

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS
ARTESANALES EN LA PARROQUIA
POSORJA DE LA PROVINCIA
DEL GUAYAS,
AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: SAILY JULIETH HERNÁNDEZ QUINDE

TUTOR: ING. JUAN CARLOS CARRIEL.MF&PC

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS
ARTESANALES EN LA PARROQUIA
POSORJA DE LA PROVINCIA
DEL GUAYAS,
AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: SAILY JULIETH HERNÁNDEZ QUINDE

TUTOR: ING. JUAN CARLOS CARRIEL.MF&PC

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, Noviembre de 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS ARTESANALES EN LA PARROQUIA POSORJA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014”** elaborado por la Srta. Saily Julieth Hernández Quinde, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Juan Carlos Carriel Wang. MF&PC

TUTOR

DEDICATORIA

A Dios, el único ser excelso de magnificencia por su soberanía en la vida que me brindó a partir del conocimiento infinito de la verdad en su Hijo Jesucristo; permitiéndome la apertura a esta nueva etapa de preparación.

A mis padres: Elsy Gloria y Joaquín quienes me han sido el sostén a través de sus consejos, amor y dedicación durante mi formación y ser el motivo de inspiración para obtener este grato nivel de preparación.

Saily

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por impulsar el desarrollo del sector mediante la formación concientizada de esta etapa profesional, por haberme dado apertura para formar mi carrera profesional.

A los catedráticos por su noble servicio en el cantón General Villamil Playas y pueblos contiguos.

A todas las personas que hicieron posible el desarrollo investigativo del trabajo.

Saily

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón MSc.
**DECANA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
**DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL**

Ing. Juan Carlos Carriel. MF&PC.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Hugo Álvarez Plusas, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS
ARTESANALES EN LA PARROQUIA POSORJA,
PROVINCIA DEL GUAYAS,
AÑO 2014”**

Autor: Saily Hernández Quinde.

Tutor: Ing. Juan Carriel Wang.

RESUMEN

El siguiente proyecto de inversión está elaborado a través de una exhaustiva investigación aplicando herramientas necesarias para determinar la factibilidad de la dicho proyecto, por lo cual se identificó que la parroquia Posorja es un sector productivo y pesquero, donde su población se encuentra en un niveles económico estable, es por ello que el financiamiento privado o público es aceptado en este sector según las entrevistas y encuestas realizadas, a través de este proyecto se ha levantado la información necesaria para comprobar la hipótesis de proyecto con sus respectivas variables, mediante un análisis de la incidencia de la inversión privada de las actividades productivas en la parroquia Posorja. Además determinar el financiamiento y sus componentes evaluando la incidencia del presupuesto en las actividades productivas, mediante un conjunto de estudios sistematizados. Se utilizó la metodología de investigación que permita usar los métodos inductivos y deductivos. Inclusive las técnicas e instrumentos de investigación fueron claves para obtener la información primaria y secundaria del objeto de estudio, observando el comportamiento del consumidor. Luego de la tabulación y representación gráfica de los resultados se determinó las conclusiones y recomendaciones que permitan la viabilidad de la propuesta. Por tal razón se decidió crear una fábrica de galletas artesanales, con productos naturales y con nutrientes, para distribuir dicho producto en el mercado local con una adecuada publicidad y cuya fábrica estará ubicada la parroquia de Posorja para el año 2014. En el estudio de mercado de esta fábrica permitirá impulsar el emprendimiento, fomentando la mejoría de la economía, estilo de vida a nivel local y así mismo abastecer el mercado local. El proyecto comprende la transformación de materia prima de primera necesidad para el consumo, planteando las estrategias de productividad y comercialización del producto mediante la diversificación de sabores alimenticios naturales con óptima calidad para el mercado local.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE ANEXOS	xx
INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	2
EL TEMA	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	5
OBJETIVOS	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
HIPÓTESIS	15
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	15
CAPÍTULO I	18

MARCO TEÓRICO	18
1.1 ANTECEDENTES	18
1.2 FINANCIAMIENTO.	20
1.2.1 Financiamiento público.	20
1.2.2 Financiamiento Privado.	20
1.2.3 Conceptualizaciones de Creación de Empresas	21
1.2.4 Clasificación de las Empresas.	22
1.2.4.1 Actividad económica.	22
1.2.4.2 Constitución jurídica.	22
1.2.4.3 Titularidad del capital.	22
1.2.5 Importancia de Creación de Empresas.	22
1.2.6 Características de Creación de Empresas.	23
1.2.6.1 Por su tamaño:	23
1.2.6.2 Por su actividad económica:	24
1.2.6.3 Por su constitución patrimonial	25
1.2.7 Ventajas de creación de empresas	25
1.2.8 Enfoques de Creación de Empresas.....	27
1.2.9 Modelos de creación empresas	28
1.2.10 Componentes de los estudios para creación de empresas.	31
1.2.10.1 Estudio de mercado.	31
1.2.10.2 Análisis de la oferta.	32
1.2.10.3 Análisis de la demanda.	33
1.2.10.4 Pronóstico de la demanda.	34
1.2.11 Gestión económica y proyecciones a mediano y largo plazo.....	34
1.2.11.1 Producto.....	34

1.2.11.2 Clientes y Proveedores.....	36
1.2.11.3 Satisfacción de las necesidades.	37
1.2.12 Estudio técnico.....	37
1.2.13 Localización del proyecto:	37
1.2.13.1 Infraestructura.	37
1.2.13.2 Tecnología.	38
1.3 INVERSIÓN EN ACTIVIDADES PRODUCTIVAS.	38
1.3.1 Indicadores de la actividad productiva.....	38
1.3.2 Estudio de administración financiera.	38
1.3.2.1 Planificación.	38
1.3.2.2 Dirección.	39
1.3.2.3 Control.....	39
1.3.2.4 Ejecución.	39
1.3.3 Aspectos Administrativos.	39
1.3.3.1 Visión.	39
1.3.3.2 Misión.	40
1.3.3.3 Objetivos.	41
1.3.3.4 Valores estratégicos.....	42
1.3.3.5 Filosofía.....	43
1.3.3.6 Análisis del sistema financiero.	43
1.3.4 Aspectos financieros.	44
1.3.4.1 Capital de trabajo.	44
1.3.4.2 Maquinarias y equipos.....	44
1.3.4.3 Balance inicial.....	44
1.3.4.4 Balance general.....	45

1.3.4.5 Estado de pérdidas y ganancias.....	45
1.3.4.6 Flujo de caja.....	45
1.3.4.7 Cálculo del valor anual Neto VAN.....	45
1.3.4.9 Punto de equilibrio.	46
1.3.4.10 Período de recuperación.....	46
1.3.5 Análisis de sensibilidad.	47
1.3.6 Análisis de la gestión o actividad	47
1.3.6.1 Ratios de creación de valor.	47
1.3.6.2 Ratio de cuentas por cobrar.....	48
1.3.6.3 Ratios de cobros o rotación anual.	48
1.3.6.4 Período promedio de pago a proveedores.	49
1.3.6.5 Rotación de cajas y bancos.	49
1.3.6.6 Rotación de Activos Totales.	50
1.3.6.7 Rotación del activo fijo.....	50
1.3.7 Análisis de liquidez.	51
1.3.7.1 Ratio de liquidez general o razón corriente.	51
1.3.7.2 Ratio prueba ácida.	52
1.3.7.3 Ratio prueba defensiva.	52
1.3.7.4 Ratio capital de trabajo.	53
1.3.8 Análisis endeudamiento o apalancamiento.	53
1.3.8.1 Estructura del capital.	54
1.3.8.2 Endeudamiento.	54
1.3.8.3 Cobertura de gastos financieros.....	55
1.3.8.4 Cobertura para gastos fijos.	55
1.3.9 Aspectos ambientales.	56

1.3.9.1 Impacto ambiental.....	56
1.3.9.2 Indicadores ambientales de la actuación directiva.....	56
1.4 MARCO LEGAL.....	57
1.4.1 Estatutos Orgánicos.....	57
1.4.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).....	57
1.4.3 Según la Ley de Compañías.....	58
1.4.3.1 Procedimientos Legales para su Constitución.....	58
1.4.3.2 Clasificación de la sociedad mercantil.....	62
1.4.4 Constitución de la República del Ecuador.....	68
1.4.5 Según el plan nacional del buen vivir.....	70
1.4.6 Normativa regulatoria ambiental.....	72
1.4.6.1 Instrumentos para la prevención y control de la contaminación ambiental:	73
CAPÍTULO II.....	74
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	74
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	74
2.1.1 Investigación cualitativa.....	74
2.1.2 Investigación cuantitativa.....	75
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	75
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	75
2.3.1 Por el propósito.....	75
2.3.2 Por el nivel de estudio.....	76
2.3.3 Por el lugar.....	76
2.3.3.1 Investigación bibliográfica.....	76
2.3.3.2 Investigación documental.....	76

2.3.3.3 Investigación de campo.	76
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.	77
2.4.1 Método inductivo	77
2.4.2 Método analítico.	77
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.	78
2.5.1 Entrevista en profundidad.	78
2.5.2 Encuesta.	78
2.5.3 Grupos focales (entrevistas grupales).	78
2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	79
2.6.1 Cuestionario.....	79
2.6.1.1 Preguntas abiertas.....	79
2.6.1.2 Preguntas cerradas.....	80
2.6.2 Guía de entrevista.....	80
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	81
2.7.1 Población.....	81
2.7.2 Muestra.....	81
2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO.....	83
CAPÍTULO III.....	84
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.	84
3.1 Análisis de los resultados de la encuesta.	84
3.2 Análisis de resultados grupo focal.....	94
3.2.1 Metodología del Grupo Focal	95
3.2.2 Temática: Conversación abierta sobre las galletas artesanales.	96
3.4 Conclusiones.	99

3.5 Recomendaciones.	100
CAPÍTULO IV.....	101
CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS ARTESANALES EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014.....	101
4.1 PRESENTACIÓN	101
4.2 NATURALEZA DEL PROYECTO.	101
4.2.1 Descripción del negocio.	101
4.2.2 Características Diferenciadoras.	103
4.2.3 Ventajas competitivas.....	105
4.3 ESTUDIO DE MERCADO.....	105
4.3.1 Estudio de la demanda.....	105
4.3.2. Participación en el mercado.	106
4.3.2.1. Competencia directa	109
4.3.2.2 Competencia indirecta.	109
4.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	110
4.4.1 Objetivo General.....	110
4.4.2 Objetivos Específicos	111
4.5 VALORES DE LA EMPRESA.	111
4.5.1 Misión.	111
4.5.2 Visión.....	112
4.5.3 Valores.	112
4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	112
4.6.1 Presentación del Organigrama.	113
4.6.2 Descripción del alcance de Jerarquías	114
4.6.2.1 Administrador.	114

4.6.2.2 Jefe del Departamento de producción.....	115
4.6.2.3 Operarios de la producción.....	116
4.6.2.4 Jefe Departamento de mercadeo.....	116
4.6.2.5 Jefe de Departamento financiero.....	117
4.7 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	117
4.8 ANÁLISIS TÉCNICO.....	119
4.8.1 Descripción de los procesos de producción.....	119
4.8.2 Diagrama de flujo del proceso.....	120
4.8.3 Proceso de Producción.....	122
4.9 INVERSIONES DEL PROYECTO.....	123
4.9.1 Premisas.....	123
4.9.2 Determinación de Activos y Depreciación.....	124
4.9.3 Inversión Inicial.....	125
4.9.3 Activos Fijos.....	125
4.9.3.1 Distribución de activos fijos por departamento.....	125
4.9.3.2 Sección planta procesadora.....	126
4.10 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	127
4.10.1 Estructura del capital.....	127
4.11 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	128
4.11.1 Amortización del préstamo.....	128
4.11.2 Supuestos del presupuesto.....	130
4.11.3 Determinación de las necesidades de Mano de Obra.....	131
4.11.4 Proyección de necesidad de mano de obra.....	132
4.11.5 Presupuesto de costos indirectos de fabricación.....	133
4.11.6 Costos de fabricación.....	134

4.11.7	Presupuesto de servicios básicos.....	135
4.11.8	Presupuesto de Sueldos y Salarios.....	136
4.11.9	Gastos de administración.....	137
4.11.10	Presupuestos de costos de ventas.....	138
4.11.11	Gastos de ventas.....	139
4.11.12	Presupuesto de ventas	140
4.12.	PRESUPUESTOS PROYECTADOS.....	141
4.12.1	Presupuesto de ventas proyectada.	142
4.12.2	Punto de equilibrio.	142
4.12.3	Estado de resultado proyectado.	144
4.12.4	Flujo de efectivo.....	145
4.13	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	147
4.13.1	Determinación de los flujos futuros.	147
4.13.2	Método de recuperación.	147
4.13.2	Valor actual neto.	149
4.13.3	Tasa interna de retorno	150
4.13.1	Análisis de sensibilidad.	151
4.13.2	Tasa de oportunidad de inversión.	152
4.14	IMPACTO AMBIENTAL.....	153
4.14.1	Clasificación ambiental del proyecto.	155
	CONCLUSIONES.....	156
	RECOMENDACIONES.....	157
	BIBLIOGRAFÍA.....	158
	ANEXOS	159

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Operacionalización de la Variable Independiente	16
CUADRO N° 2 Operacionalización de la Variable Dependiente	17
CUADRO N° 3 Consumo de galletas artesanales	84
CUADRO N° 4 El precio de las galletas comunes	85
CUADRO N° 5 Oferta de los productos.....	86
CUADRO N° 6 Sabores de galletas nutricionales.....	87
CUADRO N° 7 La Publicidad	88
CUADRO N° 8 Consumo de nuevas galletas nutritivas	89
CUADRO N° 9 Consumo de galletas en momentos especiales	90
CUADRO N° 10 La calidad del producto	91
CUADRO N° 11 Un proyecto de inversión	92
CUADRO N° 12 Precio de una galleta nutricional	93
CUADRO N° 13 Actividades del grupo focal	95
CUADRO N° 14 Grados de Impacto ambiental.....	154

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Personas ocupadas en el sector manufacturero.	19
TABLA N° 2 Período de Recuperación	46
TABLA N° 3 Período de cobros	48
TABLA N° 4 Período de promedio.....	49
TABLA N° 5 Rotación de caja	50
TABLA N° 6 Rotación de Activos Totales.....	50
TABLA N° 7 Rotación del Activo	50
TABLA N° 8 Ratio de Liquidez	51
TABLA N° 9 Ratio prueba ácida	52
TABLA N° 10 Ratio prueba defensiva.....	53
TABLA N° 11 Ratio capital de trabajo	53
TABLA N° 12 Estructura del Capital.....	54
TABLA N° 13 Endeudamiento.....	55
TABLA N° 14 Cobertura de gastos financieros.....	55
TABLA N° 15 Cobertura para gastos fijos	56
TABLA N° 16 Población	81
TABLA N° 17 Muestra a investigar.....	83
TABLA N° 18 Producto diferenciador de la galleta.....	104
TABLA N° 19 Información Nutricional.....	104
TABLA N° 20 Productos	105
TABLA N° 21 Frecuencia de consumo mensual de galletas.....	106
TABLA N° 22 Participación del mercado	106
TABLA N° 23 Demanda de galletas en unidades de consumo	107
TABLA N° 24 Demanda de galletas por sabores	107
TABLA N° 25 Producción de Galletas proyectado	108
TABLA N° 26 Competencia indirecta	109
TABLA N° 27 Competencia indirecta-(continuación)	110
TABLA N° 28 Activos.....	124
TABLA N° 29 Inversión inicial.....	125

TABLA N° 30 Estructura del capital	128
TABLA N° 31 Tabla de amortización.....	129
TABLA N° 32 Premisas para el desarrollo de presupuestos	130
TABLA N° 33 Porcentajes del Mercado Actual	131
TABLA N° 34 Determinación de las necesidades de Mano de Obra	131
TABLA N° 35 Proyección de necesidad de mano de obra	132
TABLA N° 36 Presupuesto de costos indirectos de fabricación	133
TABLA N° 37 Costos de fabricación.....	134
TABLA N° 38 Presupuesto de servicios básicos	135
TABLA N° 39 Distribución de los servicios básicos	135
TABLA N° 40 Sueldos y Salarios por departamento	136
TABLA N° 41 Gastos de administración	137
TABLA N° 42 Presupuesto de costos de ventas	138
TABLA N° 43 Gastos de ventas	139
TABLA N° 44 Presupuesto de ventas	140
TABLA N° 45 Balance general proyectado.....	141
TABLA N° 46 Presupuesto de ventas proyectada.....	142
TABLA N° 47 Punto de equilibrio de galletas artesanales	142
TABLA N° 48 Datos para el cálculo del punto de equilibrio.....	143
TABLA N° 49 Estado de resultado proyectado.	144
TABLA N° 50 Flujo de efectivo proyectado	146
TABLA N° 51 Determinación de la evaluación financiera.....	147
TABLA N° 52 Flujos futuros	147
TABLA N° 53 Método de recuperación.....	148
TABLA N° 54 Método del VAN	149
TABLA N° 55 Método TIR.....	150
TABLA N° 56 Escenarios	151
TABLA N° 57 Análisis de Sensibilidad	151
TABLA N° 58 Tasa de oportunidad de inversión.	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Número de empleados en el sector manufacturero.....	19
GRÁFICO N° 2 Modelo de la creación de empresas	29
GRÁFICO N° 3 Consumo de galletas artesanales.....	84
GRÁFICO N° 4 El precio de las galletas comunes	85
GRÁFICO N° 5 Oferta de los productos	86
GRÁFICO N° 6 Sabores de galletas nutricionales	87
GRÁFICO N° 7 La Publicidad	88
GRÁFICO N° 8 Consumo de nuevas galletas nutritivas	89
GRÁFICO N° 9 Consumo de galletas en momentos especiales.....	90
GRÁFICO N° 10 La calidad del producto.....	91
GRÁFICO N° 11 Un proyecto de inversión	92
GRÁFICO N° 12 Precio de una galleta nutricional.....	93
GRÁFICO N° 13 Selección del test de nombre del producto	95
GRÁFICO N° 14 Elaborar Test del producto	98
GRÁFICO N° 15 Ubicación Geográfica	103
GRÁFICO N° 16 Demanda de galletas por sabores	108
GRÁFICO N° 17 Organigrama.....	113
GRÁFICO N° 18 Diagrama de flujo de procesos de “Talitas”.....	121
GRÁFICO N° 19 Proceso de producción de la galleta	122
GRÁFICO N° 20 Curva del punto de equilibrio	143

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Modelo de encuesta.....	160
ANEXO N° 2 Modelo de entrevista.....	162
ANEXO N° 3 Fotografías de la investigación	163
ANEXO N° 4 Implementos y equipos.....	164
ANEXO N° 5 Preguntas para la entrevistas.....	169
ANEXO N° 6 Grupo Focal.....	170
ANEXO N° 7 Croquis.....	171
ANEXO N° 8 Tasa de Interés Bancaria.....	172
ANEXO N° 9 Preguntas a los Microempresarios.....	173

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está elaborado mediante un conjunto de estudios sistematizados necesarios para determinar la factibilidad del proyecto; para ello se realizó un diagnóstico en la parroquia Posorja, siendo el sector geográfico elegido por el proyecto; este sector se caracteriza por las actividades de producción y pesca, encontrándose en un nivel económico estable.

En la actualidad debido al apoyo estatal para financiar las actividades productivas se opta por la creación de una fábrica de galletas artesanales, estudios justificados mediante el levantamiento de información necesaria para el cumplimiento de la hipótesis del proyecto.

Se decidió crear una fábrica de galletas artesanales con la finalidad de desarrollar e impulsar el emprendimiento, fomentando con la economía, estilo de vida y así mismo abastecer el mercado local y regional, comprendida en la transformación de materia prima de primera necesidad para el consumo de las personas.

En el capítulo I, se detalla el marco teórico, definiendo las variables de la investigación, concepto de financiamiento, características e importancia de Empresas, los modelos de creación de empresas, la gestión económica y proyecciones de mediano y largo plazo.

En el capítulo II, se trata de la metodología de investigación, diseñando el estudio, los tipos, los métodos y las técnicas a utilizar durante la investigación.

En el capítulo III, se presentan los análisis de las entrevistas y encuestas, con los resultados y porcentajes respectivos, además se aplicó la metodología de grupo focal, con las conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo IV, la descripción de la propuesta, con los aspectos importantes del estudio de mercado, los objetivos, los valores corporativos de la empresa, los análisis técnicos y el análisis financiero.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

EL TEMA

Incidencia del financiamiento público y privado en inversiones de actividades productivas en la parroquia Posorja. Creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2014.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema

En atención a la problemática desarrollada, la presente investigación, tiene como propósito fundamental presentar la forma que incide el financiamiento en las actividades productivas para la creación de empresas, en la parroquia Posorja, a fin de permitirle a los emprendimientos productivos obtener recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios que sean necesarios para el desarrollo de las correspondientes actividades económicas.

El desarrollo económico de un país está determinado por la productividad con la que el conjunto social usa sus recursos financieros, humanos, naturales, siendo la productividad un valor por día de trabajo y unidades de capital y recursos físicos empleados y se encuentra fuertemente ligado a las acciones de transformación, y estas a su vez se relacionan potencialmente con las actividades de producción.

El financiamiento a través de las fuentes de financiamiento se ha convertido en el generador de oportunidades para muchos de los emprendimientos de negocios ya sean pequeños, medianos o grandes, debido que la inversión privada genera desarrollo en el sistema económico de los países en vías de desarrollo y permite una mayor generación de empleo directa e indirectamente a través de su efecto positivo sobre el crecimiento económico.

La Cámara de Industrias y Producción del Ecuador trabaja constantemente en programas de asesoría, capacitación, desarrollo de proyectos e investigación en materia de seguridad industrial y salud ocupacional, enfocados en la prevención de riesgos en el trabajo de sus empresas agremiadas, basada en la aplicación y cumplimiento de la legislación vigente, fomentando la inmersión en una cultura preventiva que brinde y garantice seguridad en el recurso humano del sector productivo.

La población de la parroquia Posorja es un sector rural de la provincia del Guayas, provincia donde se concentra la mayor parte del poder económico del país, y donde se han forjado y asentado grandes fortunas, se encuentra ubicada al sureste de la ciudad de Guayaquil, ciudad frente al canal el Morro y en la carretera que conduce a Playas, en esta sección del cantón Guayaquil se destacan: La cabecera parroquial Posorja, y Data Posorja, como un principal centro pesquero, actualmente los habitantes se dedican a la pesca y constituye su mayor fuente de ingresos.

En esta Parroquia rural también existen dos industrias (Sardinas real y salida del Ecuador) para importación y exportación de los mismos, además debido a la poca independencia de la población en búsqueda de oportunidades de negocio resultado de los escasos de profesionales dificultan el progreso del sector rural, se pudo visualizar una empresa fabricante de galletas artesanales en la parroquia Posorja.

Se permite realizar un análisis exhaustivo, puesto que, los moradores que optan por trabajar en las fábricas del sector donde el trato a las personas de extracto social bajo no es conveniente, sin embargo es necesario para solventar los gastos de las familias actuales y venideras.

Por esto induce a la creación de la fábrica para ofrecer apoyo socioeconómico del sitio; es allí donde se puede resaltar la importancia de observar alrededor de nuestra localidad y aprender a reconocer las necesidades de los demás, como una

estrategia para emprender una idea con las bases empresariales necesarias, a fin de obtener resultados beneficiosos de la inversión.

Delimitación del Problema

A partir del financiamiento para la inversión en actividades productivas en la parroquia Posorja, se busca obtener el acercamiento de la empresa y producto en los sectores aledaños con la finalidad de generar el desarrollo económico que se basa en la realización de nuevos proyectos de infraestructura, progreso acelerado de la industria, y la aparición de productos y productores innovadores que alientan la “sofisticación” de la producción y de las exportaciones.

El crecimiento económico a través del financiamiento en las actividades productivas en la parroquia Posorja y lugares aledaños ha incrementado, se debe tomar en cuenta que existen industrias pesqueras, centros comerciales, turismo, prestación de servicios, empresas acuícolas, agrícolas, restaurantes, entre otros.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera incide el financiamiento en la inversión privada de actividades productivas en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2014?

Sistematización del Problema

El problema de investigación se puede sintetizar a través de las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo incide la inversión privada en actividades productivas?
- ¿Cómo incide el financiamiento en las actividades productivas?
- ¿Qué efecto provocará en los niveles socioeconómicos de la parroquia Posorja con la creación de una empresa?

- ¿Cómo incide la escasa diversificación de la oferta de galletas artesanales?

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto de inversión se desarrolló mediante un estudio sistematizado para aclarar la factibilidad de la fábrica de galletas artesanales ubicada en la parroquia Posorja, la población consta con más de 24.136 habitantes según datos tomados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) 2010.

El sitio tiene un nivel económico medio por ser un sector rural del cantón Guayaquil de la provincia del Guayas, sin embargo hay que reconocer que aquello que genera ingresos a la población es la actividad pesquera y en un tiempo determinado del turismo, además de las industrias que generan empleo a un cierto porcentaje de la población.

La idea de este proyecto nace al observar que en tiendas y abarrotes, supermercados, TÍA, Centro de desarrollo infantil, programa de alimentación escolar, no existe un producto nutritivo, casero y artesanal para el consumo humano, que influya en la alimentación diaria de las personas, aún menos una industria manufacturera de galletas artesanales.

Mediante la investigación de campo y bibliográfica se obtiene resultados que podrán ser probables para el proceso de continuidad del proyecto, donde se identifica los niveles económicos, políticos, sociales, culturales de la parroquia Posorja, además de ser la población objetivo para la distribución del producto.

Se puede identificar que el proyecto de inversión es factible mediante un análisis del mercado, futuro consumidor del producto, tomando en consideración la evaluación de la oferta y demanda del producto, en un tiempo determinado con preguntas cerradas y grupos focales.

Las investigaciones se han centrado fundamentalmente en el análisis de la perspectiva económica y en el ámbito de la gestión empresarial, además de la creación se busca dar soluciones a la problemática que actualmente radica en algunas empresas para no ser parte de esta, como la deficiencia en la gestión, influencias negativas de las variables del entorno y la inexistencia de crédito para el financiamiento de la producción.

Apoyo gubernamental, falta de estudios de mercado, subutilización de la capacidad instalada, carencia de tecnología avanzada en procesos, falta de liderazgo y poca autonomía de los jefes para el logro de los objetivos, baja participación de los empleados en la planeación de las actividades de la empresa, escasa atención al proceso de selección e inducción del personal.

La carencia desmotivación de los empleados, insuficiente información y conocimiento sobre los temas de actualidad, falta de herramientas para controlar la contaminación ambiental y aplicación nula de las técnicas de planeación de la producción.

Delimitado.

El proyecto de inversión se implementa a través del financiamiento en las actividades productivas para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, debido al incremento de la producción generando un crecimiento económico en la población entre estas se tiene a las procesadoras de productos del mar, centros comerciales, turismo, prestación de servicios, empresas acuícolas, agrícolas, restaurantes, además se ha considerado a las poblaciones aledañas de la ubicación de la fábrica tales como: Cantón Playas y El Morro; obteniendo un total poblacional de 70.192, según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), 2010.

Claro

Se puede identificar que el proyecto de inversión sea factible mediante un análisis del mercado consumidor del producto, tomando en consideración la evaluación de la oferta y demanda del producto, en un tiempo determinado con preguntas cerradas a un cierto número de la población.

Original

El producto nuevo que se elaborará para el consumo humano, proviene de la línea de la galletería con un contenido nutritivo, casero y artesanal que influya en la rutina alimenticia de las personas, puesto que no se encuentra en las industrias manufactureras de galletas, además de ser novedoso por ser el pionero en la parroquia Posorja.

Factible

Mediante el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero para verificar la factibilidad del proyecto que se va implementar sector rural de la Provincia del Guayas, además de la creación se busca dar soluciones a la problemática que actualmente radica en algunas empresas, para evitar cometer los mismos errores, como la deficiencia en la gestión e influencias negativas de las variables del entorno que rodea a las empresas.

Concreto

Para redactar el problema de investigación de manera precisa las investigaciones se han centrado fundamentalmente en el análisis de la perspectiva económica y en el ámbito de la gestión empresarial, además las PYMES se han convertido en un objeto central de estudio de la teoría administrativa.

Evidente

Durante el desarrollo del proyecto se evaluará algunos procesos de continuidad del proyecto, donde se identifica los niveles económicos, políticos, sociales, culturales de la parroquia Posorja, además de ser la población clave para la distribución del producto, a través de la investigación bibliográfica y de campo.

Variables

Las variables se las identificó a través del tema de investigación después de identificar el problema para establecer las dimensiones e indicadores de cada variable, están pueden ser independiente y dependiente, para el desarrollo de la conceptualización de las mismas, en el caso de la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja, existieron algunos fundamentos teóricos para organizarse y plantearlos conforme el trabajo de investigación.

Identifica los productos esperados.

Este proyecto contribuye con el desarrollo socioeconómico de la parroquia Posorja debido a la generación de empleo para algunas familias y apoyo con las actividades de la comunidad, además de brindar un producto que no afecte la salud y bienestar de las familias considerando el valor nutricional del producto a consumir, para dar soluciones a los problemas que se presentan en este caso los instrumentos para controlar la contaminación ambiental y aplicación nula de las técnicas de planeación de la producción.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

Los requerimientos del mercado que se traducen en la búsqueda de productos naturales beneficiosos para el ser humano con nutrientes y vitaminas y los datos obtenidos por instituciones que han realizado estudios sobre los contenidos y

aportaciones nutrimentales del limón, siendo los antecedentes que se utiliza para desarrollar el presente propuesta de instalar una empresa productora y distribuidora de galletas enriquecidas con los nutrientes de limón, como una opción de inversión en la parroquia Posorja y al mismo tiempo ofrecer una alternativa de productos con alto contenido vitamínico, que pueden ser consumidos por toda la población, se puede indicar que para la elaboración de las galletas artesanales se obtendrá la materia prima de empresas comercializadoras de ambos productos para evitar dificultades de abastecimiento y distribución de los productos en el proceso de compra y venta.

Se propone ubicar la planta productora en la parroquia Posorja, como mercado prueba para determinar el grado de aceptación de las galletas, por ser un mercado amplio en diversidades de negocios comerciales y exportadores, introduciendo el producto tanto en el sector público (INNFA, CNH, ALIMENTACIÓN ESCOLAR) y sector privado(Supermercados, Tiendas y Abarrotes, Comedores, Hoteles y Restaurantes)

La población de Posorja se beneficiará en los cambios de alimentos nutritivos que serán implementados en el desayuno escolar de los estudiantes de las escuelas y colegios a nivel general según menciona este autor en su libro, "WinningtheWaronCancer"("Ganado la Guerra al Cáncer"), su autor, el Dr. Mark Sircus, quien aborda el tema del bicarbonato de sodio, el cual ayuda a salvar innumerables vidas cada día. El bicarbonato de sodio es el método conocido desde antaño para acelerar el retorno a la normalidad de los niveles de bicarbonato en el cuerpo. Y es, también, la más barata, segura, y quizás la más efectiva medicina en existencia para el cáncer.

Es importante que dentro de los parámetros de la organización exista un ambiente donde se pueda laborar ofreciendo un servicio y producto de calidad para los clientes, cabe mencionar que las diferentes empresas de galleterías buscan innovar con una marca o sabores distintos.

Justificación Teórica.

Tan importante como incluir una serie de alimentos en nuestra dieta diaria es la hora en la que se ingiere dichos productos. Así lo asegura la catedrática de Fisiología de la Universidad de Extremadura, Carmen Barriga.

Precisamente por eso, la investigadora, especialista en Crononutrición, recomienda a las personas que padecen insomnio, o a las que les cuesta conciliar el sueño, tomar el remedio casero de toda la vida antes de ir a dormir: un vaso de leche caliente con una cucharada de azúcar y unas galletas.

Según explica barriga esta es la combinación perfecta para evitar el insomnio en las personas, además de ser un exquisito postre para consumir en las últimas horas del día que pueden ayudar a dormir bien y obtener un sueño más reparador.

Después de verificar que dentro de los niveles nutricionales que se proporciona las galletas artesanales en la parroquia Posorja, se puede observar que es un alimento que en el futuro ayuda a mejorar la salud de los consumidores.

El Grupo de Neuroinmunofisiología y Crononutrición de la Universidad de Extremadura lleva años estudiando temas de crononutrición, la disciplina que se encarga de analizar cómo afectan determinados elementos presentes en los alimentos a nuestros ritmos biológicos, en especial al ritmo sueño/vigilia.

Actualmente este grupo de investigación está centrado en intentar a través de la nutrición actuar sobre los problemas de insomnio en las personas mayores, en las que los niveles de melatonina son prácticamente inexistentes.

Las galletas de limón de son sustanciales para la nutrición de las personas puesto que pueden ser consumidas a cualquier hora, aún mejor en dichas horas que se recomiendan a los expertos en crononutrición de dicha Universidad de México.

Sin embargo se debe considerar el Dr. Mark Sircus el autor del libro "Winning the War on Cancer" ("Ganado la Guerra al Cáncer"), quien hace referencia sobre el bicarbonato de sodio como una medicina esencial para evadir una de las enfermedades que ha estremecido al mundo y que es muy preocupante para la sociedad como es el cáncer en los seres humanos.

Se puede combatir muchas enfermedades y dificultades que está pasando la población de Posorja, por esto se busca implementar e introducir un producto enriquecido con nutrientes vitamínicos, según mencionan los autores e investigadores de los complementos que contienen los ingredientes de las galletas artesanales, se puede recalcar que el producto que se introducirá en el mercado será pionero en el sector y en el país,

Justificación Metodológica.

Mediante un análisis exhaustivo se define que para crear una empresa de galletas artesanales, es necesario realizar una investigación bibliográfica y de campo a través de entrevistas que ayudarán a resolver algunas inquietudes en cuanto al desarrollo de las variables del proyecto como el estudio de mercado, estudio financiero y estudio técnico.

A través de la investigación deductiva se puede obtener nuevas ideas con la búsqueda de información en libros, folletos, revistas que hablen acerca de la elaboración y distribución de galletas artesanales, pues bien se acerca a la realidad en la que se vive en cuanto a la competitividad con productos en el mercado de la galletería y se fija en la diversidad de sabores y modelos de galletas que se venden en el mundo.

A pesar de ser mercado lleno de preferencias con las potencias mundiales que ofrecen un producto de excelente calidad sin embargo este no es motivo para dejar de pensar que nuestro producto sea acogido por los hogares de la parroquia Posorja.

La población que consumirá el producto serán los niños, jóvenes, mujeres y adultos, por esto se tomará una cierta cantidad de personas de la población para realizar las pruebas de organolépticas con la finalidad de obtener resultados sobre las preferencias del cliente y verificar la viabilidad del proyecto para que sea puesto en marcha en dicho lugar. Cabe mencionar que para desarrollar el proyecto Roberto Hernández Sampiere (2009), aclara la importancia de las ideas y métodos que se puede implementar en el mismo.

Además se basa a través de la investigación científica en la teoría del Dr. Mark Sircus quien menciona la sobre el contenido vitamínico del producto que impulsa el deseo de la creación de la empresa productora y distribuidora de galletas artesanales considerando que sería una de las pioneras en el Ecuador. En la realización del estudio se han utilizado diversos métodos de investigación de mercados.

Se ha utilizado como métodos cualitativos de investigación las encuestas con preguntas cerradas. Este método de investigación de mercados es muy apropiado para la realización de estudios de opinión y por lo tanto el análisis de los sectores objetivo como son los consumidores.

Para la presente investigación, se pretende utilizar como marco muestra el Censo de Población y Vivienda del 2010 (INEC) para la muestra es probabilística, estratificada de la población rural de Guayaquil por grupos de Edad de la parroquia Posorja.

Justificación Práctica.

La creación de una fábrica de galletas artesanales dará la pauta para pensar en poner en marcha este proyecto con los equipos necesarios tratando de adquirir alta tecnología en un determinado tiempo, lo que permitirá satisfacer a los consumidores de galletas como de adquirir nuevos consumidores por la calidad y garantía del producto.

Hay que reflexionar y tener presente que la fortaleza de una empresa será su capacidad de producción que no poseen otras empresas por que como productor se tienen como mayor fortaleza la producción masiva por estar en la misma zona; tomando en cuenta otros pequeños productores que desean adherirse a ella.

Se debe fortalecer todas las áreas a implementarse que significa una inversión alta para las instituciones que financiaran el proyecto, por eso necesario que la misma tenga produzca de manera eficiente para alcanzar los objetivos propuestos. Una de las galletas a nivel nacional y mundial, es la oreo que forma parte de las familias ecuatorianas desde su introducción al país, esta galletas muy rica es consumida sin verificar los contenidos nutrición.

Debido a la gran demanda de productos alimenticios que requieren los ciudadanos, la fábrica de galletas artesanales la cual ocupara un lugar muy aceptable a nivel nacional con miras hacia una expansión internacional a futuro.

El presente proyecto ayudará analizar el posicionamiento de las galletas artesanales en el mercado así como los consumidores reales y potenciales en la ciudad a la cual se oferte este producto además de la viabilidad para poder crear fuentes de empleo. Es importante conocer la situación del producto en su evolución, sus posibles ventas, su situación con respecto a la competencia, el ciclo de vida del producto, para poder tener una mejor perspectiva de empresarios para nuestra vida profesional.

El lanzamiento de un nuevo producto significa el engrandecimiento del sector productivo tanto para los colaboradores, como para el crecimiento del aparato productivo de la parroquia Posorja donde se encuentre la fábrica lo cual favorece significativamente al desarrollo de los habitantes, a pesar de existir empresas grandes estas aportaran como un canal de distribución de galletas a los empleados del lugar siendo esta como una iniciativa para la salida del producto.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la incidencia del financiamiento de actividades productivas, mediante un conjunto de estudios sistematizados, para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la Parroquia Posorja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar qué es la inversión privada y sus componentes.
- Determinar los componentes de la inversión privada en la parroquia Posorja.
- Analizar la incidencia de la inversión privada de las actividades productivas en la parroquia Posorja.
- Determinar que es el financiamiento y sus componentes.
- Determinar el financiamiento para actividades productivas en la parroquia Posorja.
- Analizar la incidencia en el financiamiento en las actividades productivas de la parroquia.
- Evaluar la inversión privada para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja.
- Establecer una empresa de fabricación de galletas artesanales en la parroquia Posorja.
- Determinar qué son las galletas artesanales.
- Analizar el grado de aceptación de las galletas artesanales en la parroquia Posorja y sectores aledaños.

HIPÓTESIS

Con el financiamiento público y privado se incide positivamente en la inversión de actividades productivas para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Variable Independiente.

- Financiamiento público y privado.

Cada variable tiene su definición, dimensión indicadores, por ello para crear una empresa es muy importante el financiamiento y realizar un estudio sistematizado de todos los indicadores que puedan obtenerse durante la investigación científica para luego proceder a la investigación de campo utilizando varios de los instrumentos de investigación.

Variable Dependiente.

- Inversión en actividades productivas para la creación de empresas

En el mundo del emprendimiento se encuentran proyectos que provienen de idea, sin embargo para llevar a cabo un plan de inversión privada, es necesario considerar los factores como capital, socio, proveedor de bienes, los activos fijos, activos variables todos aquellos con lo que puede comenzar una empresa a desarrollar sus actividades productivas o servicio.

CUADRO N° 1 Operacionalización de la Variable Independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Con el financiamiento público y privado se incide positivamente en la inversión de actividades productivas para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la Parroquia Posorja.	Financiamiento público y privado	Es la gestión económica para el financiamiento de las empresas cumpliendo los componentes para mediante el estudio de mercado con el objetivo satisfacer las necesidades, utilizando los recursos financieros, humanos y técnicos.	Financiamiento	Público	¿Cómo es el financiamiento público?	Formularios de entrevista y encuestas
				Privado	Cómo es el financiamiento privado?	
				Actividad	¿Cuál es la actividad a financiar?	
			Empresa	Clasificación	¿Cuál es la clasificación de las empresas?	Documentos y – libros
				Características	¿Cuáles serán las características?	
				Ventajas	¿Cuál es la ventaja competitiva?	
				Modelos	¿Cuál es el modelo a implementar?	
			Componentes	Enfoques	¿Cómo es el enfoque empresarial?	Documento y – libros
				Gestión	¿Cómo se realiza la gestión?	
			Estudio de mercado	Proyección	¿Cuál será la proyección?	Grupo focal
				Oferta	¿Qué es la oferta?	
				Demanda	¿Cómo es la demanda?	
				Pronóstico	¿Cuál es el pronóstico?	
			Recursos Técnico	Producto	¿Cuál es el producto?	Consulta virtual
				Presupuesto	¿Las partes del presupuesto?	
Infraestructura	¿Cómo es la infraestructura a utilizar?					
	Tecnología	¿Cuál será la tecnología?				

Fuente: Datos de la investigación
 Elaborado por: Saily Hernández Quinde

CUADRO N° 2 Operacionalización de la Variable Dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS	
Con el financiamiento público y privado se incide positivamente en la inversión de actividades productivas para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja.	Inversión en actividades productivas para la creación de una empresa fabricante de galletas artesanales en la parroquia Posorja	Son los aspectos administrativos y financieras para la creación de una fábrica de galleta artesanal realizando un análisis del sistema económico contable para el funcionamiento de acuerdo a la normativa legal vigente respetando el medio ambiente.	Creación de empresas	Planificación	¿Cómo es la planificación?	Formularios de entrevista y encuestas	
				Control	¿De qué manera se llevará el control?		
				Ejecución	¿Cómo se efectuará la ejecución?		
			Aspectos Administrativos y Financieros	Visión-Misión	¿Cuál es la visión?		Documentos y – libros
				Filosofía	¿Cuál será la filosofía?		
				Valores estratégicos	¿Cuáles son los valores estratégicos que serán considerados?		
				Objetivos	¿Cuáles son los objetivos empresariales		
			Análisis Económico	Capital de Trabajo	¿Cuál es el capital de trabajo?	Consulta virtual	
				Balances	¿Para qué nos sirven los balances?		
				Ratios	¿Cuál es el nivel de endeudamiento?		
			Normativa Legal	Estatutos	¿Se aplican estatutos?	Consulta virtual	
				Procedimientos	¿Cuál es el procedimiento?		
Medio Ambiente	Impacto	¿Cuál es el impacto ambiental a mitigar?	Consulta virtual				
	Instrumento de prevención	¿Cómo se realiza la prevención de seguridad y ambiental?					

Fuente: Datos de la investigación
 Elaborado por: Saily Hernández Quinde

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

Los recursos financieros para los proyectos de inversión son una necesidad elemental ya sea para emprender el negocio, crecer o expandirse. La búsqueda de financiamiento a través de las fuentes de financiamiento principales para las pequeñas empresas productoras es una inquietud constante en esta investigación, En el largo plazo, la inversión del sector privado constituye uno de los principales determinantes del crecimiento económico por su contribución a la formación del acervo de capital.

En la actualidad los negocios son un atractivo significativo por su capacidad para generar empleo en un tiempo donde la ocupación se ha visto reducida y ha ocasionado el retorno de altas tasas de desempleo en el mundo.

Según Allen y Gale “La inversión en actividades productivas proporciona una parte importante del empleo en todas las economías”, (Allen y Gale, 2008, p# 18), además han señalado que los sistemas financieros difieren sustancialmente entre países, más de lo que las características reales de las economías podrían hacer suponer, esto implica que puede adquirir diferente forma y de esta maneras puede resolver todos los problemas de la economía.

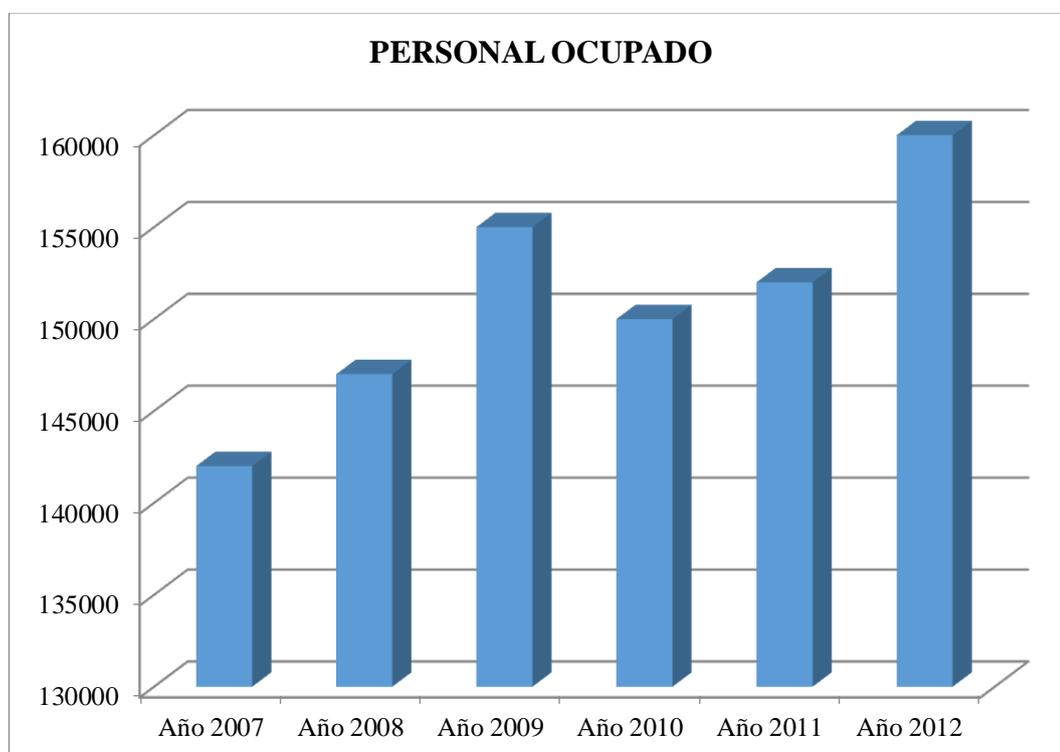
De acuerdo a información del Instituto de Estadísticas y Censo (2007), al sector manufacturero que se ha realizado a las empresas grandes, medianas y pequeñas dedicadas a la elaboración de productos alimenticios y bebidas, siendo el sector más importante en términos de valor de la producción las industrias manufactureras, incrementado la generación de empleo. (Ver Gráfico 1).

TABLA N° 1 Personas ocupadas en el sector manufacturero.

AÑOS	PERSONAL OCUPADO
2000	120000
2001	125000
2002	110000
2003	118000
2004	130000
2005	142000
2006	138000
2007	142000
2008	147000
2009	155000
2010	150000
2011	152000
2012	160000

Fuente: Encuesta de manufactura al INEC,
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 1 Número de empleados en el sector manufacturero



Fuente: Encuesta de manufactura del INEC.
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.2 FINANCIAMIENTO.

El financiamiento para proyectos de inversión productiva por parte de las entidades públicas y privadas es importante, puesto que ayuda al desarrollo de las actividades de las empresas que producen bienes y servicios.

1.2.1 Financiamiento público.

En el Ecuador se tiene diferentes entidades financieras del sector público que se encuentran brindando apoyo a los pequeños, medianos y grandes emprendimientos a fin de impulsar el desarrollo de la economía del país, dentro de éstas entidades se tiene: Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional.

También se debe considerar que existen algunas instituciones de gobierno que contribuyen con las empresas a través de capacitaciones, fomento, proyección de la producción, entre éstas se tiene: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), a través de la creación de Centros de desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE) y programa FONDEPYME; Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

1.2.2 Financiamiento Privado.

El sector financiero nacional, la evolución tanto de captaciones y colocaciones ha incrementado el acceso a servicios financieros por parte de los ecuatorianos, además se registra un nivel de financiamiento de la economía de 33.1% y una profundización financiera de 66, 7%.

El sector privado mostró un incremento de 10,6% en el año 2012, quiere decir, la banca privada ha incrementado su volumen de crédito del sector privado. Si bien,

es cierto, hay que reconocer a las entidades financieras privadas se encuentran apoyando a los pequeños, medianos y grandes inversionistas, siendo el cantón Guayaquil un sitio donde existe mayor concentración de empresas y parte de ellas se encuentran en la parroquia Posorja.

1.2.3 Conceptualizaciones de Creación de Empresas

Para Veciana: José M. Veciana, 2006:

“la creación de empresas es un tema de actualidad, no sólo en el ámbito académico sino también en el socioeconómico. Desde el punto de vista sociopolítico se espera que con la creación de empresas se generen nuevos puestos de trabajo”. (p. 9).

Según esta definición la política de fomento y ayuda a la creación de empresas se ha convertido en un objetivo prioritario tanto a nivel comunitario, gubernamental como autonómico.

En el ámbito académico, en las últimas décadas ha crecido el interés por este tema tanto por lo que a la investigación como a la docencia se refiere.

Por lo tanto, la creación empresas se va consolidando como un programa de investigación científica y área de conocimiento junto al marketing, las finanzas o la organización de empresas.

Además una empresa es la interacción de las variables: equipo de trabajo, productos – servicios, mercado – clientes.

Cuando estos tres elementos funcionan, interactúan, son sinérgicos y se reinventan en el tiempo se puede decir que hay una empresa, antes no.

Una empresa debe estar soportada en esas tres condiciones y esto es lo que se construye en la etapa de creación, de puesta en marcha.

1.2.4 Clasificación de las Empresas.

1.2.4.1 Actividad económica.

Existen empresas del sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del sector secundario (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

1.2.4.2 Constitución jurídica.

Existen empresas individuales (que pertenecen a una sola persona) y societarias (conformadas por varias personas). En este último grupo, las sociedades a su vez pueden ser anónimas, de responsabilidad limitada y de economía social (cooperativas), entre otras.

1.2.4.3 Titularidad del capital.

Así, existen empresas con actividades privadas (su capital está en mano de particulares), públicas (controladas por el Estado), mixtas (el capital es compartido por particulares y por el Estado) y empresas de autogestión (el capital es propiedad de los trabajadores).

1.2.5 Importancia de Creación de Empresas.

Para Borda y Ramírez, “es fundamental porque tienen capacidad de generar una economía de subsistencia, subempleo, producción precaria, además de escaso valor agregado; se caracterizan por ser productivas y por tener potencial de desarrollo y de inserción en el mercado, por que no solamente generan empleo sino también valor agregado y pueden consolidarse en un ambiente de negocios

adecuado, sobre todo a través de sus posibilidades de vincularse a cadenas productivas”. (Borda y Ramírez, 2006, p #20).

Por lo tanto es importante crear una empresa mediante la elaboración de un documento, un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto.

Además de ser una herramienta imprescindible cuando se quiere poner en marcha un proyecto empresarial, sea cual fuere la experiencia profesional del promotor o promotores y la dimensión del proyecto.

1.2.6 Características de Creación de Empresas.

En Ecuador de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

1.2.6.1 Por su tamaño:

- **Microempresas:** Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- **Talleres artesanales:** Se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- **Pequeña industria:** Puede tener hasta 50 obreros
- **Mediana industria:** Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- **Grandes empresas:** Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos

1.2.6.2 Por su actividad económica:

- **Extractivas:** Son las empresas que proporcionan materia prima a otras industrias, por ejemplo, pesca, agricultura, caza, explotación de bosques y canteras, entre otros. Son las que se dedican a la explotación de los recursos naturales ya sea renovables o no renovables, entendiéndose por recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre.
- **Industriales o fabriles:** se dedican a la producción de bienes, mediante la transformación de la materia prima a través de los procesos de fabricación, por ejemplo, electricidad, agua, manufactura, entre otros.
- **Comerciales:** empresas que se dedican a la compra y venta de productos terminados, tales como almacenes, librerías, farmacias, supermercados, entre otros.

Son intermediarias entre producto y consumidor: Su función primordial es la compraventa de productos terminados, pueden clasificarse en:

1. **Mayoristas.** Cuando efectúan ventas en gran escala a otra empresa (minorista) que a su vez distribuye el producto.
2. **Minoristas o Detallista.** Las que venden producto al menudeo o pequeñas cantidades al consumidor.
3. **Comisionistas.** Se dedican a vender mercancía que los productores les dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.
4. **Servicios.** Como su denominación lo indica, son aquellas que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos, la empresa de servicios pueden clasificarse en:

- Transporte.
- Turismo.
- Instituciones financieras.

- Servicios públicos varios (comunicación, energía, agua).
 - De servicios privados varios (asesorías, diversos trabajos contables, jurídicos, administrativos).
 - Educación.
 - Salubridad.
 - Finanzas y seguros.
- a. **Financieras:** Empresas del sistema financiero que efectúan préstamos a personas y organizaciones. Ejemplos de estas son los bancos.
 - b. **Empresas de Servicio:** Se dedican a la prestación de servicios no tangibles, tales como transporte, limpieza, entre otros.

1.2.6.3 Por su constitución patrimonial

- **Públicas:** Tales como Instituciones de Gobierno, Instituciones Autónomas, Municipalidades, Ayuntamientos, entre otros. En este tipo de empresa el capital pertenece al estado y generalmente su fin es satisfacer las necesidades sociales.
- **Privadas:** Las que se dedican a la producción de bienes y/o servicios a la vez que buscan lucro, y su capital está formado por aportes de personas particulares. El capital de estas es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

1.2.7 Ventajas de creación de empresas

- Ofrece una posibilidad laboral, como alternativa a la contratación por cuenta ajena.
- Se disfruta de la satisfacción de ser su propia jefa o jefe. Se tiene la facultad de hacer las cosas a la manera que cada cual quiere.

- Se tienen las recompensas de la propiedad de forma tangible e intangible.
- Puede uno asegurar su propio futuro guardando un fondo sustancial para el retiro, y se puede vender el negocio en el momento que sea beneficioso. Se crea trabajo para otras personas, y se les puede ayudar a mejorar.
- Se puede compartir la prosperidad pagando dividendos, o porcentajes de las ganancias a los socios y socias.
- Se tiene el respeto y la diferencia del resto.

Algunos autores consideran que se ha emergido cierto consenso sobre algunos factores que caracterizan a los emprendedores, aun cuando la presencia de dichas características en un individuo no garantiza su orientación empresarial (Hornaday & Aboud, 1994; Green *et al.*, 1996; Deakins, 1996). Se ha encontrado que las personas que inician nuevas empresas poseen:

- Alta necesidad de independencia y de controlar situaciones;
 - a. Tolerancia a la ambigüedad;
 - b. Confianza en sus capacidades;
 - c. Pensamiento intuitivo;
 - d. Propensión a la toma de riesgo;
 - e. Orientación a la acción y toma de iniciativa;
 - f. Perseverancia;
 - g. Personalidad creativa e imaginativa;
 - h. Capacidad de liderazgo y de coordinación de grupos
 - i. Dedicación al trabajo.

Un emprendedor tiene las ventajas de crear su propio negocio, si considera en su totalidad estos factores para aprovechar la oportunidad y desarrollar su deseo para llevarlo adelante, siempre y cuando tome en cuenta los aspectos de dirección, planificación, organización y control. Además los cronogramas de actividades con sus respectivos indicadores.

1.2.8 Enfoques de Creación de Empresas

Para la creación de empresas es necesario considerar los enfoques mediante un nivel de análisis exhaustivo con la finalidad de direccionar a la empresa, es por ello que el enfoque sociocultural e institucional ha surgido porque la empresa no se dedica solo a ser ente productivo para generar ganancias sino que debe involucrarse en el desarrollo de su entorno mejorando las condiciones de los sitios aledaños y creando programas para el desarrollo social y combatir pobreza.

Se puede ver a las pequeñas empresas buscando el desarrollo económico de los empleados y población cercana a través de microcréditos y programas de preparación para el trabajo en algún área como la producción artesanal, alimentos entre otros.

El Doctor Veciana (2005), realizó una clasificación de las principales teorías sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas (entrepreneurship), en donde las agrupa según el enfoque, dando como resultado cuatro bloques: enfoque económico, enfoque psicológico, enfoque sociocultural o institucional y enfoque gerencial, estos últimos fueron clasificados entre niveles de análisis:

- Micro (nivel individual), meso (nivel empresas) y macro (nivel global de la economía). Veciana (2005), abarca las principales teorías y modelos para la creación de empresas. (Ver Tabla N° 2).

El enfoque económico engloba las teorías que pretenden explicar la función del empresario y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica (Veciana 2005).

En el enfoque psicológico se estudia al empresario como persona física creadora de una empresa, es decir, las investigaciones se orientan hacia lo que se ha denominado un concepto empírico del empresario (Veciana, 2005).

El enfoque sociocultural o institucional se refiere a la influencia de los factores socioculturales del entorno en la creación de empresas, en este se explica cuáles son los aspectos sociales e institucionales que motivan hacia la actividad emprendedora.

Así, esta propensión puede venir explicada por determinados fenómenos sociales como la marginalidad social, la religión, la familia, la ideología reinante, el entorno empresarial, la cultura, entre otros, incluso las costumbres y tradiciones. (Santos, 2005).

Las diversas teorías de este enfoque concluyen que si la función empresarial ha florecido, debe haber una congruencia entre la construcción ideológica- cultural y el comportamiento económico.

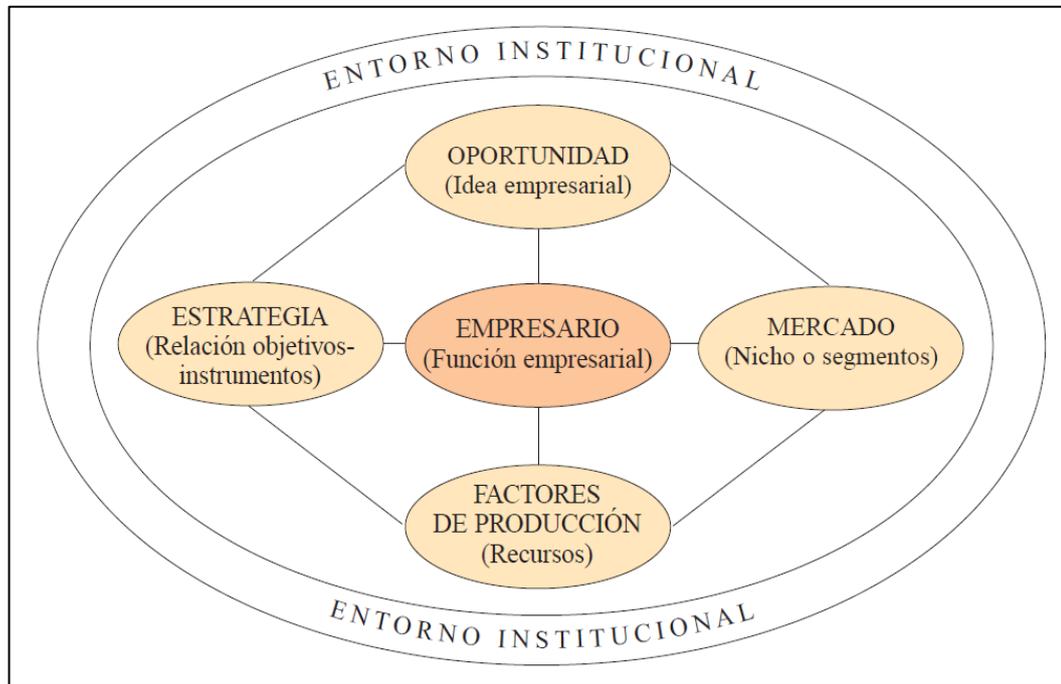
Los recursos humanos, técnicos y financieros también son parte importante en la planificación, organización de las actividades emprendedoras, esto conlleva a que los involucrados tengan una filosofía empresarial con una adecuada orientación de mejorar la calidad del servicio o producto.

1.2.9 Modelos de creación empresas.

Según la figura 1. La creación de una nueva empresa se basa en los siguientes ingredientes:

1. La identificación de una oportunidad empresarial que es el punto de partida de la idea empresarial.
2. Los factores de producción (bienes materiales, inmateriales y humanos), necesarios para el desarrollo y la explotación de la oportunidad empresarial.
3. El mercado nicho del mercado o segmento en el cual va a operar la nueva empresa.

GRÁFICO N° 2 Modelo de la creación de empresas



Fuente: José M. Veciana, 2005, p# 16.
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4. La estrategia que el empresario piensa adoptar para la combinación adecuada de los medios de producción y la forma de dirigirse a los consumidores o usuarios potenciales. La estrategia o la relación objetivos – instrumentos o fines – medios define y concreta la realización de la idea empresarial y la explotación de la oportunidad empresarial.
5. El empresario con una motivación, preparación y habilidades adecuadas para la toma de las cuatro decisiones anteriores.

Se trata de elementos o variables controlables por el empresario que evidentemente están condicionados por el contexto institucional.

La función empresarial se apoya en dos pilares fundamentales, inherentes a ella, a saber: la innovación y la asunción de riesgo.

Innovación

La innovación va tan unida a la función empresarial que algunos economistas, como Schumpeter, la consideran como la nota definitoria del empresario. La función empresarial, según dicho autor, consiste en realizar nuevas combinaciones en el ámbito económico, refiriéndose a: 1) la introducción de un nuevo bien o servicio; 2) la introducción de un nuevo método de producción; 3) la apertura de un nuevo mercado; 4) la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento; y 5) la creación de una nueva forma de organización de la industria.

Asunción de riesgo.

La creación de una empresa, la adaptación de las empresas existentes a los cambios del entorno, dirección del proceso de combinación y organización de factores, así como el ser creativo e innovador, supone actuar en la incertidumbre, misma que implica riesgo.

La innovación y el riesgo inherentes a la labor combinar los factores de producción tiene mucha más importancia cuando se trata de nuevas empresas que en el caso de las existentes.

Para Torres:

“la función del empresario es la de asegurador de todas las rentas menos la suya, al aceptar los dos tipos de riesgo que lleva consigo el proceso de producción: a) El riesgo técnico y b) El riesgo económico. Esta función de asunción de riesgo inherente a la labor empresarial tiene como consecuencia que el empresario asuma el papel de responsable ante la sociedad de la economicidad del proceso de producción, poniendo como garantía de que sus actos serán acertados, su propio capital, sin esfuerzo y la remuneración de su trabajo”. (Torres, M. 1956.).

1.2.10 Componentes de los estudios para creación de empresas.

Se respalda el proceso de la implementación de una nueva empresa mediante los siguientes estudios para determinar la viabilidad del proyecto de inversión entre ellos se tiene: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y aspectos financiero.

Considerando los aspectos financieros y administrativos se establecen los parámetros para la implementación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja, cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

1.2.10.1 Estudio de mercado.

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados en un espacio del tiempo definido. Los mercados son los consumidores potenciales reales de nuestro producto.

Según Córdova Marcial (2006), sostiene que: “es el elemento más importante y más complejo del mercado, está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales” Pág. #163.

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas de las transacciones comerciales, por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o

servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios.

Mediante el diagnóstico de los aspectos internos y externos se obtienen datos que sirvan para cuantificar la demanda del producto que justifique la puesta en marcha del proyecto, conocer como las preferencias del consumidor para identificar las características del producto y el precio a los productos elaborados artesanalmente que están dispuestos a pagar, determinar la cantidad de productos que el segmento de mercado esté dispuesto a consumir para calcular el tamaño de la producción, establecer los canales de distribución que utilizando para la comercialización y los medios que al cliente le gustaría recibir información publicitaria.

1.2.10.2 Análisis de la oferta.

El análisis de la oferta también conocido como el análisis de la competencia, consiste en el estudio realizado a las empresas que competirán con nosotros, ya sean empresas que produzcan o vendan productos o servicios similares (competencia directa), o empresas que produzcan o vendan productos o servicios sustitutos (competencia indirecta), con el fin de saber si realmente se puede competir y obtener información que permite hacerlo de la mejor manera posible.

Según Finanzas y Servicios:

“La oferta es la relación entre la cantidad ofertada de un bien y su precio, cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes (*ceteris paribus*)” (P. # 34).

En la ley de la oferta, si los demás factores se mantienen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será su cantidad ofertada.

Factores que alteran la Oferta:

1. Los precios de los recursos utilizados en la producción de un bien.
2. Los precios de los bienes relacionados.
3. Los precios esperados en el futuro.
4. El número de proveedores.
5. La tecnología.
6. El estado de la naturaleza (clima).

En esta parte del análisis de la oferta, se debe señalar cuántos son o podrían ser los futuros competidores, cuáles son los principales, dónde se encuentran ubicados, cuál es su desplazamiento, cuál es su práctica, cuáles son sus principales estrategias, qué materia prima o materiales usan para sus productos, cuáles son sus precios, cuáles son sus puntos de ventas, qué medios publicitarios utilizan, cuáles son las fortalezas y debilidades, entre otros.

1.2.10.3 Análisis de la demanda.

El primer paso para realizar el análisis de la demanda es realizar una segmentación de mercado, la cual consiste en segmentar el mercado total que existe para los productos o servicios, y elegir de entre los mercados resultados, el mercado o los mercados más atractivos o convenientes para incursionar.

Según J. Miranda (2005). “Para el estudio de la demanda se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la selección de fuentes secundarias y primarias, adecuadas que le den confiabilidad al estudio” (Pág. #102).

Una vez elegido el mercado objetivo, se debe analizar y señalar en esta parte del análisis de la demanda las características más importantes del consumidor que lo son sus gustos, deseos y preferencias, donde compran, cuándo compran, cada

cuánto tiempo compran, cuánto gastan en promedio, cuáles son sus hábitos de consumo, sus costumbres, sus actitudes, entre otros.

1.2.10.4 Pronóstico de la demanda.

El pronóstico de la demanda se obtiene a través del análisis de la demanda; consiste en pronosticar cuánto sería la demanda o las ventas del negocio para un periodo de tiempo determinado motivo por el cual el análisis de la demanda se debe procurar descifrar las intenciones de compra del nuevo producto por parte de los consumidores.

Realizar el pronóstico de la demanda, permitirá elaborar la proyección o presupuesto de ventas, que es el presupuesto a partir del cual se elaboran los demás; por lo que se debe procurar que el pronóstico de la demanda sea el más real posible.

1.2.11 Gestión económica y proyecciones a mediano y largo plazo.

1.2.11.1 Producto.

Para poder asignar una clasificación en la cual va a enmarcarse el producto a desarrollar en este proyecto, cabe definir qué es un producto, para esto se ha tomado la definición de (Kloter 2004), que dice:

“Definimos como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, adquisición, uso, o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (Pág. #235).

Productos de consumo:

Los problemas de consumo son aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal.

Productos de conveniencia.

Son productos de consumo que suelen adquirirse con frecuencia, de inmediato o con mínimo de esfuerzo de comparación y compra, por ejemplo: jabones, dulces, diarios y comida rápida.

Los productos de conveniencia suelen tener precio bajo, y los productos los colocan en muchos lugares para que los cliente los adquieran fácilmente cuando los necesitan.

Los productos de conveniencia pueden subdividirse en:

- Productos básicos.
- Productos de impulso.
- Productos de emergencia.

Los productos básicos son los que los consumidores compran con regularidad como:

- Salsas.
- Dentífricos.
- Galletas.

Los productos de impulso se compran con poca planificación o esfuerzo de búsqueda, como:

- Dulces.
- Revistas.

Tales productos suelen colocarse cerca de las cajas de muchos establecimientos porque es posible que de otra manera a los compradores no se les ocurriera adquirirlos.

Los consumidores compran de emergencia cuando su necesidad es urgente:

- Paraguas durante una tormenta.
- Botas y palas después de la primera nevada del año.

Los fabricantes colocan los productos de emergencia en muchos expendios para que sean fáciles de encontrar y cuando los consumidores los necesiten.

En el Ecuador se puede observar que en casi todos los supermercados en el sitio de la caja o cerca de ella (cobro y facturación), se observa varios productos de este tipo, por ejemplo: Pilas, dulces, afeitadoras, revistas, cepillos dentales, entre otros.

En base a las definiciones emitidas anteriormente se ubica al producto galletas elaboradas de forma artesanal en la clasificación de productos de consumo de conveniencia de tipo básico.

1.2.11.2 Clientes y Proveedores.

Clientes.

Son aquellos que realizan compras o que lo hicieron dentro de un periodo corto de tiempo, además existen varios tipos de clientes como: clientes complacidos, clientes satisfechos, clientes insatisfechos y clientes influyentes.

Proveedores.

Son aquellos que se encuentran en el entorno económico y social, abastece de insumos y materias primas a las organizaciones para el desarrollo de la actividad productiva o directamente se compran las existencias para su venta.

1.2.11.3 Satisfacción de las necesidades.

Para satisfacer las necesidades de la población objetivo se establecerá valores agregados mediante un exhaustivo análisis de la demanda con la finalidad de comprender al consumidor, por ello es importante el mercadeo como sujeto activo en la relación de intercambio económico.

1.2.12 Estudio técnico.

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

1.2.13 Localización del proyecto:

El proyecto de la fábrica de galletas está instalado en la población de la parroquia de Posorja, cantón Playas, provincia del Guayas, en una extensión de 5 hectáreas.

1.2.13.1 Infraestructura.

Es la base material en la que está sentada la sociedad, que incluye, en pocas palabras, a la economía: Las fuerzas y las relaciones de producción.

Desde allí se sostiene la estructura social, y más arriba la superestructura, que dependen también de la infraestructura y donde se encontraría la vida cultural e ideológica.

Sin embargo, existen otras acepciones para el término, como cuando se refiere a la construcción edilicia, entonces se han hecho inversiones en infraestructura o ampliación de los lugares de operación.

1.2.13.2 Tecnología.

- Conjunto de procedimientos y medios que se emplea para producir un bien o servicio.
- Procedimientos: Secuencia de operaciones (proceso) para transformación de insumos en productos o servicios.
- Medios: Elementos físicos y humanos necesarios para llevar a cabo el proceso.

1.3 INVERSIÓN EN ACTIVIDADES PRODUCTIVAS.

1.3.1 Indicadores de la actividad productiva.

Son los que aportan a la información acerca de la actuación ambiental de las operaciones o de la producción de la empresa: desde inputs utilizados (materiales, energía y servicios).

Hasta los outputs resultantes (productos, servicios, residuos y emisiones), pasando por el proceso de compra de los inputs, el diseño, instalación, operación y mantenimiento del equipo y las instalaciones físicas de la empresa, o la distribución de los outputs resultantes del proceso productivo.

1.3.2 Estudio de administración financiera.

1.3.2.1 Planificación.

Es un proceso que comienza por fijar objetivos, define estrategias políticas y planes detallados para alcanzarlos, establece una organización para la instrumentación de las decisiones e incluye una revisión del desempeño y mecanismos de retroalimentación para el inicio de un nuevo ciclo de planeación.

1.3.2.2 Dirección.

Para Harold y Heinz “es el proceso consistente en influir en los individuos para que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales. Las personas asumen diferentes papeles, y no existen personas promedio al trabajar en favor de las metas, un administrador debe tomar la dignidad de las personas en su integridad.

1.3.2.3 Control.

Para Koonts “la función administrativa del control es la medición del desempeño a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos de las empresa y de los planes ideados para alcanzaos. Es una función de todo administrador, desde el presidente hasta los supervisores de la compañía”.

1.3.2.4 Ejecución.

La ejecución es la etapa donde se materializa los aspectos en el estudio técnico en especial, pero soportado en la estructura organizacional para la implementación del proyecto y en la financiación del mismo. Para realizar la ejecución es necesario desarrollar una gestión que facilite su terminación y lo deje listo para la iniciación o puesta en marcha (inicio de operaciones).

1.3.3 Aspectos Administrativos.

1.3.3.1 Visión.

Según Certo S, Peter P (1998) considera:

“La visión de la organización resume los valores y aspiraciones de la misma en términos muy genéricos, sin hacer planteamientos específicos sobre las estrategias sobre las estrategias utilizadas para que se hagan realidad” (p#59).

En cambio Senge P (1999) considera:

Que la visión organizativa es la respuesta a la pregunta. ¿Qué es lo que queremos crear?, y que las visiones que se comparten en la organización “crean un sentimiento de comunidad que impregna a la organización en su conjunto y hacen que sus diversas actividades sean coherentes”. Como consecuencia de todo ello el trabajo se hace parte de la búsqueda de un propósito de mayor alcance que se materializa en los productos y servicios de la organización. (p# 55).

En algunos casos es importante para elaborar la visión, considerar los aspectos fundamentales del desarrollo de la empresa y pensar en futuro lo que se en el largo plazo, para ello es importante contestar en tiempo presente las preguntas que se detallan a continuación.

1. ¿Cómo es nuestra presencia en el mercado? ¿A qué clientes estamos atendiendo? Y ¿cómo son nuestros servicios?
2. ¿Cómo funciona la organización? ¿Cómo está la situación financiera?
3. ¿En qué se observa la práctica de los valores fundamentales de la organización?

1.3.3.2 Misión.

Es una declaración explícita del modo en el que la organización piensa cumplir la meta expresada en su visión estratégica. Implica, por tanto, una mayor concreción de las orientaciones estratégicas a través de las cuales se va cumplir la visión.

Hitt- Ireland- Hsskissson (1999), considera: “la misión estratégica proviene del propósito estratégico. La misión estratégico que se enfoca hacia el exterior, es el determinación del propósito exclusivo de una empresa y el panorama de sus operaciones con relación al producto y al mercado”. (p# 25).

La formulación de la misión implica desarrollar un enunciado claro del tipo de negocio en el que se halla la compañía (o planea estar): Una definición concisa del propósito que trata de lograr en la sociedad y/o en la economía. Al formular su misión, una empresa debe responder a cuatro preguntas básicas.

1. ¿Qué función desempeña la organización? ¿Necesidad o necesidades de la población objetivo van a responder nuestra área de gestión?
2. ¿Para quién desempeña esta función? ¿A quiénes atenderemos?
3. ¿De qué manera trata de desempeñar la función? ¿Cómo trataremos de lograr nuestras metas?
4. ¿Por qué existe esta organización? O ¿por qué vamos hacer lo que queremos hacer?

1.3.3.3 Objetivos.

Los objetivos dan razón de ser a la empresa, permiten lograr los resultados con su máxima eficiencia.

Los objetivos determinan los resultados finales y los objetivos principales son sustentados por el sub- objetivo.

Los objetivos pueden ser:

- Individuales y colectivos.
- A corto, mediano y largo plazo.
- Principales y secundarios.
- Interno y externo.

Existen autores que clasifican los objetivos en objetivos estratégicos, objetivos tácticos, y objetivos operativos.

Objetivos estratégicos.- Es lo que la institución pretende lograr en el mediano y largo plazo. Para su cumplimiento se involucran todas las áreas de gestión de la organización y son establecidas por el nivel gerencial de la organización.

Objetivos tácticos.- Son los enlaces entre los objetivos estratégicos y los objetivos operativos, son establecidos por los mandos medios.

Objetivos operativos.- Son de corto plazo, su ámbito de acción involucra a los equipos operativos.

1.3.3.4 Valores estratégicos.

Los valores estratégicos representan las convicciones o filosofía de la alta dirección respecto a qué conducirá al éxito, considerando tanto el presente como el futuro.

Estos valores, es fácil descubrirlo, traslucen los rasgos fundamentales de lo que es la estrategia empresarial, parten de esta reflexión.

Para Morrisey (1995). “Todo lo que pueda aportarnos una ventaja competitiva consistente podría traducirse en un valor estratégico de la empresa. Tener un acuerdo claro y abierto sobre estos valores ayudará a establecer las prioridades significativas de la organización, sus campos de esfuerzo y niveles de tolerancia respecto a las variaciones; permitirá fijar expectativas y cómo comunicarlas a los de más, en qué negocios intervenir y cómo administrar” (pág. #13).

Entonces se considera a los valores estratégicos como un material de consulta al alcance de la mano al poner en marcha la estrategia. Algunos de estos valores identificados serán formulados directa o indirectamente en la declaración de misión.

1.3.3.5 Filosofía.

Es el conjunto de saberes que busca establecer, de manera racional, los principios más generales que organizan y orientan el trabajo de una organización, es decir, la manera de pensar o de ver las cosas en la empresa. La filosofía actual de una empresa es la base para confeccionar objetivos y estrategia para el futuro. Conociéndola se puede evaluar el grado de adaptación de la empresa a las necesidades de la misma y/o a las necesidades y deseos de sus consumidores.

Compromiso.

Es una responsabilidad aceptada implica roles, el que asigna el compromiso y el que lo ejecuta, en muchos casos este rol puede ser la misma persona.

Puntualidad.

Es el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado, para cumplir obligaciones, sin tener distracciones, retrasos, ni obstáculos.

Estrategias.

Es de gran importancia para cualquier empresa, pequeña o grande. En las grandes empresas, suelen ser los altos niveles gerenciales quienes se ocupan del tema estratégico; sin embargo, a medida que un individuo asciende en la escala, tiene que ir pensando cada día más en forma estratégica.

1.3.3.6 Análisis del sistema financiero.

El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras. La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo

que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

Según datos obtenidos se considera que: “El estudio financiero tiene por objeto determinar el monto de los económicos necesarios para el proyecto, y los costos totales de operación y el monto de lo ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos de vida útil. La información contable o financiera de poco nos sirve si no la interpretamos, comprendemos, siendo allí donde surge la necesidad del análisis financiero”.

1.3.4 Aspectos financieros.

1.3.4.1 Capital de trabajo.

Es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo, puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo, además de ser útil para establecer el equilibrio patrimonial.

1.3.4.2 Maquinarias y equipos.

Son los bienes tangibles que constituyen uno de los grandes grupos que integran los activos de las empresas, destinados a la producción y venta de mercancías o servicios propios del giro del negocio de los cuales estima que su tiempo de uso o consumo sea prolongado.

1.3.4.3 Balance inicial.

Es aquel balance que se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.

Cuando se crea una empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos y posiblemente se deba incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que su conjunto conforman el balance inicial.

1.3.4.4 Balance general.

Es un estado contable que muestra a situación financiera de una empresa en una fecha determinada; cuánto vale (activo) y cómo se reparte su propiedad entre los acreedores (pasivo) y los inversionistas o accionistas (capital).

1.3.4.5 Estado de pérdidas y ganancias.

El estado de resultados muestra lo acontecido en una empresa durante un período determinado y permite conocer la utilidad o pérdida neta de cada uno de los ejercicios, permite a través de la determinación de la utilidad neta, conocer los fondos de que podrá disponerse para invertir en otros proyectos, reinversiones en la misma empresa o pago de dividendos a los accionistas y que también se está desempeñando el proyecto.

1.3.4.6 Flujo de caja.

Son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado para una empresa, la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa, se analiza a través del estado de flujo de caja.

1.3.4.7 Cálculo del valor anual Neto VAN

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa), todos los flujos de caja futuros del proyecto, restando al valor la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor neto del proyecto.

1.3.4.8 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR.

Es la tasa que iguala el valor actual neto a cero, la tasa interna de retorno es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

1.3.4.9 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio en una empresa es aquel nivel de producción en el cual no se obtienen ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir, cuando el valor de la producción es igual al de los gastos necesarios para producirla. El punto de equilibrio se calcula con la fórmula: $PE = CF/1 - CV/IV$.

También puede expresarse como un porcentaje de la capacidad que debe utilizarse, como mínimo, para alcanzar el punto de equilibrio.

1.3.4.10 Período de recuperación.

Es el tiempo que se requiere para cubrir la inversión partir de las utilidades netas. No emplea valores descontados y se expresa en años.

TABLA N° 2 Período de Recuperación

PRCp	Inversión Total
=	Utilidad neta promedio

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.5 Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad permite conocer los efectos sobre la rentabilidad del proyecto si se presentan circunstancias diferentes a las previstas en el planteamiento original.

1.3.6 Análisis de la gestión o actividad

Miden la efectividad y eficiencia de la gestión, en la administración del capital de trabajo, expresan los efectos de decisiones y políticas seguidas por la empresa, con respecto a la utilización de sus fondos.

Evidencian cómo se manejó la empresa en lo referente a cobranzas, ventas al contacto, inventarios y ventas totales.

Estos ratios implican una comparación entre ventas y activos necesarios para soportar el nivel de venta, considerando que existe un apropiado valor de correspondencia entre estos conceptos.

Así se tiene en este grupo los siguientes ratios.

1.3.6.1 Ratios de creación de valor.

Es un conjunto de indicadores relacionados con la creación de valor en las empresas entendida como superación de expectativas.

Esta circunstancia implica que la empresa debe implantar un sistema de gestión que se oriente a su consecución, al establecimiento de un sistema de medición que permita identificar, cómo, dónde y cuánto se está creando valor y, que sirva al mismo tiempo de control e incentivación del mismo.

Por lo tanto, se requiere no sólo su medición, sino también la identificación de todo aquello que pueda incrementarlo, es decir, los impulsores o conductores de valor, tanto a nivel interno como externo.

1.3.6.2 Ratio de cuentas por cobrar.

Miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar. El propósito de este ratio es medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y, evaluar la política de crédito y cobranza.

El saldo en cuentas por cobrar no debe superar el volumen de las ventas. Cuando este saldo es mayor que las ventas se produce la inmovilización total de fondos en cuentas por cobrar, restando a la empresa, capacidad de pago y pérdida de poder adquisitivo.

Es deseable que el saldo de cuentas rote razonablemente de tal manera que no implique costos financieros muy altos y que permita utilizar el crédito como estrategia de ventas.

1.3.6.3 Ratios de cobros o rotación anual.

Puede ser calculado expresando los días promedio que permanecen las cuentas antes de ser cobradas o señalando el número de veces que rotan las cuentas por cobrar. Para convertir el número de días en número de veces que las cuentas por cobrar permanecen inmovilizados, se divide por 360 días que tiene el año.

TABLA N° 3 Período de cobros

$\text{ROTACIÓN DE CARTERA} = \frac{\text{CTAS. POR COBRAR PROMEDIO} * 360}{\text{VENTAS}} = \text{DÍAS}$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.6.4 Período promedio de pago a proveedores.

A través del indicador se puede obtener indicios del comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que la firma, tarda en pagar los créditos que los proveedores le han otorgado.

Una práctica usual es buscar que el número de días de pago sea mayor, aunque debe tenerse cuidado de no afectar su imagen con sus proveedores de materia prima.

En épocas inflacionarias debe descargarse parte de la pérdida de poder adquisitivo del dinero en los proveedores, comprándoles a crédito.

Período de pagos o rotación anual:

En forma similar a los ratios anteriores, este índice puede ser calculado como días promedio o rotaciones al año para pagar las deudas.

TABLA N° 4 Período de promedio

			CUENTAS POR PAGAR	
PERÍODO	PAGO	A	(PROMEDIO)* 360	=DÍAS
PROV.=			COMPRAS A PROVEEDORES	

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.6.5 Rotación de cajas y bancos.

Dar una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta. Se lo obtiene multiplicando el total de caja y bancos por 360 (días del año) y dividiendo el producto entre las ventas anuales.

TABLA N° 5 Rotación de caja

$$\text{ROTACIÓN DE CAJA BANCOS} = \frac{\text{CAJA Y BANCOS} \times 360}{\text{VENTAS}} = \text{DÍAS}$$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.6.6 Rotación de Activos Totales.

Ratio que tiene objeto medir la actividad en ventas de la firma. O sea, cuántas veces la empresa puede colocar entre sus clientes un valor igual a la inversión realizada. Para obtenerlo se divide las ventas netas por el valor de los activos totales.

TABLA N° 6 Rotación de Activos Totales

$$\text{ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \text{veces}$$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde.

1.3.6.7 Rotación del activo fijo.

Esta razón es similar a la anterior, con el agregado que mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos.

Mide la actividad de ventas de la empresa. Dice, cuántas veces se puede colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo.

TABLA N° 7 Rotación del Activo

$$\text{ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS FIJO}} = \text{veces}$$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.7 Análisis de liquidez.

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo.

Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas, expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente, estos ratios son cuatro:

1.3.7.1 Ratio de liquidez general o razón corriente.

El ratio de liquidez general se lo obtiene dividiendo el activo entre el pasivo corriente.

El activo corriente incluye básicamente las cuentas de caja, bancos, cuentas y letras por cobrar, valores de fácil negociación e inventarios.

Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deuda de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

TABLA N° 8 Ratio de Liquidez

$\text{LIQUIDEZ GENERAL} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$
--

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.7.2 Ratio prueba ácida.

Es aquel indicador que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo.

Es algo más severa que la anterior y es calculada restando el inventario del activo corriente y dividiendo esta diferencia entre el pasivo. Los inventarios son excluidos del análisis porque son los activos líquidos y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

TABLA N° 9 Ratio prueba ácida

$\text{PRUEBA ÁCIDA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

A diferencia de la razón anterior, esta excluye los inventarios por ser considerada la parte menos líquida en caso de quiebra.

Esta razón se concentra en los activos más líquidos, por lo que proporciona datos más correctos al analista.

1.3.7.3 Ratio prueba defensiva.

Permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo; considera únicamente los activos mantenidos en caja – bancos y los valores negociables, descartando la influencia del tiempo variable y la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Se indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus flujos de venta. Se calcula este ratio dividiendo el total de los saldos de caja y bancos entre el pasivo corriente.

TABLA N° 10 Ratio prueba defensiva

PRUEBA	CAJA BANCOS	
DEFENSIVA =	$\frac{\quad}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	= %

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.7.4 Ratio capital de trabajo.

Como es utilizado con frecuencia, se puede definir como una relación entre los: Activos Corrientes y los Pasivos Corrientes, es una razón definida en términos de un rubro dividido por otro.

El capital de Trabajo, es lo que le queda a la firma después de pagar sus deudas inmediatas, es la diferencia entre los activos corrientes menos pasivos corrientes; algo así como el dinero que le queda para poder operar en el día a día.

TABLA N° 11 Ratio capital de trabajo

$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PAS. CORRIENTE} = \text{UM}$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.8 Análisis endeudamiento o apalancamiento.

Estos ratios, muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Dan una idea de la autonomía financiera de la misma. Combinan las deudas de corto y largo plazo.

Permiten conocer qué tan estable o consolidada es la empresa en términos de la composición de los pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio.

Miden también el riesgo que corre quién ofrece financiación adicional a una empresa y determinan igualmente, quién ha aportado los fondos invertidos en los activos. Muestra el porcentaje de fondos totales aportados por el dueño(s) o los acreedores ya sea a corto o mediano plazo.

Para la entidad financiera, lo importante establecer estándares con los cuales pueda medir el endeudamiento y poder hablar entonces, de un alto o bajo porcentaje.

El analista debe tener claro que el endeudamiento es un problema de flujo de efectivo y que el riesgo de endeudarse consiste en la habilidad que tenga o no la administración de la empresa para generar los fondos necesarios y suficientes para pagar las deudas a medida que se van venciendo.

1.3.8.1 Estructura del capital.

Es el cociente que muestra el grado d endeudamiento con relación al patrimonio. Este ratio evalúa el impacto del pasivo con relación al patrimonio. Se calcula dividiendo el total del pasivo por el valor del patrimonio:

TABLA N° 12 Estructura del Capital

ESTRUCTURA	PASIVO TOTAL	
CAPITAL =	DEL	_____ = %
	PATRIMONIO	

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.8.2 Endeudamiento.

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, y sea en el corto o largo plazo, en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos por los acreedores.

TABLA N° 13 Endeudamiento

$$\text{RAZON DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.8.3 Cobertura de gastos financieros.

Este ratio indica hasta qué punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar sus gastos financieros, además que permite conocer la facilidad que tiene la empresa para atender sus obligaciones derivadas de su deuda.

TABLA N° 14 Cobertura de gastos financieros

$$\text{COBERTURA DE GG.FF} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE INTERESES}}{\text{GASTOS FINANCIEROS}} = \text{veces}$$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.8.4 Cobertura ´para gastos fijos.

Este ratio permite visualizar la capacidad de supervivencia, endeudamiento y también medir la capacidad de la empresa para asumir su carga de costos fijos. Para calcularlo se divide el margen bruto por los gastos fijos.

El margen bruto es la única posibilidad que tiene la empresa para responder por sus costos fijos y por cualquier gasto adicional.

TABLA N° 15 Cobertura para gastos fijos

$$\text{COBERTURA DE GASTOS FIJOS} = \frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{GASTOS FIJOS}} = \text{veces}$$

Fuente: César A. Guzmán, 2004
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

1.3.9 Aspectos ambientales.

1.3.9.1 Impacto ambiental.

Es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente, técnicamente es la alteración de la línea de base ambiental, actualmente existe una preocupación a nivel ambiental, porque los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos, el agua, el suelo, el aire son recursos que están siendo afectados por acciones sin estudios previos que permitan mitigar estos impactos.

La minimización del impacto ambiental es un factor importante en los estudios de a cualquier proyecto que se quiera llevar a cabo, con esto se puede lograr que los efectos secundarios sean positivos, o menos negativos.

1.3.9.2 Indicadores ambientales de la actuación directiva.

Son aquellos que dan información sobre las políticas, gestión de personal, planificación, prácticas y procedimientos a todos los niveles de la empresa, así como sobre las decisiones y acciones relativas a los aspectos ambientales de la empresa. Para el estudio es importante tomar en consideración este aspecto para que la viabilidad esta con todos los parámetros.

1.4 MARCO LEGAL.

1.4.1 Estatutos Orgánicos

Para la creación de la empresa se debe regirse a los estatutos de la ley según lo establecido en el gobierno de la República del Ecuador.

1.4.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Según el Art. 1 dice: “Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción.

La transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas desincentiven las externalidades negativas.

Así también impulsarán toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria, así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que faciliten el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Partiendo del sistema de Planificación Nacional que se encuentra bajo la rectoría de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo del País, fundamenta el desarrollo productivo del País en lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, el cual constituye otra de las leyes de la república que fomenta y promueven las actividades productivas de las y los ecuatorianos o residentes en el país.

La matriz productiva que regirá el régimen de producción de nuestro país está orientada al fomento de las actividades empresariales productivas que generen nuevas plazas de trabajo y no consuman energías no renovables.

1.4.3 Según la Ley de Compañías.

1.4.3.1 Procedimientos Legales para su Constitución.

Para la constitución de este tipo de compañías se debe cumplir una serie de formalidades generales tales como:

- Solicitud a la Superintendencia de Compañías, pidiendo la aprobación del tipo de compañía, y registro del nombre o denominación, en la cual se presenta varias alternativas, para el consentimiento de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación idéntica o semejante.
- Elaboración de la minuta del contrato de la compañía, suscrita por abogado, en la que se debe especificar el nombre de la empresa, el domicilio, alcance de las actividades de la misma, el nombre de los socios con la estructura del capital, y los demás aspectos que se deben considerar para la elevación de este documento a escritura pública.
- Apertura de una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera autorizada para este fin, realizando el primer depósito que debe ser no menor al 50% del capital social. Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías, se elevan a escritura pública ante un Notario

de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio con las firmas de los socios fundadores.

- Mediante resolución de la Superintendencia de Compañías se aprueba la constitución, emitiendo un extracto de prensa de la aprobación de la escritura, que debe ser publicado por una sola vez, en un diario de gran circulación en la ciudad del domicilio de la compañía.
- Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.
- Obtención de la patente municipal a fin de que se pueda ejercer actos de comercio.
- Afiliación a la Cámara de la Producción que corresponda al giro del negocio, así por ejemplo: Cámara de Comercio, Cámara de Industriales, Cámara de la Pequeña Industria, entre otros.
- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- Elaboración e inscripción de los nombramientos de las personas encargadas de la administración de la compañía en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas (SRI).”

Registro Mercantil.- Es un Registro Oficial en donde se inscribe la escritura pública; la información que se solicita a una persona jurídica para inscribirse en el Registro Mercantil. Es la siguiente:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.
- Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción.

Patente Municipal.- El hecho generador de este impuesto es el ejercicio de toda actividad comercial, industrial, o de orden económico que se realice dentro del cantón Guayaquil. Para que una empresa sea inscrita en el registro de patentes de la Dirección Financiera deberá presentar:

- Escritura de constitución.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Resolución de Constitución.
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal
- Copia de cédula del representante legal.
- Formulario de declaración de impuesto de patente municipal.
- Copia de declaración de Impuesto a la Renta del año inmediato anterior .validada por el Servicio de Rentas Internas.

Afiliación a la Cámara de Comercio.- Para afiliarse a la Cámara de Comercio de Guayaquil es necesaria, la siguiente documentación que permita continuar con un trámite más ágil:

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías. En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos y, en caso de sociedades civiles o colectivas, la sentencia del juez.
- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

Adicionalmente a la presentación de estos documentos, el solicitante deberá realizar el pago de la cuota de inscripción a la Cámara de Comercio, para las personas jurídicas, el valor a cancelar depende del capital suscrito en las escrituras de constitución de la empresa, posteriormente reciben un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil en la actividad comercial que va a emprender.

RUC.- El Registro único de Contribuyentes, es un sistema que tiene por objeto registrar e identificar a los contribuyentes, es decir constituye la identidad de la empresa frente a los pagos fiscales, como son el pago anual del impuesto a la renta y la declaración del impuesto al valor agregado IVA; este debe ser obtenido dentro de los treinta días siguientes a su composición o inicio de actividad. Los requisitos necesarios para su inscripción son los siguientes:

- Formulario RUC 01-A y RUC 01-B.
- Escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Hoja del Registro de Sociedades otorgado por la Superintendencia de Compañías.
- Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Carta de pago de agua, luz o teléfono de cualquiera de los tres últimos meses, del establecimiento de la sociedad.

Accionistas.

Es una persona que posee una o varias acciones en una empresa también suelen recibir el nombre de inversores, por que el hecho de comprar una acción supone una inversión (un desembolso de capital), en la compañía, cabe destacar que un accionista puede ser tanto una persona física como una persona jurídica. Esto quiere decir que un grupo de personas pueden agruparse para comprar una participación en una compañía.

En este sentido, es importante que también se deje en claro qué es una acción. Así, se puede establecer que aquella es cada una de las partes proporcionales en las que se divide el capital de una sociedad anónima, ya sea esta de tipo comercial o industrial. Por este motivo, un accionista es un socio capitalista que se involucra en la gestión de la empresa. Su responsabilidad y poder de decisión depende del porcentaje de capital que aporta a la misma (a más acciones, más votos).

Es importante establecer que existen dos tipos claramente diferenciados de accionistas:

Accionistas de referencia.- Son aquellos que se caracterizan por el hecho de que cuentan con un importante número de acciones que es el que determina y deja patente que intervengan e influyan en lo que es la gestión de la empresa en sí.

Accionistas minoritarios.- Como su propio nombre indica, estos cuentan con pocas acciones y, por tanto, no tienen capacidad para influir en lo que es la dirección y gestión de la compañía citada. No obstante, puede ocurrir que se cree una “asociación” de varios de estos tipos de accionistas y así adquieran un peso que les permita actuar en esa citada gestión.

El proceso emprendedor productivo de llevar a cabo la fabricación de chocolate se encuentra avalada por un amplio marco jurídico relacionado con varias áreas estratégicas de la planificación.

Sociedad mercantil.

“La compañía o sociedad mercantil constituye un contrato en el que dos o más personas se unen para realizar actos de comercio con la finalidad de obtener una ganancia para posteriormente ser distribuida.”

1.4.3.2 Clasificación de la sociedad mercantil.

Se clasifican en cinco grupos de compañías:

- La compañía en nombre colectivo.
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- La compañía de responsabilidad limitada.

- La compañía anónima.
- La compañía de economía mixta.

Estos cinco tipos de compañía constituyen personas jurídicas.

La Ley de Compañías del Ecuador establece que un 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.

- **Sociedad en nombre colectivo.**

Las obligaciones sociales están garantizadas por la responsabilidad ilimitada y solidaria de todos los socios, siendo el nombre de ellos el que forma la denominación social de la misma, su capital está constituido por los aportes en dinero, especies o industria.

Esta compañía es administrada por todos los socios o por alguno de ellos.

- **Sociedades en Comandita.**

Las obligaciones sociales de la sociedad estarán garantizadas por uno o varios socios, denominados comanditarios con responsabilidad limitada, solidaria y subsidiaria.

Los comanditarios responden hasta por el monto de su aporte, teniendo en cuenta que cualquier socio comanditario que forme parte de la administración deberá responder como cualquier socio comanditario.

Su razón social debe ser el nombre de todos los socios comanditario acompañado de la frase “Compañía en Comandita”.

El capital debe estar formado por el aporte en dinero y especie de los socios comanditarios o comanditados y en industria que hagan los comanditarios.

Los requisitos para la constitución de una sociedad en nombre colectivo y en comandita son: nombres de los socios, domicilio de los socios, razón social, objeto, duración, valor de los bienes entregados y la expresión de lo que cada socio aporte, en dinero en otros bienes.

- **Sociedad responsabilidad limitada.**

En este tipo de sociedades las obligaciones sociales de los socios se limita al monto de su aporte establecido en el documento constitutivo y representado en cuotas de participación, siendo imposible por restricciones legal presentarse en acciones o títulos valores su razón social podrá ser un nombre de persona o también referido al objeto de la sociedad acompañado por la frase “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o por las siglas “S.R.L”.

El capital mínimo para la suscripción debe ser entregado y suscrito para la constitución de la misma no menos del 50% en efectivo y la totalidad del aporte hecho en especies y, en el último caso en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.

Los administradores de estas sociedades podrán ser personas, socios o no de la compañía con funciones establecidas en el acta constitutiva.

Los requisitos para su constitución son: nombres, domicilio y nacionalidad de los socios fundadores, denominación de la sociedad y su objeto, monto del capital social y de la cuota de cada socio, números de personas que ejercerán la administración y de comisarios, cuando los haya, reglas de elaboración de los balances y del cálculo de los dividendos además del tiempo de duración de la sociedad.

- **Sociedades anónimas.**

Son personas jurídicas que ejercen el comercio en forma independiente a los socios, por ese mismo hecho contestan al contenido de sus siglas.

Las obligaciones de los socios están garantizadas por un capital determinado, dividido en partes iguales denominadas acciones de fácil negociación sin afectar el acta constitutiva de la sociedad, pueden ser comunes o preferentes.

Las asambleas podrán ser ordinarias o extraordinarias.

Entre los principales requisitos para su constitución están: Denominación y domicilio de la sociedad, el objeto de la sociedad, el monto del capital suscrito e importe del capital pagado, nombre, apellido y domicilio de los socios, número y valor nominal de las acciones, valor de los bienes aportados, las reglas con sujeción a las cuales deberá formarse los balances y calcularse y repartirse los dividendos, número de individuos que compondrán la junta administrativa, sus derechos y obligaciones, expresando cuál de ellos puede firmar por la compañía, el número de comisarios y la fecha de inicio de operaciones de la compañía y su duración.

- **Sociedades de economía mixta.**

Son empresas formadas de una parte privada y otra pública, son aplicables a esta compañía las disposiciones relativas a la compañía anónima.

Después de haber realizado un exhaustivo análisis de los diferentes tipos de compañías los cuales pueden constituirse legalmente según la Ley de Compañías para este proyecto en estudio se optó por la compañía de responsabilidad limitada, que cumple con las características necesarias que contribuirán que colaborarán al desarrollo empresarial, garantizando el funcionamiento de la misma.

- **La compañía de responsabilidad limitada.**

“La compañía de responsabilidad limitada es la que contrae entre tres o más persona, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.”

Este tipo de compañías son siempre mercantil pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Esta compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley.

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar; no obstante no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. La junta general formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital, la misma que estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a \$400 dólares monto fijado por la superintendencia de compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación.

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, constituir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la

compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositaran en una cuenta especial de “Integración de Capital”, que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación; si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. La responsabilidad de los socios se limitara al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el superintendente de compañías, el que ordenara la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderados, en la escritura se expresara:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía
6. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y a la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;

7. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tenga la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la;
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

1.4.4 Constitución de la República del Ecuador.

Tomando en referencia el Título VI del Régimen de Desarrollo; correspondiente al capítulo cuarto de la soberanía económica en la sección primera del sistema económico y política económica; según lo establecido en el **Art. 238.-** “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”.

Capítulo sexto de 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 ellas se tiene: cooperativas, comunitarias, empresariales públicas o privadas, familiares, asociativas, 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 autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

Art. 332.- El Estado garantizará el respeto a los derechos reproductivos de las personas trabajadoras, lo que incluye la eliminación de riesgos laborales que afecten la salud reproductiva, el acceso y estabilidad en el empleo sin limitaciones por embarazo o número de hijas e hijos, derechos de maternidad, lactancia, y el derecho a licencia por paternidad.

Se prohíbe el despido de la mujer trabajadora asociado a su condición de gestación y maternidad, así como la discriminación vinculada con los roles reproductivos.

Sección Tercera: Seguridad social.

Art. 367.- El sistema de seguridad social es público y universal, no podrá privatizarse y atenderá las necesidades contingentes de la población.

La protección de las contingencias se hará efectiva a través del seguro universal obligatorio y de sus regímenes especiales.

1.4.5 Según el plan nacional del buen vivir.

Siguiendo con el sistema nacional de planificación, uno de los objetivos estratégicos del nuevo plan para el periodo 2013-2017, es la transformación de la matriz productiva, para pasar de ser un país agroexportador a un país exportador de productos elaboradas con un mayor grado de valor agregado, partiendo de esta premisa existen herramientas en la legislación ecuatoriana como la ley de Economía Popular y solidaria, para que acoja, respalde y promueve el emprendimiento unipersonal o en conjunto, reconociendo varios tipos de unidades económicas productivas, con el objetivo de aplicar nuevas e innovadoras formas de producir forma.

Adicionalmente, el plan nacional del buen vivir contempla otros objetivos que se relaciona con el fomento productivo como lo son:

Objetivo 3

Mejorar la calidad de vida de la población.

La calidad de vida alude directamente al buen vivir de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas.

Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común. El concepto de buen vivir integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y sistemas de valores y en relación con expectativas, normas y demandas.

Objetivo 6.

Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

El trabajo constituye la columna vertebral de la sociedad, y es un tema fundamental de la vida de las personas y de las familias.

La constitución ecuatoriana reconoce que el trabajo es un derecho y un deber social. Asimismo, como derecho económico, es considerado fuente de realización personal y base de la economía.

El trabajo condensa múltiples dimensiones, materiales y simbólicas, y está en el centro de una serie de relaciones complejas de producción y reproducción de la vida, que tienen implicación política, económica, laboral, social, ambiental y cultural.

Objetivo 11.

Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

La constitución de 2008, establece que el sistema económico ecuatoriano es social y solidario; sin embargo, esta no es una caracterización exacta de la realidad actual, sino un gran objetivo a alcanzar.

Se abre, de este modo, una etapa de transición que deberá partir de un sistema marcado por la hegemonía capitalista neoliberal, que profundizó la concentración de la riqueza, la pérdida de soberanía, la privatización, la mercantilización extrema, las prácticas especulativas y depredadoras de los seres humanos, de los pueblos y de la naturaleza, para llegar a un sistema económico soberano regido por el buen vivir, que supere estas injusticias y desigualdades, e impulse una economía endógena para el buen vivir; es decir, un desarrollo con y para todas y todos los ecuatorianos, de todas las regiones, sectores, pueblos y colectividades.

1.4.6 Normativa regulatoria ambiental.

Por su parte la Ley Orgánica de Salud, determina los aspectos sanitarios y reglamentarios que deben ser observados para autorizar el funcionamiento de la industria, por tratarse de un producto alimenticio o ingesta humana se debe seguir con estricto apego a las normas y protocolos de salubridad, los cuales serán verificados periódica y permanentemente. Al respecto la mencionada ley hace referencia en los siguientes artículos:

Art. 6.- El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la Ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.

Art. 7.- A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:

Finalmente a nivel local el funcionamiento de la empresa deberá tener también la autorización y permiso de funcionamiento de parte del gobierno autónomo municipal del cantón Guayaquil, siguiendo los requisitos que constan la ordenanza municipal. Considerando el impacto ambiental y su regulación se debe hacer referencia al siguiente extracto establecido en la misma Ley:

Para prevenir y controlar la contaminación ambiental:

Art. 54.- Niveles de Planificación.- La planificación de la gestión para la prevención y control de la contaminación ambiental y preservación o conservación de la calidad del ambiente en el Ecuador, consta de los siguientes niveles:

- a) Específico: Plan de manejo ambiental del regulado;
- b) Local/Provincial/Sectorial/Recurso: Plan de la entidad ambiental de control y de las entidades reguladoras sectoriales y por recurso;
- c) Nacional: Plan de la Autoridad Nacional Ambiental.

Art. 55.- Concordancia con Planificaciones Seccionales.- Las entidades del sistema nacional descentralizado de gestión ambiental adecuarán sus acciones a los planes cantonal y provincial para la prevención y control de la contaminación y preservación o conservación de la calidad del ambiente, de la jurisdicción en la que laboren.

1.4.6.1 Instrumentos para la prevención y control de la contaminación ambiental:

Art. 57.- Documentos Técnicos.- Los estudios ambientales se realizarán en las etapas previas a la ejecución, temporales o definitivas de un proyecto o actividad. Los documentos técnicos o estudios ambientales que serán exigidos por la autoridad son entre otros:

- a. Estudios de Impacto Ambiental (EIA), que se realizan previo al inicio de un proyecto o actividad, de acuerdo a lo establecido en el SUMA;
- b. Auditoría Ambiental (AA), que se realizan durante el ejercicio de la actividad, lo cual incluye la construcción;
- c. Plan de Manejo Ambiental (PMA), que se realiza en cualquier etapa del proyecto.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

En este capítulo se ha diseñado la investigación que se llevó a cabo aplicando un conjunto de procesos sistemáticos que se utilizaron para realizar, con las herramientas e instrumentos de la investigación se efectuó un modelo descriptivo, el cual permitió la recopilación de información tanto a los expertos artesanales y futuros clientes mediante la aplicación de los métodos cuantitativos y cualitativo para evaluar las características importantes del consumidor de las galletas artesanales, se tomó una muestra de los elementos de la población en un punto en el tiempo utilizando un muestreo aleatorio simple.

2.1.1 Investigación cualitativa.

Se produjo datos descriptivos a través de una investigación social, puesto que estudia fenómenos que no son explicados a través de números o índices, sino que son analizados como sistemas complejos interrelacionados desde el punto de vista de cada persona.

Es así que se utiliza la descripción de los hechos en la generación de conocimiento de tal forma que esta investigación se consideró como una fuente de información para la toma de decisiones.

2.1.2 Investigación cuantitativa.

Se recopiló y analizó datos sobre las variables mediante el estudio de las propiedades, fenómenos cuantitativos y descriptivo, requiriendo que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal, es decir, que sea posible definirlo, limitarlo y saber exactamente donde se inicia el problema, hacia donde se dirige y que tipo de incidencia existe entre sus elementos.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad del trabajo de grado que se utilizó en esta investigación, es de proyecto factible o de intervención, considerando la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para formular y ejecutar el proyecto de inversión según los requerimientos y necesidades de la organización.

Este estudio se plantea una propuesta viable para la creación de una fábrica de galletas artesanales, considerando el apoyo de investigaciones de tipo documental y de campo, que conlleva a establecer las pautas y características fundamentales inherentes a la fundamentación teórica de la propuesta.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1 Por el propósito.

Básica.

Las teorías de administración de producción, financieras y de proyectos son desarrolladas y especificadas con todo lo relacionado a las teorías antes mencionadas.

2.3.2 Por el nivel de estudio.

Nivel descriptivo.

“El estudio de tipo descriptivo se ha implementado, puesto que, a través del estudio se pudo investigar y redactar los hechos históricos verdaderos relacionados el problema y la agrupación entre variables, para luego ser tabulados y procesados con el empleo de técnicas de recolección de datos como la entrevista y cuestionarios, lo que a su vez permitió obtener información para el proyecto de inversión”.

2.3.3 Por el lugar

2.3.3.1 Investigación bibliográfica.

Por medio de la investigación bibliográfica se pudo consultar textos y publicaciones relacionadas al tema de estudio y sus formas de aplicación, facilitando la elaboración del trabajo de investigación.

2.3.3.2 Investigación documental.

La consulta de documentos como libros, revistas, periódicos, memorias, videos, internet, entre otras, permitieron verificar la información existente, puesto que el objetivo principal es analizar los diferentes fenómenos, de tal forma poder determinar las técnicas de investigación adecuada.

2.3.3.3 Investigación de campo.

Permitió el estudio sistemático del problema de investigación en el lugar de los acontecimientos dando respuestas a las interrogantes. En el trabajo a realizar se utilizó entrevista que proporcionó el contacto directo con los involucrados en el

estudio de investigación ayudando a verificar lo planteado con los hechos reales siendo el principal objetivo el procesamiento de los datos obtenidos.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

2.4.1 Método inductivo

Se aplicó este método por que se indagó en aspectos particulares en la parroquia Posorja sobre las actividades productivas y su contribución en la creación de productos artesanales, los cuales serán la base de fundamento de las observaciones, descripciones y explicaciones del estudio.

2.4.2 Método analítico.

La finalidad fundamental es examinar con profundidad las características internas del objeto o fenómeno que se estudia para lograr este propósito, se necesita definir y describir adecuadamente los problemas que van a ser analizados.

La investigación descriptiva es de gran ayuda para el análisis, busca el conocimiento detallado de los rasgos internos del objeto o fenómeno que se investiga.

El análisis sirve de invaluable ayuda en la demostración de las causas que originan los problemas en estudio, el tratamiento de la información recopilada y procesada es fundamentalmente analítico y cualitativo pero para organizar el análisis cualitativo de la información es útil realizar previamente la descripción cuantitativa de los resultados.

Se realizó la investigación analítica en profundidad en lugares rurales en la medida de lo posible, con la finalidad de descubrir los aspectos esenciales del problema de estudio.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas para la recopilación de información en la parroquia Posorja fueron: encuesta, entrevista y grupo focal.

2.5.1 Entrevista en profundidad.

Mediante la entrevista se logró obtener un diálogo con los involucrados en el presente trabajo de investigación, como son los expertos artesanos de panificación, los pequeños comerciantes de la parroquia y sectores aledaños, con la finalidad de obtener información de fuentes primarias.

2.5.2 Encuesta.

Se realizó encuestas dirigidas a los habitantes de la parroquia y personas de afines, con la finalidad de receptar la información necesaria para el desarrollo del proyecto de inversión.

Tomando en consideración que la encuesta es una técnica de recopilación de información a través de preguntas formuladas sobre las variables de nuestra investigación, dicha recopilación se logró obtener utilizando las preguntas del cuestionario escrito.

2.5.3 Grupos focales (entrevistas grupales).

Es una reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación, el tamaño aceptable para un grupo focal ha sido tradicionalmente de ocho a diez participantes sin embargo se profundiza más el tema con los grupos pequeños.

El grupo focal se llevó a cabo con la finalidad de obtener datos de información sobre el producto y definir los elementos para atracción de la población objetivo.

2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información mediante la aplicación de la encuesta y entrevista en la parroquia Posorja fueron: cuestionario y guía de entrevista.

2.6.1 Cuestionario.

El cuestionario es una técnica de recolección de datos y está conformado por un conjunto de preguntas escritas que el investigador administra o aplica a las personas o unidades de análisis a fin de obtener los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación.

Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación mediante la encuesta se pudo constatar la importancia, la necesidad y la aceptación de implementar una fábrica dedicada a la elaboración de galletas artesanales.

Por lo tanto para la elaboración del cuestionario se tomó en consideración la hipótesis y objetivos de investigación, es así que las preguntas abiertas y cerradas, las mismas que se detallan a continuación:

2.6.1.1 Preguntas abiertas.

Permiten efectuar un sondeo mucho menos superficial; mediante ellas se perciben más fácilmente las actitudes y opiniones del individuo, sus motivaciones y significados, es decir, el encuestado responde sin considerar alternativas de respuestas, esto se realiza porque se necesita más información en forma de opiniones por parte de los entrevistados.

2.6.1.2 Preguntas cerradas.

Son fáciles de responder, analizar, codificar y de sistematizar además pueden organizarse de tal forma que el encuestado conteste numéricamente, puede incluir alternativas o posibilidades de respuestas que deben ser acogidas por el encuestado, es así que la cuantificación y la calificación de respuestas sea objetiva, puesto que se refiere a datos objetivos, tales como, edad, sexo, estatura, peso, entre otros., o a su vez logran ser contestadas sí o no, esto ya depende de la propuesta que se dé dentro del cuestionario.

En conclusión con la aplicación del cuestionario se trata de obtener de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en la investigación, la misma que se efectúa mediante una población o muestra representativa, para lo cual estas deben verse como técnicas complementarias, puesto que se puede obtener información más amplia.

2.6.2 Guía de entrevista.

Se diseñó un formato cuyas interrogantes se enfocan al tema de estudio. Tales entrevistas se aplicaron a los principales microempresarios y entidades financieras de la parroquia Posorja y zonas aledañas.

2.6.2.1 Pruebas organolépticas.

Se entregó pruebas del producto para evaluar las características físicas y sensoriales a los posibles consumidores, con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de los futuros clientes.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1 Población.

La población económicamente activa quienes puede consumir las galletas artesanales en la parroquia Posorja y zonas aledañas la cual su totalidad la con personas.

TABLA N° 16 Población

Población	N°
Entidades financieras (directivos)	2
Expertos (empresarios)	7
Población del cantón Playas	41.935
Población de la parroquia Posorja	24.136
Población de la parroquia El Morro	50.19
TOTAL	71.099

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

2.7.2 Muestra.

El significado es: “Es una parte de la población que representa al todo y por lo tanto refleja en cierta medida las características que definen la población de la cual fue extraída, toda muestra lleva implícito un error de muestras este es inversamente y proporcional al tamaño de la muestra, estos se toma de una estadística y cálculos que se realizan para luego recopilar datos del proyecto planteado”.

Calculo el tamaño de la muestra:

Para obtener el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1)(e/k)^2 + p \cdot q}$$

Desarrollo

$$n = \frac{71.099 (0,5 \times 0,5)}{(71.099 - 1) (0,05/2)^2 + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{71.099 (0.25)}{(71.099 - 1) (0,05/2)^2 + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{68.283,12}{46,77 + 0,9604}$$

$$n = \frac{4.679,5}{47,73}$$

n = 376 Encuestas

TABLA N° 17 Muestra a investigar

Población	N°
Entidades Financieras	2
Expertos	7
Extracto Posorja	127
Extracto Playas	120
Extracto El Morro	120
TOTAL	376

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO.

Una vez levantada la información de campo, se procederá con la aplicación de los elementos necesarios que permitan la tabulación de los datos con la finalidad de generar resultados a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos o preguntas de la investigación realizada para tomar los correctivos necesarios.

El procesamiento de datos debe realizarse mediante el uso de las herramientas estadísticas con el apoyo de computador, utilizando el programa de Excel.

Las encuestas se realizaron en la población de la parroquia Posorja y sectores aledaños, en la cual se obtuvo información valiosa sobre la importancia de la creación de la fábrica de galletas artesanales y determinar el precio, oferta, demanda del producto, entre otros, para esto se ha seleccionado los sitios.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.

3.1 Análisis de los resultados de la encuesta.

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la investigación de campo que se efectuó en las diferentes poblaciones:

Pregunta N° 1 ¿Usted ha consumido galletas elaboradas de forma artesanal?

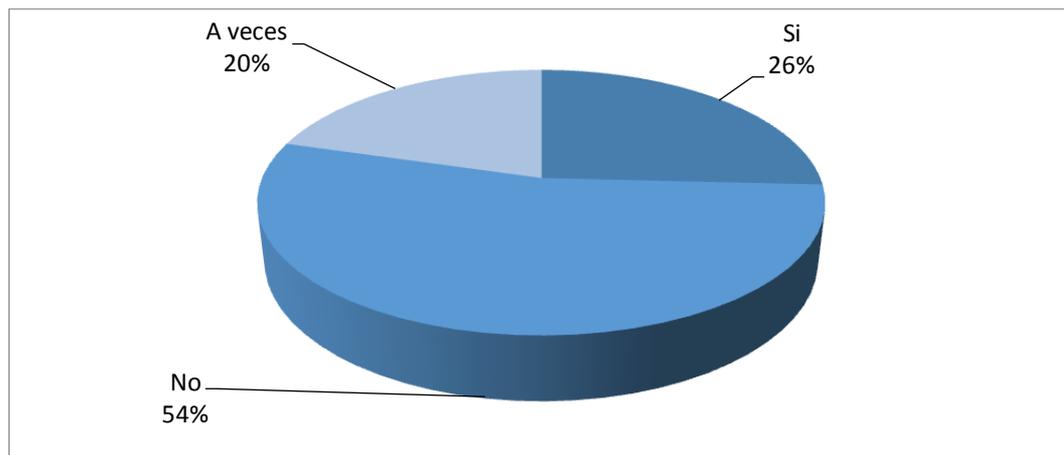
CUADRO N° 3 Consumo de galletas artesanales

ITEM	Alternativas	<i>f.</i>	Porcentaje
1	Si	97	25,80
	No	202	53,72
	A veces	77	20,48
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro

Elaboración: Saily Hernández Quinde Quinde

GRÁFICO N° 3 Consumo de galletas artesanales



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

Según datos levantados mediante las encuestas realizadas a la población, la mayor parte no ha consumido galletas artesanales a diferencia del resto, quienes se mantienen en un nivel estándar sobre los productos que adquieren.

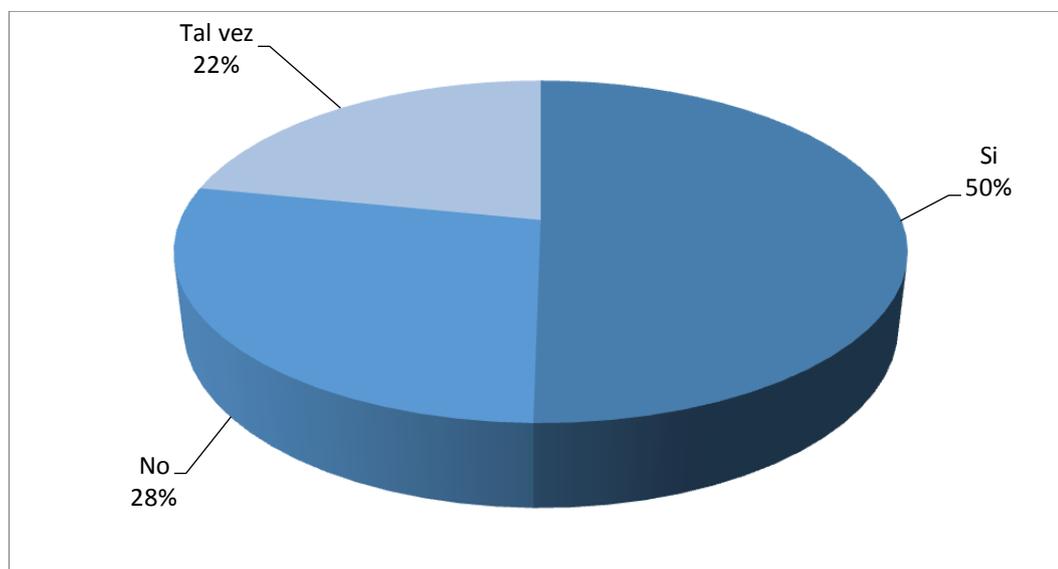
Pregunta No. 2 ¿Nota usted que el precio de las galletas comunes que están en las tiendas y supermercados son muy altos?

CUADRO N° 4 El precio de las galletas comunes

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
2	Si	189	50,27
	No	105	27,93
	Tal vez	82	21,81
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro
Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 4 El precio de las galletas comunes



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.
Elaboración: Saily Hernández Quinde

Con referencia al precio de las galletas en el mercado local se mantiene en un concepto elevado por parte de los consumidores, puesto que, la mayoría de la población encuestada percepción que son muy altos, sin considerar aquellos productos nutricionales y artesanales.

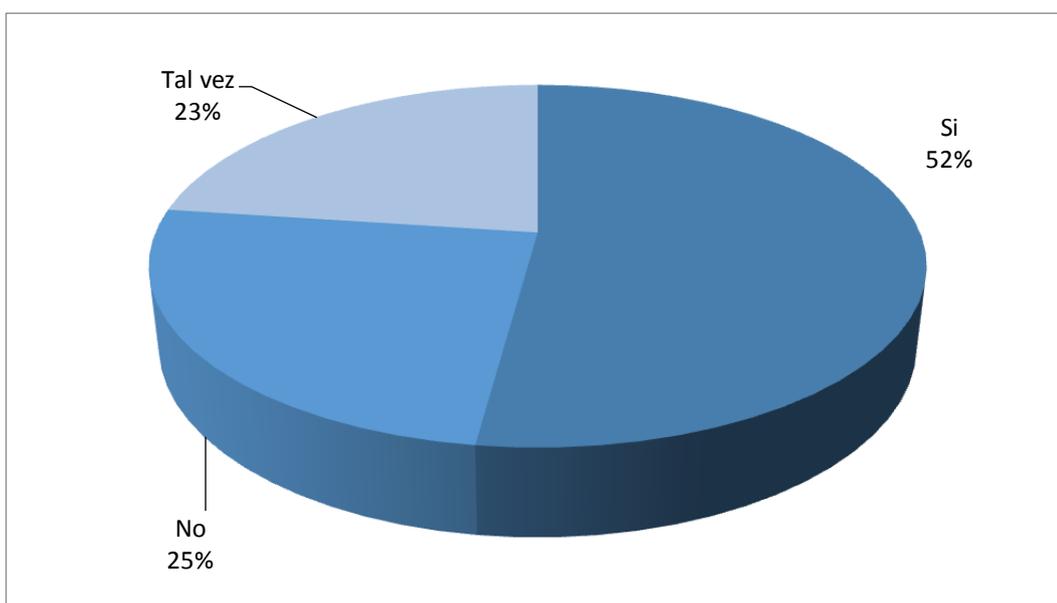
Pregunta N° 3 ¿Considera que al momento de comprar galletas, se le ofrece en buen producto de venta en los supermercados, tiendas y abarrotes?

CUADRO N° 5 Oferta de los productos

ÍTEM	Alternativas	f.	Porcentaje
3	Si	196	52,13
	No	94	25,00
	Tal vez	86	22,87
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro
Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 5 Oferta de los productos



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.
Elaboración: Saily Hernández Quinde

En cuanto a la oferta de los productos en los sitios de distribución se ha obtenido como resultado que tales sitios ofrecen buenos productos a los consumidores, puesto que, la mayor parte de los encuestados así lo considera.

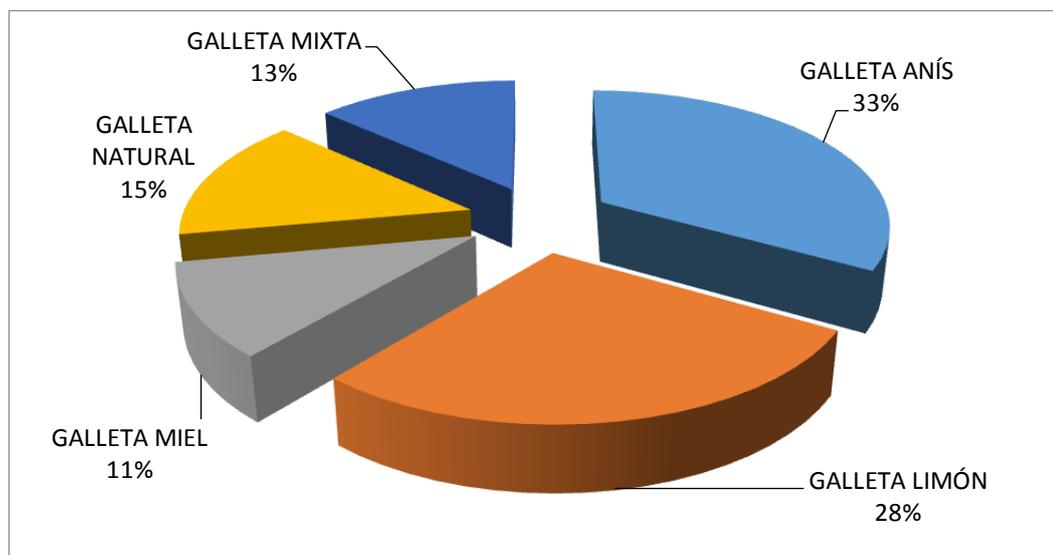
Pregunta N° 4 ¿Cuál es el sabor que prefiere en una galleta nutricional para que sea consumida diariamente?

CUADRO N° 6 Sabores de galletas nutricionales

ÍTEM	Alternativas	f.	Porcentaje
4	GALLETA ANÍS	125	33,24
	GALLETA LIMÓN	105	27,93
	GALLETA MIEL	41	10,90
	GALLETA NATURAL	55	14,63
	GALLETA MIXTA	50	13,30
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.
Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 6 Sabores de galletas nutricionales



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.
Elaboración: Saily Hernández Quinde

Con referencia a los sabores de galleta nutricional después de ofrecer algunas opciones de sabores de galletas tales como: mixta, natural, miel, limón y anís; 230 personas del total de la población encuestada prefieren los sabores de anís y limón para mayor consumo de galletas artesanales - nutricional, según datos obtenidos a través de la encuesta.

Pregunta N° 5 ¿Usted cree que la publicidad es necesaria para conocer un nuevo producto que se encuentre en venta?

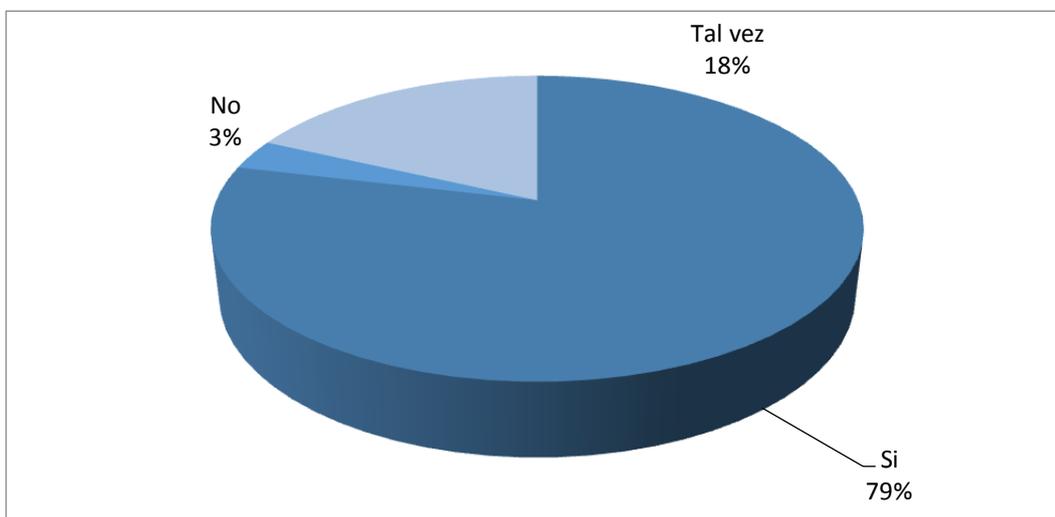
CUADRO N° 7 La Publicidad

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
5	Si	296	78,72
	No	12	3,19
	Tal vez	68	18,09
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 7 La Publicidad



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

En cuanto a publicidad se refiere; la mayor parte de la población encuestada se encuentra de acuerdo que es necesaria la publicidad para conocer un producto nuevo en el mercado local.

Pregunta N° 6 ¿Si usted consume nuevas galletas nutritivas las recomendaría a sus amigos para que ellos las consuman?

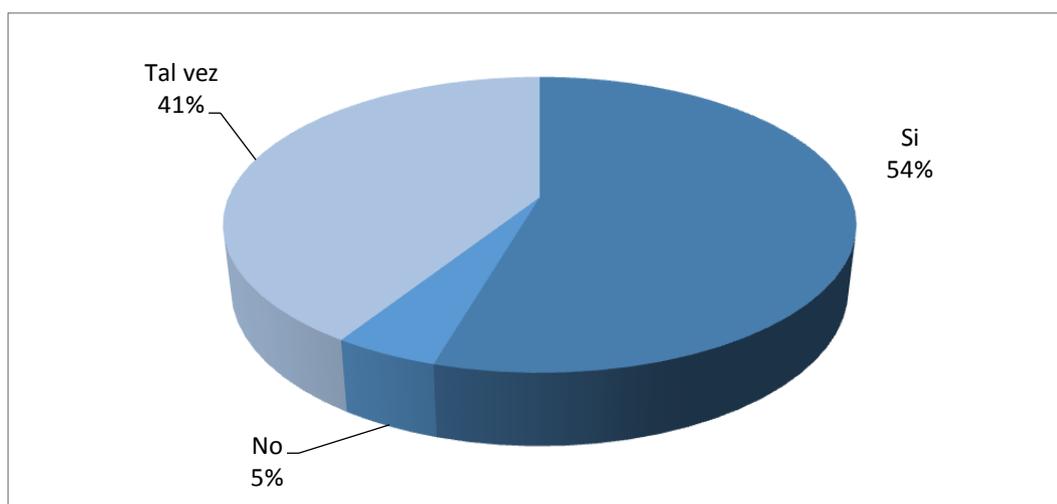
CUADRO N° 8 Consumo de nuevas galletas nutritivas

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
6	Si	205	54,52
	No	17	4,52
	Tal vez	154	40,96
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 8 Consumo de nuevas galletas nutritivas



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

Según datos obtenidos del total de 376 personas encuestadas, 359 (205 con repuesta si y 154 con repuesta al vez) personas de la población menciona que; darán a conocer a los demás consumidores sobre el nuevo producto (galletas artesanales) que se oferta en el mercado local.

Pregunta N° 7 ¿Usted cree que las galletas podrían consumirlas más en momentos especiales para compartir con sus seres queridos?

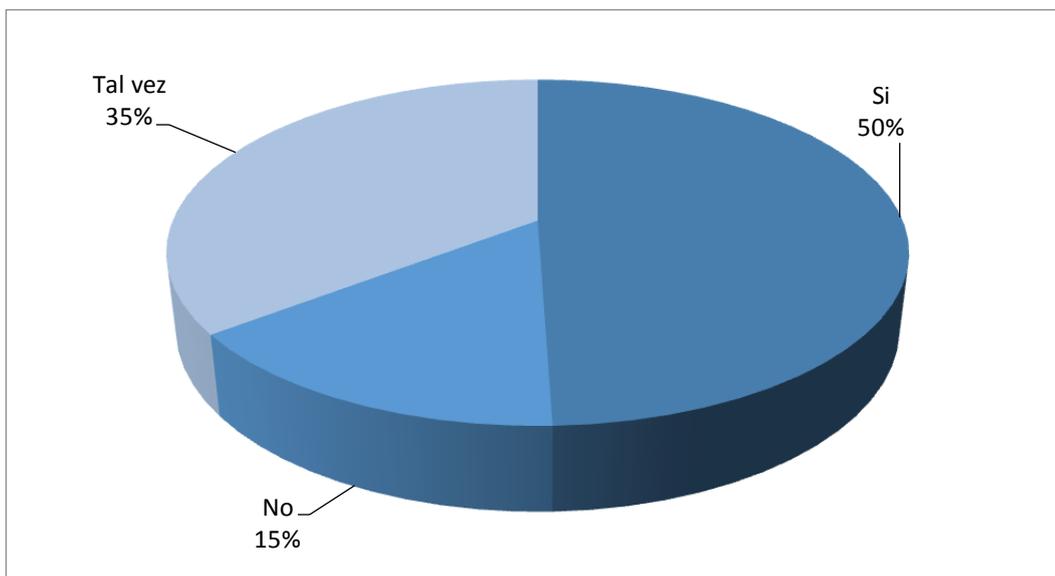
CUADRO N° 9 Consumo de galletas en momentos especiales

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
7	Si	186	49,47
	No	57	15,16
	Tal vez	133	35,37
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 9 Consumo de galletas en momentos especiales



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

Con referencia al consumo de galletas en eventos especiales; según la frecuencia de 186 personas de la población se encuentra de acuerdo en considerar las galletas en los hogares para los momentos especiales con todas las personas que sean necesarias.

Pregunta N° 8 ¿Cree usted que la calidad del producto es lo más importante?

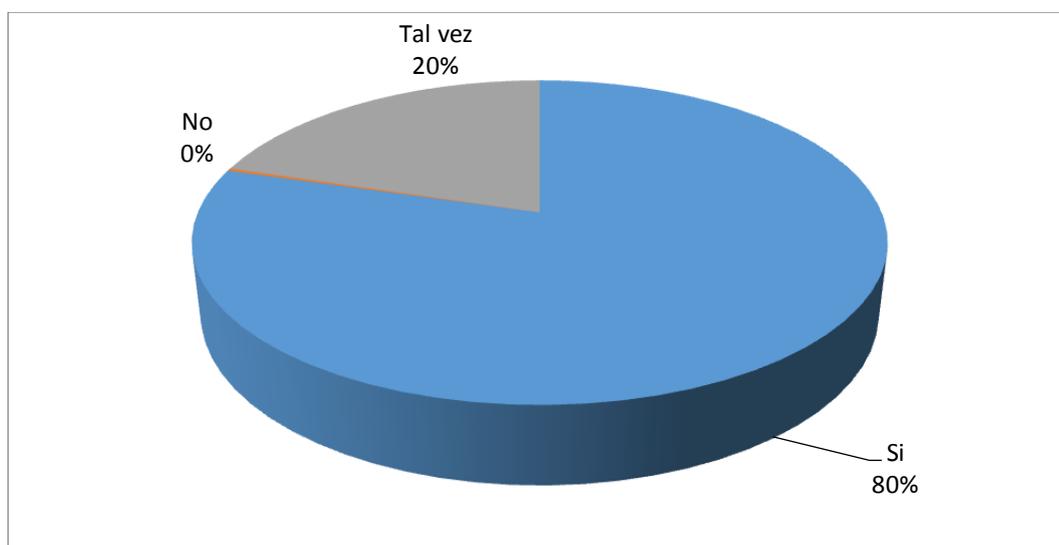
CUADRO N° 10 La calidad del producto

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
8	Si	299	79,52
	No	1	0,27
	Tal vez	76	20,21
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 10 La calidad del producto



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

La mayor cantidad de los encuestados respondieron que si es importante la calidad en todos los productos, por lo tanto, es significativo que se tome en consideración los lineamientos para elaborar los productos de consumo, a fin de brindar un excelente producto a los posibles clientes.

Pregunta N° 9 ¿Usted cree que un proyecto de inversión puede ayudar a la población de la parroquia Posorja generando empleo?

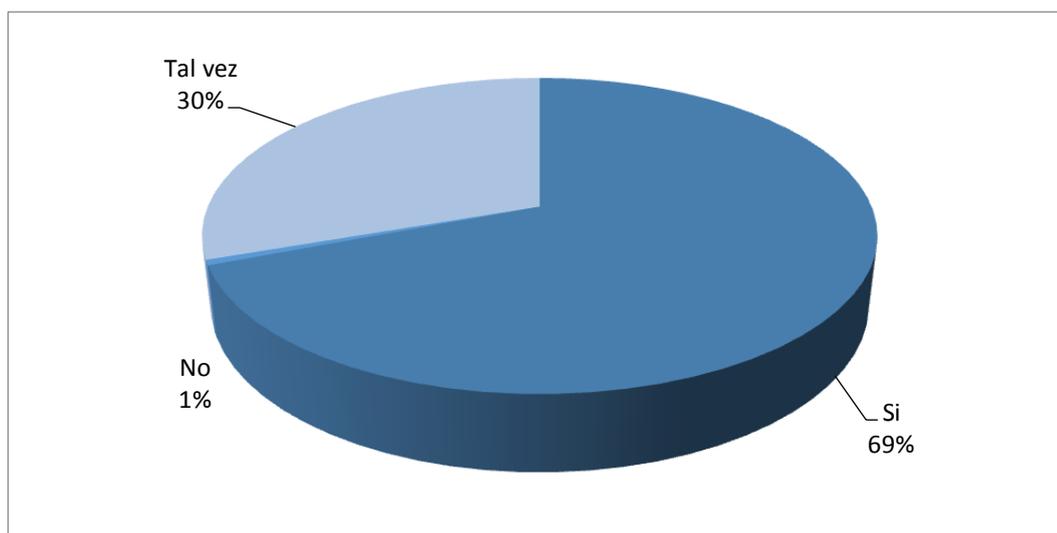
CUADRO N° 11 Un proyecto de inversión

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
9	Si	260	69,15
	No	2	0,53
	Tal vez	114	30,32
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 11 Un proyecto de inversión



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

Mediante los resultados de las encuestas, un proyecto de inversión se convertiría en una fuente de ingreso para las familias y así mismo apoyaría en la parroquia Posorja y sectores aledaños.

Pregunta N° 10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una galleta nutricional para el consumo diario?

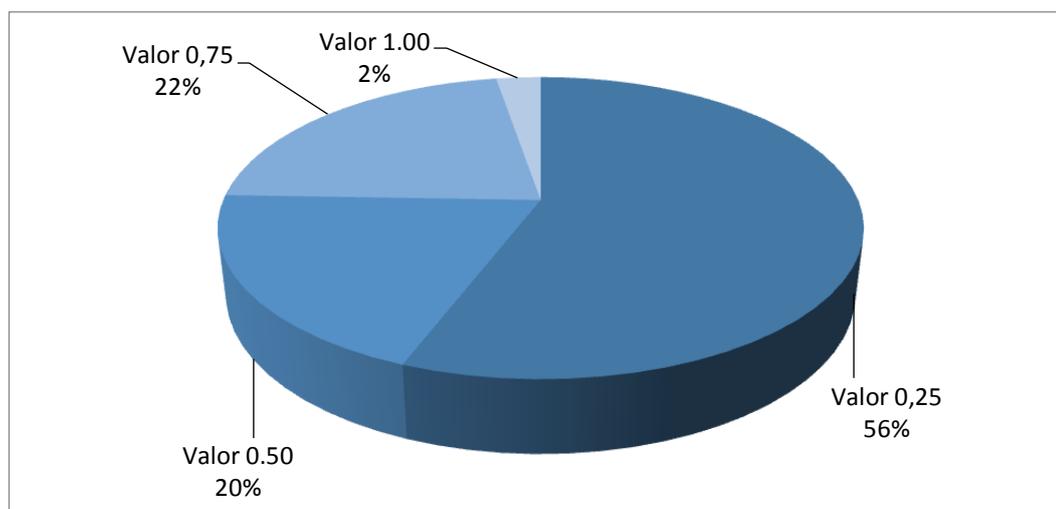
CUADRO N° 12 Precio de una galleta nutricional

ITEM	Alternativas	f.	Porcentaje
10	Valor 0,25	210	55,85
	Valor 0.50	74	19,68
	Valor 0,75	82	21,81
	Valor 1.00	10	2,66
	TOTAL	376	100 %

Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 12 Precio de una galleta nutricional



Fuente: Encuestas habitantes de Posorja, Playas y El Morro.

Elaboración: Saily Hernández Quinde

Se estableció el precio mediante las encuestas realizadas a la población de la Parroquia Posorja, en la mayoría de los encuestados direccionaron el precio de una galleta nutricional hacia aproximadamente entre \$ 0.25 - \$ 0.50 y \$0,75 centavos de dólares americanos; es por ello, que se le permite identificar la posibilidad de establecer el precio según los requerimientos del consumidor.

3.2 Análisis de resultados grupo focal.

En lo referente al estudio a investigar se aplicó el método de grupo focal, para tener una mejor perspectivas para obtener los resultados deseados, generando un ambiente adecuado, controlando las variables, para obtener información valiosa tanto del contexto, relaciones y actores directamente involucrados en la temática en estudio las cuales han sido recogidas en el cuestionario de encuesta para el análisis cualitativo.

El primer acercamiento al tema, las hipótesis de trabajo y la disponibilidad de información, ha situado al estudio cualitativo en el primer momento de la investigación. Sin este tipo de estudio iniciar una investigación cuantitativa o concluyente correría el riesgo de reunir un cúmulo de datos estadísticos sin ninguna estructura lógica interna de conocimiento.

En el taller grupal con los actores involucrados se definió las siguientes características del producto:

- Nombre: TALITAS
- Precio: \$ 0,25 centavos el paquete de galletas (Mayorista o Distribuidor)
- Precio: PVP. \$ 0,30
- Sabores: Limón, miel, natural, anís y mixta.
- Empaque: 24 gramos

El precio fijado por la fábrica dedicada a la elaboración de galletas artesanales es de 0,30 centavos de dólares americanos, cada paquete de galletas, por debajo del precio de otras galletas elaboradas de forma artesanal para los mayoristas o distribuidores; cabe indicar que los precios de estas microempresas corresponden desde 0,40 centavos cada producto.

A continuación se detalla las actividades y material que se utilizó para el focus group:

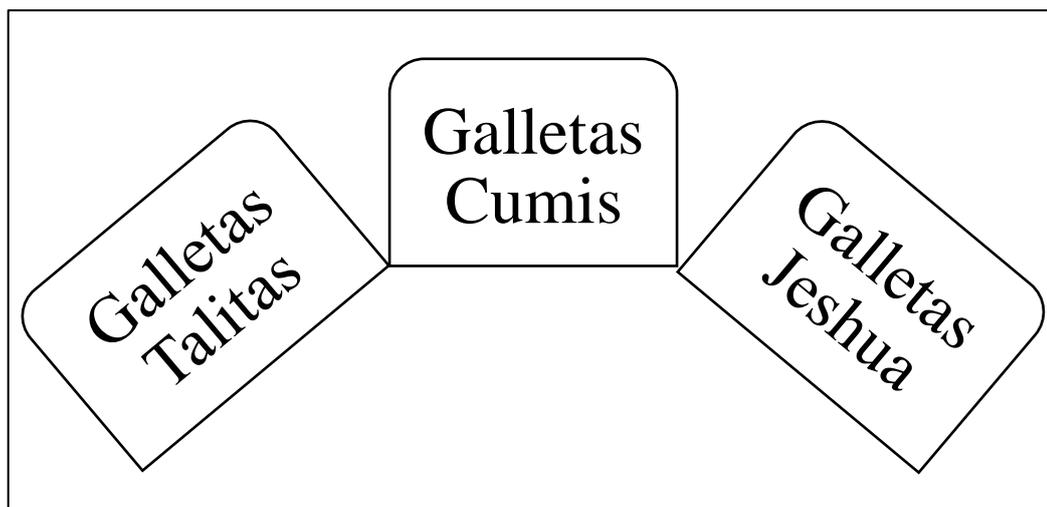
CUADRO N° 13 Actividades del grupo focal

GRUPO FOCAL	ACTIVIDADES DEL GRUPO FOCAL
El moderador da la bienvenida a los participantes, haciendo énfasis en la importancia de su presencia para la interacción y contribución de información a esta reunión de grupo focal	Se presenta la agenda de actividades, solicitando la mayor atención y evitar distracciones que afecten a los objetivos del grupo.
PRESENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las percepciones y opiniones del producto • Realizar la exploración de un acercamiento al mercado objetivo • Formular una hipótesis para el trabajo de campo.

Fuente: Datos de la investigación.
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

3.2.1 Metodología del Grupo Focal

GRÁFICO N° 13 Selección del test de nombre del producto



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

Se presentaron tres nombres tales como: Talitas, Jeshúa y Cumis, motivando a los participantes a sus opiniones, gustos, fácil pronunciación, recordatorio, connotaciones y asociaciones, para obtener el mejor resultado destinado a las galletas artesanales, siendo así, se obtuvo como resultado la aportación de los integrantes quienes propusieron el nombre de GALLETAS TALITAS, por ser fácil para pronunciarle y está asociada con palabras especialmente para las galletas como decir: ricas, maría, oreo, entre otros.

El nombre de las galletas se aprobó por los integrantes del grupo, manteniendo la diferencia de las demás marcas de galletas industriales y panificadas a nivel local y regional.

Test de nombre.

La interacción de los participantes a través de la realización de preguntas sobre el objetivo de la agrupación, asociando todo lo referente con las galletas artesanales y queda la interrogante en el aire, pues solo se busca conocer la aceptación del nombre, siendo así, se obtuvieron algunos conceptos sobre el nombre de las galletas artesanales.

3.2.2 Temática: Conversación abierta sobre las galletas artesanales.

Conversación es explícitamente de la alimentación diaria (desayuno) desarrollando y siendo parte del tema de estudio los siguientes factores como:

Las galletas, consumo, hábitos de compra, percepciones de la población objetivo, mencionando la posibilidad de implementar a medida que pasa el tiempo un valor agregado a preferencia del consumidor.

Durante la conversación abierta con el grupo se considera y se reconoce que son artesanales y son elaboradas tomando en cuenta la salud de los consumidores a través de un producto nutritivo.

Los participante manifestaron que regularmente las galletas son consumidas en las mañanas como desayuno sin embargo dada la necesidad muchas veces las consumen en las tardes como break y a muchos les gustaría probarlas en eventos especiales como bocadillos, de esta forma se posicionaría en el mercado económico.

a. Test del concepto de galleta artesanal.

La aceptación del test de concepto es excelente debido a las galletas artesanales y con sabor diferente a las demás elaboradas a base a limón, con una envoltura permisible teniendo en su interior el peso de 12 gramos por cada galleta, siendo dos galletas en el contenido de la envoltura, por lo tanto, un paquete de galletas contiene 24 gramos.

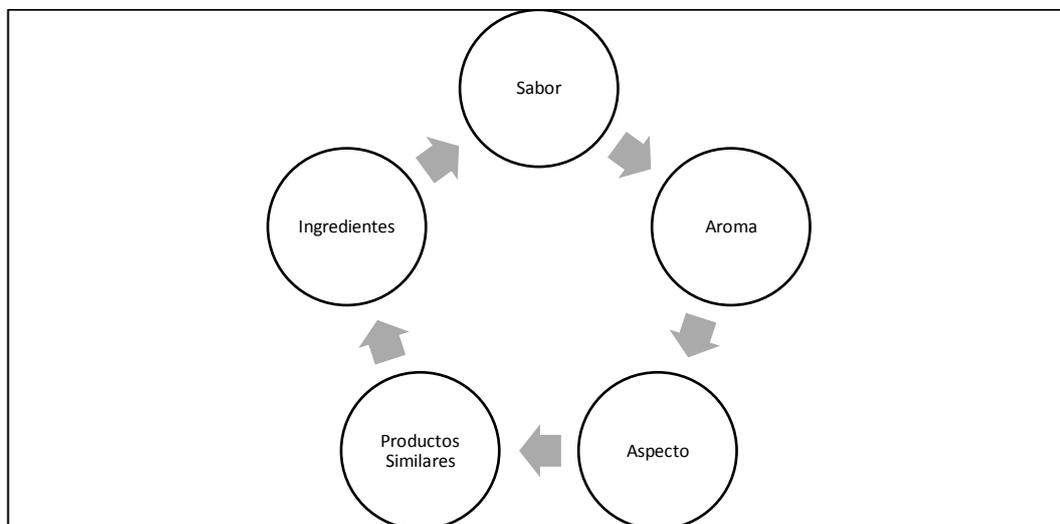
“Galletas artesanales en base a limón en envolturas descartables”

b. Asociación de nombre con el concepto de galleta artesanal.

Los participantes manifestaron la existencia de una buena asociación de los nombres con el concepto del producto, que permite identificar las características e imagen.

Se ha utilizado el receso para conversación abierta y servir las galletas artesanales previamente preparadas adicionando una bebida refrescante, siendo una alternativa para la promoción del producto.

GRÁFICO N° 14 Elaborar Test del producto



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

En general se obtuvo una buena aceptación del producto sugiriendo disminuir el azúcar para evitar enfermedades como la diabetes; sobre el aroma de las galletas según las necesidades de los consumidores se diversificará los sabores, sin embargo el anís se considerará en la producción de las galletas artesanales para aumentar el aroma de los productos sin importar el aspecto de las galletas, puesto que podrían ser redondas o cuadradas.

Test de envoltura.

Se sugiere envoltura ecológica y amigable, además de la posibilidad de envolturas normales para evitar producir plásticos siendo una forma de aportar con el medio ambiente.

La intención de compra dado un precio.

Establecido el lugar de compra-venta, los participantes no pagarían más de \$0,50 por un paquete de galletas en volumen de 20gr a 30gr, siendo su intención de compra positiva, motivo por el cual, se convierte en una oportunidad de diversificar el producto para la distribución del mismo.

3.4 Conclusiones.

- Mediante la aplicación de herramientas metodológicas como encuestas y entrevistas, se pudo levantar datos certeros de los habitantes de la parroquia Posorja con relación a la temática en estudio.
- Se constató que existe un alto porcentaje de la población de la parroquia en estudio que no han consumido galletas nutricionales, sin embargo se encuentran interesados en comprar dicho producto.
- En la actualidad las fuentes de financiamiento para las actividades productivas en la parroquia Posorja son las instituciones financieras, ahorros durante años y las ganancias obtenidas durante el ciclo comercial para poder invertir en nuevos productos y materiales para la producción.
- La calidad de las galletas artesanales se refiere a la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto y la capacidad para satisfacer sus necesidades, siendo la calidad muy importante para los consumidores del producto.
- La creación de una fábrica artesanal en la parroquia Posorja tiene acogida por parte de los habitantes de la localidad y sectores aledaños así como y también existe la predisposición de adquirir el nuevo producto, esto se ha definido durante el taller grupal, precio, empaque, nombre del producto, sabor, presentación.
- Luego de realizar las investigaciones para determinar la aceptación de la hipótesis como es el financiamiento público y privado incide positivamente en la inversión para la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja.

3.5 Recomendaciones.

- Considerar la información obtenida para desarrollar nuevos estudios dentro de la parroquia Posorja de la provincia del Guayas obteniendo un desarrollo productivo en diferentes ámbitos.
- Los trabajos de investigación que fueron tomados dentro de los diferentes sectores correspondientes a la parroquia Posorja sean ejecutados, con la finalidad de identificar las necesidades existentes.
- El producto antes mencionado sea distribuido en diferentes puntos de comercialización para la alimentación básica de todos los consumidores, lo que representa una ventaja en cuanto a nutrición se refiere. Además el producto sea ofrecido a un precio aceptable tanto para las tiendas y a abarrotes (mayoristas o distribuidores), así mismo para el consumidor final en comparación a los que ofrecen en la actualidad aportando con el ahorro de los hogares de la parroquia Posorja y sectores aledaños.
- El producto que sea de calidad, con la base de las normas establecidas por la ley, con la finalidad de satisfacer las necesidades e impulsando una alimentación nutricional de quienes adquieren producto artesanal.
- Desarrollar y ejecutar proyectos en la parroquia con relación las principales actividades productivas tomando como referencia los datos obtenidos en el trabajo de investigación.
- Diversificar los sabores de las galletas artesanales, según los gustos y preferencias del consumidor, a fin de abastecer el mercado objetivo, buscando la competitividad e innovación empresarial.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS ARTESANALES EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014.

4.1 PRESENTACIÓN

Se plantea la creación de una fábrica de galletas artesanales para alimentación diaria en la parroquia Posorja, donde se ha identificado una oportunidad de introducir un producto, invirtiendo capital financiero para las actividades productivas de dicha empresa, con el fin de obtener rentabilidad económica y aportar al desarrollo socioeconómico de la población colindante.

Se ha emprendido este negocio a través de estudios sistematizados para la implementación del negocio, además de obtener resultados factibles en cuanto a la aceptación de la empresa y el producto que se ofertará.

4.2 NATURALEZA DEL PROYECTO.

4.2.1 Descripción del negocio.

La empresa, industria de galletas Posorja (I.G.A.P) compañía limitada, alternativa innovadora enfocada en la producción, distribución y comercialización de productos artesanales y nutricionales tales como:

- Galletas de limón, galletas de miel, galletas de anís, galletas naturales y galletas mixtas, a base de frutas sin colorantes, saborizantes artificiales y conservadores; destinado a aquellos que desean cambiar sus hábitos alimenticios satisfaciendo las necesidades de los habitantes, con un producto alternativo a lo acostumbrado con un precio accesible.

Aspecto importante del proyecto de inversión, es que crearía plazas de trabajo y con ello se dinamizan las pequeñas economías de las personas del sector, puesto que, se contará con personal preparado para dirigir y operar una fábrica, con máquinas y equipos que mejoren la calidad y la producción a nivel competitivo.

Se consideró la parte geográfica que se relaciona con las condiciones naturales que rigen las distintas zonas del país, como el clima, carreteras, comunicaciones, entre otros, factores institucionales relacionados con los planes y estrategias de desarrollo, factores sociales relacionados a la adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad (servicios sociales, centros recreativos, capacitación de empleados, escuelas, entre otros.).

En cuanto a factores económicos, se refiere a los costos de suministros e insumos en el lugar (mano de obra, materia prima, energía eléctrica, teléfono, agua, tiendas, supermercados, entre otros).

El presente estudio propone que la fábrica se encuentre localizada en la parroquia Posorja provincia del Guayas, debido a que sus actividades principales estén más cerca a sus clientes y en atención a los siguientes aspectos:

- Tiene facilidad de contacto con los principales distribuidores de materia prima.
- Dispone de la infraestructura básica, luz, agua, teléfono, acceso vial, facilidad de transporte y todo lo necesario para poner en marcha este proyecto de inversión productiva.
- Ubicada en el sector suroeste del cantón General Villamil, provincia del Guayas, lugar donde no existe empresas dedicadas a la producción artesanal
- Se dispone de mano de obra calificada.

GRÁFICO N° 15 Ubicación Geográfica



Fuente: www.googleearth.com
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.2.2 Características Diferenciadoras.

TALITAS, es una nueva marca de la empresa IGAP Cía. Ltda., dentro de la provincia del Guayas, que ofrecerá galletas artesanales nutritivas, enfocado en un estilo de vida 100% natural, aportando al cuidado de la salud de los habitantes, por lo tanto, debido a las propiedades que contienen la galletas, se ha considerado que se ayudará a diferenciar de los posibles competidores tres tipos de productos primordiales, tales como:

TABLA N° 18 Producto diferenciador de la galleta

Descripción de la propiedad	Ingredientes
Antioxidante	El limón ocupa un primer lugar entre los frutos curativos, preventivos y de aporte vitamínico, ayudando a disminuir la oxidación o daño celular aportando gran cantidad de minerales y nutrientes, altos en fibras como un poderoso bactericida.
Desintoxicante	Todas las propiedades de las frutas para desintoxicar y limpiar el organismo estimulando el sistema inmunológico, producen anticuerpos y purifica el aparato digestivo.

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

TABLA N° 19 Información Nutricional

Información Nutricional	Cantidad/Porción % VD	Cantidad Porción % VD
Porción (24g)	Grasa total 0g. 0%	Carb.total 20 g. 5%
	Grasa sat. 2g. 10%	Fibra 2g. 8%
Porción 1	Grasa poliinsaturada. 0g.	
Energía (calorías) 556kj (139 cal)	Colesterol 0 mg Sodio 105 mg	Azúcares 8g Proteína 2g

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

En el cuadro anterior sobre la información nutricional de la porción o paquete de galleta que se venderá. Contiene las proteínas y calores en la cantidad ideal para cuidar la salud, claro está el exceso es malo.

4.2.3 Ventajas competitivas.

Diversificación del producto.

Se establecerán nuevos sabores de galleta artesanal a fin de incrementar la oferta en el mercado competitivo, mismos que serán elaborados a base de productos naturales, sin colorantes, ni saborizantes artificiales, ni conservadores, cabe indicar que el anís tiene un contenido terapéutico para desintoxicar el organismo e incremento de trabajo intelectual, es por ello que se enfoca primordialmente en la salud de las personas utilizando variedades de productos naturales.

TABLA N° 20 Productos

GALLETAS ARTESANALES	SABORES
Galletas A	Anís
Galletas B	Limón
Galletas C	Miel
Galletas D	Natural
Galletas E	Mixta

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.3 ESTUDIO DE MERCADO.

4.3.1 Estudio de la demanda.

Según los datos de investigación levantados se puede evidenciar que 35.168 es el número de consumidores de las galletas artesanales, obteniendo un promedio de 10 galletas mensuales frecuentemente consumidas durante el mes; siendo así, se determina que la demanda de galletas mensuales es de 203.976 unidades; y 24.477,08 kilos de galletas mensual.

TABLA N° 21 Frecuencia de consumo mensual de galletas

Demanda potencial	Frecuencia de consumo	Promedio de FC de galletas mensuales	Porcentaje	# de Consumidores	Unidades de GALLETAS mensuales	Kilos por galletas
(49,47%) 35.168	0-2	3	33,30%	11.711	35.133	4.215,97
	2-4	5	26,70%	9.390	46.950	5.633,95
	4-6	8	26,70%	9.390	75.119	9.014,32
	6- en adelante	10	13,30%	4.677	46.774	5.612,85
Total			100,00%	35.168	203.976	24.477,08

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.3.2. Participación en el mercado.

A continuación se presenta la participación de mercado, con un incremento de 3% anuales. Existirá una demanda de 122.385kg es decir un 5% en el año 1(2014); comienza a incrementar hasta 195.817kg, es decir un 8% en el año 2 (2015).; en el siguiente incrementa 269.248kg, es decir un 11% en el año 3(2016);incrementa 342.679 kg, es decir 14% en el año 4(2017); y 416.110kg ha incrementado, es decir un 7% en el 5 (2018) en base a la Demanda potencial de **203.976 kilos de galletas** mensuales y al año se obtiene como resultado **2.447.708** kilos de galletas.

TABLA N° 22 Participación del mercado

Participación de mercado	5%	8%	11%	14%	17%
---------------------------------	-----------	-----------	------------	------------	------------

Demanda potencial anual	Proyección de la demanda				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(galletas de 12 gramos) 2.447.708	122.385	195.817	269.248	342.679	416.110

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

En la siguiente tabla se detallan los valores proyectados desde el año 2014 hasta 2018 sobre la demanda de galletas mensuales y diarios de cada año, en unidades de consumo, por lo que se puede observar que la demanda en el mes del año 1 es de 10.199 unidades de consumo y 340 unidades de consumo diario, en la población

TABLA N° 23 Demanda de galletas en unidades de consumo

Demanda de unidades galletas mensual					
Demanda de galletas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Galletas mensual	10.199	16.318	22.437	28.557	34.676
Galletas diarios	340	544	748	952	1156

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

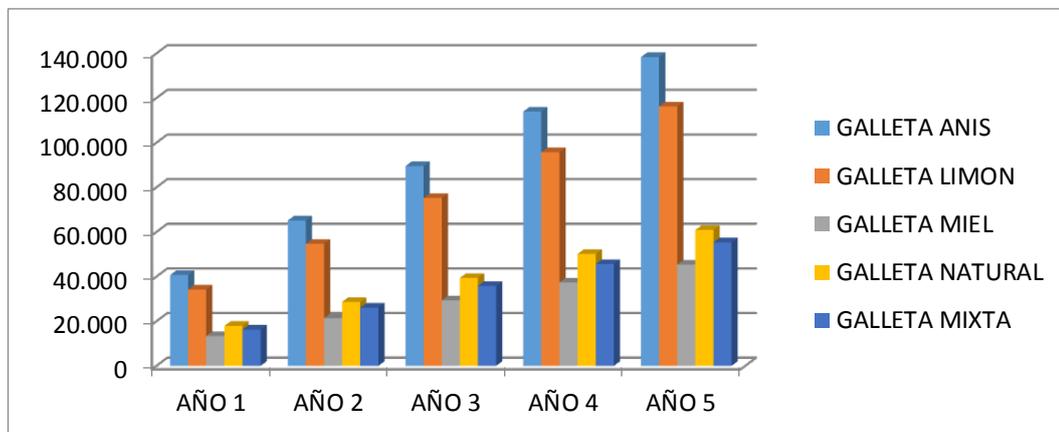
En el cuadro de la demanda por sabores se presenta los distintos sabores de galleta anís, limón, miel, natural, mixta, según la pregunta N° 4 de las encuestas: ¿Cuál es el sabor que prefiere en una galleta nutricional para que sea consumida diariamente?, el resultado es: con sabor anís es aceptada por el 33% de la población encuestada, el 28% prefieren con sabor de limón, el 15 % prefieren la galleta natural, el 13% prefieren galleta mixta y el 11% prefieren una galleta con sabor a miel. (ver página N° 87).

TABLA N° 24 Demanda de galletas por sabores

Demanda de galletas anual por sabores					
Sabores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GALLETA ANIS	40.687	65.099	89.511	113.923	138.335
GALLETA LIMON	34.177	54.683	75.189	95.695	116.201
GALLETA MIEL	13.345	21.352	29.359	37.367	45.374
GALLETA NATURAL	17.902	28.643	39.385	50.126	60.867
GALLETA MIXTA	16.275	26.039	35.804	45.569	55.334
VALOR TOTAL ANUAL	122.385	195.817	269.248	342.679	416.110

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 16 Demanda de galletas por sabores



Fuene: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde.

Producción por peso:

- **1 galleta** = **12 gramos**
- **1 Kilo** = **1000 gramos**
- **por Kilo** = **83 galletas**

A continuación se presenta la producción de galleta por kilos, de acuerdo al sabor que prefiere el consumidor.

TABLA N° 25 Producción de Galletas proyectado

Sabores	Demanda de galletas Mensual por kilos					Total Acumulado
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GALLETA ANIS	488	781	1074	1.367	1.660	5.371
GALLETA LIMON	410	656	902	1.148	1.394	4.511
GALLETA MIEL	160	256	352	448	544	1.762
GALLETA NATURAL	215	344	473	602	730	2.363
GALLETA MIXTA	195	312	430	547	664	2.148
VALOR TOTAL ANUAL	1.469	2.350	3.231	4.112	4.993	16.155

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.3.2.1. Competencia directa

En el año 2014, en la parroquia Posorja y sectores aledaños, no existe una empresa que se defina como competencia directa y se dedique a ofertar los mismos productos, puesto que dicho mercado es considerado oportuno para ofrecer productos nuevos e innovadores, con características diferentes a las frecuentes que le otorguen al consumidor productos artesanales de calidad.

4.3.2.2 Competencia indirecta.

Se logró identificar a través de los resultados de la investigación de mercado en la parroquia Posorja, que existen pequeños negocios dedicados a la elaboración de productos horneados mismos que fueron considerados como competencia indirecta debido a los productos son elaborados a base de azúcares y grasas y sabores artificiales.

TABLA N° 26 Competencia indirecta

NOMBRE DEL COMPETIDOR	UBICACIÓN	VENTAJA PRINCIPAL	ACCIONES PARA POSICIONARSE
Panificadora “El Sabor”	Barrio 9 de Octubre	Laboran los fines de semana, tiene salida del producto diariamente.	Producir todos los días para obtener más clientes.
Panificadora “Don Juan”	Barrio Martha de Roldos	Sitio visitado por estar cercano a un centro de atención de salud.	Mejorar las condiciones del lugar de trabajo.
Panificadora “Antojitos”	Calle Nery Chalen y Regidor Trejo	En el lugar pasan muchas personas por las mañanas y tardes	Lograr una ubicación en donde a influencia de las personas sea de todo el día.
Panificadora “Las delicias”	Barrio Los arbolitos	Es un lugar céntrico, las personas circulan todo el día	Ofrecer nuevos productos para los habitantes de la parroquia Posorja.
Panificadora “La Favorita”	Juan de Urquiza 748 y 25 de Julio	Tiene variedad de productos horneados.	Brindar un producto de calidad.

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

Así mismo la producción es mínima, no poseen una estructura empresarial, ni un manual de procesos que le conlleven a desarrollar las actividades de la misma manera, razón por el cual son consideradas como competencia indirecta, a continuación se describe en la siguiente tabla:

TABLA N° 27 Competencia indirecta-(continuación)

NOMBRE DEL COMPETIDOR	UBICACIÓN	VENTAJA PRINCIPAL	ACCIONES PARA POSICIONARSE
Panificadora “Narcisa de Jesús”	Barrio San Francisco	Venden galletas de chocolates cada semana.	Impulsar otros sabores al mercado, para obtener ventas constantemente.
Industrias “Nestlé”	Ubicada en Quito, Pichincha.	Posicionada en el mercado con productos variados.	-----
Compañía “La Universal”	Vía a Daule, Km 14.5	Localizada en la ciudad de Guayaquil, se encuentra instalando una planta procesadora.	Obtener una nueva cartera de clientes para distribuir el producto.
Compañía “Nabisco”	Compañía Estadounidense	Producen galletas con alto contenido en calórico.	Implementar productos nutritivos.

Fuente: Datos de la investigación, 2013
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

4.4.1 Objetivo General

Producir, distribuir y comercializar galletas artesanales mediante la diversificación de sabores naturales con óptima calidad para el mercado local.

Como alternativa, para mejorar los niveles de consumo de productos nutricionales de los habitantes en general de la parroquia Posorja y sectores aledaños de la provincia del Guayas 2013 – 2014.

4.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la factibilidad técnica para la aplicación del proyecto de creación de la fábrica de galletas artesanales.
- Plantear las estrategias de productividad y comercialización de producto.
- Establecer los recursos necesarios para la creación de una fábrica artesanal, a través de los estados financieros e indicadores.
- Demostrar la viabilidad económica, utilizando criterios financieros de inversión.

4.5 VALORES DE LA EMPRESA.

Debido a los juicios éticos de la fábrica de galletas artesanales se han establecido valores para el posicionamiento de la cultura empresarial y toma de decisiones las cuales se detallan a continuación:

4.5.1 Misión.

Proveer al mercado local productos nutritivos artesanal, exclusivos de alta calidad y sabor natural en un excelente servicio, enfocado a satisfacer a nuestros clientes con una constante innovación, aplicando una rigurosa política de frescura, que garantice la fidelidad de los consumidores, se cuenta con un equipo humano comprometido y eficientes sistema de gestión que se asegura una privilegiada posición competitiva.

4.5.2 Visión.

“Ser el referente en la fabricación de las galletas artesanales como una nueva opción saludable de preferencia para los clientes, permitiendo la expansión a nivel local y regional aportando con el desarrollo del país”.

4.5.3 Valores.

Nuestra filosofía organizacional que está basada en el código de valores que se ha planteado como fábrica artesanal:

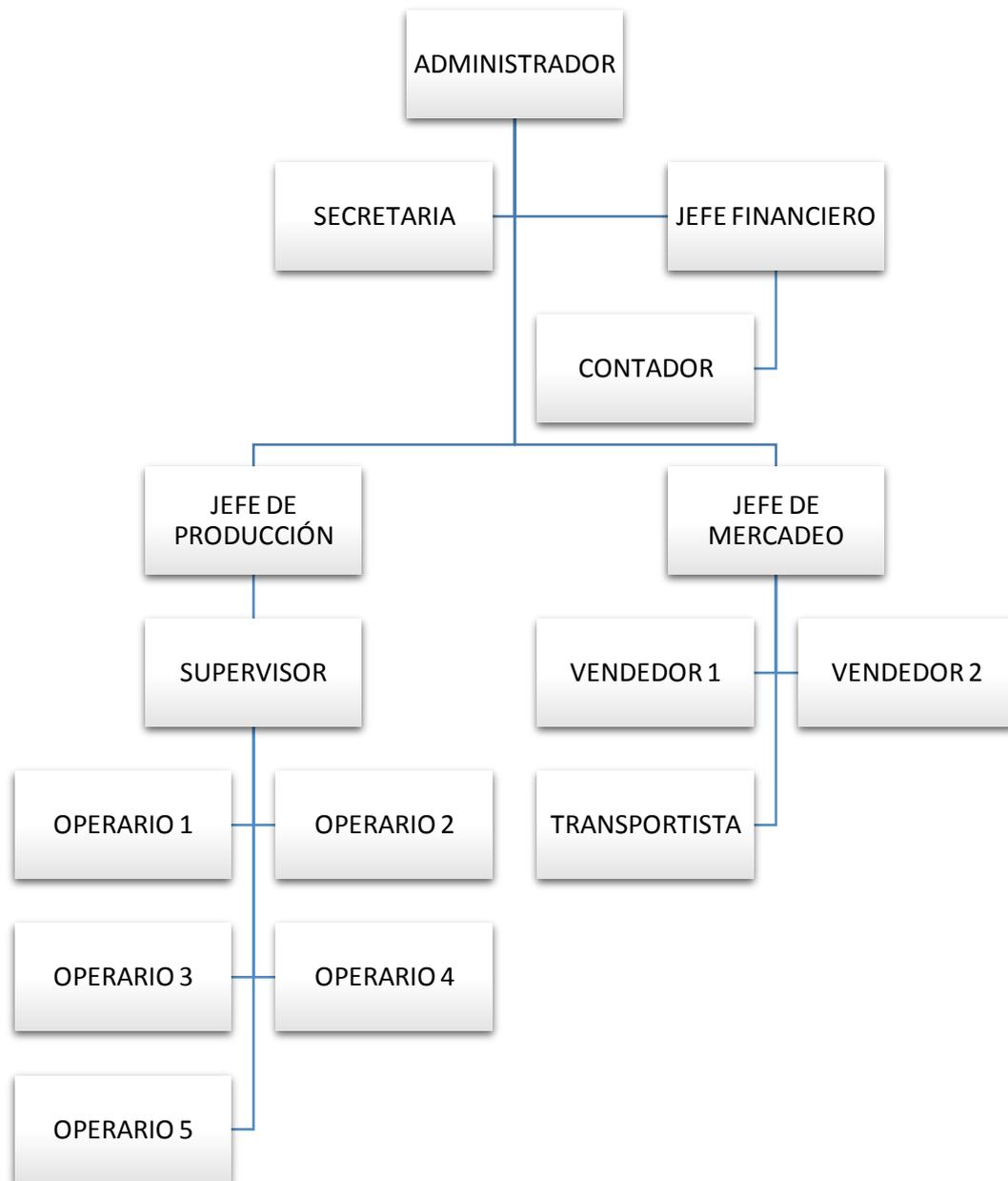
- Respeto: Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la fábrica artesanal.
- Compromiso: Alcanzar que el equipo de trabajo cumpla eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, para alcanzar los objetivos.
- Eficiencia: Utilizar los recursos existentes en su totalidad para poder obtener niveles de productividad según los objetivos trazados.
- Calidad: Se fundamenta el crecimiento y éxito de nuestra organización en la calidad del producto.

4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Nuestra fábrica comenzará sus actividades con el apoyo de quince colaboradores, direccionados a cumplir con un mismo objetivo, a continuación se presenta un organigrama y alcance de las jerarquías de dichos colaboradores.

4.6.1 Presentación del Organigrama.

GRÁFICO N° 17 Organigrama



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.6.2 Descripción del alcance de Jerarquías

4.6.2.1 Administrador.

Es el encargado de realizar la planificación mensual de producción y de la distribución de los recursos necesarios para cumplir los objetivos de ventas mensuales.

Tienen la autoridad suficiente para contratar asesores legales y ambientales que le ayuden a satisfacer los requerimientos de ley para el buen funcionamiento de la planta.

Entre sus funciones principales están:

1. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas planificaciones.
2. Poner atención a las operaciones diarias, haciendo recomendaciones y creando cursos de acción para hacer mejoras si es necesario.
3. Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y análisis se están llevando correctamente.
4. Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras, proveedoras de recursos económicos para la inversión.
5. Coordinar reuniones con los jefes de cada departamento para asegurar su rentabilidad y eficiencia.
6. Supervisar la contratación y entrenamiento de todos los gerentes de departamento.
7. Supervisar y mantener planes de remuneración para todos los empleados.
8. Otros que estipule la gerencia.

Secretaria.

Funciones y responsabilidades.

1. Contestar llamadas telefónicas.
2. Contestar correspondencias.
3. Fijar citas entre gerente y cliente.
4. Familiarizar a los clientes con el producto que brinda la fábrica.
5. Presentar informes al gerente....
6. Mantener al día cada una de las obligaciones de ley.
7. Otros que estipule la gerencia.

4.6.2.2 Jefe del Departamento de producción.

Funciones y responsabilidades.

Será el encargado de cumplir con la producción estimada por el gerente general. Realizará el análisis microeconómico del entorno. Entre sus funciones principales están:

1. Dar seguimiento al programa de producción mensual.
2. Determinar lo relacionado a la nueva tecnología.
3. Revisar que la producción final cumpla con los parámetros de calidad.
4. Mantener control del inventario de materia prima dentro de la planta.
5. Coordinar con los operarios y el departamento de talento humano, la capacitación continua de los trabajadores.

6. Colaborar con el equipo de seguridad industrial e higiene ocupacional para prevenir accidentes.
7. Otros que estipule la Gerencia.

4.6.2.3 Operarios de la producción.

Funciones y responsabilidades.

1. Recolección de los materiales y materia prima para el proceso de mezcla de ingredientes de forma manual de las galletas.
2. Proceso de corte de la masa con un molde para dar forma a la galleta artesanal.
3. Colocar las galletas en el asador para la debida cocción, hasta que se la pueda retirar del asador.
4. Otros que estipule la gerencia.

Operarios de empaque y mantenimiento.

Proceso de empaque y embalado del producto; mantenimiento de máquinas; mantenimiento de herramientas y materiales; guardar en bodegas las herramientas.

4.6.2.4 Jefe Departamento de mercadeo.

Es el responsable del control de la gestión y elaboración de informes cuantitativos y cualitativos con respecto a la comercialización del producto en los puntos de venta, de la distribución y transportación de producto final, y las ventas en escala al por mayor y menor.

Principales Tareas:

1. Control de la cartera de clientes.
2. Prospección y captación de otros clientes.
3. Cumplir con las cuotas asignadas.
4. Elaboración de informes cuantitativos que recogen resultados.
5. Preparación de ofertas y presupuesto.
6. Otros que estipule la gerencia.

4.6.2.5 Jefe de Departamento financiero.

El ocupante del cargo planificará el ciclo de los proyectos, en cuanto a las acciones financieras, es decir, la distribución eficiente de los recursos para la ejecución, operación y control de los procesos productivos y administrativos. Sus funciones son:

1. Deberá tomar decisiones financieras y efectuar el análisis.
2. Será responsable de la administración de cartera de inversión.
3. Tomará decisiones de financiamiento a corto y largo plazo.
4. Realizará el análisis de los pronósticos financieros.
5. Preparará los planes y presupuestos financieros de la empresa.
6. Arreglará el financiamiento para las inversiones de nuevos activos.
7. Otros que estipule la gerencia.

4.7 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

La compañía se constituirá a través del cumplimiento de los siguientes pasos, como requisito que exige la Ley de Compañías.

- Nombre de su empresa “Industrias de galletas artesanales Posorja” (I.G.A.P Cía. Ltda.)

- Reservación del nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Abrir la cuenta e integración de capital de I.G.A.P Cía. Ltda. En la institución bancaria del Guayaquil, sucursal Playas con el monto de 500 dólares americanos.
- Elevar a escritura pública la institución de la compañía en la notaría del cantón Guayaquil.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Marginar las resoluciones para el registro mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la institución de la empresa.
- Inscribir en el Municipio de Guayaquil las patentes y solicitar certificado de no estar en la dirección financiera tributaria.
- Establecer quién será el representante legal y el administrador de la empresa
- Inscribir en el registro mercantil el nombramiento de representante legal y administrador

- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar de periódico donde se publicó la creación de la fábrica, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la cédula de identidad de los mismos, formulario del Registro Único del Contribuyente (RUC) lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
- Luego de la revisión de los documentos por parte de la Superintendencia de Compañías esperar que entregue el formulario del Registro Único del Contribuyente (RUC), el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales y oficio al banco.
- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI) toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del Registro único del Contribuyente (RUC).

4.8 ANÁLISIS TÉCNICO.

Se procedió a describir lo que se requerirá en la organización como: el proceso productivo, el análisis y selección de los equipos necesarios, como la distribución física de los equipos en la planta, la tecnología, propuesta de la distribución general, en la que se calculan todas las áreas que formará la empresa, sus costos y recursos para las actividades.

4.8.1 Descripción de los procesos de producción.

En el proceso de producción de galletas artesanales está compuesto por los diferentes insumos que se transforman en producto listo para el consumo humano, en el cual intervienen diferentes actividades para su elaboración, siendo así mediante la cadena de valor se define todo el proceso y las actividades principales de la empresa. Dividido en tres procesos:

1. Compra.
2. Producción y;
3. Producto Terminado.

4.8.2 Diagrama de flujo del proceso.

Se elabora el diagrama de flujo del proceso de la fábrica (IGAP Cía. Ltda.), donde primer proceso empieza cuando se contacta a los proveedores para hacer el pedido o se realizarán las compras en los diferentes supermercados o mercados para obtener la materia prima que se necesita, siendo así, una vez obtenidas as materia primas.

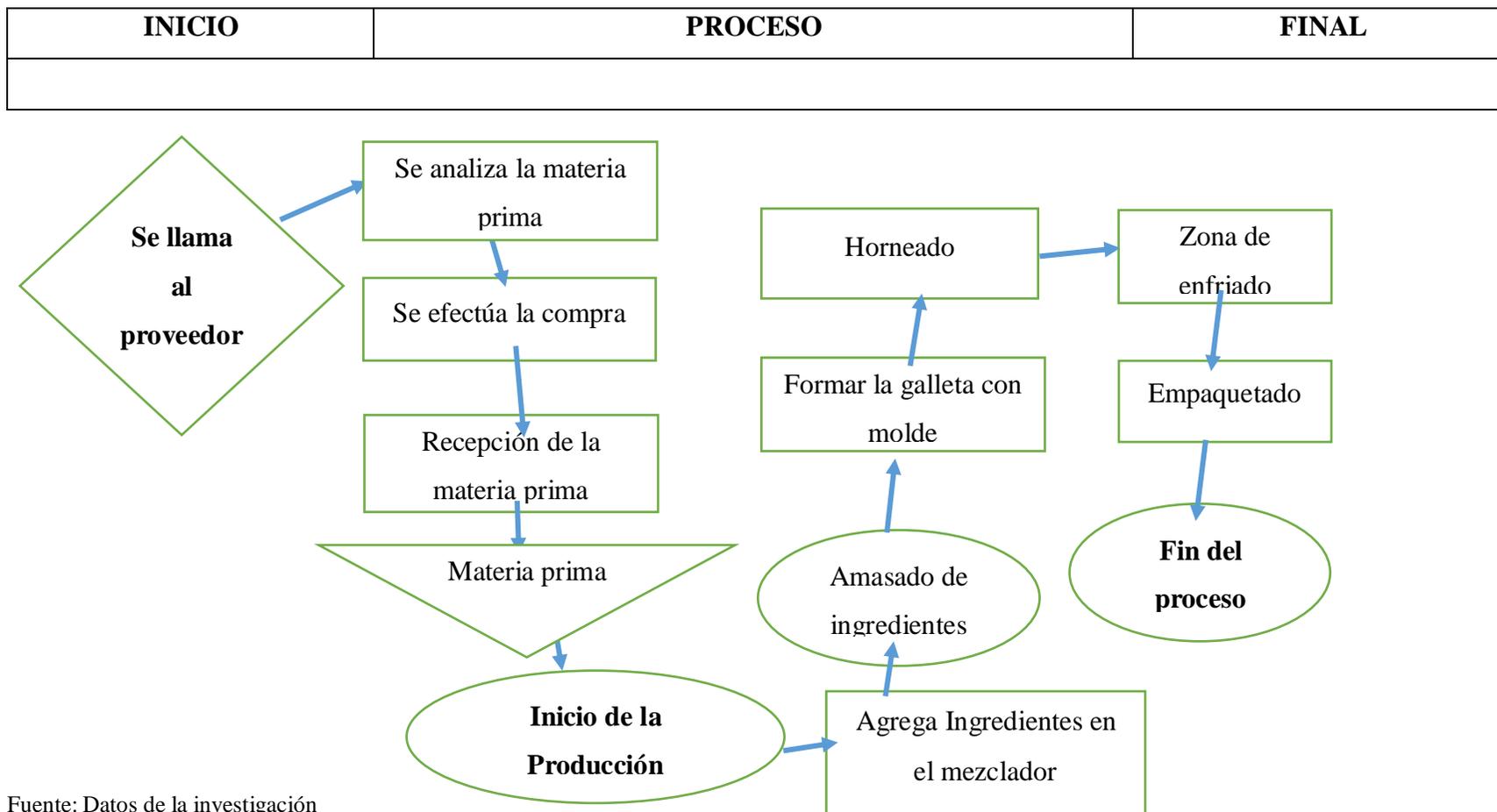
Se procede a analizarla para verificar que esté en buen estado y se realiza la compra para almacenarla en la bodega, luego se procede a separar la materia prima obtenida para comenzar con el proceso de producción.

La producción inicia cuando se utiliza todos los insumos y materiales para la mezcla de la materia prima, luego se amasa los ingredientes, una vez lista la masa y quede en su punto, se procede a cortar en moldes pequeños según el tamaño de las galletas. Mientras en el horno asador se encuentran los operarios para llevarla a cocción.

En el último paso se coloca la galleta elaborada en la zona de enfriado para luego llevarla al empaque y etiquetado de la misma, donde culmina el proceso de producción de las galletas artesanales.

A continuación se gráfica el flujo de proceso para la fabricación de las galletas que toman en consideración las actividades de soporte y primarias que se obtengan un producto de calidad.

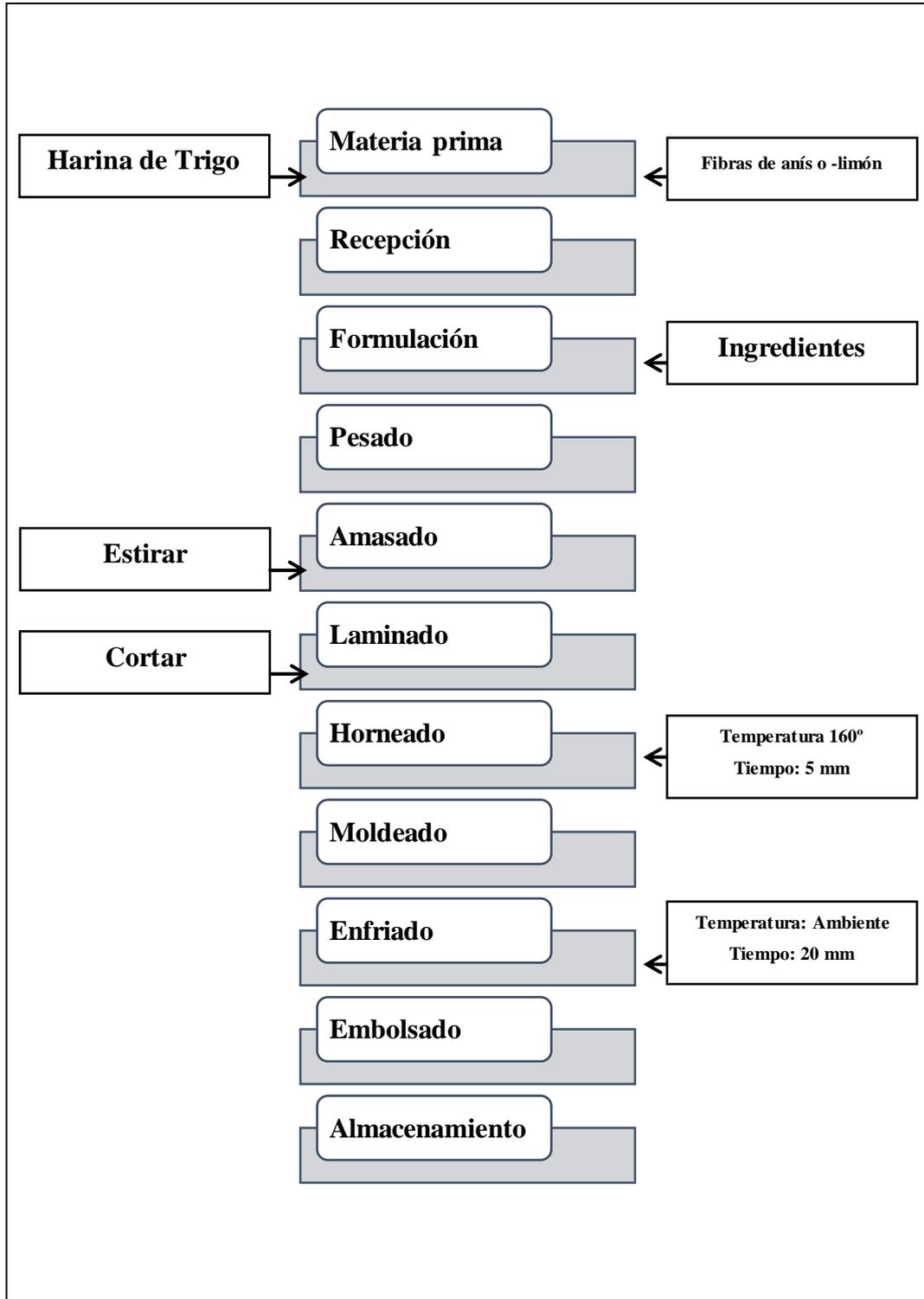
GRÁFICO N° 18 Diagrama de flujo de procesos de “Talitas”



Fuente: Datos de la investigación
 Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.8.3 Proceso de Producción.

GRÁFICO N° 19 Proceso de producción de la galleta



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.9 INVERSIONES DEL PROYECTO

4.9.1 Premisas.

El valor de un monto total de inversión sobre una idea de negocio, se ve reflejado en un análisis financiero, por lo cual es muy importante que se realice dicho estudio de manera efectiva, logrando finalmente el objetivo requerido.

En el Terreno se tiene previsto construir la fábrica cuyo valor asciende a \$ 86.734,74, en este espacio se construirá un edificio que contendrá oficinas, bodegas y lugar para la fábrica por un valor de \$45.000,00.

Además se debe adquirir un vehículo que será utilizado para el traslado de la mercadería a los canales de distribución local es decir tiendas, despensa y supermercados cuyo valor es de \$ 38.521,88.

Se adquirirán los equipos necesarios para la elaboración de las galletas entre ellos se tiene un horno industrial valorado por \$ 2.580,00; y los utensilios y materiales de trabajo e inclusive selladoras y etiquetadoras.

Los equipos de oficina \$ 7.150,00 y computación para la utilización de los empleados administrativos por un valor \$ 17.150,00. Muebles de oficina por un valor de \$ 14.640,00.

Se ha considerado el cálculo de depreciaciones de los activos fijos del proyecto, aplicando el método de depreciación lineal con una vida útil de 3 años para equipos de computación y 10 años para equipos de oficina; así mismo para los muebles y enseres , maquinarias con una vida útil de 10 años

4.9.2 Determinación de Activos y Depreciación

Son considerados como costos de inversión inicial los montos que se requiere para la producción. Los bienes inversiones en activos fijos, incluyendo las depreciaciones.

TABLA N° 28 Activos

Descripción	V.TOTAL	Dep. Acum.	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Equipos de Computación	\$ 17.150,00	\$ 7.676,81	\$ 3.157,73	\$ 3.157,73	\$ 3.157,73		
Equipos de oficina	\$ 7.150,00	\$ 3.200,53	\$ 394,95	\$ 394,95	\$ 394,95	\$ 394,95	\$ 394,95
Muebles de Oficina	\$ 14.640,00	\$ 6.553,26	\$ 808,67	\$ 808,67	\$ 808,67	\$ 808,67	\$ 808,67
Terreno	\$ 86.734,74	\$ -					
Vehículos	\$ 38.521,88	\$ 17.243,44	\$ 4.255,69	\$ 4.255,69	\$ 4.255,69	\$ 4.255,69	\$ 4.255,69
Edificio	\$ 45.000,00	\$ 20.143,22	\$ 1.242,84	\$ 1.242,84	\$ 1.242,84	\$ 1.242,84	\$ 1.242,84
Horno Industrial	\$ 2.580,00	\$ 1.154,88	\$ 142,51	\$ 142,51	\$ 142,51	\$ 142,51	\$ 142,51
Mesas Industriales	\$ 2.390,00	\$ 1.069,83	\$ 132,02	\$ 132,02	\$ 132,02	\$ 132,02	\$ 132,02
Amasadora Manual	\$ 4.000,00	\$ 1.790,51	\$ 220,95	\$ 220,95	\$ 220,95	\$ 220,95	\$ 220,95
Etiquetadora	\$ 640,00	\$ 286,48	\$ 35,35	\$ 35,35	\$ 35,35	\$ 35,35	\$ 35,35
Selladora	\$ 3.490,00	\$ 1.562,22	\$ 192,78	\$ 192,78	\$ 192,78	\$ 192,78	\$ 192,78
Total general	\$ 222.296,62	\$ 60.681,18	\$ 10.583,49	\$ 10.583,49	\$ 10.583,49	\$ 7.425,76	\$ 7.425,76

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde.

4.9.3 Inversión Inicial.

El estado de situación Inicial, también llamado balance general o balance de situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres componentes patrimoniales, el activo, el pasivo neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. La fábrica IGAP Ltda. Tiene como activos corrientes el total de \$ 5.000,00 lo que corresponde al dinero necesario para iniciar la actividad económica y tramitar los permisos y patentes. Dentro de este balance de situación inicial también se reflejan los activos fijos totales de \$ 227.296,62 un patrimonio de \$ 5.000,00 los gastos de constitución que asciende a \$ 1.115,04.

TABLA N° 29 Inversión inicial

CONCEPTO	Valor
Capital de inicio	\$ 5.000,00
Activos fijos	\$ 222.296,62
Gastos de constitución	\$ 1.115,04
Total Dólares	\$ 228.411,66

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.9.3 Activos Fijos

4.9.3.1 Distribución de activos fijos por departamento

Existen una serie de factores que deben analizarse al momento de decidir sobre la compra de equipos y maquinarias por que afectan directamente en la elección, puesto que la mayoría de la información que es necesaria recabar será útil en la comparación de varios tipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores.

Para la realización del proyecto se requiere necesariamente de la adquisición de activos fijos, a fin de dar inicio a las actividades productivas de la empresa I.G.A.P Cía. Ltda. A continuación se detalla los activos fijos que serán asignados para el departamento de administración y departamento de producción:

4.9.3.2 Sección planta procesadora.

Maquinarias y herramientas.

Horno industrial.

- Se utilizará horno industrial para el proceso de cocción de las galletas.
- Capacidad de horneado, según lo requerido por la demanda de productos, se puede observar (Anexos N° 4 Implementos y Equipos).

Amasadora manual.

- Dimensiones cubeta: 330× 240× 280mm.
- Amasadora mezcladora manual de acero inoxidable.
- Dispositivo de vaciado de cubeta por volteo.
- Sirve para amasar la materia prima, facilita proceso de vaciado, se puede observar (Anexos N° 4 implementos y equipos)

Mesas industriales.

- Es utilizada para el corte y moldeado de la materia prima.
- Facilita el sellado y etiquetado del producto final. Se puede observar en (Anexos N° 4 Implementos y Equipos)

Selladoras manual.

- Sirve para el proceso de empaque y sellado del producto. (Ver Anexos N° 4 implementos y equipos)

Etiquetadoras.

- Para etiquetar los productos terminados. (ver anexos N° 4 implementos y equipos)

Sección de administración.

Debido a la actividad productiva de la fábrica la computadora será de ayuda para guardar información necesaria y oportuna que servirá para llevar la contabilidad, sistema de cobros, modelos, diseños, archivos, base de datos de los clientes y proveedores dándole mayor funcionalidad al sistema administrativo.

El equipo de comunicación telefónica es prioritario para una buena información debido a que se refiere el contacto permanente con los proveedores de materia prima, clientes.

Muebles de oficina son destinados para el personal administrativo, para un mejor ambiente de trabajo y desarrollo de sus funciones.

Carpetas, grapadora, perforadora, lápiz, esferos, hojas A4 entre otros. (Ver Anexos N° 4 implementos y equipos.

4.10 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

4.10.1 Estructura del capital.

Este rubro se encuentra representado por el capital adicional con que hay que contar para iniciar las actividades de la empresa con la finalidad de financiar la primera producción antes de recibir ingresos; para comprar la materia prima, cancelar mano de obra directa y contar con cierta cantidad de efectivo para los gastos diarios de la fábrica, constituyendo esto el activo circulante.

TABLA N° 30 Estructura del capital

CONCEPTO	%	Aportes
Acciones comunes	40%	\$ 90.918,65
Préstamos bancario	60%	\$ 136.377,97
	1,00	\$ 227.296,62
Gastos de constitución		\$ 1.115,04
Totales		\$ 228.411,66

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

El proyecto de inversión en acciones comunes del 40% corresponde al total de capital propio por un monto de \$90.918,65

Para financiar el 60% de las inversiones, se necesita el aporte de una institución financiera por un monto de \$ 136.377,97 para financiar parte de los activos fijos del proyecto de inversión.

4.11 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Para el desarrollo del proyecto se plantea las siguientes fuentes de financiamiento que se pueden observar en la siguiente tabla:

4.11.1 Amortización del préstamo.

Los intereses son generados por el préstamo de \$ 136.377,97. Con una tasa de interés del 9,53% anual, con un plazo de 5 años, detallando a continuación, junto con los demás componentes que forman la tabla de amortización.

Según lo establecido por el Banco Central del Ecuador. (Ver Anexo N° 8 Tasa de Interés Bancaria)

TABLA N° 31 Tabla de amortización

				Tasa	9,53%	
	Saldo inicial	Intereses	Capital	Dividendo	Saldo Final	
AÑO1	\$ 136.377,97	\$ 12.996,82	\$ 22.548,41	\$ 35.545,23	\$ 113.829,56	
AÑO2	\$ 113.829,56	\$ 10.847,96	\$ 24.697,27	\$ 35.545,23	\$ 89.132,29	
AÑO3	\$ 89.132,29	\$ 8.494,31	\$ 27.050,92	\$ 35.545,23	\$ 62.081,38	
AÑO4	\$ 62.081,38	\$ 5.916,36	\$ 29.628,87	\$ 35.545,23	\$ 32.452,50	
AÑO5	\$ 32.452,50	\$ 3.092,72	\$ 32.452,50	\$ 35.545,23	\$ -	
		\$ 41.348,16	\$ 136.377,97	\$ 177.726,13		
Presupuesto de Pagos de Capital e Intereses de la Deuda						
Años	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Gastos de Interés	\$ 12.996,82	\$ 10.847,96	\$ 8.494,31	\$ 5.916,36	\$ 3.092,72	\$ 41.348,16
Abonos de Capital	\$ 22.548,41	\$ 24.697,27	\$ 27.050,92	\$ 29.628,87	\$ 32.452,50	\$ 136.377,97
Total a Pagar	\$ 35.545,23	\$ 35.545,23	\$ 35.545,23	\$ 35.545,23	\$ 35.545,23	
Saldos por pagar de los Préstamo Bancario						
Años	2014	2015	2016	2017	2018	
Saldo Corriente	\$ 24.697,27	\$ 27.050,92	\$ 29.628,87	\$ 32.452,50		
Saldo No corriente	\$ 89.132,29	\$ 62.081,38	\$ 32.452,50	\$ -		
Total por Pagar	\$ 113.829,56	\$ 89.132,29	\$ 62.081,38	\$ 32.452,50	\$ -	
	INTERES	CAPITAL	Dividendo			
	\$ 12.996,82	\$ 22.548,41	\$ 35.545,23			
	\$ 10.847,96	\$ 24.697,27	\$ 35.545,23			
	\$ 8.494,31	\$ 27.050,92	\$ 35.545,23			
	\$ 5.916,36	\$ 29.628,87	\$ 35.545,23			
	\$ 3.092,72	\$ 32.452,50	\$ 35.545,23			
	\$ 41.348,16					

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.2 Supuestos del presupuesto

A continuación se presenta las premisas para el desarrollo del presupuesto para la fabricación de las galletas artesanales de diferentes sabores, para esto se toma en consideración los ingredientes necesarios para elaborar la producción de las galletas, de los siguientes sabores: limón, anís, miel y natural.

TABLA N° 32 Premisas para el desarrollo de presupuestos

Artículos	UNIDAD/ MEDIDA	COSTO	Valor
Harina	LIBRAS	\$ 0,0500	\$ 0,006000
Huevos	UNIDAD	\$ 0,0500	\$ 0,006000
Leche	LITRO	\$ 0,2500	\$ 0,030000
Limón	UNIDAD	\$ 0,0300	\$ 0,003600
Anís	UNIDAD	\$ 0,0200	\$ 0,002400
Azúcar	LIBRA	\$ 0,3500	\$ 0,042000
Total Dolares			\$ 0,09000

Valor	Costo Total	Paquete
\$ 0,09000	\$ 0,09	\$ 0,18

Descripción	Cantidad	Empaque	Costo de Venta	Valor Total
Fundas	24	\$ 0,02	\$ 0,222	\$ 5,32
Cartón	12	\$ 0,10	\$ 5,518	\$ 66,22

Precio de Distribución	Paquete	P.V.P
Distribuidor Tienda	\$ 5,584	\$ 0,3000
Distribuidor Despensa	\$ 72,532	

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

TABLA N° 33 Porcentajes del Mercado Actual

Incremento de ventas	3,00% Anual
Inflación	5,00% Anual
Tasa de Interés Bancaria	9,53% Anual

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

A continuación se presenta las necesidades de mano de obra directa que requiere la futura fábrica, tomando en consideración los aspectos de tiempo, producción y el porcentaje de acción de costos, las horas necesarias y obteniendo como resultado los obreros requeridos.

4.11.3 Determinación de las necesidades de Mano de Obra

Este cuadro representa la necesidad de mano de obra y está representando el tiempo que utiliza un obrero en fabricar la galleta en hora, diaria, mensual y anual.

TABLA N° 34 Determinación de las necesidades de Mano de Obra

PRODUCTOS	Tiempo mm	Producción	Total	% Asignación costos
GALLETA ANIS	1,00	55.000,00	55.000,00	9,40%
GALLETA LIMON	1,00	80.000,00	80.000,00	13,68%
GALLETA MIEL	1,00	130.000,00	130.000,00	22,22%
GALLETA NATURAL	1,00	175.000,00	175.000,00	29,91%
GALLETA MIXTA	1,00	145.000,00	145.000,00	24,79%
	Total mm		2.925.000,00	1,00
		Horas Necesarias	9.750,00	2080
		Obreros Necesarios		5
		Hombres		21
		días Semana		5
		Horas diarias		8
		Semanas		52
		Total Horas Hombre		43.680,00

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.4 Proyección de necesidad de mano de obra

TABLA N° 35 Proyección de necesidad de mano de obra

	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de mano de obra directa total	28.550,60	29.978,13	31.477,04	33.050,89	34.703,43
Materia Prima Costo Unitario					
PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
GALLETA ANIS	\$ 2.684,24	\$ 2.818,46	\$ 2.959,38	\$ 3.107,35	\$ 3.262,72
GALLETA LIMON	\$ 3.904,36	\$ 4.099,57	\$ 4.304,55	\$ 4.519,78	\$ 4.745,77
GALLETA MIEL	\$ 6.344,58	\$ 6.661,81	\$ 6.994,90	\$ 7.344,64	\$ 7.711,87
GALLETA NATURAL	\$ 8.540,78	\$ 8.967,82	\$ 9.416,21	\$ 9.887,02	\$ 10.381,37
GALLETA MIXTA	\$ 7.076,64	\$ 7.430,48	\$ 7.802,00	\$ 8.192,10	\$ 8.601,71
	28.550,60	29.978,13	31.477,04	33.050,89	34.703,43

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

Esta tabla representa la proyección de necesidad de mano de obra el plazo de 5 años, estableciendo la materia prima con el costo unitario.

4.11.5 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

En la tabla siguiente se representa el presupuesto de costos indirectos de fabricación durante los 5 años que se simula el proyecto, para esto se tiene los rubros de mano de obra indirecta, materiales indirectos, servicios básicos, depreciación, seguros, publicidad, mantenimiento y entre otros.

TABLA N° 36 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Mano de obra indirecta	\$ 11.404,60	\$ 11.974,83	\$ 12.573,57	\$ 13.202,25	\$ 13.862,36	\$ 63.017,61
Materiales indirectos	\$ 700,00	\$ 735,00	\$ 771,75	\$ 810,34	\$ 850,85	\$ 3.867,94
Servicios básicos	\$ 1.176,00	\$ 1.234,80	\$ 1.296,54	\$ 1.361,37	\$ 1.429,44	\$ 6.498,14
Depreciación	\$ 6.221,95	\$ 6.221,95	\$ 6.221,95	\$ 5.218,47	\$ 5.218,47	\$ 29.102,80
Seguros	\$ 11.114,83	\$ 11.670,57	\$ 12.254,10	\$ 12.866,81	\$ 13.510,15	\$ 61.416,46
Publicidad	\$ 1.920,00	\$ 2.016,00	\$ 2.116,80	\$ 2.222,64	\$ 2.333,77	\$ 10.609,21
Mantenimiento	\$ 1.842,06	\$ 1.934,16	\$ 2.030,87	\$ 2.132,41	\$ 2.239,03	\$ 10.178,52
Otros (imprevistos)	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30	\$ 3.315,38
Total Dólares	\$ 34.979,44	\$ 36.417,31	\$ 37.927,08	\$ 38.508,86	\$ 40.173,38	\$ 188.006,07

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.6 Costos de fabricación

En esta tabla se representa los costos de fabricación de los productos por sabores tales como: Galleta de anís, limón, miel, natural y mixta, el costo de los productos tienen una proyección de 5 años desde el año 2014 hasta el 2018, para reconocer las inversiones a futuro

TABLA N° 37 Costos de fabricación

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
GALLETA ANIS	\$ 3.288,67	\$ 3.423,85	\$ 3.565,79	\$ 3.620,49	\$ 3.776,98	\$ 17.675,78
GALLETA LIMON	\$ 4.783,51	\$ 4.980,15	\$ 5.186,61	\$ 5.266,17	\$ 5.493,80	\$ 25.710,23
GALLETA MIEL	\$ 7.773,21	\$ 8.092,74	\$ 8.428,24	\$ 8.557,52	\$ 8.927,42	\$ 41.779,13
GALLETA NATURAL	\$ 10.463,93	\$ 10.894,07	\$ 11.345,71	\$ 11.519,74	\$ 12.017,68	\$ 56.241,13
GALLETA MIXTA	\$ 8.670,12	\$ 9.026,51	\$ 9.400,73	\$ 9.544,93	\$ 9.957,50	\$ 46.599,80
Total general	\$ 34.979,44	\$ 36.417,31	\$ 37.927,08	\$ 38.508,86	\$ 40.173,38	\$ 188.006,07

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.7 Presupuesto de servicios básicos.

A continuación se presenta el presupuesto de los costos por servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, telefonía y comunicaciones) en los departamentos de administración, ventas y producción, mismos que se proyectan para los próximos 5 años.

TABLA N° 38 Presupuesto de servicios básicos

Energía Eléctrica							
Costo Anual		\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61	\$ 6.630,76
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administracion	30%	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58	\$ 1.989,23
Ventas	15%	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79	\$ 994,61
Produccion	55%	\$ 660,00	\$ 693,00	\$ 727,65	\$ 764,03	\$ 802,23	\$ 3.646,92
Total		\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61	\$ 6.630,76

Agua Potable							
	%	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30	\$ 3.315,38
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administracion	25%	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33	\$ 828,84
Ventas	10%	\$ 60,00	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 331,54
Produccion	65%	\$ 390,00	\$ 409,50	\$ 429,98	\$ 451,47	\$ 474,05	\$ 2.155,00
Total		\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30	\$ 3.315,38

Telefonía y Comunicaciones							
	%	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administracion	35%	\$ 126,00	\$ 132,30	\$ 138,92	\$ 145,86	\$ 153,15	\$ 696,23
Ventas	30%	\$ 108,00	\$ 113,40	\$ 119,07	\$ 125,02	\$ 131,27	\$ 596,77
Produccion	35%	\$ 126,00	\$ 132,30	\$ 138,92	\$ 145,86	\$ 153,15	\$ 696,23
Total		\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58	\$ 1.989,23

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

TABLA N° 39 Distribución de los servicios básicos

TOTAL GENERAL							
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administracion	40%	\$ 876,00	\$ 919,80	\$ 965,79	\$ 1.014,08	\$ 1.064,78	\$ 4.840,45
Ventas	40%	\$ 588,00	\$ 617,40	\$ 648,27	\$ 680,68	\$ 714,72	\$ 3.249,07
Produccion	20%	\$ 3.096,00	\$ 3.250,80	\$ 3.413,34	\$ 3.584,01	\$ 3.763,21	\$ 17.107,35
Total		\$ 4.560,00	\$ 4.788,00	\$ 5.027,40	\$ 5.278,77	\$ 5.542,71	\$ 25.196,88

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.8 Presupuesto de Sueldos y Salarios

Se ha realizado el cálculo de requerimientos del personal del área de administración, ventas y producción generando así 15 plazas de trabajo. El número de empleados ha sido determinado como óptimo para una fábrica artesanal, mismos que han sido proyectados a 5 años con los respectivos beneficios para los empleados, rubros que forman parte de la toma de decisiones de la empresa.

TABLA N° 40 Sueldos y Salarios por departamento

Cargo	Código	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administrador	ADM	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 26,50	\$ 41,67	\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 346,33	\$ 1.346,33	\$ 16.156,00	\$ 16.963,80	\$ 17.811,99	\$ 18.702,59	\$ 19.637,72	\$ 89.272,10
Secretaria	ADM	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 154,43	\$ 554,43	\$ 6.653,20	\$ 6.985,86	\$ 7.335,15	\$ 7.701,91	\$ 8.087,01	\$ 36.763,13
Jefe Financiero		\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 28,50	\$ 29,17	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 252,38	\$ 952,38	\$ 11.428,60	\$ 12.000,03	\$ 12.600,03	\$ 13.230,03	\$ 13.891,53	\$ 63.150,23
Contador	ADM	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 186,42	\$ 686,42	\$ 8.237,00	\$ 8.648,85	\$ 9.081,29	\$ 9.535,36	\$ 10.012,12	\$ 45.514,62
	Total ADM	\$ 2.600,00	\$ 216,67	\$ 108,00	\$ 108,33	\$ 289,90	\$ 216,67	\$ 939,57	\$ 3.539,57	\$ 42.474,80	\$ 44.598,54	\$ 46.828,47	\$ 49.169,89	\$ 51.628,38	\$ 234.700,08
Jefe de Mercadeo	VTA	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 26,50	\$ 29,17	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 250,38	\$ 950,38	\$ 11.404,60	\$ 11.974,83	\$ 12.573,57	\$ 13.202,25	\$ 13.862,36	\$ 63.017,61
Supervisor de Ventas	VTA	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 186,42	\$ 686,42	\$ 8.237,00	\$ 8.648,85	\$ 9.081,29	\$ 9.535,36	\$ 10.012,12	\$ 45.514,62
Transportista	VTA	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 170,43	\$ 620,43	\$ 7.445,10	\$ 7.817,36	\$ 8.208,22	\$ 8.618,63	\$ 9.049,57	\$ 41.138,88
Vendedor 1	VTA	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 154,43	\$ 554,43	\$ 6.653,20	\$ 6.985,86	\$ 7.335,15	\$ 7.701,91	\$ 8.087,01	\$ 36.763,13
Vendedor 2	VTA	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 28,33	\$ 135,24	\$ 475,24	\$ 5.702,92	\$ 5.988,07	\$ 6.287,47	\$ 6.601,84	\$ 6.931,93	\$ 31.512,23
	VTA		\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Total VTA	\$ 2.390,00	\$ 199,17	\$ 132,50	\$ 99,58	\$ 266,49	\$ 199,17	\$ 896,90	\$ 3.286,90	\$ 39.442,82	\$ 41.414,96	\$ 43.485,71	\$ 45.659,99	\$ 47.942,99	\$ 217.946,48
Jefe de produccion	MOI	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 26,50	\$ 29,17	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 250,38	\$ 950,38	\$ 11.404,60	\$ 11.974,83	\$ 12.573,57	\$ 13.202,25	\$ 13.862,36	\$ 63.017,61
	Total MOI	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 26,50	\$ 29,17	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 250,38	\$ 950,38	\$ 11.404,60	\$ 11.974,83	\$ 12.573,57	\$ 13.202,25	\$ 13.862,36	\$ 63.017,61
Operario 1	MOD	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 28,33	\$ 135,24	\$ 475,24	\$ 5.702,92	\$ 5.988,07	\$ 6.287,47	\$ 6.601,84	\$ 6.931,93	\$ 31.512,23
Operario 2	MOD	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 28,33	\$ 135,24	\$ 475,24	\$ 5.702,92	\$ 5.988,07	\$ 6.287,47	\$ 6.601,84	\$ 6.931,93	\$ 31.512,23
Operario 3	MOD	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 28,33	\$ 135,24	\$ 475,24	\$ 5.702,92	\$ 5.988,07	\$ 6.287,47	\$ 6.601,84	\$ 6.931,93	\$ 31.512,23
Operario 4	MOD	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 27,50	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 28,33	\$ 136,24	\$ 476,24	\$ 5.714,92	\$ 6.000,67	\$ 6.300,70	\$ 6.615,73	\$ 6.946,52	\$ 31.578,54
Operario 5	MOD	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 28,50	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 28,33	\$ 137,24	\$ 477,24	\$ 5.726,92	\$ 6.013,27	\$ 6.313,93	\$ 6.629,63	\$ 6.961,11	\$ 31.644,85
	Total MOD	\$ 1.700,00	\$ 141,67	\$ 26,50	\$ 70,83	\$ 189,55	\$ 141,67	\$ 679,22	\$ 2.379,22	\$ 28.550,60	\$ 29.978,13	\$ 31.477,04	\$ 33.050,89	\$ 34.703,43	\$ 157.760,09
	Total general	\$ 8.090,00	\$ 674,17	\$ 429,00	\$ 337,08	\$ 902,04	\$ 674,17	\$ 3.016,45	\$ 11.106,45	\$ 133.277,42	\$ 139.941,29	\$ 146.938,36	\$ 154.285,27	\$ 161.999,54	\$ 736.441,88

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.9 Gastos de administración

Considerando los valores de remuneraciones del personal administrativo que ya fue calculado anteriormente y todos los rubros que corresponden explícitamente a la administración de la fábrica. Los suministros de oficina comprenden papelería (hojas de impresión, lápices, bolígrafos, perforadora, grapadora, entre otros).

TABLA N° 41 Gastos de administración

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	\$ 43.374,80	\$ 45.543,54	\$ 47.820,72	\$ 50.211,75	\$ 52.722,34	\$ 239.673,15
Sueldos	\$ 31.200,00	\$ 32.760,00	\$ 34.398,00	\$ 36.117,90	\$ 37.923,80	\$ 172.399,70
Beneficios Sociales	\$ 11.274,80	\$ 11.838,54	\$ 12.430,47	\$ 13.051,99	\$ 13.704,59	\$ 62.300,39
Capacitación	\$ 900,00	\$ 945,00	\$ 992,25	\$ 1.041,86	\$ 1.093,96	\$ 4.973,07
GASTOS DE REPRESENTACION	\$ 1.700,00	\$ 1.785,00	\$ 1.874,25	\$ 1.967,96	\$ 2.066,36	\$ 9.393,57
Viáticos	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 2.762,82
Hoteles	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 2.762,82
Boletos aéreos	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 2.762,82
Trasporte y movilización	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10	\$ 1.105,13
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 900,00	\$ 945,00	\$ 992,25	\$ 1.041,86	\$ 1.093,96	\$ 4.973,07
Asesoría Legal	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 1.657,69
Asesoría Financiera	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 1.657,69
Asesoría Tributaria	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 1.657,69
SERVICIOS BASICOS	\$ 636,00	\$ 667,80	\$ 701,19	\$ 736,25	\$ 773,06	\$ 3.514,30
Energía eléctrica	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58	\$ 1.989,23
Agua Potable	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33	\$ 828,84
Telefonía	\$ 126,00	\$ 132,30	\$ 138,92	\$ 145,86	\$ 153,15	\$ 696,23
MANTENIMIENTO	\$ 4.584,44	\$ 4.813,66	\$ 5.054,35	\$ 5.307,06	\$ 5.572,42	\$ 25.331,94
Mantenimiento	\$ 4.584,44	\$ 4.813,66	\$ 5.054,35	\$ 5.307,06	\$ 5.572,42	\$ 25.331,94
DEPRECIACIONES	\$ 3.221,33	\$ 3.221,33	\$ 3.221,33	\$ 1.918,86	\$ 1.918,86	\$ 13.501,70
Depreciaciones	\$ 3.221,33	\$ 3.221,33	\$ 3.221,33	\$ 1.918,86	\$ 1.918,86	\$ 13.501,70
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
IMPUESTOS Y CONTIBUCIONES	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
Patente	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
1,5 x mil a los activos totales	\$ 60,00	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 331,54
Junta de Beneficencia	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
Tasa de habilitación	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47	\$ 165,77
OTROS	\$ 4.772,97	\$ 5.011,61	\$ 5.262,20	\$ 5.525,30	\$ 5.801,57	\$ 26.373,65
Papelería y suministros	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91	\$ 9.946,14
Matriculación de Vehículos	\$ 450,00	\$ 472,50	\$ 496,13	\$ 520,93	\$ 546,98	\$ 2.486,53
Cafetería	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
Seguros	\$ 2.272,97	\$ 2.386,61	\$ 2.505,95	\$ 2.631,24	\$ 2.762,80	\$ 12.559,57
Otros (Imprevistos)	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10	\$ 1.105,13
Amortizaciones	\$ 223,01	\$ 1.115,04				
Gastos de Constitución	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 1.115,04
Total gastos de Administración	\$ 59.892,55	\$ 62.714,96	\$ 65.678,49	\$ 67.487,72	\$ 70.755,01	\$ 326.528,73

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.10 Presupuestos de costos de ventas

El presupuesto de costos de ventas, permite establecer los costos de materia prima, mano de obra utilizada directa y los costos indirectos de fabricación, tales como: servicios básicos., materiales indirectos de fabricación, entre otros.

TABLA N° 42 Presupuesto de costos de ventas

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
GALLETA ANIS	\$ 55.000,00	\$ 56.650,00	\$ 58.349,50	\$ 60.099,99	\$ 61.902,98	\$ 292.002,47
GALLETA LIMON	\$ 80.000,00	\$ 82.400,00	\$ 84.872,00	\$ 87.418,16	\$ 90.040,70	\$ 424.730,86
GALLETA MIEL	\$ 130.000,00	\$ 133.900,00	\$ 137.917,00	\$ 142.054,51	\$ 146.316,15	\$ 690.187,66
GALLETA NATURAL	\$ 145.000,00	\$ 149.350,00	\$ 153.830,50	\$ 158.445,42	\$ 163.198,78	\$ 769.824,69
GALLETA MIXTA	\$ 145.000,00	\$ 149.350,00	\$ 153.830,50	\$ 158.445,42	\$ 163.198,78	\$ 769.824,69
Total de Materia Prima	\$ 555.000,00	\$ 571.650,00	\$ 588.799,50	\$ 606.463,49	\$ 624.657,39	\$ 2.946.570,37
Mano de Obra Directa	\$ 28.550,60	\$ 29.978,13	\$ 31.477,04	\$ 33.050,89	\$ 34.703,43	\$ 157.760,09
Costos Indirectos de Fabric	\$ 34.979,44	\$ 36.417,31	\$ 37.927,08	\$ 38.508,86	\$ 40.173,38	\$ 188.006,07
Total Costo de Venta	\$ 618.530,04	\$ 638.045,44	\$ 658.203,62	\$ 678.023,23	\$ 699.534,20	\$ 3.292.336,54

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

En la presente tabla, se determina la mano de obra requerida para la empresa, dentro de las 21 personas que son necesarias para el buen funcionamiento de los procesos en la organización, sin embargo para dar inicio a las actividades productivas de la empresa (IGAP Cía. Ltda), se contratará 15 personas hasta el segundo año, mismas que serán asignadas a las diferentes áreas laborales.

4.11.11 Gastos de ventas

Los gastos se detallaran de la siguiente manera, sea gastos de ventas, gastos administrativos y gastos financieros:

TABLA N° 43 Gastos de ventas

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	\$ 40.342,82	\$ 42.359,96	\$ 44.477,96	\$ 46.701,86	\$ 49.036,95	\$ 222.919,55
Sueldos	\$ 28.680,00	\$ 30.114,00	\$ 31.619,70	\$ 33.200,69	\$ 34.860,72	\$ 158.475,10
Beneficios Sociales	\$ 10.762,82	\$ 11.300,96	\$ 11.866,01	\$ 12.459,31	\$ 13.082,27	\$ 59.471,37
Capacitación	\$ 900,00	\$ 945,00	\$ 992,25	\$ 1.041,86	\$ 1.093,96	\$ 4.973,07
SERVICIOS BASICOS	\$ 348,00	\$ 365,40	\$ 383,67	\$ 402,85	\$ 423,00	\$ 1.922,92
Energía eléctrica	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79	\$ 994,61
Agua Potable	\$ 60,00	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 331,54
Telefonía	\$ 108,00	\$ 113,40	\$ 119,07	\$ 125,02	\$ 131,27	\$ 596,77
MANTENIMIENTO	\$ 392,40	\$ 412,02	\$ 432,62	\$ 454,25	\$ 476,96	\$ 2.168,26
Mantenimiento	\$ 392,40	\$ 412,02	\$ 432,62	\$ 454,25	\$ 476,96	\$ 2.168,26
DEPRECIACIONES	\$ 1.334,72	\$ 1.334,72	\$ 1.334,72	\$ 460,13	\$ 460,13	\$ 4.924,40
Depreciaciones	\$ 1.334,72	\$ 1.334,72	\$ 1.334,72	\$ 460,13	\$ 460,13	\$ 4.924,40
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
OTROS	\$ 15.845,93	\$ 16.638,23	\$ 17.470,14	\$ 18.343,65	\$ 19.260,83	\$ 87.558,78
Papelería y suministros	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 26.523,03
Matriculación de Vehículos	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30	\$ 3.315,38
Seguros	\$ 4.445,93	\$ 4.668,23	\$ 4.901,64	\$ 5.146,72	\$ 5.404,06	\$ 24.566,58
Otros (Imprevistos)	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 33.153,79
Total gastos de Administración	\$ 58.503,87	\$ 61.362,33	\$ 64.363,71	\$ 66.640,57	\$ 69.949,59	\$ 320.820,06

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.11.12 Presupuesto de ventas

Los valores tomados en el presupuesto de ventas son aquellos tomados de los gastos de publicidad, sueldo del personal que se encarga de distribuir y promocionar la mercadería, siendo estos unos de los rubros para determinar el estado de resultado de la empresa.

TABLA N° 44 Presupuesto de ventas

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
GALLETA ANÍS	\$ 91.850,00	\$ 94.605,50	\$ 97.443,67	\$ 100.366,97	\$ 103.377,98	\$ 487.644,12
GALLETA LIMÓN	\$ 133.600,00	\$ 137.608,00	\$ 141.736,24	\$ 145.988,33	\$ 150.367,98	\$ 709.300,54
GALLETA MIEL	\$ 217.100,00	\$ 223.613,00	\$ 230.321,39	\$ 237.231,03	\$ 244.347,96	\$ 1.152.613,38
GALLETA NATURAL	\$ 242.150,00	\$ 249.414,50	\$ 256.896,94	\$ 264.603,84	\$ 272.541,96	\$ 1.285.607,24
GALLETA MIXTA	\$ 242.150,00	\$ 249.414,50	\$ 256.896,94	\$ 264.603,84	\$ 272.541,96	\$ 1.285.607,24
TOTALES	\$ 926.850,00	\$ 954.655,50	\$ 983.295,17	\$ 1.012.794,02	\$ 1.043.177,84	\$ 4.920.772,53

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.12. PRESUPUESTOS PROYECTADOS.

Se presenta el balance general de la fábrica de galletas artesanales, estos son proyectados a 5 años, desde el año 2014 hasta 2018.

TABLA N° 45 Balance general proyectado

	Inicial	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
DISPONIBLE	\$ 5.000,00	\$ 213.495,46	\$ 203.873,28	\$ 191.995,10	\$ 177.644,38	\$ 157.426,57
Bancos	\$ 5.000,00	\$ 147.814,28	\$ 95.537,14	\$ 97.476,93	\$ 97.899,21	\$ 97.090,40
Inversiones Temporales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
REALIZABLE	\$ -	\$ 60.681,18	\$ 108.336,14	\$ 94.518,17	\$ 79.745,17	\$ 60.336,17
Productos Terminados	\$ -	\$ 60.681,18	\$ 108.336,14	\$ 94.518,17	\$ 79.745,17	\$ 60.336,17
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 222.296,62	\$ 151.923,99	\$ 141.117,49	\$ 130.311,00	\$ 122.662,23	\$ 115.013,47
ACTIVO FIJO	\$ 222.296,62	\$ 151.031,96	\$ 140.448,47	\$ 129.864,98	\$ 122.439,22	\$ 115.013,47
ACTIVO FIJO TANGIBLE	\$ 222.296,62	\$ 222.296,62	\$ 222.296,62	\$ 222.296,62	\$ 222.296,62	\$ 222.296,62
Equipos de Computación	\$ 17.150,00	\$ 17.150,00	\$ 17.150,00	\$ 17.150,00	\$ 17.150,00	\$ 17.150,00
Equipos de oficina	\$ 7.150,00	\$ 7.150,00	\$ 7.150,00	\$ 7.150,00	\$ 7.150,00	\$ 7.150,00
Muebles de Oficina	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00
Terreno	\$ 86.734,74	\$ 86.734,74	\$ 86.734,74	\$ 86.734,74	\$ 86.734,74	\$ 86.734,74
Vehículos	\$ 38.521,88	\$ 38.521,88	\$ 38.521,88	\$ 38.521,88	\$ 38.521,88	\$ 38.521,88
Edificio	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
Horno Industrial	\$ 2.580,00	\$ 2.580,00	\$ 2.580,00	\$ 2.580,00	\$ 2.580,00	\$ 2.580,00
Mesas Industriales	\$ 2.390,00	\$ 2.390,00	\$ 2.390,00	\$ 2.390,00	\$ 2.390,00	\$ 2.390,00
Amasadora Manual	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Etiquetadora	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00
Selladora	\$ 3.490,00	\$ 3.490,00	\$ 3.490,00	\$ 3.490,00	\$ 3.490,00	\$ 3.490,00
Depreciacion acumulada	\$ -	\$ -71.264,66	\$ -81.848,15	\$ -92.431,64	\$ -99.857,40	\$ -107.283,15
OTROS ACTIVOS						
PAGOS ANTICIPADOS						
Gstos de constitucion	\$ -	\$ 1.115,04	\$ 1.115,04	\$ 1.115,04	\$ 1.115,04	\$ 1.115,04
Amortizacion gastos de constitucion	\$ -	\$ -223,01	\$ -446,02	\$ -669,02	\$ -892,03	\$ -1.115,04
Total gastos de amortizacion	\$ -	\$ 892,03	\$ 669,02	\$ 446,02	\$ 223,01	\$ -
Total activo	\$ 227.296,62	\$ 365.419,45	\$ 344.990,77	\$ 322.306,09	\$ 300.306,61	\$ 272.440,04
PASIVOS	Inicial	\$ 2.014,00	\$ 2.015,00	\$ 2.016,00	\$ 2.017,00	\$ 2.018,00
PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 80.209,18	\$ 82.635,64	\$ 86.685,02	\$ 92.079,75	\$ 61.172,71
CUENTAS POR PAGAR	\$ -	\$ 80.209,18	\$ 82.635,64	\$ 86.685,02	\$ 92.079,75	\$ 61.172,71
Cuentas por pagar proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% Participacion	\$ -	\$ 24.100,69	\$ 24.740,97	\$ 25.395,91	\$ 26.540,32	\$ 27.228,21
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 31.411,23	\$ 30.843,75	\$ 31.660,24	\$ 33.086,93	\$ 33.944,50
Dividendos Por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Porcion Corriente de Prest. Banc	\$ -	\$ 24.697,27	\$ 27.050,92	\$ 29.628,87	\$ 32.452,50	\$ -
PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 136.377,97	\$ 89.132,29	\$ 62.081,38	\$ 32.452,50	\$ -	\$ -
Prestamos bancarios	\$ 136.377,97	\$ 89.132,29	\$ 62.081,38	\$ 32.452,50	\$ -	\$ -
Total pasivo	\$ 136.377,97	\$ 169.341,48	\$ 144.717,02	\$ 119.137,52	\$ 92.079,75	\$ 61.172,71
PATRIMONIO						
Capital Social (Acc. Comunes)	\$ 90.918,65	\$ 90.918,65	\$ 90.918,65	\$ 90.918,65	\$ 90.918,65	\$ 90.918,65
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Perdida Ejercicio	\$ -	\$ 105.159,32	\$ 109.355,10	\$ 112.249,92	\$ 117.308,21	\$ 120.348,68
Total Patrimonio	\$ 90.918,65	\$ 196.077,97	\$ 200.273,75	\$ 203.168,57	\$ 208.226,86	\$ 211.267,33
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 227.296,62	\$ 365.419,45	\$ 344.990,77	\$ 322.306,10	\$ 300.306,62	\$ 272.440,04

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.12.1 Presupuesto de ventas proyectada.

Las ventas son proyectadas a 5 años, estas ventas se realizarán al contado y crédito a fin de generar confianza con los posibles clientes, además de aprovechar la oportunidad para incrementar las ventas.

TABLA N° 46 Presupuesto de ventas proyectada.

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas en efectivo	\$ 463.425,00	\$ 477.327,75	\$ 491.647,58	\$ 506.397,01	\$ 521.588,92
Ventas a Credito	\$ 463.425,00	\$ 477.327,75	\$ 491.647,58	\$ 506.397,01	\$ 521.588,92
Total	\$ 926.850,00	\$ 954.655,50	\$ 983.295,17	\$ 1.012.794,02	\$ 1.043.177,84

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.12.2 Punto de equilibrio.

Es aquella situación, en la cual la empresa produce y vende un volumen exactamente necesario, que le permita cubrir la totalidad de sus costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidades ni pérdidas.

Se utiliza la siguiente fórmula para calcular respectivo punto de equilibrio en unidades de producción.

TABLA N° 47 Punto de equilibrio de galletas artesanales

PRECIO VTA. UNITARIO	0,25
UNIDADES VENDIDAS ANUALES	122.385,42
INGRESO TOTAL	30.596,35
COSTO FIJO TOTAL	20.572,38
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	18.909,55
COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS	0,18

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

CANTIDAD DE EQUILIBRIO: 293.891,09

VALOR MONETARIO DE EQUILIBRIO: 73.472,77

Convertidos en kilos debido a la producción de 83 galletas por kilo es: 3540,85K.

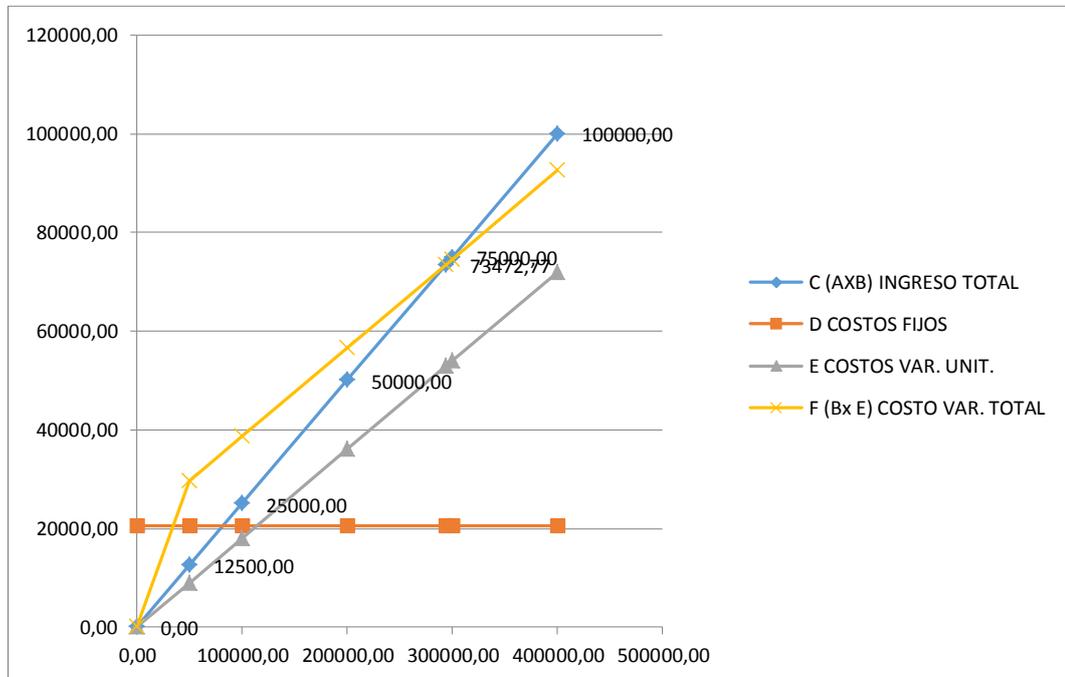
TABLA N° 48 Datos para el cálculo del punto de equilibrio

A	B	C (AXB)	D	E	F (Bx E)	G (D/F)
PRECIO VTA. UNIT.	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR. UNIT.	COSTO VAR. TOTAL	COSTO TOTAL
0,25	0	\$ -	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ -	\$ -
0,25	50000	\$ 12.500,00	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 9.000,00	\$ 29.572,38
0,25	100000	\$ 25.000,00	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 18.000,00	\$ 38.572,38
0,25	200000	\$ 50.000,00	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 36.000,00	\$ 56.572,38
0,25	293891	\$ 73.472,77	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 52.900,40	\$ 73.472,77
0,25	300000	\$ 75.000,00	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 54.000,00	\$ 74.572,38
0,25	400000	\$ 100.000,00	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 72.000,00	\$ 92.572,38
0,25	500000	\$ 125.000,00	\$ 20.572,38	\$ 0,18	\$ 90.000,00	\$ 110.572,38

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

GRÁFICO N° 20 Curva del punto de equilibrio



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.12.3 Estado de resultado proyectado.

Se presentan los resultados en el estado de pérdidas y ganancias que se obtendrán por las operaciones de la empresa en un periodo de 5 años, reflejando el grado de eficiencia en el manejo de recursos confiados a la administración.

TABLA N° 49 Estado de resultado proyectado.

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Ventas	\$ 926.850,00	\$ 954.655,50	\$ 983.295,17	\$ 1.012.794,02	\$ 1.043.177,84	\$ 4.920.772,53
Costo de Ventas	\$ 618.530,04	\$ 638.045,44	\$ 658.203,62	\$ 678.023,23	\$ 699.534,20	\$ 3.292.336,54
Utilida Bruta	\$ 308.319,96	\$ 316.610,06	\$ 325.091,55	\$ 334.770,79	\$ 343.643,64	\$ 1.628.435,99
Gastos de Operación	\$ 118.001,90	\$ 123.672,77	\$ 129.627,18	\$ 133.725,06	\$ 140.289,80	\$ 645.316,73
Gastos de Administracion	\$ 59.498,04	\$ 62.310,45	\$ 65.263,48	\$ 67.084,50	\$ 70.340,21	\$ 324.496,67
Gastos de Venta	\$ 58.503,87	\$ 61.362,33	\$ 64.363,71	\$ 66.640,57	\$ 69.949,59	\$ 320.820,06
Utilidad antes de intereses e impuestos	\$ 190.318,06	\$ 192.937,28	\$ 195.464,36	\$ 201.045,72	\$ 203.353,84	\$ 983.119,26
Intereses Pagados	\$ 12.996,82	\$ 10.847,96	\$ 8.494,31	\$ 5.916,36	\$ 3.092,72	\$ 41.348,16
Intereses Ganados		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 177.321,24	\$ 182.089,33	\$ 186.970,06	\$ 195.129,37	\$ 200.261,11	\$ 941.771,10
Participacion de trabajadores	\$ 26.598,19	\$ 27.313,40	\$ 28.045,51	\$ 29.269,41	\$ 30.039,17	\$ 141.265,67
Impuestos	\$ 34.666,30	\$ 34.050,70	\$ 34.963,40	\$ 36.489,19	\$ 37.448,83	\$ 177.618,43
Utilidad Neta	\$ 116.056,75	\$ 120.725,22	\$ 123.961,15	\$ 129.370,77	\$ 132.773,12	\$ 622.887,01
Utilidades del Ejercicio	\$ 116.056,75	\$ 120.725,22	\$ 123.961,15	\$ 129.370,77	\$ 132.773,12	\$ 622.887,01

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.12.4 Flujo de efectivo.

Los ingresos ayudarán a cubrir con las operaciones y obligaciones normales de la fábrica desde el inicio de su producción.

Los ingresos operacionales están comprendidos por el total de ventas realizada cada año de operación de la empresa y los egresos corresponden a todos los gastos de fabricación, administración y ventas incurridos en el proyecto, así también las remuneraciones de mano de obra directa e indirecta.

Los ingresos no operacionales se pueden incluir: préstamo a instituciones financieras y capital propio.

Los egresos operacionales están compuestos por: pago de intereses y créditos a largo plazo recibido, pagos correspondientes a impuestos y reparto de utilidades, en cumplimiento a la legislación tributaria y laboral ecuatoriana.

La adquisición de activos fijos durante el año 2013, considerado como un periodo pre operativo, necesario para poner en funcionamiento la planta.

La reposición de activos al tercer año de su vida útil, por un valor correspondiente al original, considerando la inflación anual estimada y la adquisición de maquinarias para el aumento de la capacidad de producción.

Sin embargo se considera para los sueldos y salarios con la remuneración básica unificada (RBU) correspondiente al año 2014.

TABLA N° 50 Flujo de efectivo proyectado

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Saldo Inicial	\$ 926.850,00	\$ 954.655,50	\$ 983.295,17	\$ 1.012.794,02	\$ 1.043.177,84	\$ 4.920.772,53
INGRESOS						
Cuentas x cobrar	\$ 463.425,00	\$ 477.327,75	\$ 491.647,58	\$ 506.397,01	\$ 521.588,92	\$ 2.460.386,26
Intereses Recibidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos	\$ 1.390.275,00	\$ 1.431.983,25	\$ 1.474.942,75	\$ 1.519.191,03	\$ 1.564.766,76	\$ 2.460.386,26
EGRESOS						
Materia Prima	\$ 555.000,00	\$ 571.650,00	\$ 588.799,50	\$ 606.463,49	\$ 624.657,39	\$ 2.946.570,37
Mano de obra	\$ 28.550,60	\$ 29.978,13	\$ 31.477,04	\$ 33.050,89	\$ 34.703,43	\$ 157.760,09
Costos indirectos de fabricación	\$ 28.757,49	\$ 30.195,36	\$ 31.705,13	\$ 33.290,39	\$ 34.954,91	\$ 158.903,27
Gastos de Administración	\$ 56.248,21	\$ 59.060,62	\$ 62.013,65	\$ 65.114,33	\$ 68.370,05	\$ 310.806,86
Gastos de Venta	\$ 57.169,15	\$ 60.027,61	\$ 63.028,99	\$ 66.180,44	\$ 69.489,46	\$ 315.895,66
Gastos de Constitución	\$ 1.115,04					\$ 1.115,04
15 % participación	\$ -	\$ 26.598,19	\$ 27.313,40	\$ 28.045,51	\$ 29.269,41	\$ 111.226,50
Impuestos	\$ -	\$ 34.666,30	\$ 34.050,70	\$ 34.963,40	\$ 36.489,19	\$ 140.169,60
Préstamos Bancarios(Principal)	\$ 22.548,41	\$ 24.697,27	\$ 27.050,92	\$ 29.628,87	\$ 32.452,50	\$ 136.377,97
Préstamos Bancarios(Intereses)	\$ 12.996,82	\$ 10.847,96	\$ 8.494,31	\$ 5.916,36	\$ 3.092,72	\$ 41.348,16
TOTAL EGRESOS	\$ 762.385,72	\$ 847.721,43	\$ 873.933,64	\$ 902.653,67	\$ 933.479,06	\$ 4.320.173,52
Disponible	\$ 164.464,28	\$ 106.934,07	\$ 109.361,53	\$ 110.140,35	\$ 109.698,78	\$ 3.060.985,27
Total	\$ 164.464,28	\$ 106.934,07	\$ 109.361,53	\$ 110.140,35	\$ 109.698,78	\$ 3.060.985,27

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.13 EVALUACIÓN FINANCIERA.

A continuación se presenta la evaluación financiera con la determinación de los flujos futuros.

4.13.1 Determinación de los flujos futuros.

TABLA N° 51 Determinación de la evaluación financiera.

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Utilidades de Ejercicio	\$ 164.464,28	\$ 106.934,07	\$ 109.361,53	\$ 110.140,35	\$ 109.698,78	\$ 600.599,01
Depreciación	\$ 10.583,49	\$ 10.583,49	\$ 10.583,49	\$ 7.475,76	\$ 7.475,76	\$ 46.701,99
Amortizaciones	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 1.115,04
Flujos Futuros	\$ 175.270,78	\$ 117.740,57	\$ 120.168,03	\$ 117.839,12	\$ 117.397,55	\$ 648.416,04

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

TABLA N° 52 Flujos futuros

Flujos Futuros	Valores
1	\$ 175.270,78
2	\$ 117.740,57
3	\$ 120.168,03
4	\$ 117.839,12
5	\$ 117.397,55

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.13.2 Método de recuperación.

- Es una técnica financiera de evaluación de proyecto de inversión que consiste en determinar el tiempo en que se recupera la inversión.
- Si el tiempo de recuperación del proyecto es menor al tiempo de recuperación promedio el proyecto es aceptado.
- Si el tiempo de recuperación del proyecto es mayor al tiempo de recuperación promedio el proyecto es rechaza.

TABLA N° 53 Método de recuperación.

Tasa de Descuento (Ccpp)	13,72%
Inversión Inicial	228.411,66
Tiempo promedio de recuperación	1 AÑO 6 MESES

Inversión Inicial	228.411,66		
Flujos Futuros	Valores		
1	\$ 175.270,78	\$ 175.270,78	1,00
2	\$ 117.740,57	\$ -81.680,74	- 0,69
3	\$ 120.168,03		
4	\$ 117.839,12		
5	\$ 117.397,55		

Fuente: Datos de la investigación
 Elaborado por: Saily Hernández Quinde

Tiempo de recuperación del proyecto: 1 AÑO 6 MESES

Decisión de acuerdo al método de recuperación. Se **ACEPTA** el proyecto de acuerdo al criterio de aceptación y rechazo.

4.13.2 Valor actual neto.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujo de caja futuro, originados por una inversión y plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero.

Se plantea a través de este criterio que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos en moneda actual. Para el cálculo se extrae los valores futuros a valor presente descontándolos a la tasa de costo de capital promedio ponderada y restando de la inversión inicial.

Se capitaliza

- si el VAN es mayor a 0 es aceptado
- si el VAN es menor a 0 es rechazado

TABLA N° 54 Método del VAN

Inversión Inicial		\$ 228.411,66
Flujos Futuros	Valores	
1	\$ 175.270,78	\$ 153.290,44
2	\$ 117.740,57	\$ 90.061,10
3	\$ 120.168,03	\$ 80.390,67
4	\$ 117.839,12	\$ 68.946,43
5	\$ 117.397,55	\$ 60.074,05
	\$ 452.762,69	\$ 452.762,69
	VAN	\$ 224.351,69

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

Decisión de acuerdo al método del valor actual neto: Se acepta el proyecto de acuerdo al criterio de aceptación y rechazo.

4.13.3 Tasa interna de retorno

Es una herramienta financiera de aceptación o rechazo de un proyecto de inversión que consiste en buscar una tasa en donde el VAN es =0

Criterio de aceptación:

- Si la TIR es > Costo capital promedio ponderado se acepta
- Si la TIR es < Costo capital promedio ponderado se rechaza

TABLA N° 55 Método TIR

Tasa de Descuento (Ccpp)	13,72%		
	Flujos Futuros	Valores	
	0	-228.411,66	
	1	\$ 175.270,78	\$ 153.290,44
	2	\$ 117.740,57	\$ 90.061,10
	3	\$ 120.168,03	\$ 80.390,67
	4	\$ 117.839,12	\$ 68.946,43
	5	\$ 117.397,55	\$ 60.074,05
		\$ 648.416,04	\$ 452.762,69
		VAN	\$ 224.351,69
		TIR	55%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

Decisión de acuerdo a la tasa interna de retorno: Se acepta el proyecto de acuerdo al criterio de aceptación y rechazo.

Conclusión: De acuerdo a los métodos de evaluación financiera a proyectos de inversión aplicados, se concluye que el proyecto es viable.

4.13.1 Análisis de sensibilidad.

En todo proyecto se debe considerar los escenarios de probabilidades en el mercado de la actividad de fabricación y comercialización de las galletas artesanales.

TABLA N° 56 Escenarios

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	RENDIMIENTO
OPTIMISTA	0,45	35%
PROBABLE	0,30	44%
PESIMISTA	0,25	15%
INTERVALO	1,00	20%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

TABLA N° 57 Análisis de Sensibilidad

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	RENDIMIENTO \bar{K}		VALOR ESPERADO K	$K - \bar{K}$	$(K - \bar{K})^2$	$(K - \bar{K})^2 * Pr$
OPTIMISTA	0,45	35%	0,16	0,35	0,00	0,0000	0,0000
PROBABLE	0,30	50%	0,15	0,35	0,16	0,0241	0,0072
PESIMISTA	0,25	0,15	0,04	0,35	-0,20	0,0381	0,0095
TOTAL	1	1,000318778	0,345096				0,0168
						9	0,1294
					Coficiente de variación	CV	37,5084

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

El proyecto presenta una desviación estándar de 12,94% y un coeficiente de variación de 37,50%, este porcentaje sirve para tomar decisiones de inversión (inicial, duración, los ingresos, y la tasa de crecimiento).

4.13.2 Tasa de oportunidad de inversión.

TABLA N° 58 Tasa de oportunidad de inversión.

CONCEPTO	%	Aportes	Costo de capital	CCPP
Acciones comunes	40%	90.918,65	20,00%	8,00%
Préstamos bancario	60%	136.377,97	9,53%	5,72%
	1,00	227.296,62		13,72%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

La tasa de interés de oportunidad para una empresa, no es más que el costo de capital promedio ponderado.

En este caso en las acciones comunes se estableció en 8 % y en el préstamos bancario de 5,72%, sumando resulta 13,72% lo cual permite cubrir el costo de la financiación.

La inversión requiere un desembolso de 136.377,97, con una fuente de financiamiento del **40% en acciones comunes** y el **60% en un préstamo bancario**.

El proyecto genera una utilidad operativa de \$ 224.351,69, siendo el **Costo de capital promedio ponderado (CCPP) 13,72%** restado del TIR 55 %, resultando 41,28 %, corresponde entonces la decisión de inversión a los dueños del proyecto.

4.14 IMPACTO AMBIENTAL.

Se incentivarán prácticas para que los empleados reflejen buenos valores ambientales, a través de medidas prácticas y sencillas; como preservar y reutilizar elementos que permitan aportar a que el medio ambiente se conserve limpio y generoso con los otros y con las familias.

- Ahorro en la utilización de agua.
Seguro a la convicción de cuidar nuestro planeta, se llevará un control del gasto de agua dentro de la empresa, con el fin de no derrochar el agua en cosas innecesarias. De este modo, al lavar los utensilios y limpiar el local se utilizaran normas sencillas que creen en cada uno de los empleados conciencia para ahorrar agua y no utilizarla inadecuadamente.
- Ahorro de energía para un equilibrio ecológico.
Las medidas para permitir el equilibrio ecológico y la distribución de la energía sostenible mediante el uso de lámparas fluorescentes compactas que producen menos calor y tienen mayor durabilidad, esto aplicada para todo el establecimiento.
- Utilizar la luz del sol siempre que sea posible.
Desenchufar por completo todos los equipos cuando se sale del trabajo.
- Reutilización de los recursos existentes.
El reciclado y la reutilización son la clave para cuidar nuestro medio ambiente, por ende se separarán residuos en canecas independientes, y los equipos electrónicos inservibles se colocarán en puntos como un hábito de conservación para el medio ambiente.
- Medios de transporte.
Todos nuestros medio de transporte cumplirán con las normas de tránsito en cuanto al respeto con el medio ambiente.

Los grados de impacto ambiental, son medidos de acuerdo a la percepción de un experto y a la observación que se realiza en el sitio.

CUADRO N° 14 Grados de Impacto ambiental

	FÁBRICA	
	ADMINISTRATIVA	OPERATIVA
Uso de energía		
Impacto del uso del suelo		
Residuos sólidos		
Agentes contaminantes del aire		
Contaminación por ruido		
Daño directo en seres humanos		



Alto impacto



**Moderado
impacto
ambiental**



**Bajo impacto
ambiental**

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Saily Hernández Quinde

4.14.1 Clasificación ambiental del proyecto.

En base a la información se clasifica al proyecto dentro de una de las cuatro categorías ambientales siguientes:

Categoría I: Proyectos beneficiosos que producirán una franca mejora al medio ambiente.

Categoría II: Proyectos que no afectan al medio ambiente ni directa ni indirectamente.

Categoría III: Proyectos que pueden afectar moderadamente al medio ambiente y cuyos impactos ambientales negativos tienen soluciones bien conocidas y fácilmente aplicables.

Categoría IV: Proyectos que pueden impactar negativa y significativamente en el medio ambiente, incluyendo poblaciones y grupos vulnerables en el áreas de influencia.

CATEGORÍA DEL PROYECTO: CATEGORÍA II

CONCLUSIONES.

Después de elaborar el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica artesanal dedicada a la elaboración y distribución de galletas nutricionales en la parroquia Posorja se concluye lo siguiente:

- La segmentación de mercado que atenderá el proyecto constituye a la población de Posorja y sectores aledaños, misma que representa un universo de personas.
- Mediante la implementación de una fábrica de galleta en Posorja se puede abastecer al mercado local, con la finalidad de llegar a los hogares con un producto nutritivo con bajo costo.
- La fábrica I.G.A.P Ltda., se identifica con dicho nombre, será constituida como empresa de Responsabilidad Limitada. El proyecto utilizará como estrategia la entrega a domicilio de los productos (tiendas, abarrotes, supermercados, instituciones educativas, entre otros) además se haría más relevancia en la publicidad del producto en sitios estratégicos.
- La empresa será ubicada cerca del centro de la parroquia, además de ser accesible para la población objetivo, puesto que se recopiló información mediante la entrevista y encuesta aplicada.
- El proyecto de inversión requiere del financiamiento para el desarrollo de las actividades, ya sea, por instituciones financieras o programas que impulsen e motiven a los emprendedores, para ello es necesaria la inversión inicial de **\$228.411,66** misma que se encuentra conformada por activos fijos con un valor de **\$ 222.296,62**.
- Se estableció que la rentabilidad del negocio con el cálculo del TIR es de **55 %**, el VAN en **\$ 224.351,69**, siendo la tasa de oportunidad de inversión de **13,72 %**. Y el financiamiento del proyecto mediante un préstamo a una entidad financiera por el monto de **\$136.377,97** para financiar parte de los activos fijos del proyecto de inversión.

RECOMENDACIONES.

- Para llevar a cabo la propuesta se debe invertir en los recursos necesarios, por que desde el punto de vista económico, financiero o institucional la propuesta de la creación de una fábrica de galletas artesanales en la parroquia Posorja.
- Mantener relación directa con los proveedores, para garantizar el nivel de abastecimiento necesario para cubrir la demanda, evitando costos adicionales a fin de ofrecer un producto de calidad a precios competitivos.
- Mediante hojas, volantes, medios publicitarios como la radio y televisión establecer estrategias de publicidad y promoción del producto nutritivo y saludable, implementar una estrategia de valor agregado al producto cuando sea necesario.
- Cumplir con las disposiciones legales para el funcionamiento de la empresa y el proceso de producción de galletas artesanales a base de limón, con el propósito de brindar a nuestros clientes un producto nutritivo de calidad e higiene reglamentaria.
- Esta propuesta posee la las características para ejecutar en el corto plazo para abrir fuentes de trabajo en la parroquia de Posorja, para mejorar la calidad de vida de los beneficiarios directos e indirectos del objeto de estudio.
- Con el respectivo análisis económico se plantea la viabilidad de la propuesta, debido a que se obtiene una rentabilidad muy significativa para los inversionistas, constituyéndose en una oportunidad de negocio y poner al mercada un producto nuevo y alternativo a bajo costo para los clientes o consumidores.

BIBLIOGRAFÍA.

- ACHÍNG CÉSAR, “Ratios Financieros y Matemáticas de las Mercadotecnia, Serie MYPES, 2004.
- Brown & Herrera (2006). La guía del emprendedor. España: Editorial Urano.
- CARLOS FERRARO, “Políticas de Fomento de América Latina y el Caribe”, Diciembre, 2011.
- Chaves, N.(2003). La imagen corporativa. México: Editorial Gustavo Gili.
- CÓRDOVA MARCIAL “Procesos para estudios de Mercado”, 2006.
- DÍAZ DE RADA VIDAL (Edición 2004), Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial.
- Díaz SANTOS, (Edición 1994), Plan de negocios.
- Fontalvo Tomas J. y Vergara Juan, Gestión de la Calidad en los servicios ISO 9001: 2008, Julio 2010.
- GARCÍA SANTILLAN ARTURO, “Administración Financiera I”, Mayo 2010
- GARCÍA SILVA, GARCÍA EDUARDO, GARCÍA SÁNCHEZ EDUARDO (edición 2007), Los recursos humanos aplicados a la gestión.
- JOSÉ MARÍA VECIANA (Edición 2008), La Creación de Empresas y El Emprendimiento.
- MUÑIS LUIS (Edición 2009), Control presupuestario: Planificación, elaboración y seguimiento de presupuesto.
- NASSIR Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, 2008.
- NASSIR, Sapag, Chain. (2006). Evaluación de proyectos de inversión en la empresa, Editorial Prentice Hall, 4ta edición.
- Ponce, A. (Editorial Lumusa). Administración Moderna. México: 2004.
- Rivera, I. (2008). Ensayo: La comunicación, ¿Función del Diseño Gráfico?. México.
- Stoner, J. (1996). Administración. México: Pearson.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Modelo de encuesta

FORMATO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE POSORJA.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE PLAYAS, POSORJA Y EL MORRO

TEMA: “CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE GALLETAS ARTESANALES EN LA PARROQUIA POSORJA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2013”.

Objetivo.- Obtener información sobre la demanda potencial de las galletas artesanales, aplicando encuestas a los habitantes de la parroquia Posorja, cantón Playas de Villamil y parroquia El Morro identificando la necesidad de implementar una fábrica de galletas artesanales.

- a) Leer detenidamente las preguntas.
- b) Sírvase a marcar con una “x” la respuesta que considere más adecuada según se criterio.

1.- ¿Usted ha consumido galletas elaboradas de forma artesanal?

Si () No ()

2.- ¿Nota usted que, el precio de las galletas comunes que están en los supermercados y tiendas son muy altos?

Si () No () Tal vez ()

3.- ¿Considera que al momento de comprar galletas, se le ofrece en buen producto de venta en los supermercados, tiendas y abarrotes?

Si () No () Tal vez ()

4.- ¿Cuál es el sabor que prefiere en una galleta nutricional para que sea consumida diariamente?

Anís () Limón () Miel () Natural () Mixta ()

5.- ¿Usted cree que la publicidad es necesaria para conocer un nuevo producto que esté a la venta?

Si () No () Tal vez ()

6.- ¿Si usted consume nuevas galletas los recomendaría a sus amigos para que ellos las consuman?

Si () No () Tal vez ()

7.- ¿Usted cree que las galletas podrían consumirlas más en momentos especiales para compartir con sus seres queridos?

Si () No () Tal vez ()

8.- ¿Cree usted que la calidad del producto es lo más importante?

Si () No () Tal vez ()

9.- ¿Usted cree que un proyecto de inversión puede ayudar a la población de la parroquia Posorja generando empleo?

Si () No () Tal vez ()

10.- ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por una galleta nutricional para el consumo diario?

0,25 () 0,50 ()
0,75 () 1,00 ()

ANEXO N° 2 Modelo de entrevista

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

¿Cuál es el consumo anual de productos panificados que usted elabora para sus clientes?

¿Cuenta con los recursos necesarios para desarrollar su actividad económica?

¿Elabora usted galletas nutricionales para el consumo de diario de los habitantes de Posorja?

¿Aceptaría usted un producto con similares características a menor precio?

ANEXO N° 3 Fotografías de la investigación

REALIZANDO LA ENCUESTA



OBSERVANDO LOS PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA



ANEXO N° 4 Implementos y equipos

HORNO INDUSTRIAL

- Se utilizará horno industrial para el proceso de cocción de la galletas

AMASADORA MANUAL



- Dimensiones cubeta: 330× 240× 280mm.
- Amasadora mezcladora manual de acero inoxidable.
- Dispositivo de vaciado de cubeta por volteo.
- Sirve para amasar la materia prima, facilita proceso de vaciado.

DOS MESAS INDUSTRIALES



- Es utilizada para el corte y moldeado de la materia prima.
- Facilita el sellado y etiquetado del producto final.

DOS SELLADORAS MANUAL



- Sirve para el proceso de empaque y sellado del producto

DOS ETIQUETADORA



SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN.

Equipos y Muebles de Oficina

COMPUTADOR



TELÉFONO



ARCHIVADOR



IMPRESORA



ESCRITORIO EJECUTIVO



TRES SILLAS GIRATORIA



CINCO SILLAS



Horno Industrial



ANEXO N° 5 Preguntas para la entrevistas

Descripción: Se realizaron entrevistas formales a 7 microempresarios que se encuentran establecidos dentro de la parroquia Posorja y sectores aledaños y 2 entidades financieras ubicadas en el cantón Playas.

1. ¿Es necesaria la captación y asignación de recursos hacia actividades productivas?
2. ¿Es necesaria la implementación de modelos económicos financieros?
3. ¿Cómo considera el ambiente económico productivo en el sector?
4. ¿En su concepto cuál debería ser el rol de la banca y cuáles son los desafíos que tiene que enfrentar para contribuir al desarrollo local?
5. ¿Cómo viene apoyando el banco el financiamiento a este sector y qué resultados han logrado?
6. ¿Han pensado en establecer convenios y alianzas para la financiación de las pequeñas industrias?
7. ¿Cuántos proyectos de pequeños y medianos productores se les han otorgado crédito financiero durante el año y qué sector productivo tiene mayor acogida por la entidad?
8. ¿La inversión privada es un ente regulador de la economía de la parroquia Posorja?
9. ¿La creación de una empresa en la parroquia Posorja disminuye la migración laboral?

ANEXO N° 6 Grupo Focal

TEST DEL CONCEPTO:

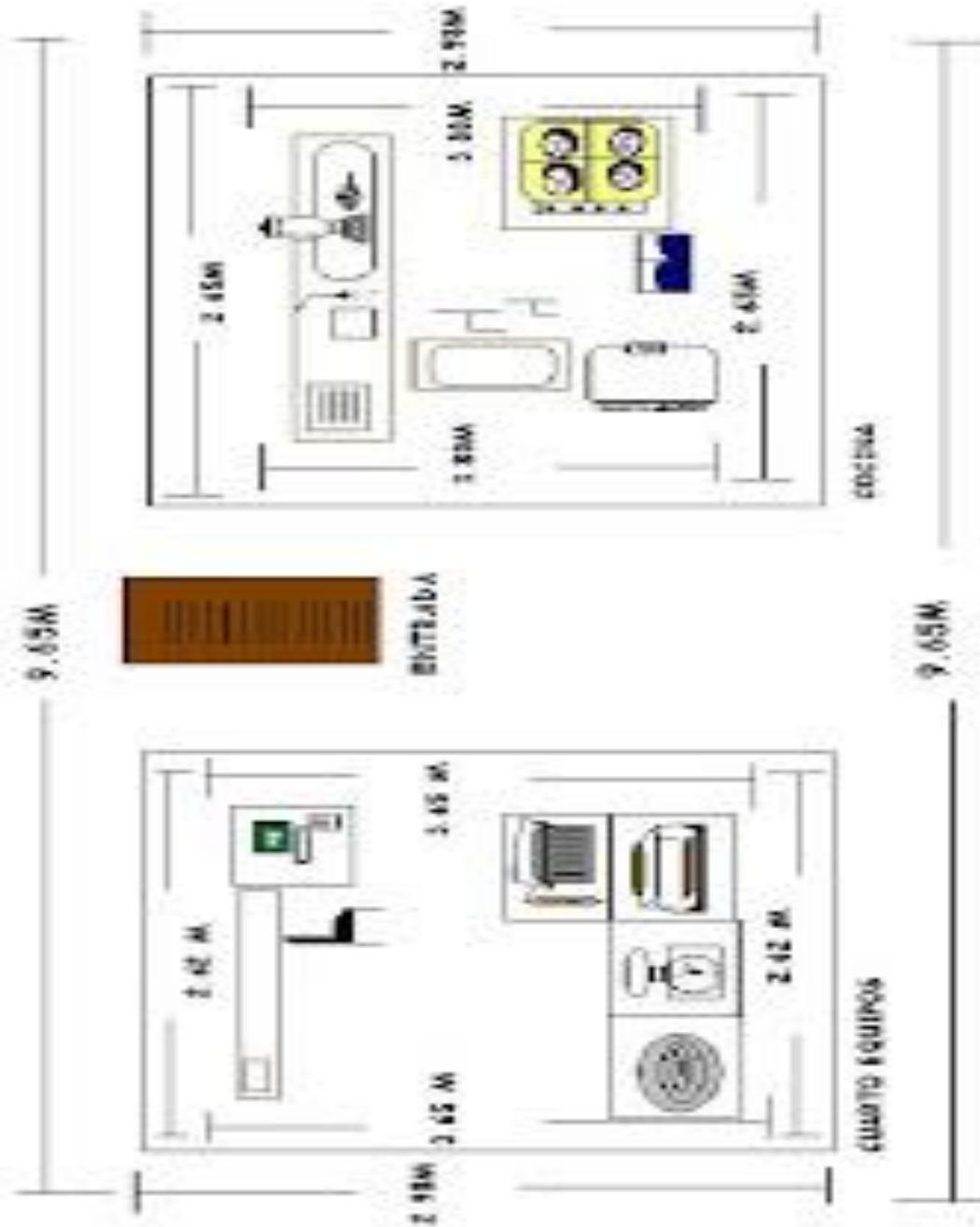
GALLETAS ARTESANALES EN BASE A
LIMÓN
EN ENVOLTURAS DESCARTABLES



TEST DE ENVOLTURA



ANEXO N° 7 Croquis



ANEXO N° 8 Tasa de Interés Bancaria

La tasa activa máxima del segmento de consumo pasó de 18.92% a 16.30% en febrero de 2010. La tasa activa máxima del segmento del microcrédito minorista disminuyó de 33.90% a 30.50% en mayo de 2010 y la del segmento del microcrédito de acumulación simple se redujo de 33.30% a 27.50% en mayo de 2010.

Segmento	Tasa Activa Efectiva Máxima					Tasa Referencial			Diferencia Sep-07 Ene-14		
	sep-07	oct-08	jan-09	ene-14	sep-07	ene-14	sep-07	Ene-14	Máxima	Ref.	
Productivo Corporativo	14.05	9.33	9.33	9.33	10.82	8.17	8.17	-	4.70	-	2.65
Productivo Empresarial (1)	n.d.	n.d.	10.21	10.21	n.d.	9.53	9.53	-	-	-	-
Productivo PYMES	20.11	11.83	11.83	11.83	14.17	11.20	11.20	-	8.28	-	2.97
Consumo (2)	24.56	16.30	18.92	16.30	17.82	15.91	15.91	-	8.26	-	1.91
Consumo Minorista (3)	37.27	21.24	-	-	25.92	-	-	-	-	-	-
Vivienda	14.77	11.33	11.33	11.33	11.50	10.64	10.64	-	3.44	-	0.36
Microcrédito Minorista (4)	45.95	33.90	33.90	30.50	40.69	28.82	28.82	-	15.43	-	11.87
Microcrédito Acum. Simple (5)	43.35	33.30	33.30	27.50	31.41	25.20	25.20	-	16.35	-	6.21
Microcrédito Acum. Ampliado (6)	30.30	25.50	25.50	25.50	23.06	22.44	22.44	-	4.80	-	0.62

(1) Segmento creado a partir del 18 junio 2009.

(2) Reducción de Tasa Máxima febrero 2010 de 18.92% a 16.30%

(3) Segmento unificado con el segmento Consumo Minorista a partir del 18 junio 2009

(4) Reducción de Tasa Máxima mayo 2010 de 33.90% a 30.50%

(5) Reducción de Tasa Máxima mayo de 2010 de 33.30% a 27.50%. Cambio en los rangos de créditos.

segmento Microcrédito Minorista de USD 600 a USD 3,000 (junio 2009)

(6) Cambio en los rangos de crédito Microcrédito Acum. Simple de (USD 600 a USD 8,500) e (USD 3,000 a USD 10,000) (junio 2009)

Fuente: Banco Central del Ecuador



ANEXO N° 9 Preguntas a los Microempresarios

PREGUNTA 1.	MICROEMPRESAS							
¿En qué tiempo produce galletas panificadas para el consumo de la población?	La Favorita	EL Sabor	Narcisa Jesús	de	Don Juan	Antojitos	Las Delicias	Victoria
Todos los días	x		x			x		
Cada 2 días		x						
Cada 3 días					x			
Cada 4 días								x
PREGUNTA 2.								
¿Qué fuentes financieras utiliza para financiar su actividad económica	La Favorita	EL Sabor	Narcisa Jesús	de	Don Juan	Antojitos	Las Delicias	Victoria
Préstamos a Instituciones Financieras	x							x
Reinversión de la utilidad del negocio		x	x					
Cooperativa de Créditos					x	x		
Ahorros							x	
PREGUNTA 3								
¿Elabora usted galletas nutricionales para el consumo de los habitantes de Posorja?	La Favorita	EL Sabor	Narcisa Jesús	de	Don Juan	Antojitos	Las Delicias	Victoria
Galletas de Sal	x					x		x
Galletas de Chocolate		x	x		x	x	x	x
Bocaditos con Manjar de Leche	x		x		x	x	x	x
Galletas de Vainilla	x						x	x
PREGUNTA 4.								
¿Aceptaría usted un producto con similares características a menor precio?	La Favorita	EL Sabor	Narcisa Jesús	de	Don Juan	Antojitos	Las Delicias	Victoria
SI	x	x	x		x	x		x
NO							x	