambiente.

c.- La enterocolitis por salmonella es uno de los tipos más comunes de intoxicación alimentaria y ocurre cuando la persona consume alimentos o agua contaminados con la bacteria salmonella.

Cualquier alimento se puede contaminar durante la preparación si las condiciones y el equipo empleado en el proceso no son higiénicos¹⁸.

Principales intoxicaciones alimentarias y bacterias de las infecciones

Salmonella spp.: Carnes, leche, nata y huevo

Staphylococcus aureus: Carne, postres

Clostridium perfringens: Productos cárnicos cocinados y recalentados

Vibrio parahaemolyticus: Pescados y mariscos

Bacillus cereus: Arroz

Clostridium botulinum: Vegetales enlatados, pescado ahumado

Campylobacter jejuni: Leche

2.2 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

NORMAS CONSTITUCIONALES

CAPÍTULO NOVENO

RESPONSABILIDADES

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

¹⁸ (GARCIA FAJARDO ISABEL)

7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.

9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.

11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.

12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.

15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.

16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.¹⁹

SECCIÓN OCTAVA

TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.²⁰

¹⁹ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.83, 2008)

²⁰ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.33, CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008)

CAPÍTULO SEXTO
TRABAJO Y PRODUCCIÓN
SECCIÓN PRIMERA

FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y SU GESTIÓN

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.²¹

SECCIÓN TERCERA
FORMAS DE TRABAJO Y SU RETRIBUCIÓN

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.²²

SECCIÓN NOVENA
PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

²¹ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.325, SECCION TERCERA;. FORMAS DE TRABAJO Y SU RETRIBUCION, 2008)

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o Administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.²³

CAPÍTULO SEXTO

DERECHOS DE LIBERTAD

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:²⁴

2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

4. Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación.

²³ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.52-53-54-55, SECCION NOVENA, PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS, 2008)

²⁴ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.66, CAPITULO SEXTO; DERECHOS DE LIBERTAD, 2008)

5. El derecho al libre desarrollo de la personalidad, sin más limitaciones que los derechos de los demás.
6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.
7. El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario.
10. El derecho a tomar decisiones libres, responsables e informadas sobre su salud y vida reproductiva y a decidir cuándo y cuántas hijas e hijos tener.
12. El derecho a la objeción de conciencia, que no podrá menoscabar otros derechos, ni causar daño a las personas o a la naturaleza.
13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.
15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
16. El derecho a la libertad de contratación.
17. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley.
18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.
19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.
21. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; ésta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los asuntos

ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación.

22. El derecho a la inviolabilidad de domicilio. No se podrá ingresar en el domicilio de una persona, ni realizar inspecciones o registros sin su autorización o sin orden judicial, salvo delito flagrante, en los casos y forma que establezca la ley.

23. El derecho a dirigir quejas y peticiones individuales y colectivas a las autoridades y a recibir atención o respuestas motivadas. No se podrá dirigir peticiones a nombre del pueblo.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental.

El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

29. Los derechos de libertad también incluyen:

a) El reconocimiento de que todas las personas nacen libres.

b) La prohibición de la esclavitud, la explotación, la servidumbre y el tráfico y la trata de seres humanos en todas sus formas.

El Estado adoptará medidas de prevención y erradicación de la trata de personas, y de protección y reinserción social de las víctimas de la trata y de otras formas de violación de la libertad.

c) Que ninguna persona pueda ser privada de su libertad por deudas, costas, multas, tributos, ni otras obligaciones, excepto el caso de pensiones alimenticias.

d) Que ninguna persona pueda ser obligada a hacer algo prohibido o a dejar de hacer algo no prohibido por la ley.

CAPÍTULO SÉPTIMO

DERECHOS DE LA NATURALEZA

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y generación de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.²⁵

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 73.- El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

²⁵ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.71-72-73-74, CAPITULO SEPTIMO; DERECHOS DE LA NATURALEZA, 2008)

Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

SECCIÓN QUINTA

RÉGIMEN TRIBUTARIO

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.²⁶

CAPÍTULO SEGUNDO

DERECHOS DEL BUEN VIVIR

SECCIÓN PRIMERA

AGUA Y ALIMENTACIÓN

Art. 12.- El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.²⁷

²⁶ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.300, SECCION QUINTA, REGIMEN TRIBUTARIO, 2008)

²⁷ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.12-13, CAPITULO SEGUNDO DERECHOS DEL BUEN VIVIR;SECCION PRIMERA AGUA Y ALIMENTACION, 2008)

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

SECCIÓN SÉPTIMA

POLÍTICA COMERCIAL

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 305.- La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.²⁸

²⁸ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.304-305-306, SECCION SEPTIMA, POLITICA COMERCIAL, 2008)

SECCIÓN SÉPTIMA

SALUD

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se²⁹ regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

NORMATIVA REGLAMENTARIA

CÓDIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN EN LA PYMES

Art. 52.- Sanciones.- Los administradores u operadores de zonas especiales de desarrollo económico serán sancionados por las infracciones que contempla este

Capítulo, dependiendo de la gravedad de cada caso, con,³⁰

Para las infracciones leves:

- a. Amonestación por escrito; y,
- b. Multa cuyo valor será de un mínimo de diez y un máximos de cien salarios básicos unificados para el trabajador en general.

Para las infracciones graves:

- a. Multa cuyo valor será de un mínimo de cincuenta y un máximo de doscientos salarios básicos unificados para el trabajador en general;

²⁹ (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.32, SECCION SEPTIMA, SALUD, 2008)

³⁰ (CODIGO DE LA PRODUCCION & ART.52, 2010)

b. Suspensión de la autorización otorgada para desarrollar sus actividades, por un plazo de hasta tres meses;

c. Cancelación definitiva de la calificación de operador dentro de la respectiva zona especial de desarrollo económico; y,

En el caso de daño ambiental, los responsables, además de las sanciones establecidas, estarán obligados a realizar el proceso de remediación de conformidad con la normativa ambiental vigente, en apego a las normas de la Constitución y la Ley.

Las sanciones previstas para las infracciones leves podrán ser adoptadas por la unidad competente para el control operativo de las zonas especiales.

Las sanciones previstas para las infracciones graves serán adoptadas por el Consejo Sectorial de la producción.

Para la aplicación de las sanciones detalladas en este artículo, deberá instaurarse previamente el respectivo proceso administrativo, cuyo procedimiento será establecido en el Reglamento a este Código.

La suspensión de las autorizaciones, la cancelación o la revocatoria conllevan la suspensión o terminación de los incentivos tributarios concedidos, por el mismo periodo de la sanción que se establezca.

LIBRO III

DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

TÍTULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y

Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce

una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.³¹

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Capítulo II

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias.

Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o

³¹ (CODIGO DE LA PRODUCCION & ART.53, LIBRO III DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y LA DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCCION, 2010)

laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;

d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;

e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;

g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;

h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;

i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,

j. Las demás que establezca la Ley.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

TÍTULO III

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA

CAPÍTULO I

FOMENTO A LA PRODUCCIÓN

Artículo 12. Principios generales del fomento.- Los incentivos estatales estarán dirigidos a los pequeños y medianos productores, responderán a los principios de inclusión económica, social y territorial, solidaridad, equidad, interculturalidad, protección de los saberes ancestrales, imparcialidad, rendición de cuentas, equidad de género, no discriminación, sustentabilidad, temporalidad, justificación técnica, razonabilidad, definición de metas, evaluación periódica de sus resultados y viabilidad social, técnica y económica.

Artículo 13. Fomento a la micro, pequeña y mediana producción.- Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza.

El Estado:

- a) Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios solidarios, para lo cual creará un fondo de reactivación productiva que será canalizado a través de estas cajas de ahorro;
- b) Subsidiará total o parcialmente el aseguramiento de cosechas y de ganado mayor y menor para los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de acuerdo al Art. 285 numeral 2 de la Constitución de la República;
- c) Regulará, apoyará y fomentará la asociatividad de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de conformidad con el Art. 319 de la Constitución de la República para la producción, recolección, almacenamiento, conservación, intercambio, transformación, comercialización y

consumo de sus productos. El Ministerio del ramo desarrollará programas de capacitación organizacional, técnica y de comercialización, entre otros, para fortalecer a estas organizaciones y propender a ³²

TÍTULO IV

CONSUMO Y NUTRICIÓN

Artículo 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.

Artículo 28. Calidad nutricional.- Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de éstos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritaria.

El Estado incorporará en los programas de estudios de educación básica contenidos relacionados con la calidad nutricional, para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.

Las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación.

Artículo 29. Alimentación en caso de emergencias.- En caso de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación, el Estado, mientras exista la emergencia, implementará programas de atención emergente para dotar de alimentos suficientes a las poblaciones afectadas, y para reconstruir la infraestructura y

³² (LEY ORGANICA DEL REGIMEN DE LA SOBERANIA ALIMENTARIA & ART.12, 2010)

recuperar la capacidad productiva, mediante el empleo de la mano de obra de dichas poblaciones.

Artículo 30. Promoción del consumo nacional.- El Estado incentivará y establecerá convenios de adquisición de productos alimenticios con los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores agroalimentarios para atender las necesidades de los programas de protección alimentaria y nutricional dirigidos a poblaciones de atención prioritaria. Además implementará campañas de información y educación a favor del consumo de productos alimenticios nacionales principalmente de aquellos vinculados a las dietas tradicionales de las localidades.³³

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

OBJETIVO 2: MEJORAR LAS CAPACIDADES Y POTENCIALIDADES DE LA CIUDADANÍA

Política 2.1. Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales.

- a) Integrar los programas estatales dispersos en un programa nacional, que considere la diversidad cultural así como la perspectiva de género y se enfoque en aquellos sectores de población en situación más crítica de malnutrición, con énfasis en la atención emergente a mujeres embarazadas y niños y niñas con desnutrición grave.
- b) Coordinar adecuadamente los esfuerzos públicos y privados en materia de producción, distribución y comercialización de alimentos.
- c) Promover programas de reactivación productiva enfocados al cultivo de productos tradicionales, articulados al programa nacional de alimentación y nutrición.³⁴

³³ (LEY ORGANICA DEL REGIMEN DE LA SOBERANIA ALIMENTARIA & ART.27-28-29-30, TITULO IV, CONSUMO Y NUTRICION , 2010)

³⁴ (SENPLADES & PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2012)

- d) Promover la asistencia a los controles médicos mensuales de las madres embarazadas para prevenir la malnutrición prenatal, así como para entregar suplementos alimenticios básicos en la gestación.
- e) Articular mecanismos de información sobre la importancia del control mensual y programas de alimentación para infantes que evidencien desnutrición temprana.
- f) Fortalecer los programas educativos dirigidos a toda la población, relacionados con la calidad nutricional para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.
- g) Apoyar al desarrollo de huertos experimentales en los diferentes ámbitos y espacios sociales.³⁵

SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la

Constitución Política de la República.

R E S U E L V E:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

* La compañía en nombre colectivo;

³⁵ (SENPLADES & PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2012)

- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un Factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.³⁶

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará

³⁶ (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS & ART.1-2-3-4, 1999)

obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso.

Cuando se aporte bienes hipotecados, será por el valor de ellos y su dominio se transferirá totalmente a la compañía, pero el socio aportante recibirá participaciones o acciones solamente por la diferencia entre el valor del bien aportado y el monto al que ascienda la obligación hipotecaria. La compañía deberá pagar el valor de ésta en la forma y fecha que se hubieren establecido, sin que ello afecte a los derechos del acreedor según el contrato original.

No se podrá aportar a la constitución o al aumento de capital de una compañía, bienes gravados con hipoteca abierta, a menos que ésta se limite exclusivamente a las obligaciones ya establecidas y por pagarse, a la fecha del aporte.

Los créditos solo podrán aportarse si se cubriera, en numerario o en bienes, el porcentaje mínimo que debe pagarse para la constitución de la compañía según su especie. Quien entregue, ceda o endose los documentos de crédito quedará solidariamente responsable con el deudor por la existencia, legitimidad y pago del crédito, cuyo plazo de exigibilidad no podrá exceder de doce meses. No quedará satisfecho el pago total con la sola transferencia de los documentos de crédito, y el aporte se considerará cumplido únicamente desde el momento en que el crédito se haya pagado.

En todo caso de aportación de bienes el Superintendente de Compañías, antes de aprobar la constitución de la compañía o el aumento de capital, podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la Institución.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326, de 25 de noviembre de 1999.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será ineficaz contra terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador.

En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas regales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación.

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionada por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el Reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Comercio: Negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías.³⁷

Cosecha: Producto que se obtiene de dichos frutos mediante el tratamiento adecuado.³⁸

Contaminación: La contaminación es todo aquello que produce un efecto negativo, viciando o corrompiendo cualquier sustancia. Por ejemplo, puede contaminarse la sangre, los alimentos, etc.³⁹

Comerciante: Persona a quien son aplicables las especiales leyes mercantiles.⁴⁰

Conservación: La conservación de los alimentos se basa en preservar su comestibilidad, su sabor y sus propiedades nutricionales. Esto implica que se debe inhibir el crecimiento de los microorganismos y retrasar la oxidación de las grasas que provocan que los alimentos se pongan rancios.⁴¹

Desarrollo: Se entiende como desarrollo al avance en los niveles de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país.⁴²

Descomposición: Acción y efecto de descomponer o descomponerse.⁴³

Encuesta: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.⁴⁴

Formal: Expreso, preciso, determinado.⁴⁵

Informal: Vendedor ambulante.⁴⁶

³⁷ (MIGUEZ & FABEIRO CARMEN PADIN, 2006)

³⁸ (FRAUME RESTREPO NESTOR JULIO)

³⁹ (JIMENEZ CISNEROS BLANCA ELENA, 2001)

⁴⁰ (MIGUEZ & FABEIRO CARMEN PADIN, 2006)

⁴¹ (CONSERVACION DE ALIMENTOS, 2012)

⁴² (ECOPORTAL.NET)

⁴³ (JIMENEZ CISNEROS BLANCA ELENA, LA CONTAMINACION AMBIENTAL,, 2001)

⁴⁴ (ILDEFONSO GRANDE ELENA ABASCAL, 2005)

⁴⁵ (MORLES HERNANDEZ ALFREDO, 1998)

Innovación: Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.⁴⁷

Intoxicación: Acción y efecto de intoxicar.⁴⁸

Impuesto: Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.⁴⁹

Laboral: Pertenciente o relativo al trabajo, en su aspecto económico, jurídico y social.⁵⁰

Mercadería: Cosa mueble que se hace objeto de trato o venta.⁵¹

Microrganismo: Nombre genérico que designa los seres organizados solo visibles al microscopio.⁵²

Muestra: Parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.⁵³

Organización: Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.⁵⁴

Plan: Permite analizar la situación del objeto de planificación, establecen objetivos y metas respecto de su desenvolvimiento en el futuro y proponen formas e instrumentos que deberán emplearse con el fin de alcanzar los objetivos planeados.⁵⁵

Prevención: Preparación y disposición que se hace anticipadamente para evitar un riesgo o ejecutar algo.⁵⁶

⁴⁶ (PORTES ALEJANDRO)

⁴⁷ (SANCHEZ BUENO MARIA JOSE, 2008)

⁴⁸ (TORRES M. LUIS, 2002)

⁴⁹ (FEREGRINO PAREDES BALTAZAR, 2004)

⁵⁰ (BODAS MARTIN RICARDO, 2002)

⁵¹ (GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES)

⁵² (PRATS GUILLEN, 2006)

⁵³ (JEFFREY, 2002)

⁵⁴ (JAUME, MARINA, & XAVIER., 2005)

⁵⁵ (MOGENS THOMSEN, 2009)

⁵⁶ (ROSA, MANUEL, MANUEL, & LUIS., 2005)

Producción: Suma de los productos del suelo o de la industria.⁵⁷

Sociedad: Agrupación de comerciantes, hombres de negocios o accionistas de alguna compañía.⁵⁸

Servicio: Acción y efecto de servir.⁵⁹

Subempleo.-Acción y efecto de subemplear.⁶⁰

Venta: Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.⁶¹

Higiene de los Alimentos: Alimentos cuidadosamente tratados para no provocar una contaminación.⁶²

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

La innovación de un producto alimenticio incide en los hábitos alimentarios de la población del cantón Milagro.

2.3.2 Hipótesis Particulares

(H.P.1) La gestión innovadora ocasiona ventajas en la elaboración de un nuevo producto.

(H.P.2) El consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene trae consecuencias en la salud de la población.

(H.P.3) Un esquema de salud bien especificado ayuda a incentivar los hábitos alimenticios del consumidor.

(H.P.4) Una estrategia de mercado correcta ayuda a dar a conocer un nuevo producto alimenticio en el mercado.

⁵⁷ (BELLO PEREZ CARLOS, 2006)

⁵⁸ (FEREGRINO PAREDES BALTAZAR, 2004)

⁵⁹ (GRONROOS CHRISTIAN, 1990)

⁶⁰ (RECIO ALBERT, 1997)

⁶¹ (KOTLER PHILIP)

⁶² (ALIMENTARIUS, 2009)

2.3.3 Declaración de Variables

H.G: La innovación de un producto alimenticio incide en los hábitos alimentarios de la población del cantón Milagro.

V.D: Innovación de un producto.

V.I: Hábitos alimentarios.

H.P.1: La gestión innovadora ocasionara ventajas en la elaboración de un nuevo producto.

V.D: Elaboración de un nuevo producto.

V.I: Gestión innovadora

H.P.2: El consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene trae consecuencias en la salud de la población.

V.D: Salud de la población.

V.I: productos alimenticios sin normas de higiene

H.P.3: Un esquema bien especificado ayudaría a incentivar los hábitos alimenticios del consumidor.

V.D: Incentivar hábitos alimenticios

V.I: Esquema de salud

H.P.4: Una estrategia de mercado correcta ayudara a dar a conocer un nuevo producto alimenticio en el mercado.

V.I: Estrategia de mercado

V.D: Nuevo producto alimenticios.

Operacionalización de las Variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables de investigación.

VARIABLE	TIPO	CONCEPTO	INDICADOR
Innovación de un producto.	Variable dependiente	Es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende.	Producto elaborado
Hábitos alimentarios.	Variable independiente	Son la expresión de sus creencias y tradiciones, ligados al medio geográfico y a la disponibilidad alimentaria.	Frecuencia de consumo
Elaboración de un nuevo producto.	Variable dependiente	Es una estrategia de mercadotecnia que consiste en la creación de las condiciones necesarias para la colocación en mercado de un producto.	Producto nuevo
Gestión innovadora	Variable independiente	Es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva.	Plan de acción. Estrategias elaboradas
Salud de la población.	Variable dependiente	Bienestar físico, psíquico, social, ambiental.	Estadísticas de Hospitales
Productos alimenticios sin normas de higiene	Variable independiente	Productos no aptos para el consumo.	Registro de control de sanidad
Incentivar hábitos alimenticios	Variable dependiente	Es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende.	Estrategia.
Un esquema de salud	Variable independiente	Establecimiento de normas de salud.	Tabla nutricional
Una estrategia de mercado	Variable independiente	Plan ideado para dirigir un asunto	Publicidad, Promociones
Nuevo producto alimenticio	Variable dependiente	Es la fuerza que lleva un cuerpo en movimiento o en crecimiento conjunto de operaciones que permiten obtener, transformar o transportar productos naturales.	Producto Elaborado.

Fuente: Investigación de mercado

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El diseño de la Investigación se la puede realizar de diversas maneras debido a la variedad de estudios que se pueden aplicar.

Debemos considerar que para este estudio hay que tomar en cuenta los siguientes elementos:

- **Según su finalidad:** Se ha optado por la fundamental porque nos ayuda a coordinar el método científico de análisis y generalización con las fases deductivas e inductivas del razonamiento.

- **Teórica.-** Porque refleja las relaciones esenciales existentes entre las propiedades, objetos y fenómenos. Además de que la teoría es el hilo conductor de la actividad investigativa, y contiene en su centro los principios, leyes, categorías, conceptos, hipótesis y los problemas de investigación que explican el objeto de una ciencia., Además porque se basa en lo histórico⁶³

⁶³ (GONZALES B. JULIO)

El Comercio Informal

Según Jorge E. Pereira

Un sector de la economía que se encuentra en notable crecimiento, en todos nuestros países, es el del "comercio informal". A este tipo de comercio se les puede clasificar en dos grupos: los estacionarios y los ambulantes.

El comercio se remota a finales del período Neolítico, cuando se descubrió que a medida que se iba incorporando los avances tecnológicos necesitaban más herramientas para la producción y surgió el intercambio o trueque.⁶⁴

- **Explicativo.-** Se empleara formas y procesos de innovación en forma técnica para elaborar un nuevo producto para el consumo humano.
- **Según sus objetivos gnoseológicos:** Por lo que dicho proyecto de investigación es del tipo descriptivo, pues según varios autores, los estudios descriptivos “permiten medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a los que se refieren”.
- **Según su contexto:** El método que elegimos es de campo porque vamos utilizar la entrevista y la encuesta, para la recolección de información.
- **Campo:** Se diagnosticara necesidades y problemas aplicados a los conocimientos con fines prácticos además mediante la observación se establecerá el grado de consumo por parte de la población en la aceptación de este producto.

Según HULT Investigación de Campo. De acuerdo con Cázares, Christen, Jaramillo, Villaseñor y Zamudio (2000, p.18), la investigación de campo es aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador.

⁶⁴ (REVISTA DIGITAL, 2010)

- **Según el control de las variables:** Escogemos a la no experimental porque nos centramos en observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos entonces se desarrolla una investigación.
- **Según la orientación temporal:** Hemos aplicado las históricas porque explicamos la evolución de un fenómeno dado dentro de un contexto determinado. Y es de ahí que explicamos la situación problemática.
- **El diseño debe ser declarado como:** Cuantitativo: es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el método deductivo”, mientras que las cualitativas solo generan las teorías.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

Ecuador (oficialmente **República del Ecuador**) es un país situado en la parte noroeste de América del Sur. Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. El país tiene una extensión de 256.370 km² y una población de más de 14 millones de personas. Ecuador está surcado de norte a sur por una sección volcánica de la cordillera de los Andes (70 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo, con 6.310 msnm)⁵ Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo.⁶⁵

San Francisco de Milagro fue cantonizada desde el 17 de septiembre de 1913, esta floreciente población tiene un capítulo especial dentro de la historia ecuatoriana por sus tradiciones, las que han venido transmitiéndose de generación en generación.

⁶⁵ (ECUALE., 2012)

El nombre de Milagro se origina a que en el año de 1784 llegó a la parcialidad Los Chirijos un oidor de la real audiencia de Quito llamado Miguel de Salcedo, durante su estadía su esposa María enfermó de paludismo agudo, agravándose su estado debido a las continuas fiebres que soportaba. A fin de solicitar salud para la enferma se organizó una novena en honor de San Francisco de Asís, coincidiendo que en uno de estos días, también un indio Chirijos, vecino del español le entregó a Miguel de Salcedo un puñado de raíces, compuesto por quina y trozos de bejuco llamado Zaragoza y le dio un cocimiento de aquellas hierbas a la enferma, las que le devolvieron la salud luego de 10 días. El español con agradecimiento a San Francisco de Asís autor del milagro, pidió al Gobernador de Guayaquil, que se fundará una villa con el nombre de San Francisco de Milagro, quedando así con este nombre en la historia y geografía del país.

Según el arqueólogo Julio Viteri Gamboa, Milagro fue habitada desde hace años por numerosas poblaciones aborígenes perteneciente a la cultura cayapa-colorado, que ocupaban también las jurisdicciones de las que son hoy las Provincias de Los Ríos y Guayas. En la zona de Milagro, esta cultura estaba integrada por parcialidades aborígenes de Los Chirijos, Chobo, Chilintomos, Yaguachi y Boliche.

Era el estero Chirijos formado por un brazo de Chimbo, río por donde llegaban los mercaderes desde Samborondón y Babahoyo. La progresista ciudad de Milagro, una de las más importantes del litoral ecuatoriano, se halla asentada en tres haciendas convergentes Valdez Milagro y San Miguel. En esta localidad, es de admitir su crecimiento poblacional, y una serie de ciudadelas que adornan y completan el marco atractivo de urbe progresista; su población pasa de los 120.000 habitantes, dividida en la actualidad en cuatro parroquias urbanas y esta a su vez en grandes sectores barriales.

Conocida como “La Tierra de las Piñas”, se encuentra a 45 km. de Guayaquil. Está asentada entre 8 y 15 m.s.n.m. Su temperatura promedio anual es del orden de 25° C y su precipitación es de 1361 mm.⁶⁶

⁶⁶ (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2010)

Población: Una población es el conjunto de todos los elementos a los que se somete a un estudio estadístico. La población puede ser según su tamaño de dos tipos:

Población finita: Es aquella que indica que es posible alcanzarse o sobrepasarse al contar. Es la que posee o incluye un número limitado de medidas y observaciones.

Población infinita: Es infinita si se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no pueden alcanzarse en el conteo. Son poblaciones infinitas porque hipotéticamente no existe límite en cuanto al número de observaciones que cada uno de ellos puede generar.⁶⁷

3.2.2 Delimitación de la población

La segmentación de la población para nuestro proyecto será hombres y mujeres del cantón Milagro.

3.2.3 Tipo de muestra

Muestra: Un conjunto de medidas u observaciones tomadas a partir de una población dada. Es un subconjunto de la población.

Existen varios tipos de muestras: probabilística y no probabilística.

Las muestras probabilísticas: son aquellas que el investigador selecciona y donde todos los individuos u objetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Estas pueden ser a su vez estratificadas y por racimos.

Las muestras no probabilísticas: son aquellas en las que el investigador selecciona a los individuos u objetos no por probabilidad sino por causas relacionadas con las características del investigador.

⁶⁷ (CABALLERO ARMAS WILFREDO, 1975)

Por lo tanto escogimos la muestra probabilística porque podemos llegar a calcular la muestra para posteriormente saber a cuantas personas vamos a aplicarles las encuestas.

3.2.4 Tamaño de la muestra

En nuestra investigación se seleccionará la población milagreña de 166.634 habitantes por lo que va a ser muy amplia. Por lo que utilizaremos el 33% de la población se requerirá determinar una muestra representativa de ella.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{25.018 * 0,5 * 0,5}{\frac{(25.018-1)0,05^2}{1,96^2} + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{6.254}{\frac{25.017 * 0,0025}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{6.254}{\frac{62,54}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{6.254}{16,29 + 0,25}$$

$$n = 378$$

3.2.1 Proceso de selección

- **Muestra de expertos:** Se tiene en cuenta la opinión de sujetos expertos en un tema. Son frecuentes en estudios cualitativos. Es por eso que vamos a realizar entrevistas para tener información de expertos en el tema de nuestro proyecto.
- **Los sujetos tipos:** Son utilizadas en investigaciones de tipo cualitativo, porque se selecciona a cierto grupo de personas que tienen conocimientos del tema que queremos indagar.

Debido a que nuestra muestra va hacer probabilística, el proceso de selección que utilizaremos para recopilar información de las encuestas vamos a escoger a los sujetos tipos, y muestras de expertos.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Método Científico: Es el conjunto de procedimientos, medios y vías para conocer los fenómenos de la realidad tal como es, en su desarrollo histórico, determina la naturaleza auténtica de los objetos y fenómenos corroborado por la práctica, representa por su propia naturaleza el método científico de conocimiento.

También es un procedimiento objetivo para alcanzar el conocimiento de la verdad, en síntesis, constituye un conjunto de acciones que el investigador de forma planificada realiza, para dar solución al problema científico, cumplir los objetivos trazados y demostrar su hipótesis.

Los métodos a seleccionar para el cumplimiento de las tareas de investigación son los teóricos y los empíricos.

Los métodos teóricos se utilizan para procesar la información teórica y la obtenida por la aplicación de los métodos empíricos; pueden ser:

- **Histórico-lógico.** Se profundizó en la evolución y desarrollo de la problemática.
- **Analítico-sintético.** Para la determinación de las partes que constituyó el proceso investigativo y su integración en las distintas etapas del cumplimiento de las tareas científicas.
- **Inductivo-deductivo.** Es un método filosófico, que nos conlleva a una conclusión general de la investigación.
- **Modelación.** Permite estudiar el objeto como un sistema, su composición, su estructura, sus relaciones funcionales; sistematizar la información hasta modelar teóricamente el sistema objeto de estudio en óptimas condiciones de desarrollo y funcionamiento.
- **Genético:** es donde se encuentran todos los elementos que hacen parte de la investigación, con el fin de recopilar todas las ideas, para así llegar a la solución del problema.

Métodos empíricos fundamentales:

- **Observación:** nos ha permitido recoger información mediante el registro informal de descripciones de conductas vistas u observadas sistemáticamente en el lugar que hemos seleccionado para realizar la investigación.

Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación:

- **La encuesta:** por medio de la encuesta obtenemos información representativa de un grupo de personas que lo hemos determinado bajo datos estadísticos.

- **La entrevista:** La entrevista es una conversación entre 2 personas que tienen conocimientos científicos, se la ha realizado con el fin de obtener información que sea de ayuda para poder sustentar nuestra tesis.
- **El estudio documental o valoración de las fuentes teóricas:** este método nos ha ayudado a recopilar y valorar todos los conocimientos ya establecidos que conformarán el marco teórico.

En este proyecto aplicaremos encuestas y entrevistas, a más de haber hecho el uso del estudio documental.

3.4. EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

En nuestra investigación vamos a utilizar el programa Excel para poder cuantificar los datos que hemos obtenido de las encuestas y de las entrevistas.

Nuestra muestra es probabilística cuyo procedimiento es dar a cada persona o elemento del universo una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra.

Por lo que se realizara encuestas, que es un método de obtener información a través de un grupo de entrevistadores que efectúan preguntas a una fracción representativas del universo o población objeto del estudio, con la finalidad de indagar fenómenos sociales o recopilar información.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1-Análisis de la situación actual

FICHA TECNICA:

Cuadro 2. Ficha Técnica de los encuestados.

SEXO	%
FEMENINO	60
MASCULINO	40

EDAD	%
18 A 28 AÑOS	55
30 AÑOS A 40	30
40 A MAS	15

INSTRUCCIÓN	%
PRIMARIA	0
SECUNDARIA	20
SUPERIOR	70
POST- GRADO	10

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

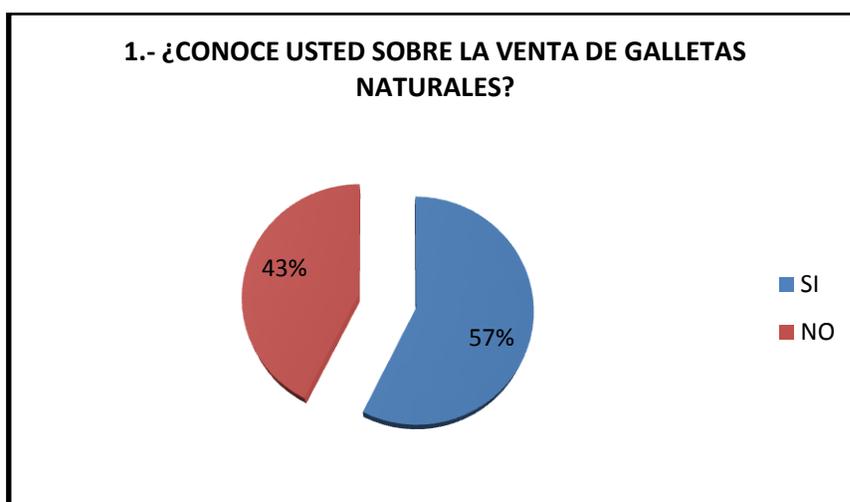
1.- ¿CONOCE USTED SOBRE LA VENTA DE GALLETAS NATURALES?

Cuadro.3 Conocimiento sobre la venta de galletas naturales

PREGUNTA 1		
1.- ¿CONOCE USTED SOBRE LA VENTA DE GALLETAS NATURALES?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
SI	217	57%
NO	161	43%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 1. Conocimiento sobre la venta de galletas naturales



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- Un 57% de la población conoce sobre la venta naturales, mientras que el 43% nos indican desconocen la venta de galletas naturales.

Análisis.- Observamos que 6 de cada 10 ciudadanos conocen sobre la venta de galletas naturales en la ciudad de Milagro, 4 nos indican que no existen lugares donde se expende este tipo de galletas.

2.- ¿CONOCE USTED LOS BENEFICIOS QUE BRINDA LA ZANAHORIA?

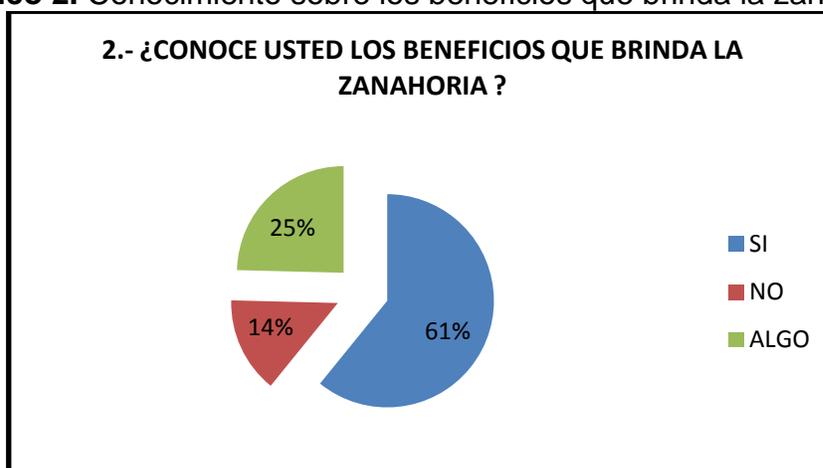
Cuadro.4 Conocimiento sobre los beneficios que brinda la zanahoria.

PREGUNTA 2		
2.- ¿CONOCE USTED LOS BENEFICIOS QUE BRINDA LA ZANAHORIA?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
SI	230	0,608
NO	55	15%
ALGO	93	25%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 2. Conocimiento sobre los beneficios que brinda la zanahoria



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 60% opina sobre los beneficios que brinda la zanahoria, el 15% de la población desconocen sobre las diferentes vitaminas y propiedad que posee la hortaliza, y el 25% de los ciudadanos aprecian algo de las bondades que posee la zanahoria.

Análisis.- De la información recopilada se puede observar que 6 de cada 10 ciudadanos conoce los beneficios que brinda la zanahoria en el ser humano, mientras que 3 nos afirma que por medio de costumbres familiares conocen algo, y 1 de cada 10 ciudadanos no le ha prestado atención a las propiedades de esta hortaliza.

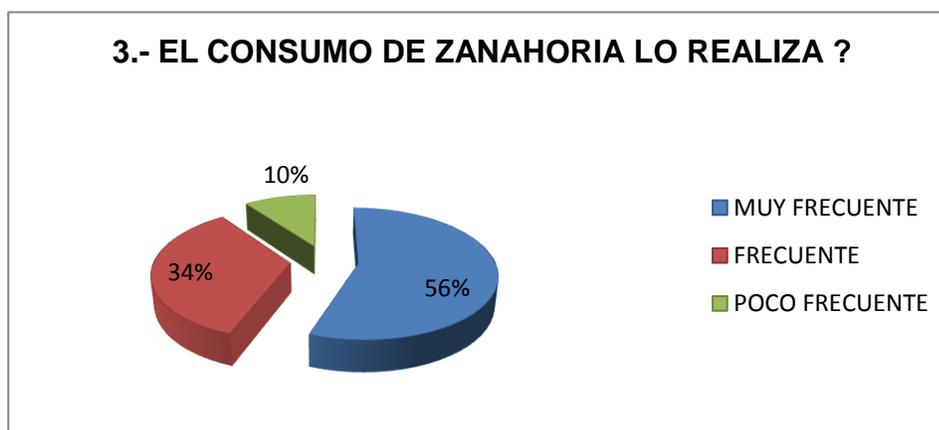
3.- ¿EL CONSUMO DE ZANAHORIA LO REALIZA?

Cuadro.5 Información sobre el consumo de zanahoria.

PREGUNTA 3		
3.- EL CONSUMO DE ZANAHORIA LO REALIZA ?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
MUY FRECUENTE	210	56%
FRECUENTE	130	34%
POCO FRECUENTE	38	10%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 3. Información sobre el consumo de zanahoria.



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 56% de los ciudadanos milagreños nos dicen que el consumo de la zanahoria lo realiza poco frecuente, mientras que el 34% nos indica que lo realiza frecuente, y el 10% nos dice que muy frecuente.

Análisis.- De la indagación antes obtenida, 6 de cada 10 ciudadanos milagreños nos indican que poco frecuente consume zanahoria, mientras que 3 de ellos nos indican que en sus hogares frecuentemente incluye la hortaliza en sus comidas, y 1 nos revelan que muy frecuentemente realizan el consumo.

4.- ¿LE GUSTARIA A USTED CONSUMIR PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE ZANAHORIA?

Cuadro.6 Indagación sobre el consumo de productos elaborados a base de zanahoria.

PREGUNTA 4		
4.- LE GUSTARIA A USTED CONSUMIR PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE ZANAHORIA?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
SI	270	71%
NO	10	3%
TALVEZ	98	26%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 4. Indagación sobre el consumo de productos elaborados a base de zanahoria.



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 71% de los ciudadanos milagreños nos indican que le gustaría consumir productos elaborados a base de zanahoria, mientras que el 26% nos dicen que tal vez consumiría, y el 3% nos revelan que no lo consumiría.

Análisis.- De la información antes obtenida 5 de cada 10 ciudadanos milagreños nos indican que desearían consumir un nuevo producto compuesto a base de zanahoria, mientras que 4 de ellos revelan que estarían dispuestos a probar un producto novedoso y nutritivo.

5.- ¿SI SE ESTABLECIERA LA VENTA DE GALLETAS DE ZANAHORIA, USTED LAS CONSUMIRIA?

Cuadro.7 Conocimiento sobre si consumiría las galletas de zanahoria

PREGUNTA 5		
5.- SI SE ESTABLECIERA LA VENTA GALLETAS DE ZANAHORIA USTED LAS CONSUMIRIA?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
SI	230	61%
NO	18	5%
TALVEZ	130	34%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 5. Conocimiento sobre si consumiría las galletas de zanahoria



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 61% de la Población milagreña nos indican que estarían dispuestos consumir galletas a base de zanahoria, mientras que el 34% nos dicen que tal vez si consumiría, el 5% nos muestran que no se atreverían a probarlas.

Análisis.- De la información recopilada, 6 de cada 10 ciudadanos nos indican que si se estableciera a la venta galletas a base de zanahoria estarían dispuestos a consumir por las propiedades que contiene la hortaliza, 3 de ellos nos dicen que tal vez se atreverían a consumirla.

6.- ¿SEGÚN SU OPINION ¿CUAL SERIA LA MEJOR PRESENTACION DE LA GALLETA DE ZANAHORIA?

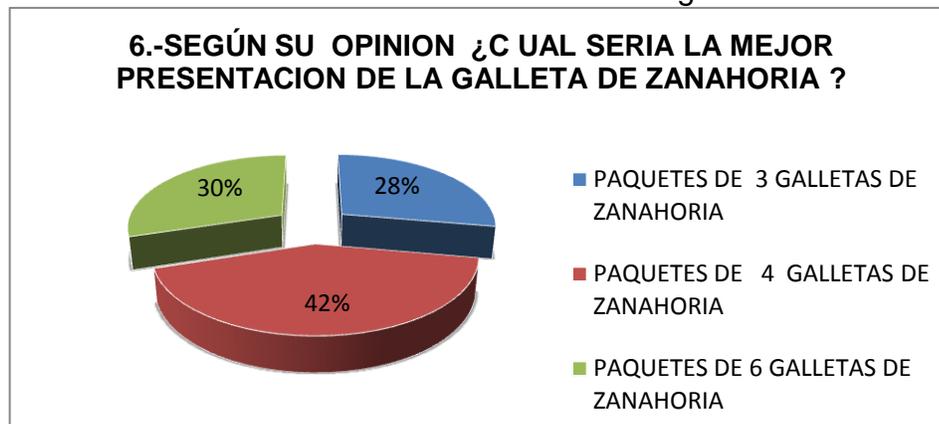
Cuadro.8 Indagación sobre la mejor presentación de la galleta de zanahoria

PREGUNTA 6		
6.-SEGÚN SU OPINION ¿CUAL SERIA LA MEJOR PRESENTACION DE LA GALLETA DE ZANAHORIA?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
PAQUETES DE 3 GALLETAS DE ZANAHORIA	105	28%
PAQUETES DE 4 GALLETAS DE ZANAHORIA	160	42%
PAQUETES DE 6 GALLETAS DE ZANAHORIA	113	30%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 6. Conocimiento sobre si consumiría las galletas de zanahoria



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 42% de los ciudadanos milagreños nos indican que la mejor presentación de la galleta de zanahoria seria en paquete de 4 galletas de zanahoria, mientras que el 30% nos indican que preferirían el paquete de 6 galletas, y el 28% nos dicen que elegirían paquetes de 3 galletas de zanahoria.

Análisis.- De la información obtenida 4 de cada 10 ciudadanos milagreños opinan que la mejor presentación de la galleta de zanahoria seria en paquetes de 4, 3 de ellos nos dicen que en paquetes de 6.

7.- SEGÚN SU OPINION ¿QUÉ PRECIO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE DE 3 GALLETAS DOBLE DE ZANAHORIA?

Cuadro.9 Indagación sobre el precio que tendría la galleta de zanahoria.

PREGUNTA 7		
7.- SEGÚN SU OPINION ¿Qué PRECIO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE DE 3 GALLETAS DOBLE DE ZANAHORIA?		
ALTERNATIVA	#ENCUESTADOS	PORCENTAJES
25 a 35 ctvs.	302	80%
35 a 45 ctvs.	64	17%
45 a 55 ctvs.	12	3%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 7. Indagación sobre el precio que tendría la galleta de zanahoria.



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños
Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 80% de los ciudadanos milagreños estarían dispuestos a pagar por un paquete de 3 galletas doble de zanahoria de 25 a 35 ctvs. , el 17% nos dicen de 35 a 45 ctvs. Y el 3% nos dicen de 45 a 35 ctvs.

Análisis.- Un 8 de cada 10 ciudadanos milagreños nos indican que el precio para una galleta de zanahoria por un paquete de 3 doble estaría entre 25 a 35 ctvs. De dólar, mientras que 2 de ellos nos dicen entre 35 a 45 ctvs. De dólar y un 3 de cada ciudadano se expresan entre 45 a 55 ctvs.

8.- ¿QUÉ EMPAQUES PREFIERE QUE TENGA LA GALLETA DE ZANAHORIA?

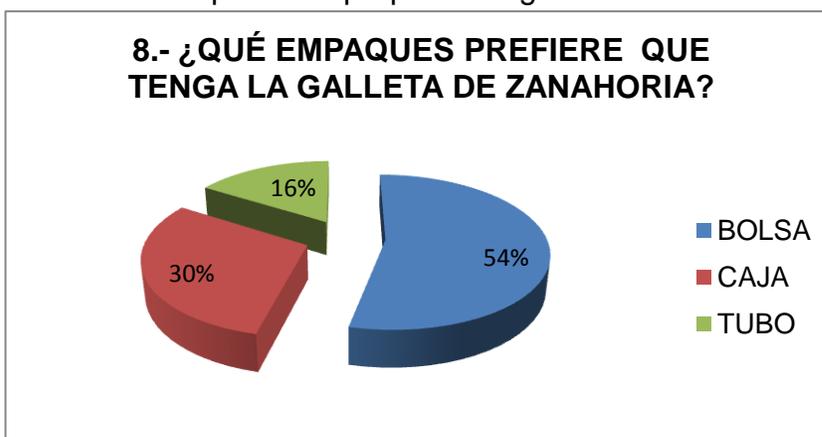
Cuadro.10 Tipo de empaque de la galleta de zanahoria.

PREGUNTA 8		
8.- ¿QUÉ EMPAQUES PREFIERE QUE TENGA LA GALLETA DE ZANAHORIA?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
BOLSA	203	54%
CAJA	114	30%
TUBO	61	16%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Gráfico 8. Tipo de empaque de la galleta de zanahoria.



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 54% de la población milagreña nos dicen que los empaques que deberían tener las galletas de zanahoria sería en bolsas, el 30% prefieren que sean en caja, y el 16% eligen los empaques en forma de tubo.

Análisis.- De la información recopilada, 5 de cada 10 ciudadanos nos indican que para mayor comodidad el empaque donde ira la galleta de zanahoria prefirieron en una bolsa para mayor conservación, mientras que 3 de ellos nos dicen que en una caja, y 2 de ellos nos muestra que prefirieron en un diseño en forma de tubo.

9.- ¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE GALLETAS A BASE DE ZANAHORIA EN EL CANTON MILAGRO?

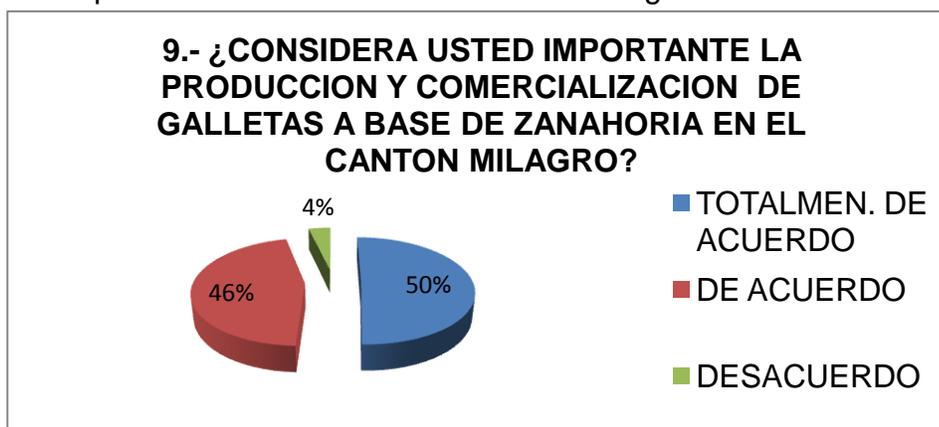
Cuadro.11 Importancia sobre la producción y comercialización de galletas a base de zanahoria.

PREGUNTA 9		
9.- ¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE GALLETAS A BASE DE ZANAHORIA EN EL CANTON MILAGRO?		
ALTERNATIVA	#ENCUESTADOS	PORCENTAJES
TOTALMEN. DE ACUERDO	191	51%
DE ACUERDO	173	46%
DESACUERDO	14	4%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 9. Importancia sobre la comercialización de galletas a base de zanahoria.



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 50% de la población milagreña están Totalmente de Acuerdo sobre la importancia de la producción y comercialización de la galleta de zanahoria en el cantón Milagro, mientras que el 46% dicen que están de Acuerdo, y el 4% se encuentra en Desacuerdo.

Análisis.- De la información obtenida, 5 de cada 10 ciudadanos milagreños nos indican que sería de gran importancia la producción y comercialización de las galletas a base de zanahoria en el cantón Milagro.

10.- CONSIDERA USTED QUE AL CREARSE ESTE TIPO DE PRODUCTOS CONTRIBUIRÍA EN LA ALIMENTACION SANA DE LA POBLACION MILAGREÑA.?

Cuadro.12 Producto que contribuirá en la alimentación sana de la población Milagreña

PREGUNTA 10		
10.- CONSIDERA USTED QUE AL CREARSE ESTE TIPO DE NEGOCIOS CONTRIBUIRÍA EN UNA ALIMENTACION SANA DE LA POBLACION MILAGREÑA.?		
ALTERNATIVA	#ENCUSTADOS	PORCENTAJES
SI	299	79%
NO	16	4%
TALVEZ	63	17%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Grafico 10. Producto que contribuirá en la alimentación sana de la población Milagreña



Fuente: Encuesta realizada a los ciudadanos milagreños

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Interpretación.- El 79% de los ciudadanos milagreños nos indican que Si considera que al crearse este tipo de negocios contribuiría a una alimentación sana a la población milagreña, mientras que el 17% nos dicen que Tal vez , mientras que el 4% nos dicen que No.

Análisis.- 8 de cada 10 ciudadanos nos dicen que al crearse este tipo de negocios contribuirá en la alimentación sana de la población Milagreña, mientras que 4 de ellos no consideran importante.

4.2.- ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

Actualmente, en nuestra sociedad padres de familia que deben de salir a sus respectivos trabajos para poder mantener el hogar, optan por enviar a sus niños en etapa de escolaridad la denominada comida chatarra perjudicial para su salud.

Según criterios investigados los ciudadanos milagreños consumen estas comidas chatarras en un mal estado que perjudican la salud, debido a la higiene de los alimentos que consume en su diario vivir. Además debido a la falta de trabajo muchos ciudadanos inducen al comercio informal, no percatándose de la manipulación de estos a la hora de prepararlos.

Las enfermedades de transmisión alimentaria y los daños provocados por los alimentos son, en el mejor de los casos, desagradables, y pueden ser fatales, pero hay, además otras consecuencias.

Los brotes de enfermedades transmitidas por los alimentos pueden perjudicar al comercio. El deterioro de alimentos ocasiona pérdidas, es costoso y puede influir negativamente en el comercio y en la confianza de los consumidores.

En la tentativa de buenos resultados consideramos a nuestro proyecto como innovación del modelo de negocio creando valor y ayudando a una alimentación sana, estimulando estrategias para la producción y comercialización.

4.3.- RESULTADOS

Las características nutricionales de la zanahoria son las proteínas, vitaminas y minerales; además otros nutrientes como fibra, calorías; que van beneficiando la salud y los hábitos alimenticios de la población milagreña, debido a que son: verduras saludables, dulces y deliciosas, según Investigaciones realizadas la población milagreña conoce acerca de este tema. Se ha comprobado que la zanahoria es parte de la comida diaria de los ciudadanos milagreños, debido a que se la consigue a un

precio muy bajo. Al establecerse este tipo de negocios de venta de zanahoria los ciudadanos milagreños están dispuestos a consumir este tipo de producto el mismo que les ayudara a mantener una dieta saludable, mejorando sus hábitos alimenticios.

Según información recopilada nos da a conocer que el consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene trae como consecuencias enfermedades gastrointestinales en los mejores de los casos, pero si se consume diariamente este tipo de comidas puede provocar enfermedades que pueden causar hasta la muerte.

Con lo antes mencionado la mejor manera de incentivar los hábitos alimenticios de la población del cantón Milagro, es dar le a conocer todas las desventajas que conlleva el consumir alimentos sin respectivas normas de higiene y el no tener una dieta equilibrada, y a su vez presentar todos los beneficios que da el llevar una dieta rica en proteínas, nutrientes y micronutrientes.

Conjuntamente según investigaciones realizadas los consumidores prefieren que; una vez elaboradas y estas sean ubicadas a las ventas el producto contenga: 4 unidades de galletas en un paquete y que su forma sea en bolsas para su mejor comodidad a un precio accesible a todo los bolsillos de la población milagreña.

La recopilación de los datos nos da a conocer que en el cantón Milagro están dispuesto a degustar la innovación de un nuevo producto, ya que ayudara a tener una dieta balanceada para su rutina diaria, basados en las propiedades que puede brindar la hortaliza zanahoria para todas las familias milagreñas.

4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

Cuadro.13 Verificación de las hipótesis planteadas

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
<p>HG: La innovación de un producto alimenticio incide en los hábitos alimentarios de la población del cantón Milagro.</p>	<p>Con el avance tecnológico, nos ayudara a innovar productos nuevos con las respectivas normas de higiene beneficiando a la salud del consumidor según como se responde en la pregunta 10 de la encuesta.</p>
<p>H.P.1: La gestión innovadora ocasionara ventajas en la elaboración de un nuevo producto.</p>	<p>Estableciendo nuevas técnicas en el mercado, desarrollaremos estrategias que garantizara a la población el consumo del nuevo producto. Esto se lo puede verificar en pregunta 6,7 y 8 de encuesta.</p>
<p>H.P.2: El consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene trae consecuencias en la salud de la población.</p>	<p>En la actualidad algunos productos son expendidos de forma antihigiénica esto afecta a la salud de los ciudadanos milagreños a la concurrencia a hospitales. Así lo indican los entrevistados en la pregunta4 de la entrevista.</p>
<p>H.P.3: Un esquema bien especificado ayudaría a incentivar los hábitos alimenticios del consumidor.</p>	<p>Actualmente incentivando a los ciudadanos a que mantenga una buena manipulación de los alimentos ayudaremos a que mantenga una higiene adecuada previniendo así las diferentes bacterias que se encuentra en la atmosfera. Según lo establecen los entrevistados en la pregunta 1 y 2.</p>
<p>H.P.4: Una estrategia de mercado correcta ayudara a dar a conocer un nuevo producto alimenticio en el mercado.</p>	<p>Desarrollar estrategias de mercados, dando a conocer la innovación de un nuevo producto que beneficiara a las toda la población milagreña, estableciendo sitios de comercialización e innovación en el producto en su empaque. Como selo comprueba en pregunta 8 de encuesta.</p>

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1. TEMA

Creación de una Empresa dedicada a la Producción y Comercialización de galletas de zanahoria en el cantón Milagro, año 2013.

5.2. FUNDAMENTACIÓN

La zanahoria es una hortaliza que tiene bastantes ventajas en la alimentación de todas las personas, sin importar su edad. Además de ser un rico alimento, es uno de los recursos terapéuticos más valiosos para tratar los padecimientos.

La denominación técnica de la zanahoria es *Daucus carota* o zanahoria silvestre. Esta planta presenta unas hojas compuestas, y flores blancas y amarillas. La parte comestible es la raíz. Es muy carnosa, presenta un aspecto coniforme y de color rojo anaranjado.

Las zanahorias son una mina de oro en nutrientes y es una hortaliza que de ser consumido diariamente, puede tener un mundo de diferencias en la salud. Las zanahorias contienen una cantidad asombrosa de 490 fotoquímicos, de los cuales, todos ayudan al cuerpo a funcionar mejor. Los fitoquímicos son sustancias de plantas bioactivas naturales encontradas en frutas, verduras, y nueces, que proporcionan beneficios a la salud humana. Los fitoquímicos eran básicamente desconocidos hasta hace un par de años y se les determinan por ser tan importantes como las vitaminas.

La Vitamina A es la vitamina más encontrada dentro de zanahorias. Sólo un vaso le da el 686 % de su necesidad diaria de la vitamina A. La zanahoria tiene la mayor cantidad de la vitamina A . Una de los mayores beneficios de comer zanahorias es que mejora la vista. La prevención de la ceguera nocturna y reenfocar (después de ver la luz brillante), es una ventaja que la vitamina A proporciona al cuerpo.

También es crítico en su papel como antioxidante, previniendo el cáncer y otras enfermedades degenerativas. El riesgo de enfermedad cardíaca e hipertensión también es enormemente reducido con una infusión de vitamina A en la dieta. La Vitamina A promueve el crecimiento de huesos y dientes, el mantenimiento de tejidos de cuerpo sanos, y el mantenimiento de funciones glandulares normales.

Esto ayuda en la resistencia a infecciones. La Vitamina A es sobre todo necesaria en la dieta de futuras madres, más que todo para aumentar y mantener la salud tanto de la madre, como del niño en vías de desarrollo. Las madres que consumen zanahorias después de un embarazo añaden la calidad a la leche de pecho y proporcionan todas estas ventajas encima debido a la vitamina un ser en la concentración alta en la leche zanahorias.

No sólo la vitamina A es encontrada en las zanahorias, pero hay muchas otras vitaminas y minerales que son encontradas en las zanahorias que proporcionan muchas ventajas al cuerpo.

Composición de la zanahoria

La zanahoria contiene un 20% de desperdicios, proteínas en un 1,5%, un 0,2% de grasa, 7,3% de azúcares y abundantes vitaminas. Predomina la de tipo A en forma de provitaminas, sólo igualada por las espinacas, y con casi el doble de cantidad que el perejil. Posee también hierro, potasio y calcio en niveles muy considerables y algo menos de fósforo. Aporta alrededor de 40 calorías por cada 100 gramos de alimento.

La composición de la raíz es muy compleja y entre sus azúcares contiene glucosa y sacarosa. También un 1,7% de fibra en estado bruto y casi otro tanto de cenizas. No faltan fosfátidos, muy apreciados en nutrición humana, como la lecitina y la glutamina. Pero sobre todo destaca por sus grandes cantidades de caroteno o materia colorante amarilla, la provitamina A.

Variedades de Zanahorias

Existen muchos tipos de zanahorias. Destacan la medio larga mantesa, la tantal, la tip-top, la roja de Carentan y la roja de Flakee. Las principales peculiaridades que las diferencian son el color, la forma, la longitud y el grosor de la raíz.

Por otra parte hay que tener también en cuenta el vigor y la duración del ciclo de cultivo de la planta. Generalmente en los mercados suele haber tres calidades: extra, primera y segunda.

Las mejores zanahorias son las más pequeñas. Estas se suelen vender atadas en manojos con penachos de hojas de color verde. Es recomendable cocer cualquier tipo de zanahoria al vapor y no pelarlas. En lugar de ello se recomienda lavarlas a conciencia y rasparlas superficialmente.

Beneficios de la zanahoria

- 1- Posee gran contenido de fibra.
- 2- Es rica en fósforo, lo que la hace muy útil para las mentes cansadas y agobiadas.
- 3- Es un antiséptico
- 4- Normaliza la sangre
- 5- Ayuda a la salud de los ojos y especialmente la visión nocturna.

- 6- Protege la piel y la ayuda a mantenerse joven
- 7- Es rica en antioxidantes como la vitamina A, beta caroteno y otros.
- 8- Contiene minerales vitales y micronutrientes beneficiosos para la salud.
- 9- Ayuda a equilibrar problemas digestivos y metabólicos.
- 10- Promueve la salud de los pulmones
- 11- Se puede usar cuando padece de anemia o depresión.

Desventajas de comer zanahoria

En realidad no hay ninguna. Es rica en azúcar por lo que hay que evitar el exceso continuo especialmente si hay problemas con los niveles de insulina. En medicina china se considera un vegetal caliente por ser raíz.

Como usar la zanahoria

Se puede comer cruda o cocina. Se puede preparar en jugos puros o mezclándola. Hay muchas recetas con zahoria, se puede usar en los arroces, ensaladas, en caldos, rellenos y hasta en postres.

Zanahoria en belleza

Por su alto contenido en beta- caroteno es ideal la piel. Se le usa en cremas y productos de belleza. Para disfrutar de sus beneficios solo tienes que comerla en moderación. Si se come en exceso puede producir una piel amarillenta pero atractiva. Como todo alimento hay que evitarlos excesos.

La zanahoria las vitaminas y minerales que mas sobresalen son:

Vitaminas A – Retinol

Es un alcohol primario que deriva del caroteno. Afecta la formación y mantenimiento de membranas, de la piel, dientes, huesos, visión, y de funciones reproductivas. El cuerpo puede obtener vitamina A, fabricándola a base de caroteno (encontrado en vegetales como: zanahoria, brécol, calabaza)

Vitamina B – Betacaroteno

Este grupo de vitaminas se reconoce porque son sustancias frágiles solubles al agua. La mayoría de las vitaminas del grupo B son importantes para metabolizar hidratos de carbono.

Fosforo

El Fósforo es un mineral que tiene muchas propiedades pero es muy conocido por ser muy bueno para nutrir nuestro cerebro mejorando nuestra memoria., entre otros.

Las enfermedades transmitidas por alimentos se definen como el conjunto de signos originados por el consumo de productos alimenticios o ingredientes, especies, bebidas o agua que contienen cantidades suficientes de sustancias tóxicas o gérmenes patógenos. Por este motivo es recomendable que al momento de consumir un alimento percatarnos si tienen las respectivas normas de higiene según lo establece el ministerio de salud.

Por otra parte es recomendable llevar una dieta equilibrada, consumiendo zanahoria diariamente este actúa como un micronutriente necesario para el cuerpo humano logrando una dieta equilibrada ya que según concepto dieta es el conjunto de las sustancias alimenticias que componen el comportamiento nutricional de los seres vivos y los micronutrientes forman parte de ellas.

5.3. JUSTIFICACIÓN

En base a la Investigación de campo realizada en el cantón Milagro, el mercado requiere del consumo de productos que ayuden a la alimentación sana. El mercado de milagro está dispuesto a adquirir galletas de zanahoria las mismas que son elaboradas bajo un estricto control de higiene, evitando que el consumidor tenga riesgos de salud al ingerirlos.

Con la ejecución de este proyecto estamos contribuyendo a una alimentación sana además, de que directa o indirectamente la actividad comercial se verá afectado positivamente, que hoy en día es muy necesario en el cantón Milagro, además de que el producto en mención está valorado a un precio accesible al mercado.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la Propuesta

Crear una Empresa que comercialice galletas de zanahoria cumpliendo con las normas y requerimientos legales y sanitarios, y de esta manera contribuir a una alimentación sana de la población.

5.4.2. Objetivos Específicos de la Propuesta

- Reunir los requisitos establecidos por la ley para el funcionamiento de la empresa.
- Realizar una investigación sobre los diferentes créditos bancarios que ofrecen las entidades financieras de la localidad.
- Examinar sobre proveedores y su influencia en el crecimiento de Zus Cía., Ltda.
- Desarrollar estrategias de publicidad para que informe al mercado antes de que el producto ingrese.

5.5 UBICACIÓN

Se requiere para este proyecto un local para su funcionabilidad, donde se disponga de un área para cocina, almacén oficina administrativa y otros.

Para distribución y comercialización del producto, el mismo que ofrezca ventajas emprendimientos y oportunidades para el desarrollo comercial, por lo que hemos elegido la siguiente ubicación como área estratégica por su afluencia de comercio y de personas que existe en el mismo, cuya ubicación es como sigue:

Ubicación:

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

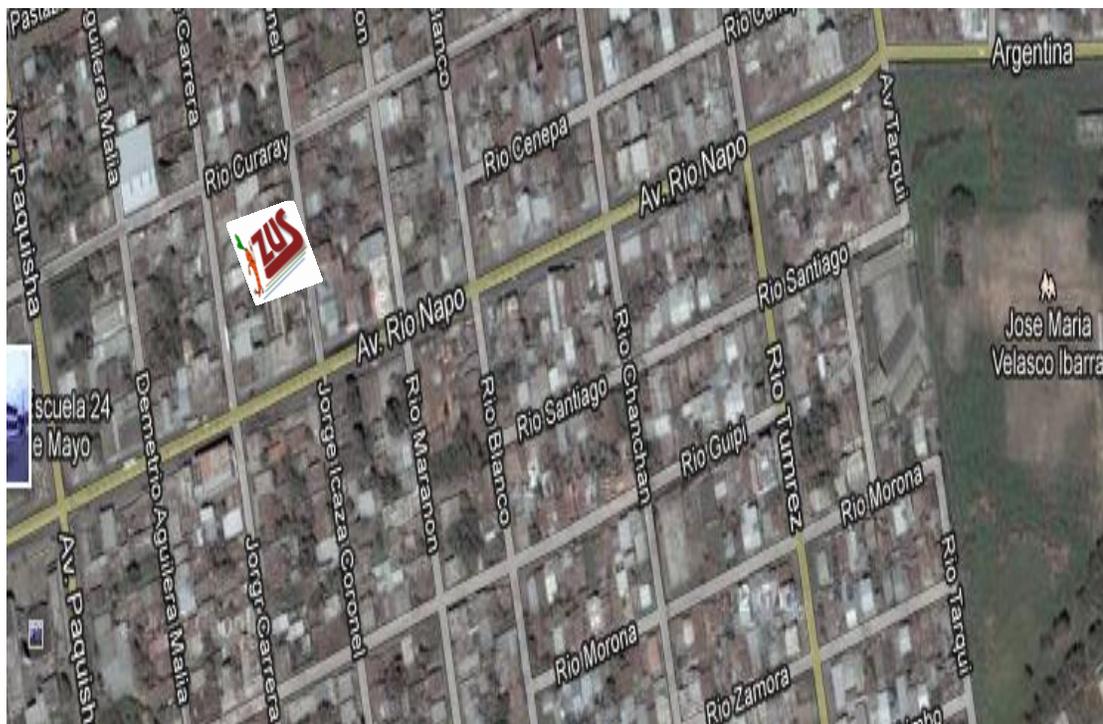
Empresa: “ZUS Cía. Ltda.”

Tipo de Institución: Compañía Limitada

Ubicación: Milagro, Cdla. Bellavista, Av. Napo y calle: Jorge Carrera Andrade.

CROQUIS DE UBICACIÓN

Gráfico.11 Ubicación de donde estará Galletas de zanahoria “ZUS Cía. Ltda.



Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

5.6. FACTIBILIDAD

Administrativo

Nuestro negocio es una pequeña microempresa destinada a la producción, y comercialización de productos derivados de la zanahoria con su especialidad en galletas, está dirigida al consumidor que deguste de este producto, por su higiene y calidad de elaboración con la finalidad de una alimentación sana.

Con este propósito estamos lanzando el producto para que sea reconocido en el mercado de toda la ciudadanía Milagreña la misma que será accesible, a un precio adecuado y que en su comercialización tenga una transparencia con nuestros clientes y proveedores en los cumplimientos de nuestras actividades.

También es nuestro afán su presentación la misma que está aplicado a las normas de higiene en su preparación, además de la imagen profesional en la presentación del recurso humano.

Luego de lograr una alta eficiencia con nuestros clientes mejoraremos la calidad del producto, esto aumentará nuestras ventas y estaremos dentro de la competencia del mercado.

En lo que a equipos y maquinarias se refiere estaremos adquiriendo activos de última tecnología los mismo que arrojaran mejoras del producto tanto en calidad como en volumen.

LEGAL

NORMAS CONSTITUCIONALES CAPÍTULO NOVENO RESPONSABILIDADES

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

3. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.
16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.

SECCIÓN OCTAVA
TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

CAPÍTULO SEXTO
TRABAJO Y PRODUCCIÓN
SECCIÓN PRIMERA
FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y SU GESTIÓN

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

SECCIÓN TERCERA

FORMAS DE TRABAJO Y SU RETRIBUCIÓN

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

SECCIÓN NOVENA

PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o Administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

CAPÍTULO SEXTO

DERECHOS DE LIBERTAD

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

16. El derecho a la libertad de contratación.

18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.

19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

CAPÍTULO SÉPTIMO

DERECHOS DE LA NATURALEZA

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y generación de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza.

Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

SECCIÓN QUINTA

RÉGIMEN TRIBUTARIO

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

CAPÍTULO SEGUNDO
DERECHOS DEL BUEN VIVIR
SECCIÓN PRIMERA
AGUA Y ALIMENTACIÓN

Art. 12.- El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

SECCIÓN SÉPTIMA
POLÍTICA COMERCIAL

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.

5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

SECCIÓN SÉPTIMA

SALUD

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

NORMATIVA REGLAMENTARIA

CÓDIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN EN LA PYMES

Art. 52.- Sanciones.- Los administradores u operadores de zonas especiales de desarrollo económico serán sancionados por las infracciones que contempla este

Capítulo, dependiendo de la gravedad de cada caso, con;

- a. Amonestación por escrito; y,

b. Multa cuyo valor será de un mínimo de diez y un máximos de cien salarios básicos unificados para el trabajador en general.

Para las infracciones graves:

a. Multa cuyo valor será de un mínimo de cincuenta y un máximos de doscientos salarios básicos unificados para el trabajador en general;

b. Suspensión de la autorización otorgada para desarrollar sus actividades, por un plazo de hasta tres meses;

c. Cancelación definitiva de la calificación de operador dentro de la respectiva zona especial de desarrollo económico; y,

d. Revocatoria de la autorización de una zona especial de desarrollo económico.

Las sanciones previstas para las infracciones leves podrán ser adoptadas por la unidad competente para el control operativo de las zonas especiales. Las sanciones previstas para las infracciones graves serán adoptadas por el Consejo Sectorial de la producción.

Para la aplicación de las sanciones detalladas en este artículo, deberá instaurarse previamente el respectivo proceso administrativo, cuyo procedimiento será establecido en el Reglamento a este Código.

La suspensión de las autorizaciones, la cancelación o la revocatoria conllevan la suspensión o terminación de los incentivos tributarios concedidos, por el mismo periodo de la sanción que se establezca.

LIBRO III
DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

TÍTULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

*Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y
Medianas Empresas (MIPYMES)*

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa.

Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Capítulo II

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;

- d.** Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.
- e.** Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
- f.** Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
- g.** Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
- h.** Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
- i.** Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
- j.** Las demás que establezca la Ley.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA
TÍTULO III
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA
CAPÍTULO I
FOMENTO A LA PRODUCCIÓN

Artículo 12. Principios generales del fomento.- Los incentivos estatales estarán dirigidos a los pequeños y medianos productores, responderán a los principios de inclusión económica, social y territorial, solidaridad, equidad, interculturalidad, protección de los saberes ancestrales, imparcialidad, rendición de cuentas, equidad de género, no discriminación, sustentabilidad, temporalidad, justificación técnica, razonabilidad, definición de metas, evaluación periódica de sus resultados y viabilidad social, técnica y económica.

Artículo 13. Fomento a la micro, pequeña y mediana producción.- Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza, el Estado:

- a) Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios solidarios, para lo cual creará un fondo de reactivación productiva que será canalizado a través de estas cajas de ahorro;
- b) Subsidiará total o parcialmente el aseguramiento de cosechas y de ganado mayor y menor para los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de acuerdo al Art. 285 numeral 2 de la Constitución de la República;

TÍTULO IV CONSUMO Y NUTRICIÓN

Artículo 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.

Artículo 28. Calidad nutricional.- Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de éstos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritaria.

El Estado incorporará en los programas de estudios de educación básica contenidos relacionados con la calidad nutricional, para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.

Las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación.

Artículo 30. Promoción del consumo nacional.- El Estado incentivará y establecerá convenios de adquisición de productos alimenticios con los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores agroalimentarios para atender las necesidades de los programas de protección alimentaria y nutricional dirigidos a poblaciones de atención prioritaria. Además implementará campañas de información y educación a favor del consumo de productos alimenticios nacionales principalmente de aquellos vinculados a las dietas tradicionales de las localidades.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

OBJETIVO 2: MEJORAR LAS CAPACIDADES Y POTENCIALIDADES DE LA CIUDADANÍA

Política 2.1. Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales.

- a) Integrar los programas estatales dispersos en un programa nacional, que considere la diversidad cultural así como la perspectiva de género y se enfoque en aquellos sectores de población en situación más crítica de malnutrición, con énfasis en la atención emergente a mujeres embarazadas y niños y niñas con desnutrición grave.
- b) Coordinar adecuadamente los esfuerzos públicos y privados en materia de producción, distribución y comercialización de alimentos.
- c) Promover programas de reactivación productiva enfocados al cultivo de productos tradicionales, articulados al programa nacional de alimentación y nutrición.

- d) Articular mecanismos de información sobre la importancia del control mensual y programas de alimentación para infantes que evidencien desnutrición temprana.
- e) Fortalecer los programas educativos dirigidos a toda la población, relacionados con la calidad nutricional para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.

SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS
H. CONGRESO NACIONAL
LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION
En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la
Constitución Política de la República.
R E S U E L V E:
EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS
SECCION I
DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un Factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso.

Cuando se aporte bienes hipotecados, será por el valor de ellos y su dominio se transferirá totalmente a la compañía, pero el socio aportante recibirá participaciones o acciones solamente por la diferencia entre el valor del bien aportado y el monto al que ascienda la obligación hipotecaria.

La compañía deberá pagar el valor de ésta en la forma y fecha que se hubieren establecido, sin que ello afecte a los derechos del acreedor según el contrato original.

No se podrá aportar a la constitución o al aumento de capital de una compañía, bienes gravados con hipoteca abierta, a menos que ésta se limite exclusivamente a las obligaciones ya establecidas y por pagarse, a la fecha del aporte.

Los créditos solo podrán aportarse si se cubriera, en numerario o en bienes, el porcentaje mínimo que debe pagarse para la constitución de la compañía según su especie.

Quien entregue, ceda o endose los documentos de crédito quedará solidariamente responsable con el deudor por la existencia, legitimidad y pago del crédito, cuyo plazo de exigibilidad no podrá exceder de doce meses.

No quedará satisfecho el pago total con la sola transferencia de los documentos de crédito, y el aporte se considerará cumplido únicamente desde el momento en que el crédito se haya pagado.

En todo caso de aportación de bienes el Superintendente de Compañías, antes de aprobar la constitución de la compañía o el aumento de capital, podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la Institución.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326, de 25 de noviembre de 1999.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será ineficaz contra terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador.

En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas regales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación.

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionada por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el Reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas;
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Artículo 13. Fomento a la micro, pequeña y mediana producción.- Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza.

El Estado:

- a) Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios solidarios, para lo cual creará un fondo de reactivación productiva que será canalizado a través de estas cajas de ahorro;
- b) Subsidiará total o parcialmente el aseguramiento de cosechas y de ganado mayor y menor para los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de acuerdo al Art. 285 numeral 2 de la Constitución de la República;
- c) Regulará, apoyará y fomentará la asociatividad de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de conformidad con el Art. 319 de la Constitución de la República para la producción, recolección, almacenamiento, conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de sus productos.

El Ministerio del ramo desarrollará programas de capacitación organizacional, técnica y de comercialización, entre otros, para fortalecer a estas organizaciones y propender.

TÍTULO IV CONSUMO Y NUTRICIÓN

Artículo 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.

Artículo 28. Calidad nutricional.- Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de éstos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritaria. El Estado incorporará en los programas de estudios de educación básica contenidos relacionados con la calidad nutricional, para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.

Las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación.

Artículo 29. Alimentación en caso de emergencias.- En caso de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación, el Estado, mientras exista la emergencia, implementará programas de atención emergente para dotar de alimentos suficientes a las poblaciones afectadas, y para reconstruir la infraestructura y recuperar la capacidad productiva, mediante el empleo de la mano de obra de dichas poblaciones.

Artículo 30. Promoción del consumo nacional.- El Estado incentivará y establecerá convenios de adquisición de productos alimenticios con los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores agroalimentarios para atender las necesidades de los programas de protección alimentaria y nutricional dirigidos a poblaciones de atención prioritaria. Además implementará campañas de información y educación a favor del consumo de productos alimenticios nacionales principalmente de aquellos vinculados a las dietas tradicionales de las localidades.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

OBJETIVO 2: MEJORAR LAS CAPACIDADES Y POTENCIALIDADES DE LA CIUDADANÍA

Política 2.1. Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales.

- f) Integrar los programas estatales dispersos en un programa nacional, que considere la diversidad cultural así como la perspectiva de género y se enfoque en aquellos sectores de población en situación más crítica de malnutrición, con énfasis en la atención emergente a mujeres embarazadas y niños y niñas con desnutrición grave.
- g) Coordinar adecuadamente los esfuerzos públicos y privados en materia de producción, distribución y comercialización de alimentos.

- h) Promover programas de reactivación productiva enfocados al cultivo de productos tradicionales, articulados al programa nacional de alimentación y nutrición.
- i) Promover la asistencia a los controles médicos mensuales de las madres embarazadas para prevenir la malnutrición prenatal, así como para entregar suplementos alimenticios básicos en la gestación.
- j) Promover la lactancia materna exclusiva después del nacimiento e implementación de bancos de leche materna a escala nacional.
- k) Articular mecanismos de información sobre la importancia del control mensual y programas de alimentación para infantes que evidencien desnutrición temprana.
- l) Fortalecer los programas educativos dirigidos a toda la población, relacionados con la calidad nutricional para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos.
- m) Apoyar al desarrollo de huertos experimentales en los diferentes ámbitos y espacios sociales.

Para el correcto funcionamiento de la empresa debemos cumplir con los requisitos legales y necesarios que establecen las leyes actuales para el cumplimiento de nuestra labor y el trabajo a desempeñar con nuestro capital.

La actividad de nuestro negocio es la producción y comercialización de Galletas de zanahoria implica que requerimos de un capital de \$17,302.00 el mismo que comienza como toda etapa inicial de proyecto para obtener la suficiente experiencia en la actividad económica por lo que se requiere de los requisitos legales que a continuación se detallan:

- ✓ RUC actualizado.
- ✓ Permiso Anual de Funcionamiento (Patente Municipal).
- ✓ Permiso de Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Permiso de Funcionamiento otorgado por la Dirección Provincial de Salud.
- ✓

Referente a RUC actualizado con el Servicio de Rentas Internas, este se efectúa para registrar la nueva actividad a incrementar en la empresa y cumplir con los impuestos que representen los mismos.

Requisitos SRI, incremento de actividades en el RUC:

- 1.- Copia de la escritura de la compañía.
- 2.- Copia de Cédula de Identidad y Certificado de Votación de los representantes legales.
- 3.- Copia del RUC.
- 4.- Incremento de actividad (mencionar la actividad).
- 5.- Firma del representante legal.

El Permiso Anual de Funcionamiento se registra en el municipio de nuestra localidad para el desarrollo normal de las actividades.

MUNICIPIO DE MILAGRO

Requisitos para la obtención de Registro de Patente otorgado por el Municipio de Milagro:

1.- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Milagro por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Milagro.

2.- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.).

Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante.

Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.

3.- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y el certificado de votación.

4.- Declaración del Impuesto a la Renta y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible.

Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.

5.- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).

6.- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.

7.- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

Cuerpo de Bomberos, requisito indispensable para situaciones de emergencia como incendios y obligatorio en la actualidad.

PERMISO BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS (MILAGRO)

- 1.- Copia del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
 - 2.- Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
 - 3.- Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano. (Dependiendo de la actividad si lo requiere)
 - 4.- Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía indicando la persona que va a realizar el trámite y copia de las cédulas de identidad de la persona que lo autoriza y del autorizado.
 - 5.- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de identidad.
- Referente al Permiso de la Dirección Provincial de Salud, es requisito indispensable para garantizar la higiene con la que se elabora nuestro producto.

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Requisitos para inscripción de Productos Nacionales:

- 1.- Solicitud dirigida al Director provincial de Salud del Guayas.
- 2.- Registro Único de Contribuyente
- 3.- Cédula de Ciudadanía
- 4.- Certificado de votación
- 5.- Certificado del Cuerpo de Bomberos
- 6.- Copia de los Certificados de Salud de los trabajadores
- 7.- Traer por duplicado en carpeta manila con copia de solicitud.

Presupuestario

Nuestro presupuesto asciende al valor de \$ 17.302,00 y está conformado por adquisiciones de maquinarias, muebles y enseres, gastos de administración y utilitarios necesarios para la operación inicial, por lo que se tiene previsto la financiación con la Corporación Financiera Nacional CFN para el inicio de actividades.

Técnico

La aplicación de nuestro proyecto implica la utilización de maquinaria de última tecnología con estructura de acero inoxidable con sistema de inyección a gas para capacidad de producción alta.

Un equipo codificador automático para la impresión de etiquetas y registro de seguridad del producto, También utilizaremos una banda automática transportadora de alimentos y un percha de bodega para conservación de productos, además del personal entrenado para el manejo de la misma.

5.7 Descripción de la Propuesta

Misión

Ser una empresa comprometida a brindar productos de calidad; con las respectivas normas de higiene, ayudando a que la población tenga unos buenos hábitos alimenticios y una alimentación sana.

Visión

Ser una empresa con los mejores estándares de calidad en galletas y para el año 2018 ser los número uno en el mercado local y expandirnos a nivel nacional.

Filosofía

Trabajar con honestidad, veracidad y voluntad en la producción y la calidad de nuestro producto, dando como resultado la entera satisfacción de nuestros clientes.

Objetivo General

Proporcionar a la población un producto con excelente valor nutricional que contribuya a la alimentación sana de los consumidores.

Objetivos Específicos

1. Seleccionar los canales que faciliten la adquisición del producto por parte de los consumidores.
2. Establecer parámetros de calidad del producto, asegurando que es un producto garantizado.
3. Brindar a los clientes seguridad y confiabilidad en el consumo de nuestro producto.
4. Ofrecer oportuno servicio al cliente brindándoles información sobre nuestro producto.

Valores Corporativos

Espíritu constructivo: La creatividad y buena fé.

Respeto a los demás: Induce a cordialidad, armonía, aceptación.

Lealtad: La fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad.

Honestidad: Rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes de Comercial hacia los clientes y la empresa.

Transparencia: Al momento de dialogar con el equipo de trabajo y pacientes de la clínica deben ser abiertos y francos en la información, mostrar nuestros resultados y mantener canales de comunicación internos y externos con toda la organización.

Ética: Aplicar todos los principios humanos como el respeto en todo momento de la vida cotidiana.

Sinergia.- Desarrollar una organización multifacético para atender con soluciones integrales para sus actuales y potenciales clientes.

Trabajo en equipo.- Fomentar la delegación en los funcionarios creando responsabilidad compartida y desarrollo profesional.

Políticas de calidad.

El producto que se va a ofrecer será siempre de calidad pensando en satisfacer las necesidades de los clientes potenciales para de esta manera contribuir a una alimentación sana.

Políticas de Compra

La empresa contempla unas políticas de compra responsable que tiene como objetivo el mantenimiento de un inventario en stock para abastecer la demanda de productos requeridos por los clientes lo cual va a permitir mantener buenas relaciones con los proveedores.

Contemplar un conjunto de valores y principios de negocio para regular actividades e interacciones con todas las personas, son los siguientes:

- Tener continuidad del abastecimiento.
- Evitar productos obsoletos y desperdicios innecesarios de los materiales comprados.
- Revisar la base de datos de nuestros proveedores.
- Negociar descuentos y condiciones de pago.
- Determinar la cantidad de compras, mediante previsiones de demandas.
- Verificar el cumplimiento de las órdenes de compra en lo relacionado con las fechas, cantidades y calidades.

Políticas de la Empresa

- Respetar los horarios establecidos por la Empresa.
- Firmar el registro de asistencia laboral en los horarios dispuestos.
- Cumplir las tareas asignadas en su plan de trabajo individual.
- Atender, informar y orientar correctamente a cualquier persona que solicite o que necesite de sus servicios o atención.

- Mantener un comportamiento ético dentro de sus labores profesionales.
- Cuidar el orden y limpieza de su área de trabajo.
- Dar informe cada día del trabajo realizado en su área, a fin de coordinar planes de ejecución para mejorar y plantear soluciones para cada área.
- Llevar un control permanentemente de todas las actividades de la empresa.

Política para los clientes

- Atender sus inquietudes a tiempo.
- Entregar los productos en las mejores condiciones
- Cancelar la consulta en caja antes de ser atendido.
- Guardar en una base datos historial delos clientes potenciales.

Estructura orgánica – funcional

La empresa iniciará sus labores con seis empleados, que a medida que se posesión en el mercado irá creciendo su personal.

Se presenta el organigrama funcional en el siguiente gráfico:

Grafico 12. Estructura Orgánica - Funcional



DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Cuadro.14 Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Administrador
SUPERVISA A:	Secretaria, jefe de producción y jefe de ventas.
LUGAR DE TRABAJO:	Empresa
LINEA DE JERARQUÍA:	Administración
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
El Administrador actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. Es responsable de los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con el personal planea.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas. • Crear un ambiente laboral en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. • Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para fortalecer sus capacidades. • Contacto con proveedores para la adquisición de materia prima, entre otros. • Establecer estrategias y cumplir las respectivas políticas con los proveedores • Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques, cuentas por cobrar y otros). • Estudiar solicitud de empleo, Elaborar contratos de trabajo, Controlar que se hagan las afiliaciones al IESS. • Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Ing. Comercial, Ing. CPA, Ing. Gestión Empresarial o carrera afines • Planificación estratégica. • Maneja herramientas computarizadas como Word y Excel. 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener 2 años mínimos de experiencia. 	
SEXO	
<ul style="list-style-type: none"> • Indistinto 	

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro.15 Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACION DEL CARGO:	Secretaria
SUPERVISOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	N/A
LUGAR DE TRABAJO:	Empresa
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Verificar el buen funcionamiento del área administrativa y la atención al cliente. Realizar el cobro de las citas médicas.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar funciones que le asigne el Administrador. • Elaborar y hacer informes respectivos de los clientes, trabajadores y según asigne el administrador. • Informar al administrador sobre ingresos de personal y sus novedades. • Ofrecer información respectiva y oportuna a los clientes. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Ing. Comercial, Administración de Empresas o carreras afines • Manejo de Word, Excel. 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA.	
<ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. • Tener 1 año mínimo de experiencia. • Proactiva, con predisposición para aprender. 	
EDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • De 24 a 30 años 	
SEXO	
<ul style="list-style-type: none"> • Femenino 	

Elaboracion: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro.16 Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Contador
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
LUGAR DE TRABAJO:	Servicio Prestado
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
Prestará sus servicios cuando el administrador lo requiera, verificar todo trámite contable.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar al sistema contable todo lo relacionado con la operación del negocio • Elaborar los estados financieros. • Elaborar rol de pagos según la afiliación del IESS y nómina del personal. • Elaborar cuadro de provisiones de Beneficios Sociales según el IEES. • Manejar el programa del IEES para imprimir formularios de pagos. • Declarar impuestos al SRI • Elaborar la depreciación de Activos Fijos. • Elaborar cuadro de ventas y compras para el cumplimiento de declaración de impuestos al SRI. • Elaborar pagos de Beneficios Sociales ante la Subdirección de Trabajo. • Facturación. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Título Profesión en Contabilidad y Auditoría (CPA). • Alto conocimiento de la Ley Tributaria, Seguro Social; Ley Societaria, Ley de Compañías. 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA.	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia 2 años cargos similares. • Agilidad numérica; Agudeza visual. 	
EDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • De 28 a 35 años 	
SEXO	
<ul style="list-style-type: none"> • Indistinto 	

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro.17 Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACION DEL CARGO:	Jefe de Producción
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	Ayudante de Producción
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
Responsable de organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones del área productiva garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener una comunicación con los demás trabajadores, con el fin de informar sobre el desarrollo de la producción, productos y cantidades fabricadas, plantear las mejoras que tengan lugar; mejorando así la calidad de los productos, los tiempos de producción y la disminución de los costos. • Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa. • Proponer a su jefe inmediato la adquisición de nueva maquinaria a fin de mejorar la productividad, según las necesidades del departamento. • Optimizar el espacio industrial, mejorando el flujo de los procesos productivos realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra. • Seguimiento y control de las condiciones ambientales de la fabricación. Inspección, investigación y muestreo con el fin de controlar los factores que puedan afectar la calidad. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional Químico Farmacéutico. 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. 	
EDAD	
28 a 30 años	
SEXO	
Indistinto	

Cuadro 18. Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACION DEL CARGO:	Jefe de Ventas
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	Vendedores
LUGAR DE TRABAJO:	Empresa
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
Realizar todo tipo de contacto con los clientes y clientes potenciales.	
DESCPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico. • .Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas. • Coordinar los planes de trabajo de los vendedores Semanal, Mensual y Anual. • Analizar los problemas para aumentar la eficiencia de la operación y proponer soluciones rentables para la Empresa. • Análisis del volumen de venta, costos y utilidades. • Verificar los nuevos productos del mercado para comercializar y darles al público un buen beneficio. • Conocer las necesidades de diferentes tipos de clientes. • Impulsar la apertura a nuevos mercados y cuentas. • Crear e informar estrategias de ventas. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en marketing o carreras afines. 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. • Tener 1 año mínimo de experiencia. 	
EDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • De 25 a 30 años 	

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 19. Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACION DEL CARGO:	Vendedor
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	N/A
LUGAR DE TRABAJO:	Empresa
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
Satisfacer las necesidades del cliente, a través de un saludo cordial, una atención, preocupación y seguimiento constante durante el proceso de venta.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de las estrategias comerciales. • Realizar cobranzas. • Comunicar a su jefe inmediato sobre posibles inconvenientes. • ordenar, exhibir, etiquetar y reponer la mercadería disponible. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en marketing. • Cursando estudios universitarios en Administración 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. • Tener 1 año mínimo de experiencia. 	
EDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • De 25 a 35 años 	
SEXO	
<ul style="list-style-type: none"> • Masculino 	

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 20. Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACION DEL CARGO:	Auxiliar de Producción
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	N/A
LUGAR DE TRABAJO:	Empresa
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
Realizar ventas.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar de producción en todo lo relacionado con la preparación de las galletas. • Cumplir con las normas de higiene y seguridad necesarias para preservar la salud y evitar accidentes. • Distribuir las galletas cuidadosamente y colocar las raciones indicadas en los empaques. • Mantener en perfecta limpieza y orden la bodega, equipo e instalaciones, incluyendo maquinas, vasijas, horno etc. • Cuidar todo los instrumentos que están a su cargo. • Reducir costos de producción de galletas. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Chef profesional 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. • Tener 1 año mínimo de experiencia. 	
EDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • De 30 a 45 años 	
SEXO	
<ul style="list-style-type: none"> • Indistinto 	

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 21. Denominación del cargo de la Empresa “ZUS Cía. Ltda.”

DENOMINACION DEL CARGO:	Conserje y chofer.
SUPERIOR INMEDIATO:	Administrador
SUPERVISA A:	N/A
LUGAR DE TRABAJO:	Empresa
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
Ejecutar labores de limpieza y de apoyo en actividades sencillas de oficina, mensajería y repartición de los productos.	
DESCPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Barrer, limpiar y pulir pisos. • Lavar paredes, ventanas, pilas y servicios sanitarios. • Realizar labores de limpieza de las instalaciones, equipo y mobiliario de oficina. • Trasladar muebles y equipo de oficinas. • Preparar, llevar y traer documentos, materiales, y sobre todo los productos. • Realizar labores de mensajería. • Efectuar depósitos bancarios. • Ejecutar otras tareas sencillas de oficina. • Realizar otras labores propias del cargo. 	
NECESIDADES DE FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller • Chofer Profesional 	
NECESIDADES DE EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Haber trabajado en cargos similares. • Tener 1 año mínimo de experiencia. 	
EDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • De 30 a 45 años 	
SEXO	
<ul style="list-style-type: none"> • Masculino 	

Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

ANALISIS FODA

Fortaleza

- ✓ Higiene en el proceso de elaboración de las galletas de zanahoria.
- ✓ Únicos en el mercado de elaboración de este producto.
- ✓ Precio accesible a nuestro mercado meta.
- ✓ El producto está elaborado con materias prima nutricionales y alimenticias.

Oportunidades

- ✓ Apertura de los créditos por parte de las Instituciones Financieras.
- ✓ Incremento de personas que buscan comer un alimento sano,
- ✓ Existe gran aceptación en el mercado local por productos naturales y nutricionales.
- ✓ Incremento en el interés de la población en mantener un cuerpo sano.

Debilidades

- ✓ Carencia de recursos financieros propios.
- ✓ Nula experiencia en la comercialización de este tipo de producto.
- ✓ No contar con estructura propia.
- ✓ Producto innovador, que puede originar un lento crecimiento en las ventas.

Amenazas

- ✓ Cambios en políticas de producción.
- ✓ Desastres naturales e inundaciones que causen escases de la materia prima.
- ✓ Introducción por parte de la competencia de una nueva galleta de zanahoria.
- ✓ Crecimiento de la delincuencia.

Cuadro 22. Análisis FOFA DODA

		F	D
		FO	DO
O	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Darnos a conocer al mercado que buscan comer un alimento sano somos. ✓ Existe gran aceptación en el mercado local por productos naturales y nutricionales con respectivas normas de higiene. ✓ El producto está elaborado con materia prima nutricional y alimenticia que beneficiara a la población a mantener un cuerpo sano. ✓ Créditos por parte de las Instituciones Financieras, que ayudara a vender el producto aun precio accesible a nuestro mercado meta. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Créditos por parte de las Instituciones Financieras que ayudara a ZUS a financiarse. ✓ Incremento de personas que buscan comer un alimento sano Facilitara la comercialización de este tipo de producto. ✓ Crédito por parte de las Instituciones Financieras ayudara a contar con estructura propio. ✓ Incremento en el interés de la población en mantener un cuerpo sano, originara crecimiento en las ventas. 	
		FA	DA
A	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Higiene en el proceso de elaboración del producto aprovechando las políticas de producción. ✓ Únicos en el mercado de elaboración de este producto que tiene facilidad de ser conseguido en diferentes ciudades del país. ✓ Precio accesible a nuestro mercado meta, mejorando la calidad de acuerdo pasa el tiempo que eliminara a futuras competencias. ✓ El producto está elaborado con materias prima nutricionales y alimenticias. ✓ Prevenir adecuadamente cualquier sospecha delincencial. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios de política de producción anunciados con anterioridad para financiarnos con anticipación obteniendo financiamiento propio. ✓ Capacitaciones constantes sobre la de este tipo de producto y ayudara a estar adelantados frente a la posible competencia ✓ No contar con estructura propia y desastres naturales y delincuenciales que afectaría la marcha de la empresa, aprovechar las diferentes propuestas de financiamiento. Crecimiento de la delincuencia. 	

LAS 4P DE MARKETING

La mercadotecnia está formada por 4 piezas principales, llamadas las 4 P de la mercadotecnia:

Producto,

Precio,

Plaza,

Promoción o comunicación.

La finalidad es encontrar las mejores estrategias para llegar al mercado meta y de la misma manera conferir beneficios para los consumidores y utilidades a la empresa.

Producto

Mediante el estudio antes realizado, se determinó que la población del cantón Milagro tienen mayor preferencia por comprar snack de dulce, que los de sal.

El producto que elaborara y comercializara la empresa ZUS Cía. Ltda. será, galletas a base de zanahoria sabor dulce, cada empaque sellado contendrá su respectivo nombre, logo, presentación, características y eslogan.

Así mismo, existirá dos tamaños de paquetes a elegir, uno compuesto por 4 unidades de galletas de zanahoria y otro compuesto por 6 unidades, cada galleta tendrá un tamaño de cada paquete tendrá unidades redondas de 5 cm de diámetro y 4 Mm de espesor.

Objetivos del Producto

Ser un producto natural, innovador, nutritivo y de buen sabor. Darle valor agregado al producto como proteínas, vitaminas y minerales necesarios para el crecimiento y desarrollo de los jóvenes.

Crear envolturas adecuadas para conservar bien las galletas y que además sean atractivos para el grupo objetivo.

Nombre del Producto

El nombre del producto es “Zus galletas de zanahoria”, porque es fácil de memorizar para los consumidores potenciales. Además de hacer mención que las galletas están elaboradas a base de zanahoria para aprovechar las cualidades nutritivas y energéticas de esta hortaliza.

Logotipo

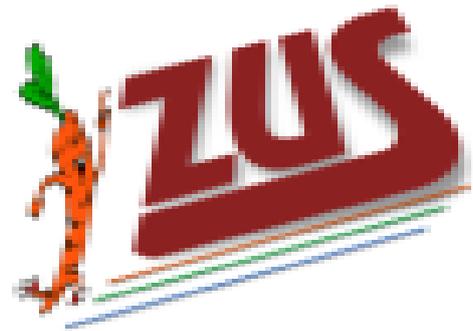
Grafico 13. Logotipo del producto

Grafico 14. Logotipo de la compañía

Logotipo del producto



Logotipo de la Compañía “Zus Cia.Ltda”



Elaboración: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Empaque

En los empaques los consumidores encontrarán 4 y 6 unidades de galletas de zanahoria.

Precio

Para determinar el precio del producto se definirá como base o piso, el precio que cubra los costos dentro del análisis financiero y como techo, el precio de productos de características similares en el mercado. Así mismo, se considerará el precio que los consumidores estarán dispuestos a pagar según mostró la investigación es de \$0.45 de la 4 unidades y de 6 unidades \$0,65.

Fijación de precios

El precio es una táctica que utiliza la industria para dirigir sus productos a poblaciones específicas. Entre las estrategias de Precio – Calidad, nos ubicamos en el cuadrante de “*Estrategia de valor alto*” ya que representa a una alta calidad y un precio mediano, esto quiere decir que es un producto de alta calidad pero de un precio menor.

Nuestro objetivo para la fijación del precio está enfocado a las ventas, en maximizar la participación en el mercado, todo esto suponiendo que el mercado es sensible al precio.

La sensibilidad del precio es afectada por algunos factores, los pertinentes considerados en el caso para nuestro producto son:

Efecto del valor único: Los compradores son menos sensibles al precio cuando el producto es más distintivo.

Efecto de precio – calidad: Los compradores son menos sensibles al precio si el producto tiene mayor calidad, prestigio o exclusividad.

La demanda para el producto se supone elástica e influenciada por los factores mencionados con una tendencia a ser menos elástica justificada por pocos competidores en el mercado, y los compradores creen que los precios se justifican por la calidad y la inflación.

Estrategias de precio

Al poder manejar eficientemente los costos, se aprovechara esta fortaleza para una rápida respuesta de las acciones que puedan tomar los competidores con respecto al precio, además de incentivar a los autoservicios con un margen de utilidad sobre las ventas directas.

El precio para los consumidores \$0.45 la de 4 unidades y \$0,65 la de 6 unidades por paquete.

Plaza

Objetivos de plaza

- Determinar los canales de distribución más apropiados para llegar eficientemente al grupo objetivo.
- Motivar a los mayoristas a dar presencia de nuestro producto en las perchas de sus dependencias.
- Lograr manejar otras plazas de localización del producto, que estén más cercanas al consumidor.
- Llegar al consumidor con un producto fresco y de calidad.
- Lograr un sistema de producción constante y puntual.
- Alimentar una base de datos con los puntos de ventas no tradicionales como por ejemplos Gimnasios, centros estéticos, etc.

Estrategias de plaza

La distribución del producto se hará de la siguiente manera:

- La ciudad se ha dividido en cuatro partes para el estudio de mercado, y es por medio de la venta directa que se realizara el servicio al cliente.
- Por lanzamientos se colocaran pequeñas islas en lugares frecuentados por los jóvenes (universidades, colegios, centros comerciales), para dar a conocer y degustar el producto.
- Una estrategia que se desarrollara es la colocación del producto en los bares de los colegios, universidades, gimnasios, centros estéticos, supermercados,
- etc., donde acuden nuestro grupo objetivo.

Promoción – comunicación

Objetivos de comunicación

- Comunicar que es un producto nutritivo que brinda la satisfacción de cuidar la dieta diaria de una manera sana y natural.
- Informar acerca de los nutrientes de las galletas de zanahoria.
- Informar acerca de los beneficios de la zanahoria, dentro del sistema alimenticio básico.

Slogan

El slogan se lo escogió para abarcar el mercado objetivo tanto como gente joven como de gente mayor, quienes buscan un producto que les permita alimentarse sin perjudicar su salud, además de satisfacer las necesidades de estar en forma con un producto natural, nutritivo.

Se maneja el siguiente slogan:

“Zus preferidas porque le causan salud a su vida”

Acciones de comunicación

Por estar en la etapa de lanzamiento, se necesitara de una publicidad agresiva, sirviéndonos de todos los medios de comunicación posibles y que lleguen eficazmente a nuestro segmento objetivo, por lo tanto utilizaremos los siguientes mecanismos de comunicación:

- Trípticos
- Radio
- Página de Internet (Facebook).

La utilización de la radio será nuestro fuerte, por ser el medio que directamente llega a las personas jóvenes y mayores que se encuentran fuera de casa. La estación de radio será: Radio la voz de milagro.

Se entregaran muestras en los supermercados, colegios, centros comerciales, entre otros.

Se entregaran trípticos en las tiendas minoristas y en bares de colegios, universidades, supermercados, gimnasios, centros estéticos, entre otros; llegando de esta manera al mercado objetivo.

A continuación se muestra el tríptico y nuestra tarjeta de presentación:

Grafico 15. Tríptico

ZUS CIA.LTDA

Otra manera de comer sus hortalizas.

Ofrece una galleta a base de zanahoria para que toda su familia se atreva a degustarla de su exquisito sabor, brindándole beneficios que aportaran a sus alimentación sana.



PROPIEDADES QUE CONTIENE LA ZANAHORIA

- ◆ Es rica es fósforo
- ◆ Posee sustancias aromáticas.
- ◆ Es digestiva.
- ◆ Diurética.
- ◆ Emenagoga.
- ◆ Depurativa.
- ◆ Vigorizante.
- ◆ Antioxidante.
- ◆ Antiulcérico.
- ◆ Inmunoestimulante.



GALLETAS DE ZANAHORIA "ZUS" Cia.Ltda.



Elaborado por: Pérez Jackeline & Vargas Miranda

Grafico 16. Tríptico

Misión

Ser una empresa comprometida a brindar productos de calidad; con las respectivas normas de higiene, ayudando a que la población tenga unos buenos hábitos alimenticios y una alimentación sana.

Visión

Ser una empresa con los mejores estándares de calidad en galletas y para el año 2018 ser los número uno en el mercado local y expandirnos a nivel nacional.

ZUS Cia.Ltda.



Teléfono: 2710-335 o al 0982945468 - 0985896693.

Correo: zus@hotmail.com

Encuétranos en :



SUS BENEFICIOS:

Debido a las sustancias aromáticas que posee la zanahoria, es muy buena para estimular el apetito y muy usada para la gente que padece anemia o depresión.

Es muy útil para eliminar los cólicos y disipa los gases que emite el organismo, debido a ello es recomendable ingerirla después de las comidas.

Ayuda a quienes padecen de estreñimiento y tienen dolor de estómago a causa de una intoxicación.

Esta hortaliza es diurética, es decir que agiliza el proceso de orinar,.

Es rica en fósforo, por lo que es un excelente vigorizante, útil para las mentes cansadas y como restauradora de los nervios.

Sus carotenos poseen virtudes como las de proteger nuestras arterias o mantenernos jóvenes durante más tiempo.

Tarjeta de presentación

Grafico 17. Tarjeta de Presentación



ANÁLISIS DE PORTER

Amenaza de entrada de productos sustitutos

Los productos sustitutos más cercanos para ZUS Cía. Ltda. serían los panes, tortas, etc., que son elaborados con otros insumos como: harina integral, centeno, salvado u otros cereales.

La entrada de nuevos competidores es inminente y con la implementación de la nueva cultura nutricional en la actualidad, más empresas desearan integrar este mercado.

Poder de Negociación de los Proveedores

Nuestros proveedores radican dentro del país.

Quienes nos proveerán de materia prima es el sr. Xavier Hurtado quien tiene su puesto el mercado Municipal de Milagro.

Quien nos proveerá de las bolsas o fundas para los respectivos empaques será la fábrica Senefelder ubicada en Durán. Los insumos que son necesarios para la fabricación se pueden encontrar en algunas empresas locales. Por lo tanto el poder de negociación de los proveedores será bajo.

Poder de Negociación de los Consumidores

Por la clase del sector económico al cual va dirigido, los compradores podrían influir en los precios, puesto que el producto está en la fase introductoria, pero la empresa deberá conservar los niveles de calidad garantizando un excelente producto.

Plan de Ejecución.- Para elaborar el producto “galletas” a base de zanahoria en se requiere de los siguientes ingredientes para elaborarlas:

Ingredientes:

- Taza de harina
- Canela
- Bicarbonato de sodio
- Cucharadita de sal
- Taza de mantequilla sin sal, suave
- Azúcar blanca
- Huevo
- Cucharadita de vainilla
- Zanahoria
- Persevante

Preparación:

Mezclar la harina con la canela, bicarbonato de soda y la sal en un recipiente. Batir la mantequilla con el azúcar blanca, los huevos y la vainilla en la batidora a velocidad media, hasta que la mezcla esté suave y de color claro, aproximadamente 3 minutos. Bajar la velocidad y agregar la zanahoria, las nueces y pasas. Incorporar luego la mezcla de la harina y batir.

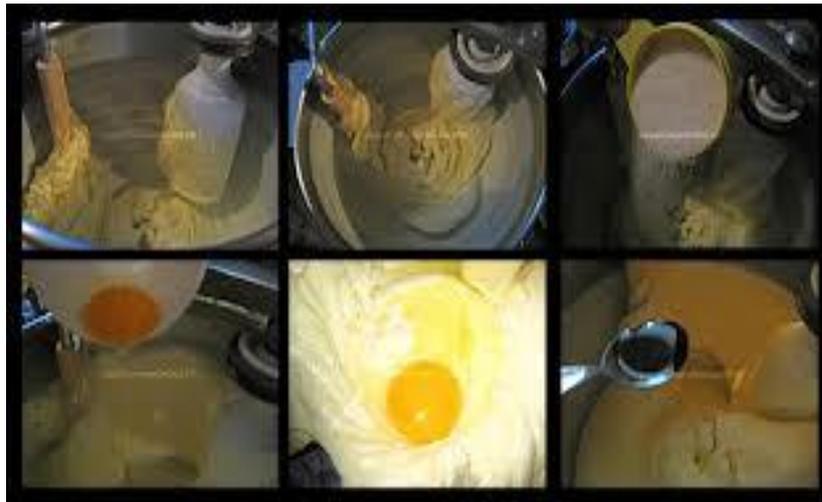


Gráfico 18. Preparación de las galletas de zanahoria

Dejar caer 1 ½ cucharada de masa por galleta en placas de horno enmantequilladas, dejando 5 cm (2 pulg) de separación entre galletas. Llevar al horno precalentado a 375°F (190°C) hasta que las galletas estén doradas, aproximadamente 12 – 15 minutos.

Gráfico 19. Masa de las galletas de zanahoria

Retirar del horno y enfriar las galletas en las placas durante 2 minutos. Retirarlas luego de las placas con una espátula y enfriarlas completamente sobre una rejilla.

Ubicarlas conforme corresponde en los respectivos empaques.

Licuada industrial

Características:

_ Batidora. Capacidad 20 litros. Americana.

_ Datos Técnicos:

_ Cualificación: Certificación ISO-9001

_ Voltaje: 110 v. Frecuencia: 60Hz. Motor Power: 0.37 Kw. Velocidad (Revoluciones x minuto)

_ Batidoras industriales.- De tres velocidades, tres implementos de batido estos son gancho para masas duras, batidor plano o escudo y globo para masas livianas. Recipiente removible de acero.

Gráfico 20. Licuadora Industrial



Horno profesional

Características:

- _ A gas. Línea n700. de sobremesa.
- _ 8 espacios con capacidad para 16 moldes hornillas con piloto.
- _ En acero inoxidable
- _ Potencia: 22 kw-gas.
- _ Peso: 500,6 lbs.
- _ Medidas exteriores: 160 x 80 x 50

Metalbisulfito Sódico

Composición Química del Persevante:

Nombre Químico: Bisulfito de sodio en polvo, Bisulfito seco, Pirosulfito de Sodio.

Fórmula Química: Na₂S₂O₅.

Aspecto: Pequeños cristales blancos, aciculares de fluidez libre.

Presentación: Bolsas de polietileno por 25kg y bolsones de 700 a 1000kg.

Grafico 21. Perseverante



Características:

Banda transportadora en acero inoxidable, para procesos de alimentos. Una vez cocido el producto el siguiente paso es envasarlo al vacío, que es un método de conservación que se basa en la extracción del oxígeno que rodea al producto en su envoltura consiguiendo mantener por más tiempo sus características físicas, químicas, y propiedad del mismo.

Ya que previene la oxigenación, el moho y la descomposición originada por la presencia de micro organismos, La máquina lo procesa con su cámara y campana exterior de alta producción y resistencia y tiene como característica: una funcionalidad estupenda de fácil manejo y de mantenimiento, para el envasado utilizamos una película film plástico que es de tres a siete capas compuestas, o también podemos hacerlo en aluminio el mismo que es utilizado para alimentos pre- cocidos o cocinados por lo que detallamos el equipo en mención.

Grafico 22. Banda transportadora de alimentos



El siguiente proceso es etiquetar el producto el mismo que utiliza tinta sólida calificada por su alta definición, impresión y secado instantáneo, fuerte adhesión y disponible en colores negro, rojo y blanco en el mismo se imprimirá fecha de elaboración y caducidad además de la barra de seguridad con el código del producto, este equipo funciona automáticamente y es de alta velocidad más de 30 ensambles por minuto.

Instrumentos a utilizar:

Para el proceso administrativo se utiliza computadora de escritorio, con software e impresora para el manejo del sistema contable, y despacho de mercadería.

Internet de banda ancha fija para comunicación con los clientes.

En la parte operativa se utiliza utensilios de cocina, removedores de materia prima, uniformes para el personal de producción, moldes para medida estándar del producto.

5.7.1 Actividades

Para la implementación de nuestra propuesta tenemos planificado la financiación de un préstamo a la Corporación Financiera Nacional que es el ente designado por el Estado.

- Compra de equipos de oficina
- Cotización de muebles y enseres
- Cotización de equipo de oficinas
- Arriendo del local
- Adecuación del local
- Compra de muebles y enseres
- Contacto con proveedores
- Compra de maquinarias
- Compra de material prima

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Recursos Humanos.- El personal con que cuenta la compañía para el desarrollo de nuestra actividad asciende a un total de 7 personas.

Cuadro 23. Personal de la Empresa “Zus Cía. Ltda”.

DENOMINACIÓN EN EL CARGO	N° DE Personas
Administrador	1
Jefe de Producción	1
Jefe de Ventas	1
Secretaria	1
Operario	1
Vendedor	1
Conserje	1

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

A continuación detallamos los Activos Fijos:

Cuadro 24. Activos fijos de la Empresa "Zus Cía. Ltda."

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C.UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
3	ESCRITORIOS EN L	190,00	570,00
3	SILLAS GIRATORIAS EJECUTIVAS	80,00	240,00
3	ARCHIVADORES METALICOS	150,00	450,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES	420,00	1.260,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
2	AIRES ACONDICIONADO	300,00	600,00
1	CALCULADORA / SUMADORA	50,00	50,00
2	DISPENSADOR DE AGUA	120,00	240,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA	470,00	890,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
2	COMPUTADORAS	600,00	1.200,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	250,00	250,00
1	LAPTOP HP 14" MEMORIA 4GB Y DISCO DURO DE 500GB.	250,00	250,00
2	UPS	60,00	120,00
2	REGULADOR DE VOLTAJE	150,00	300,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.310,00	2.120,00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
1	BATIDORAS INDUSTRIALES	250,00	250,00
1	LICUADORA INDUSTRIALES	150,00	150,00
3	LATAS DE PARA HORNEAR	45,00	135,00
1	HORNO INDUSTRIAL	700,00	700,00
1	MAQUINA ETIQUETADORA Y SELLADORA	300,00	300,00
1	VITRINA PARA MOSTRADOR	200,00	200,00
1	AMASADORA DOBLE RODILLO	250,00	250,00
1	MESA DE TRABAJO ACERO INOXIDABLE	300,00	300,00
1	TANQUE DE GAS INDUSTRIAL	140,00	140,00
1	CABEZOTE COMPLETO	7,00	7,00
	HERRAMIENTAS DE COCINA(OLLAS, DECORACION,PALETAS,RODILLOS)	600,00	600,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		3.032,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			7.302,00

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 25. Inversión Total de la Propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda."	
INVERSIÓN DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	\$1.260,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$2.120,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 890,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$3.032,00
CAJA – BANCO	\$10.000,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$17.302,00

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 26. Financiamiento de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda."		
FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		17.302,00
Financiado	40%	6.920,80
Aporte Propio	60%	10.381,20
		17.302,00

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 27. Tasa de Préstamo a Corporación Financiera Nacional

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda."		
TASA		
TASA ANUAL INTERÉS PRÉSTAMO	13,00%	0,13

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 28. Prestamo Bancario de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "		
PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	6.920,80	899,70

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 29. Tabla de amortización del financiamiento de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "				
FINANCIAMIENTO ANUAL				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO /ANUAL	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				6.920,80
1	2.306,93	899,70	3.206,64	4.613,87
2	2.306,93	599,80	2.906,74	2.306,93
3	2.306,93	299,90	2.606,83	-
	6.920,80	1.799,41	8.720,21	

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 30. Estado de resultados de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	186.000,00	195.300,00	205.065,00	215.318,25	226.084,16	1027767,41
COSTO DE VENTAS	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD BRUTA	186.000,00	195.300,00	205.065,00	215.318,25	226.084,16	1027767,41
COSTOS INDIRECTOS	46.376,35	48.108,77	49.722,41	48.520,05	49.448,02	242.175,59
DEPRECIACION						-
AMORTIZACION						-
UTILIDAD OPERACIONAL	139.623,65	147.191,23	155.342,59	166.798,20	176.636,15	\$ 785.592
GASTOS FINANCIEROS	899,70	599,80	299,90	-	-	\$ 1.799
UTILIDAD ANTES PART. IMP	138.723,95	146.591,43	155.042,69	166.798,20	176.636,15	783.792,4
PARTICIPACION EMPLEADOS	20.808,59	21.988,71	23.256,40	25.019,73	26.495,42	117.568,86
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	117.915,36	124.602,72	131.786,29	141.778,47	150.140,72	666.223,6
IMPUESTO RENTA	25.941,38	27.412,60	28.992,98	31.191,26	33.030,96	146.569,18
UTILIDAD NETA	91.973,98	97.190,12	102.793,30	110.587,21	117.109,76	519.654

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 31. Flujo de caja proyectado de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	186.000,00	195.300,00	205.065,00	215.318,25	226.084,16	1.027.767,41
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		186.000,00	195.300,00	205.065,00	215.318,25	226.084,16	1.027.767,41
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSIÓN INICIAL	17.302,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	35.314,75	35.844,47	36.382,14	36.927,87	37.481,79	181.951,03
GASTO DE VENTAS	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS GENERALES	-	10.140,00	10.292,10	10.446,48	10.603,18	10.762,23	52.243,99
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	20.808,59	21.988,71	23.256,40	25.019,73	91.073,44
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	25.941,38	27.412,60	28.992,98	31.191,26	113.538,22
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	17.302,00	45.454,75	92.886,54	96.229,93	99.780,44	104.455,01	38.806,68
FLUJO OPERATIVO INGRESOS NO OPERATIVOS	17.302,00	140.545,25	102.413,46	108.835,07	115.537,81	121.629,15	588.960,73

PRÉSTAMO BANCARIO	6.920,80	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	6.920,80	-	-	-	-	-	-
I NVERSIONES	-	-	-	-	-	-	-
PAGO DE CAPITAL	-	2.306,93	2.306,93	2.306,93	-	-	6.920,80
PAGO DE INTERESES	-	899,70	599,80	299,90	-	-	1.799,41
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	3.206,64	2.906,74	2.606,83	-	-	8.720,21
FLUJO NETO NO OPERATIVO	6.920,80	3.206,64	2.906,74	2.606,83	-	-	8.720,21
FLUJO NETO	10.381,20	137.338,61	99.506,72	106.228,23	115.537,81	121.629,15	580.240,53
SALDO INICIAL	-	10.000,00	147.338,61	246.845,33	353.073,56	468.611,37	-
FLUJO ACUMULADO	-	147.338,61	246.845,33	353.073,56	468.611,37	590.240,53	-

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 32. Balance General de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	-					
CAJA –BANCOS	10.000,00	147.338,61	246.845,33	353.073,56	468.611,37	590.240,53
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.000,00	147.338,61	246.845,33	353.073,56	468.611,37	590.240,53
ACTIVOS FIJOS	7.302,00	7.302,00	7.302,00	7.302,00	7.302,00	7.302,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		921,60	2.893,79	5.787,58	6.776,58	7.980,58
TOTAL DE ACTIVO FIJO	7.302,00	6.380,40	4.408,21	1.514,42	525,42	-678,58
TOTAL DE ACTIVOS	17.302,00	153.719,01	251.253,54	354.587,99	469.136,80	589.561,95
PASIVO	-					
CORRIENTE						
PRÉSTAMO	6.920,80	4.613,87	2.306,93	-	-	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	20.808,59	21.988,71	23.256,40	25.019,73	26.495,42
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	25.941,38	27.412,60	28.992,98	31.191,26	33.030,96
TOTAL PASIVO	6.920,80	51.363,84	51.708,25	52.249,39	56.210,99	59.526,38

PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	-					
UTILIDAD DEL EJERCICIO	10.381,20	10.381,20	10.381,20	10.381,20	10.381,20	10.381,20
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	91.973,98	97.190,12	102.793,30	110.587,21	117.109,76
	-	-	91.973,98	189.164,10	291.957,40	402.544,61
TOTAL PATRIMONIO	10.381,20	102.355,18	199.545,30	302.338,60	412.925,81	530.035,57
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	17.302,00	153.719,01	251.253,54	354.587,99	469.136,80	589.561,95

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

Cuadro 33. Índices financieros de la propuesta

EMPRESA "ZUS Cía. Ltda. "							
Índices Financieros							
Índices			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez	Índice de Solvencia	I.S = AC/PC	2,87	4,77	6,76	8,34	9,92
ROS	Rentabilidad sobre Ventas (ROS)	R.V = UN/V	49%	50%	50%	51%	52%
ROE	Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)	R.P = UN/P	90%	49%	34%	27%	22%
ROA	Rentabilidad sobre el Activo Total (ROA)	R. AT = UN/ AT	60%	39%	29%	24%	20%

Fuente: Pérez Jackeline & Vargas Bélgica

5.7.3 Impacto

Los beneficios a conseguir con nuestra propuesta a ejecutarse en el cantón Milagro serán las siguientes:

- Mejoraremos el hábito alimenticio con el consumo de este producto por parte de los cuidados.
- Referente al aspecto económico y de acuerdo al flujo de caja este nos da una rentabilidad \$ luego de la etapa de ejecución proyectada a cinco años.
- Podemos determinar que a nivel del cantón Milagro, crearemos directamente o indirectamente fuentes de trabajo para el mejoramiento económico de la ciudadanía.

5.7.4 Cronograma

La ejecución del proyecto se efectuara en las fechas que definimos en el cronograma que se detalla a continuación.

Cuadro 34. Cronograma

Actividades	Meses					
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6
Tramite y solicitud de crédito financiero						
Financiamiento						
Cotización de equipo de oficinas						
Arriendo del local e Instalaciones del local						
Cotización de muebles y enseres						
Compra de equipos de oficina						
Adecuación del local						
Selección de personal						
Compra de muebles y enseres						
Contacto con proveedores						
Compra de maquinarias						
Capacitación de personal						
Compra de material prima						
Publicidad						
Inicio de actividades						

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Para elaborar nuestro proyecto se elaboró encuestas sobre el consumo de galletas a base de zanahoria, por lo que es de forma cuantitativa, está basado en políticas de financiamiento por lo que se cuenta con créditos cedidos por la Instituciones Financieras a cargo del Estado el mismo que es la pauta para el inicio operacional de nuestra actividad.

Con el crédito obtenido producimos y comercializamos un producto de óptima calidad e higiene que tanta falta hace para la salud y estética de nuestra colectividad.

CONCLUSIONES

Hay un segmento de la población que está preocupado por los alimentos que consume diariamente, debido a esto muchos ciudadanos están adquiriendo ciertas enfermedades, debido a mala alimentación.

La población Milagreña está siendo muy cuidadosa al momento de adquirir productos para la dieta alimenticia para sus hijos.

Según información recopilada nos da a conocer que el consumo de productos alimenticios sin las respectivas normas de higiene trae como consecuencias enfermedades gastrointestinales en los mejores de los casos, pero si se consume diariamente este tipo de comidas puede provocar enfermedades que pueden causar hasta la muerte.

Con lo antes mencionado la mejor manera de incentivar los hábitos alimenticios de la población del cantón Milagro, es darle a conocer todas las desventajas que conlleva el consumir alimentos sin respectivas normas de higiene y el no tener una dieta equilibrada, y a su vez presentar todos los beneficios que da el llevar una dieta rica en proteínas, nutrientes y micronutrientes.

RECOMENDACIONES.

Que las autoridades responsables realicen controles sanitarios, y apliquen medidas correctivas evitando la propagación de alimentos sin las respectivas normas de higiene.

Realizar campañas publicitarias informando la tabla nutricional que necesita el ser humano diariamente en su vida cotidiana.

Concientizar a las personas mediante charlas o mensajes publicitarios sobre la adecuada manipulación de los alimentos dentro y fuera de sus hogares.

Dar apertura a proyectos innovadores sobre productos alimenticios el mercado.

Motivar a los comerciantes informales a recibir capacitaciones sobre la manipulación de alimentos que expenden en la ciudad de Milagro.

Bibliografía

ALIMENTARIUS, O. M.-C. (2009). HIGIENE DE LOS ALIMENTOS - CUARTA EDICION . En C. ALIMENTARIUS, *HIGIENE DE LOS ALIMENTOS - CUARTA EDICION* . ROMA.

ART.83, C. D., & . (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.83;. En C. D. ART.83, & ., *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR & ART.83;*. (pág. 59). QUITO.

BELLO PEREZ CARLOS, .. (2006). MANUAL DE PRODUCCION - APLICADO A LAS PYME. En .. BELLO PEREZ CARLOS, *MANUAL DE PRODUCCION - APLICADO A LAS PYME* (pág. 1). BOGOTA: ECOE .

BODAS MARTIN RICARDO, .. (2002). MANUAL PARA EL TECNICO EN PREVENCION DE RIESGOS LABORALES. En .. BODAS MARTIN RICARDO, *MANUAL PARA EL TECNICO EN PREVENCION DE RIESGOS LABORALES* (pág. 12). MADRID: DYKINSON.

CABALLERO ARMAS WILFREDO, .. (1975). INTRODUCCION A LA ESTADISITCAS. En .. CABALLERO WILFREDO, *INTRODUCCION A LA ESTADISITCAS* (pág. 130).

CODIGO DE LA PRODUCCION, .., & ART.52. (2010). CODIGO DE LA PRODUCCION EN LAS MIPYMES. QUITO.

CODIGO DE LA PRODUCCION, .., & ART.53. (2010). LIBRO III DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS , Y LA DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCCION. En .. CODIGO DE LA PRODUCCION, & ART.53, *LIBRO III DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS , Y LA DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCCION* (pág. 14). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.12-13. (2008). CAPITULO SEGUNDO DERECHOS DEL BUEN VIVIR;SECCION PRIMERA AGUA Y ALIMENTACION. En .. CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, *CAPITULO SEGUNDO DERECHOS DEL BUEN VIVIR;SECCION PRIMERA AGUA Y ALIMENTACION* (pág. 24). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.300. (2008). SECCION QUINTA, REGIMEN TRIBUTARIO. En C. D. ECUADOR, *SECCION QUINTA, REGIMEN TRIBUTARIO* (pág. 145). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.304-305-306. (2008). SECCION SEPTIMA, POLITICA COMERCIAL. En C. D. ECUADOR, *SECCION SEPTIMA, POLITICA COMERCIAL* (pág. 146). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.32. (2008). SECCION SEPTIMA, SALUD. En C. D. ECUADOR, *SECCION SEPTIMA, SALUD* (pág. 29). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.325. (2008). SECCION TERCERA;. FORMAS DE TRABAJO Y SU RETRIBUCION. En C. D. ECUADOR, *SECCION TERCERA;. FORMAS DE TRABAJO Y SU RETRIBUCION* (pág. 152). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.33. (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. En C. D. ECUADOR, *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .;ART.33* (pág. 29). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.33. (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .; ART.33. En .. CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, & ART.33. QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.52-53-54-55. (2008). SECCION NOVENA, PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS. En C. D. ECUADOR, *SECCION NOVENA, PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS* (pág. 40). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.66. (2008). CAPITULO SEXTO; DERECHOS DE LIBERTAD. En C. D. ECUADOR, *CAPITULO SEXTO; DERECHOS DE LIBERTAD* (págs. 47-48-49). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.71-72-73-74. (2008). CAPITULO SEPTIMO; DERECHOS DE LA NATURALEZA. En C. D. ECUADOR, *CAPITULO SEPTIMO; DERECHOS DE LA NATURALEZA* (pág. 52). QUITO.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, .., & ART.83. (2008).
CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. En C. D.
ECUADOR, *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL
ECUADOR*,.;ART.83 (pág. 59). QUITO.

DANIELA, P., IRMA, T., & BYRON, F. (2009). ESCUELA SUPERIOR
POLICTENCIA DEL LITORAL, PARQUE TEMATICO EN ZARUMA.
ZARUMA, EL ORO, ECUADOR.

Enrique Torres Bernier, R. S. (2007). Estructura de Mercados Turisticos.
Barcelona: UOC.

FEREGRINO PAREDES BALTAZAR, .. (2004). DICCIONARIO DE TERMINOS
FISCALES. En .. FEREGRINO PAREDES BALTAZAR, *DICCIONARIO
DE TERMINOS FISCALES* (pág. 151). MEXICO.

FRAUME RESTREPO NESTOR JULIO, .. (s.f.). DICCIONARIO AMBIENTAL.
En .. FRAUME RESTREPO NESTOR JULIO, *DICCIONARIO
AMBIENTAL* (pág. 126). ECOE .

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, .. D. (s.f.). GUIA PARA LA
PRIEMRA EXPORTACION ,. En .. D. GOBIERNO DE LA CIUDAD DE
BUENOS AIRES, *GUIA PARA LA PRIEMRA EXPORTACION* ,. (pág.
24).

Gómez M, M. (2006). Introduccion a la metodologia de investigación .
Argentina: Brujas.

GRONROOS CHRISTIAN, .. (1990). MARKETING Y GESTION DE
SERVICIOS . En .. GRONROOS CHRISTIAN, *MARKETING Y
GESTION DE SERVICIOS* (pág. 112). MADRID: LEXINGTON BOOKS
Y MACMILLAN,INC.

Idelfonso Grade, E. (2009). *Fundamentos y tecnicas de investiagcion
comercial*. Madrid: Esic.

IGNACIO, Q. C. (2004). DERECHO MERCANTIL . En I. Q. CORONADO,
DRECHO MERCANTIL (pág. 5). MEXICO: MEXICO.

ILDEFONSO GRANDE ELENA ABASCAL, .. (2005). ANALISIS DE
ENCUESTA. En .. ILDEFONSO GRANDE ELENA ABASCAL, *ANALISIS*

DE ENCUESTA (pág. 14). MADRID: ESIC.
INEC, 2. (s.f.).

JAUME, A. A., MARINA, R. D., & XAVIER., R. P. (2005). COMUNICACION INTERNA EN LA EMPRESA. En A. A. JAUME, R. D. MARINA, & R. P. XAVIER., *COMUNICACION INTERNA EN LA EMPRESA* (pág. 14). BARCELONA: UOC.

JEFFREY, P. L. (2002). INVESTIGACION DE MERCADOS,. GUIA MAESTRA PARA EL PROFESIONAL. En P. L. JEFFREY, *INVESTIGACION DE MERCADOS,. GUIA MAESTRA PARA EL PROFESIONAL* (pág. 386). BOGOTA: GRUPO NORMA.

JIMENEZ CISNEROS BLANCA ELENA, .. (2001). LA CONTAMINACION AMBIENTAL,. En .. José, S. C. (2004). Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica . Madrid: Diaz de Santos.

KOTLER PHILIP, .. A. (s.f.). FUNDAMENTOS DE MARKETING-SEXTA EDICION. En .. A. KOTLER PHILIP, *FUNDAMENTOS DE MARKETING-SEXTA EDICION* (pág. 21). MEXICO: PEARSON.

LEY ORGANICA DEL REGIMEN DE LA SOBERANIA ALIMENTARIA, ..., & ART.12. (2010). TITULO III PRODUCCION Y COMERCIALIZACION AGROALIMENTARIA,;CAPITULO I FOMENTO A LA PRODUCCION. En L. O. ALIMENTARIA, *TITULO III PRODUCCION Y COMERCIALIZACION AGROALIMENTARIA,;CAPITULO I FOMENTO A LA PRODUCCION* (pág. 4). QUITO.

LEY ORGANICA DEL REGIMEN DE LA SOBERANIA ALIMENTARIA, ..., & ART.27-28-29-30. (2010). TITULO IV, CONSUMO Y NUTRICION . En L. O. ALIMENTARIA, *TITULO IV, CONSUMO Y NUTRICION* (pág. 8). QUITO.

Lluís Blasco Estelles, J. (2004). Teoría del Conocimiento. Universitat de València.

Martel, A. (11 de 2007). *Universidad Central de Venezuela*. Recuperado el 25 de 06 de 2012, de Sector de acondicionamiento ambiental-coordinación de estudios de Postgrado: red.fau.ucv.ve:8080/tymd/getfile?name=dmartel-formulacion03

Maurice, E. D. (2006). Metodología de la investigación. México: EG corporations de servicios.

MIGUEZ, I. C., & FABEIRO CARMEN PADIN, .. (2006). COMERCIO INTERNACIONAL, UNA VISION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS OPERATIVOS DEL COMERCIO EXTERIOR. En I. C. MIGUEZ, & .. FABEIRO CARMEN PADIN, *COMERCIO INTERNACIONAL, UNA VISION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS OPERATIVOS DEL COMERCIO EXTERIOR* (pág. 2). ESPAÑA: VIGO.

MOGENS THOMSEN, C. D. (2009). EL PLAN DE NEGOCIOS DINAMICO-COMO INICIAR SU NEGOCIO. En C. D. MOGENS THOMSEN, *EL PLAN DE NEGOCIOS DINAMICO-COMO INICIAR SU NEGOCIO*. (pág. 9).

MORLES HERNANDEZ ALFREDO, .. (1998). CURSO DE DERECHO MERCANTIL. En .. MORLES HERNANDEZ ALFREDO, *CURSO DE DERECHO MERCANTIL, INTRODUCCION- LA EMPRESA-EL EMPRESARIO* (pág. 31). MONTALBAN, CARACAS: TEXTO, C.A.

PORTES ALEJANDRO, .. (s.f.). EN TORNO A LA INFORMALIDAD: ENSAYOS SOBRE TEORIA Y MEDICION DE LA ECONOMIA NO REGULADA. En .. PORTES ALEJANDRO, *EN TORNO A LA INFORMALIDAD: ENSAYOS SOBRE TEORIA Y MEDICION DE LA ECONOMIA NO REGULADA* (pág. 26). MEXICO: MIGUEL ANGEL PORRUA.

POTER MICHAEL. (2004). MARKETING. En P. MICHAEL, *MARKETING* (pág. 45). MEXICO: LARISA.

PRATS GUILLEN, .. (2006). MICROBIOLOGIA CLINICA. En .. PRATS GUILLEN, *MICROBIOLOGIA CLINICA* (pág. 17). BUENOS AIRES: MEDICA PANAMERICANA.

Rafael, E. S. (2008). NUEVO SEGMENTO EMERGENTE DE TURISMO: LOS PARQUE TEMATICOS. *Cuadernos de turismo*, 41.

RECIO ALBERT, .. (1997). MANUAL DE ECONOMIA LABORAL, TRABAJO, PERSONAS, MERCADOS. En .. RECIO ALBERT, *MANUAL DE ECONOMIA LABORAL, TRABAJO, PERSONAS, MERCADOS*. (pág. 54). BARCELONA: ICARA.

Rico, J. C. (2006). *El Paisajismo en el siglo XXI*. España: Silex.

RODRIGUEZ MOGUEL, E. A. (2005). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION . En E. A. RODRIGUEZ MOGUEL, *METODOLOGIA*

- DE LA INVESTIGACION* (págs. 29-30). MEXICO: UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO.
- ROSA, J. V., MANUEL, R. A., MANUEL, A. P., & LUIS., S. G. (2005). AUXILIAR DE ENFERMERIA. SERVICIO DE SALUD DE CASTILLA Y LEON. En J. V. ROSA, R. A. MANUEL, A. P. MANUEL, & S. G. LUIS., *AUXILIAR DE ENFERMERIA.,- SERVICIO DE SALUD DE CASTILLA Y LEON* (pág. 14). ESPAÑA: MAD.
- SANCHEZ BUENO MARIA JOSE, .. (2008). EL PROCESO INNOVADOR Y TECNOLÓGICO, ESTRATEGIAS Y APOYO PÚBLICO. En .. SANCHEZ BUENO MARIA JOSE, *EL PROCESO INNOVADOR Y TECNOLÓGICO, ESTRATEGIAS Y APOYO PÚBLICO* (pág. 2). ESPAÑA: ROSARIO MOURE.
- Senplades. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 31 de 12 de 2012, de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://plan.senplades.gob.ec/>
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *EL Proceso de La Investigación Científica*. Mexico: Noriega.
- TORRES M. LUIS, .. (2002). CUIDADOS CRITICOS Y EMERGENCIAS II. En .. TORRES M. LUIS, *CUIDADOS CRITICOS Y EMERGENCIAS II* (pág. 1447). ESPAÑA: ARAN, S.L.
- TUDELA, J. B. (2005). INVESTIGACION CUALITATIVA. En J. B. TUDELA, *INVESTIGACION CUALITATIVA* (pág. 75). MADRID: ESIC.
- Wilfredo, C. (s.f.). introduccion a la Estadísticas. En C. Wilfredo, *introduccion a la Estadísticas* (pág. 130).
- Zanzzì, F. (2011). Milagro Socieconomico en Cifras. En E. F. Zannzi, *Milagro Socieconomico en Cifras*. Milagro.

Bello, U. C., & Antonio, O. P. (07 de 2009). *Repositorio*. Recuperado el 10 de 07 de 2012, de www.ucab.edu.ve/

(ECUALE., H. D. (2012). *HISTORIA DEL ECUADOR.*,(www.ecuale.com/historia.php). Recuperado el 3 de 3 de 2013, de HISTORIA DEL ECUADOR: (www.ecuale.com/historia.php)

GONZALES B. JULIO, .. (s.f.). *TIPOS Y DISEÑOS DE LA INVESTIGACION EN LOS TRABAJOS DE GRADO*. Obtenido de http://servidor-opsu.tach.ula.ve/profeso/sant_arm/l_c/pdf/tipos_y.pdf

Ramirez, D. D., Thompson, I. P., & Rodriguez, B. L. (2009). *Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Recuperado el 06 de 2012, de www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7828/.../D-39577.pdf

REVISTA DIGITAL, .. (2010). *REVISTA DIGITAL ,, EL MERCADEO.COM*. Recuperado el 2 de 2 de 2013, de REVISTA DIGITAL ,, EL MERCADEO.COM: <http://www.mercadeo.com/blog/2010/01/el-comercio-informal/>

Senplades. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 31 de 12 de 2012, de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://plan.senplades.gob.ec/>



ANEXOS

ANEXO 1 ENTREVISTA



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
LICENCIATURA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Entrevista dirigida a profesionales que cuenta con los conocimientos necesarios para la investigación que estamos realizando, sobre el consumo de la galleta de zanahoria.

1.- Según la tabla Nutricional, y en su opinión ¿Cuál es la medida de nutrientes y carbohidratos diarios para mantener una buena alimentación?

2.- ¿Qué tipo de precauciones se debe tomar en cuenta a la hora de consumir los alimentos?

3.- ¿Qué beneficios para nuestra salud se encuentran en el consumo de zanahoria?

4.- ¿Qué consecuencias conlleva el consumir alimentos sin las respectivas normas de higiene?

**5.- ¿Considera Usted recomendable consumir zanahoria diariamente?
¿Porque?**

6.- ¿Cuál es su opinión sobre la factibilidad del lanzamiento de un nuevo producto al mercado, como lo son galletas de zanahoria?

7.- ¿Qué recomendaciones usted daría en el proceso de la elaboración de las galletas de zanahoria?

ANEXO 2



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADEMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
Carrera De Licenciatura en Gestión Empresarial

Encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña con la finalidad de obtener datos que

permitan conocer la factibilidad de consumo de galletas de zanahoria.

INDICACIONES: Marque Con Una X La Alternativas Que Ud. Considere Apropriadas.

Sexo: M F

Edad: 18 A 28 Años 29 A 39 Años 40 a más Años

Instrucción: Primaria Secundaria Superior Post-grado



1.- ¿Conoce Usted sobre la venta de galletas naturales?	2.- ¿Conoce Usted los beneficios que brinda la zanahoria?
Si <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
	Algo <input type="checkbox"/>
3.- ¿El consumo de zanahoria lo realiza?	4.- ¿Le gustaría a usted consumir productos elaborados a base zanahoria?
Muy Frecuente <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>
Frecuente <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Poco frecuente <input type="checkbox"/>	Tal vez <input type="checkbox"/>
5.- ¿Si se estableciera la venta Galletas de zanahoria Usted las consumiría?	6.- Según su opinión ¿Cuál sería la mejor presentación de la Galleta de Zanahoria?
Si <input type="checkbox"/>	Paquetes de 3 galletas de zanahoria <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>	Paquetes de 4 galletas de zanahoria <input type="checkbox"/>
Tal vez <input type="checkbox"/>	Paquetes de 6 galletas de zanahoria <input type="checkbox"/>
7.- Según su opinión ¿Qué precio esta dispuesto a pagar por un paquete de 3 galletas doble de zanahoria?	8.- ¿Qué empaque prefiere usted que tenga la galleta de zanahoria ?
De 25 ctvs a 35 ctvs <input type="checkbox"/>	En bolsa <input type="checkbox"/>
De 35 ctvs a 45 ctvs <input type="checkbox"/>	En Caja <input type="checkbox"/>
De 45 ctvs a 55 ctvs <input type="checkbox"/>	En tubo <input type="checkbox"/>
9.- ¿Considera usted importante la Producción y Comercialización de galletas a base de zanahoria en el Cantón Milagro?	10.- ¿ Considera Usted que al crearse este tipo de negocios contribuiría en una alimentación sana de la población Milagreña?
Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>
De acuerdo <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Desacuerdo <input type="checkbox"/>	Tal vez <input type="checkbox"/>

Anexo 3

Fotos de la Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro.



ANEXO 4
Registro Único de Contribuyentes (RUC)

MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN MILAGRO
**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
 PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: *Canabero - Sección Rentas*

APELLIDOS Y NOMBRES:

DIRECCION:

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

FEC. NACIMIENTO: *PARANTE DIRECTAS* FEC. ACTUALIZACION:

FEC. INICIO ACTIVIDADES:

FEC. INSCRIPCION:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: Cantón: Parroquia: Calle: Teléfono: Número: S/N
 Intersección: Referencia:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACION MENSUAL DE IVA

Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1 CERRADOS: 0

JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Usuario: CANABERO

Lugar de emisión:



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Fecha y hora: 08/05/2004 11:05:42

Carlos Andrés Moreno Chiriboga
 DELEGADO DEL R.U.C.
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
 LITORAL SUR

Permiso del Cuerpo de Bomberos

MUNICIPALIDAD DEL CANTON MILAGRO

CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
R.U.C. 0968513910001

CUERPO DE BOMBEROS MILAGRO
R.U.C.: 0968513910001
Dirección: Rocafuerte # 461 y García Moreno
Teléfono: 2670-351 (Emergencia 102)
2674-283 (Oficina) • Milagro • Ecuador

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. 0016607
FECHA: 09/08/2005
AÑO : 2005
RUC :
NOMBRES: .DYS
DIRECCION: LA
ACTIVIDAD: S
'IN

TASA : \$ 7.75
TITULO : \$ 1.25
RECARGO : \$ 0.00
TOTAL : \$ 9.00

CATEGORIA: CUARTA

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido.

Abnegacion y Disciplina
JEFE DE PREVENCIÓN

EMISION
SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

09/08/2005 09:59:56 AM

TESORERA



Afiliación a la Cámara de Comercio



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1952
 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970161
 R. U. C. 0992161809001
 MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja

Nº 0235

Fecha: _____

Recibí de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de cuotas.



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

JOHNSON E. MUYO ALMEIDA

(F) Recaudador

(F) Afiliado

Permiso de Dirección de Higiene Municipal

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

Nº 0008149



MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

Clasificado como de _____ Categoría

De Propiedad _____ situado en

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo apercibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



Director Financiero Municipal

ANEXO 8

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública



I. MUNICIPALIDAD DEL CANTON MILAGRO

TITULO DE CREDITO **Nº 509912**



Departamento Financiero - Sección Rentas

NOMBRE/RAZON SOCIAL:

DIRECCION:

C.I. o Ruc.:

Usuario No.: Partida No. 6,2,3,0006,020

CONCEPTO: REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLOGICO

I. MUNICIPALIDAD DE MILAGRO

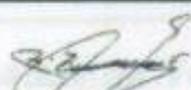
Ing. Nelly Dizarra Villac
JEFE DE RENTAS

DESCRIPCION	VALOR								
REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLOGICO AÑO 2005, PARA TRABAJOS DE DIGITACION. - - - - -	\$ 2.00								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">SUB TOTAL</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">2.00</td> </tr> <tr> <td>IVA 12%</td> <td style="text-align: right;">---</td> </tr> <tr> <td>RECARGOS</td> <td style="text-align: right;">---</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td style="text-align: right;">\$ 2.00</td> </tr> </table>		SUB TOTAL	2.00	IVA 12%	---	RECARGOS	---	TOTAL	\$ 2.00
SUB TOTAL	2.00								
IVA 12%	---								
RECARGOS	---								
TOTAL	\$ 2.00								

FECHA DE PAGO: Milagro, 30 DE AGOSTO DEL 2005


 DIRECTOR FINANCIERO


 JEFE DE RENTAS


 TESORERO MUNICIPAL