



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA
CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE CONSERVACIÓN DE PESCA
BLANCA EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA
COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: NURY JADIRA CUCALÓN CACAO

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MBA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA
CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE CONSERVACIÓN DE PESCA
BLANCA EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA
COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: NURY JADIRA CUCALÓN CACAO

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MBA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 01 de Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE CONSERVACIÓN DE PESCA BLANCA EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA“, AÑO 2013 elaborado por la Srta. CUCALÓN CACAO NURY JADIRA, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal 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

.....

Econ. Irene Palacios Baúz, MBA

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo mi amor y cariño a mis padres, por su apoyo incondicional, por haberme dado la vida, y por sus consejos valiosos que me han ayudado con el transcurrir del tiempo.

A mi querida hija por comprender el no estar a su lado en ocasiones especiales y al padre de mi hija, pues ellos han sido la base para mi lucha y sacrificio, me han dado las fuerzas necesarias para culminar esta tesis y seguir adelante en este proceso importante de mi vida.

Nury Cucalón Cacao.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecerte a ti mi Dios por ser quien ha estado a mi lado y guiado mi camino durante toda mi vida, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional. A mis catedráticos, en especial a la Econ. Irene palacios asesora de tesis quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia y profesionalismo. A mi especialista la Econ. Hermelinda Cochea quien con sus conocimientos, experiencia y paciencia ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

Nury Cucalón Cacao.

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR DEL ÁREA

Econ. Irene Palacios Baúz, MBA.
PROFESOR - TUTOR

Abg. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA
CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE CONSERVACIÓN DE PESCA
BLANCA EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA
COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Nury Jadira Cucalón Cacao
Tutor: Ing. Irene Palacios Baúz, MBA

RESUMEN

En el caso en particular de este trabajo, se piensa realizar un estudio para evaluar la conveniencia o no de instalar una planta con cámara frigorífica en un terreno ubicado en el cruce de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, ya que debido al sostenido crecimiento de las exportaciones de diferentes especies de pescado y a su mayor participación dentro de las actividades productivas del país, el plan de estudio del proyecto está compuesto por cuatro capítulos que se han desarrollado con la finalidad de evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera para la implementación de una planta con cámara frigorífica de conservación de pesca blanca de interés comercial, mediante procesos productivos y de calidad, que permitan la optimización de los recursos, resolviendo el problema por el cual los comerciantes de la Comuna Palmar poseen falencias en cuanto a la conservación de sus productos que se torna difícil en días laborables en que es capturada la pesca, esto es en un lapso de 21 días consecutivos, actividad que sobresale en este sector considerado netamente pesquero, para esto utilizaremos diferentes metodologías para el tema investigativo, con dicha propuesta se resolverá la necesidad de mejorar la calidad anhelada del producto para poder llegar al consumidor final con éxito, satisfaciendo las expectativas, tomando en cuenta las variables, utilizando correctamente las dimensiones acordes al tema, las preguntas necesarias que servirán para indagar y verificar la realidad, aquí también juega un rol importante el instrumento a utilizarse en este proyecto como es la encuesta que nos servirá para analizar los resultados y determinar la inversión.

Este trabajo además de servir para este fin específico puede servir de guía para otros posibles inversionistas que podrían estar interesados en similares proyectos, brindándole una herramienta que sirva para satisfacer su orientación hacia dichas actividades y como fuente de estudio.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
Tema.....	3
Situación Actual.....	5
Situación Futura	6
Alternativas de Solución	7
Formulación del Problema	8
Sistematización del Problema	8
Evaluación del problema.....	9
Justificación.....	11
Teórica.....	12
Metodológica.....	13
Práctica.....	14
Objetivo.....	15

Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
Hipótesis.....	16
Operacionalización de las variables	16
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO	19
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA	19
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	22
1.2.1.Método de conservación	22
1.2.2.Comercialización.....	26
1.3. MARCO LEGAL.....	30
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	38
1.5. ANÁLISIS ECONÓMICO	38
1.5.1.Pib del sector	39
1.5.2.Inflación	39
1.6. ENTORNO SOCIAL	39
1.7. FACTOR TECNOLÓGICO	39
CAPÍTULO II	40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	40
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	40
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	41
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	42
2.3.1.Por el propósito	42
2.3.2.Por el nivel	42
2.3.3.Por el lugar	43

2.3.3.2. Investigación de Campo:.....	43
2.3.4. Por la Dimensión.....	43
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
2.4.1. Método Inductivo	44
2.4.2. Método Analítico	44
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	45
2.5.1. Encuesta	45
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	46
2.6.1. Cuestionario	46
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
2.7.1. Población.....	47
2.7.2. Muestra.....	47
2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN	49
2.8.1. Procedimientos	49
2.8.2. Procesamiento	50
CAPÍTULO III.....	51
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	51
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	51
3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
3.2.1. Conclusiones	62
3.2.2. Recomendaciones.....	63
CAPÍTULO IV	64
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE LA CONSERVACIÓN DE PESCA BLANCA, EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”	64

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	64
4.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	65
4.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO.....	66
4.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES METAS	66
4.4.1.Género.....	66
4.4.2.Edad.....	67
4.4.3.Ingreso Aproximado.....	67
4.4.4.Nacionalidad	67
4.4.5.Geografía.....	67
4.5. FRECUENCIA DE USO/COMPRA	68
4.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	68
4.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA	69
4.7.1.Identificación de los Competidores.....	69
4.8. DEMANDA INSATISFECHA.....	70
4.9. MARKETING MIX.....	70
4.9.1.Producto	70
4.9.1.1.Objetivo del Servicio.....	71
4.9.1.2.Estrategias del Servicio	71
4.9.2.Precio... ..	72
4.9.2.1.Estrategias de precios	72
4.9.3.Estrategia de distribución.....	73
4.9.3.1.Identificación del Canal Óptimo	74
4.9.4.Promoción	74
4.9.4.1.Presupuesto de Promoción	75
4.9.5.Estrategias competitivas.....	76

4.10. ESTUDIO TÉCNICO	77
4.10.1. Infraestructura de la Empresa.....	77
4.10.2. Capacidad Instalada	79
4.10.3. Tamaño.....	79
4.10.4. Ubicación del Proyecto	79
4.10.5. Descripción de los procesos	80
4.10.5.1. Diagrama de Flujo de los Procesos	83
4.11. RECURSOS TECNOLÓGICOS.....	84
4.12. RECURSOS DE MAQUINARIAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	84
4.13. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL	85
4.13.1. Marco Legal	86
4.13.2. Acta de constitución.....	91
4.13.3. Misión	100
4.13.4. Visión.....	100
4.13.5. Objetivos generales	100
4.13.5.1. Objetivos específicos	100
4.14. VALORES INSTITUCIONALES	101
4.15. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.....	101
4.15.1. Actividades Principales	102
4.15.2. Actividades Secundarias	102
4.16. ESTRUCTURA ORGÁNICA ADMINISTRATIVA.....	102
4.16.1. Organigrama Estructural	102
4.16.2. Departamentización.....	103
4.16.3. Responsabilidades de los Departamentos	104
4.16.4. Descripción de Puestos	106

4.16.5.Manual De Funciones	107
4.17. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	110
4.17.1.Inversión Inicial	110
4.17.1.1.Activos Fijos	111
4.17.1.2.Activos Intangibles.....	111
4.17.1.3.Capital De Trabajo	112
4.17.1.4.Resumen de Inversión Inicial.....	113
4.18. FINANCIAMIENTO	113
4.18.1.Amortización de la Deuda.....	114
4.18.2.Resumen de la Deuda.....	114
4.19. PROYECCIÓN DE VENTAS	115
4.20. PROYECCIÓN DE COSTOS DE VENTAS	116
4.21. COSTOS OPERATIVOS.....	116
4.21.1.Costos Operativos Proyectados.....	118
4.22. DEPRECIACIÓN.....	120
4.23. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS (PYG).....	121
4.24. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	123
4.25. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO.....	125
4.25.1.Tasa de Descuento.....	125
4.25.2.Valor Actual Neto (VAN).....	125
4.25.3.Tasa Interna de Retorno (TIR)	126
4.25.4.Período de Recuperación de la Inversión del Proyecto.....	126
4.26. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	126
4.27. PUNTO DE EQUILIBRIO	128
4.28. ESCENARIO (Optimista – Probable y Pesimista)	129

4.29. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	129
4.29.1. Análisis de Evaluación Ambiental	130
4.29.2. Impacto Ambiental	130
4.29.3. Análisis Socio - Económico del Proyecto	131
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
CONCLUSIONES	134
RECOMENDACIONES	135
BIBLIOGRAFÍA	136
GLOSARIO	140
ABREVIATURA	142
ANEXOS	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Mantenimiento de Pesca	51
GRÁFICO 2 Existencia de Cámara Frigorífica	52
GRÁFICO 3 Satisfacción del Servicio	53
GRÁFICO 4 Obtención del Servicio de Cámara Frigorífica	54
GRÁFICO 5 Frecuencia de utilizar una Cámara Frigorífica	55
GRÁFICO 6 Utilización de Cámara Frigorífica	56
GRÁFICO 7 Servicios Adicionales	57
GRÁFICO 8 Calidad de Pesca	58
GRÁFICO 9 Costo por mantener pesca	59
GRÁFICO 10 Aceptación de la Cámara Frigorífica	60
GRÁFICO 11 Comentario Sobre Servicio	61
GRÁFICO 12 Estrategia de Precios	72
GRÁFICO 13 Canal de Distribución	74
GRÁFICO 14 Estrategia “PUSH”	76
GRÁFICO 15 Infraestructura de la Empresa	78
GRÁFICO 16 Plano de Ubicación	79
GRÁFICO 17 Mapa del flujo general para la recepción de la pesca	83
GRÁFICO 18 Organigrama Estructural de la Empresa	102

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización de las Variables	17-18
CUADRO 2 Tamaño de la Población	47
CUADRO 3 Tamaño de la Muestra	47
CUADRO 4 Población Objetivo	66
CUADRO 5 Proyección de la Demanda.....	68
CUADRO 6 Demanda Insatisfecha	70
CUADRO 7 Estrategias de Plaza o Distribución.....	73
CUADRO 8 Presupuesto de promoción	75
CUADRO 9 Maquinarias, Equipos y Herramientas.....	84
CUADRO 10 Muebles y Equipos de Oficina.....	85
CUADRO 11 Inversión Inicial.....	110
CUADRO 12 Activos Fijos	111
CUADRO 13 Activos Intangibles.....	112
CUADRO 14 Capital de Trabajo	112
CUADRO 15 Financiamiento	113
CUADRO 16 Resumen de deuda.....	114
CUADRO 17 Proyección de Ventas	115
CUADRO 18 Proyección de Costos de Ventas	116
CUADRO 19 Costo Operativo.....	117

CUADRO 20 Costos Operativos Proyectados.....	118
CUADRO 21 Depreciación.....	120
CUADRO 22 Estado de Resultados.....	121
CUADRO 23 Estado de Resultado	122
CUADRO 24 Flujo de caja proyectado	123
CUADRO 25 Flujo de caja Proyectado	124
CUADRO 26 Evaluación del Estado de Situación Inicial	1267
CUADRO 27 Punto de equilibrio	128
CUADRO 28 Análisis de Impacto.....	129
CUADRO 29 Impacto Ambiental.....	130
CUADRO 30 Análisis Socioeconómico.....	131

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Mantenimiento de Pesca	51
TABLA 2 Existencia de Cámara Frigorífica	52
TABLA 3 Satisfacción del servicio	53
TABLA 4 Obtención del Servicio Cámara Frigorífica	54
TABLA 5 Frecuencia de utilizar Cámara Frigorífica	55
TABLA 6 Utilización de Cámara Frigorífica	56
TABLA 7 Servicios Adicionales	57
TABLA 8 Cantidad de Pesca	58
TABLA 9 Costo por mantener pesca	59
TABLA 10 Aceptación de Cámara Frigorífica	60
TABLA 11 Comentario sobre este servicio	61

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de consistencia.....	144
ANEXO 2 Cuestionario	1455
ANEXO 3 Cámaras de frío (túneles)	148
ANEXO 4 Variedad de pescados	149
ANEXO 5 Personas encuestadas	150

INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de la implementación de la Planta con Cámara Frigorífica, se deben seguir correctamente los perfiles de inversión en pesca, a fin de que los costos de construcción y producción justifiquen dicho proyecto. Esto naturalmente implica otros factores además de la producción: el monto de la inversión, las utilidades de la venta del pescado, el costo de su producción, el tiempo entre el desembolso del dinero y los ingresos, y finalmente la rentabilidad de la inversión.

La provincia de Santa Elena se caracteriza por ser una importante zona pesquera del Ecuador, aquí se encuentran tres puertos pesqueros encargados de la pesca tanto industrial como artesanal que son: Santa Rosa, Anconcito y Chanduy y de menor escala los puertos: Palmar, San Pablo y San Pedro. Las compañías actuales se han olvidado del verdadero significado de calidad, el cual no es más que proporcionarle de acuerdo al gusto y preferencia, satisfaciendo al cliente por medio del ofrecimiento de buenos productos, y de requerimientos establecidos por ellos mismos. Es por esto, que diferentes compañías ponen en un segundo plano el desarrollo o diseño de un Sistema de Gestión de Calidad.

Además los empresarios no se concientizan de los costos ocultos que se pueden presentar en las compañías por factores como reproceso, desperdicios de materia prima, devoluciones, etc. Pues a veces lo que desean los empresarios es tener rentabilidad en un corto tiempo y eso es imposible.

Como todos sabemos al inicio de emprender una empresa nueva todo es inversión, para después de largos procesos recuperar la inversión y obtener la rentabilidad deseada. Las estrategias metodológicas dentro de una empresa son parte fundamental para la obtención de información verídica, concreta y clara para el planteamiento de alternativas de solución en cuanto al problema a investigar.

Conociendo las inquietudes y expectativas de los involucrados en esta actividad, se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Trataremos de hacer investigación cuantitativa específica para tratar de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, porque la interrelación de ciertos factores depende de numerosas características específicas del sitio, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. En esta investigación vamos a saber exactamente todo lo referente a cantidades, es decir la población objetivo y de esta manera poder dar solución al tema investigado. Se concreta en el estudio que permite la solución de un problema de carácter práctico, que pueden conceder beneficios en diferentes áreas o esferas del acontecer diario.

Igualmente se pretende obtener el mejor equilibrio posible entre la funcionalidad de las instalaciones proyectadas, optimizando todos aquellos factores y agentes que intervienen, con el objetivo de ofrecer un servicio de alta calidad y rentabilidad al mismo tiempo. Esta investigación ayudará en el área al cual nos estamos centrando para las respectivas soluciones que suscitan en el pasar del tiempo.

Es factible porque es un proyecto de inversión que busca tener fines de lucro para el creador o propietario, así como para la comunidad de Palmar y porque no decir de la Sociedad en general.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

“Incidencia en el método de conservación en la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados a optimizar recursos. Estudio de factibilidad para la creación de una planta con cámara frigorífica de conservación de pesca blanca dirigido a los Comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2013”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Provincia es un sector productivo el cual se caracteriza por sus áreas de producción, que sirve para su desarrollo comercial y turístico de la zona. Por esta razón se debe fortalecer el desarrollo socio- económico de la zona. Entrando en definiciones más específicas, se denomina empresa a todos aquellos factores que unidos (determinando por factores a los hombres, maquinarias, materias primas y dinero) y además organizados y coordinados por la gestión humana se orientan a la captación de objetivos, siempre bajo presiones diversas y actuando en todo momento el factor riesgo. La obtención de beneficios es fundamental para la empresa, entre los cuales los más evidentes y fundamentales son los de corto plazo, pero no son los únicos, también podemos mencionar la expansión de actividad, penetración en el mercado, rentabilidad, satisfacción personal, etc., todos en mayor y menor medida relacionados con los beneficios económicos, cumpliendo también un fin social.

Toda empresa actúa bajo condiciones de riesgo, ninguna actividad humana, entre las que incluimos lógicamente hacer negocios, es totalmente segura, siempre existen riesgos. El éxito o fracaso de una empresa será minimizar riesgos a la hora de invertir para poder recuperar en un tiempo relativamente corto y, después de descontados los costos, el capital invertido más la utilidad que género.

Para lograr este objetivo y asumir la menor cantidad de riesgos posibles se deberá estudiar detalladamente las condiciones del mercado, la excesiva competencia y un seguimiento al detalle de los costos.

Los problemas que se presentan para los Comerciantes de pesca blanca en la Comuna Palmar son los siguientes:

- Existen dos depósitos de hielo los cuales no abastecen para la cantidad de pesca obtenida.
- Los comerciantes no cuentan con el suficiente hielo para mantener la pesca en buen estado.
- El problema se da en ciertas ocasiones cuando se obtiene excesiva pesca blanca por lo que no existen lugares donde conservar su producto hasta ser vendidos.

Por todas estas razones se originan pérdidas económicas y de tiempo para los comerciantes de Pesca Blanca, pues al no contar con una Planta con Cámara Frigorífica impide conservar de manera adecuada y obtener una buena calidad en sus productos. Es necesario implementar nuevos campos productivos, ya que servirá para el beneficio de los habitantes.

Una vez dado a conocer este nuevo campo de acción, se puede implementar nuevas estrategias que permitan a aquellas personas que se beneficien en este campo de producción, aplicando y desarrollando a su vez la creatividad, que es una de las características de los peninsulares. Además los resultados que se obtengan podrán servir de base para la realización de futuros trabajos investigativos que se centren en este campo productivo, lo cual permitirá adquirir conocimientos para una correcta promoción y difusión de este servicio, mejorando así su entorno que permita la evolución de este sector y su desarrollo en el futuro.

Situación Actual

Al iniciar este capítulo, es importante señalar información básica sobre la ubicación de la península de Santa Elena, actualmente nombrada por el Congreso Nacional como la Provincia de Santa Elena (provincia 24); zona en la cual se encuentra ubicada Palmar, el punto de estudio de este proyecto. La provincia de Santa Elena está ubicada al suroeste de la Cuenca hidrográfica del Río Guayas, dentro de la región costera del Ecuador y al oeste de Guayaquil.

El Comercio se viene realizando desde hace 74 años por lo que cuando se tiene demanda de pesca existe la adquisición de hielo en cantidades mayores para mantener la pesca hasta llegar al lugar de destino, lo cual no abastece en su totalidad, esto causara que la pesca pierda su estado natural y los comerciantes tengan grandes pérdidas, pues no podrán distribuir su pesca ya que la calidad del producto desaparece. En la comunidad de Palmar existen alrededor de 8000 habitantes de los cuales tenemos 370 personas dedicadas a la actividad de la pesca entre estos tenemos: 20 armadores de Barcos, 320 tripulantes, 30 comerciantes dedicados a la compra y venta de pesca blanca, el abastecimiento de hielo es una problemática, pues es de conocimiento público en esta Comunidad. Los comerciantes que llegan al puerto pesquero de otros sectores y de la misma comunidad utilizan el hielo en gran cantidad para mejorar la calidad de su producto y por la inexistencia de depósitos de hielo no abastecen completamente el consumo diario, es así que la pesca tiende a dañarse por lo que muchos comerciantes optan en vender su producto para la harina lo cual genera pérdidas económicas y tiempo. A continuación se detallará ubicación, coordenadas geográficas y límites de la comuna de Palmar: la misma que se encuentra en la provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, Parroquia Colonche, Comuna de Palmar, Coordenadas 02° 01' 37" de latitud sur y 80° 43' 52" de longitud oeste, Límites Al norte con Ayangue, al Sur Jambelí, al este con las estribaciones de la cordillera Colonche y al oeste con el océano Pacífico, Altitud 5.00 metros sobre el nivel del mar aproximado.

Situación Futura

Si no se implementa la Creación de la planta con Cámara frigorífica, la cantidad excesiva de pesca tiende a bajar los precios, es aquí cuando se debe almacenar la pesca para luego poder comercializarlo a un mejor precio. La consecuencia de que no se lleve a efecto el proyecto dirigido a los comerciantes de pesca de la Comunidad de Palmar, sería el continuar con una comercialización del producto costero de manera empírica y rústica en pocas cantidades y reducir la oportunidad de desarrollo en estrategias eficaces para fomentar la oferta en escala del producto.

Con el proyecto de creación de una Planta con Cámara Frigorífica, los Comerciantes de pesca de la Comunidad de Palmar, de la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, brindaran un mayor realce a la comercialización de sus productos y ofrecer la mejor calidad, así como el aprovechamiento de los recursos naturales que se posee.

Con la creación de esta Planta con cámara Frigorífica se beneficiara a los comerciantes que realizan esta actividad alrededor de 21 días en cada mes, necesitaran de este servicio mejorando sus productos y logrando vender a mejores precios. Pues la conservación de pesca blanca en la Comunidad de Palmar será excelente, ya que contara con los recursos y la capacidad necesaria acorde al requerimiento de los interesados en este ámbito.

La Capacidad financiera y administrativa de la Planta con cámara frigorífica en la comuna Palmar, mediante las gestiones necesarias pueda desarrollarse normalmente, al tener los recursos económicos suficientes para cubrir los costos de operación y mantenimiento; los costos administrativos, y proyectarla a futuro como una verdadera empresa que enfrente los retos y desafíos actuales que vivimos en este mundo globalizado.

Alternativas de Solución

A la vista de la situación y considerando que la industrialización del producto es un condicionante del promotor, se estudian una serie de alternativas, para alcanzar una situación objetivo lo más idónea posible. Las posibles alternativas estratégicas que se deben tomar en cuenta son las referidas a la materia prima que se va a procesar, a la capacidad de la planta, su ubicación, a la tecnología del proyecto y al material de envasado. Respecto a la materia prima a utilizar, las alternativas de proyecto se refieren a las especies de pescado que se pueden usar. La capacidad de la industria es un factor importante, teniendo tantos perjuicios un sobredimensionamiento de ésta, como un subdimensionamiento.

En la actualidad existen tecnologías para procesar desde volúmenes muy pequeños hasta volúmenes muy grandes. La presentación del producto es un factor relevante, que puede mejorar en gran medida el consumo de tales productos. En cuanto a la tecnología del proceso, para cada una de las fases existen diversas alternativas, que a continuación se exponen: **Sistema de suministro y descarga de la materia prima:** Se puede realizar a granel o se puede llevar a cabo en cajas, mediante sistemas específicos de carga y descarga directa de las mismas. **Almacenamiento de la materia prima:** El pescado, en las mismas cajas donde se ha recibido se introduce en la cámara frigorífica para su almacenamiento. También puede ser procesado directamente. **Lavado:** Puede realizarse de una forma húmeda o seca, dependiendo fundamentalmente de la materia prima que se pretenda lavar. **Eviscerado:** Se puede realizar de forma manual, semiautomática o automática afectando a la calidad final del producto. **Corte:** Puede realizarse de forma manual o semiautomática, dependerá de la materia prima y grado de especialización de los operarios. **Congelación:** Existen diferentes sistemas de congelación.

La calidad final del producto dependerá en gran medida del tiempo de realización de dicha operación.

Formulación del Problema

¿De qué manera incide un método de conservación en la comercialización de pesca blanca de los comerciantes de la comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2013?

Sistematización del Problema

1. ¿Se dispone en la actualidad de métodos de conservación adecuados para la pesca blanca?
2. ¿Existe la disponibilidad de recursos para mantener los productos de pesca blanca?
3. ¿De qué forma afecta la ausencia de abastecimiento de hielo para la pesca blanca?
4. ¿Cuáles son los principales factores que no permiten la conservación de la pesca blanca?
5. ¿De qué manera ayudarían las técnicas de conservación a los comerciantes de pesca blanca?
6. ¿De qué forma afecta el bajo precio de la pesca blanca?
7. ¿Qué impacto positivo social traería la creación de una planta con cámara frigorífica?
8. ¿Es rentable la comercialización de los productos marítimos de pesca blanca?

Evaluación del problema

El presente proyecto tiene como finalidad crear la planta con cámara frigorífica y analizar con el respectivo estudio, cuanto hemos alcanzado y cuanto nos falta para lograr los objetivos y metas para resolver el problema, que modificaciones y cambios se necesitan para optimizar los resultados positivos, el impacto que se dará en la Comuna Palmar.

CLARO.- Es nítido y de fácil comprensión pues el informe se presentara detallado, en cuanto a la investigación que se está realizando en este proyecto para su correcta comprensión y análisis.

EVIDENTE.- Todos los aspectos que encontramos en el planteamiento de este problema son claros y observables, pues al encontrarnos en el lugar de los hechos estamos dando certificación de lo que se tiene en nuestro alrededor es real.

Al tener contacto directo con el objeto de investigación nos resulta fácil, saber lo que realmente está sucediendo en el lugar de los hechos.

RELEVANTE.- Nuestro proyecto es de suma importancia para el área comercial y el sector público, pues aquí se genera esta actividad diariamente y es el punto fuerte de la comuna Palmar. Sabemos que este objeto de investigación es la actividad principal que se ejerce, por lo tanto es importante tomar la debida atención.

ORIGINAL.- nuestro proyecto es único e inédito, tiene un enfoque para resolver la necesidad existente en los comerciantes dedicados a la compra y venta de pesca blanca en la Comuna Palmar. La originalidad de este proyecto nos da la facilidad de conocer a profundidad el proceso para poder manejar y solucionar correctamente esta situación.

CONTEXTUAL.- Este proyecto pertenece a la práctica comercial del sector público, pues esta actividad es la que tiene mayor demanda, es decir es el factor clave para los comerciantes de esta comunidad.

FACTIBLE.- También de esta manera generar responsabilidad con el medio ambiente o impacto ambiental que ellos ocasionan y con la seguridad y calidad de vida saludable para la población en general ya que esto se produce al momento de realizar sus faenas, siendo este un medio de motivación para que se desarrolle uno de los factores principales de la economía de la Provincia.

PRODUCTIVO.- Es considerada toda actividad productiva aquella que es capaz de generar beneficios mutuos, tanto para la empresa como para la sociedad en general.

VARIABLES.- Objetos de estudio, porque a transcurrir el tiempo van a cambiar, son atributos, cualidades, características observables que poseen las personas, objetos, instituciones que expresan magnitudes que varían discretamente o en forma continua.

PRODUCTO ESPERADO: resultados que se van a obtener en este proyecto, estamos dando una solución a los comerciantes para mejorar sus productos en la Comuna Palmar.

INDEPENDIENTE: Métodos de conservación.

DEPENDIENTE: Comercialización.

Los criterios seguidos para la realización del presente proyecto se basan en el estudio de las condiciones actuales del sector, de la producción y explotación de recursos de la zona.

JUSTIFICACIÓN

FLORES Juan, (2008). “Una empresa se puede crear y organizar cuando se tenga plenamente definido el plan de negocio, por cuanto en él se prevé el estudio del mercado, los productos y/o servicios a ser ofrecidos, los proveedores, su tamaño y localización, la ingeniería del proyecto, su estructura organizacional y las variables financieras, económicas y políticas que pueden afectar al proyecto”. Pág. 149

Al crear una empresa se debe tomar en cuenta hasta el último detalle para de esta manera poder seguir el proceso o trámite correspondiente con normalidad y mucha responsabilidad en cuanto a la toma de decisiones. En función a la inversión la cual no genera utilidades debido a que no está por el momento en operación; presento como justificación, la necesidad de la implementación de una planta con cámara frigorífica, en el cual es necesario identificar cada una de las aéreas estratégicas, del mercado de estos giros con miras a definir las fortalezas y debilidades que en su momento podamos encontrar y que nos permitan realizar inversiones con la finalidad de que sean rentables. Esta actividad, que ya se desarrolla en el país tanto para consumo local como para la exportación, constituye un primer proceso de incorporación de valor a la materia prima nacional dentro de las posibilidades que se ofrece. Es interesante descubrir, como el medio en el que vivimos se encuentra en un constante cambio que nos impresiona, por tal motivo es importante que como emprendedores nos preocupemos por crear empresas en nuestras comunidades, con la finalidad de dar fuentes de empleo, también cumpliendo con responsabilidad social en el cuidado del medio ambiente. Se proveerá del servicio, particularmente para pesca, estamos convencidos de que este proyecto cumplirá los objetivos mencionados para de esta manera aportar a la sociedad con cambios de superación ya que la zona pesquera es sumamente productiva, de hecho la mayoría de sus habitantes en especial los padres de familia se dedican a esta actividad.

Teórica

Las cámaras frigoríficas industriales son recintos refrigerados por ciclos de compresión de vapor y cuya baja temperatura se mantiene gracias a su revestimiento con materiales aislantes. El espesor del aislante depende de factores como la diferencia de temperaturas exterior e interior, o el máximo flujo de calor permitido. Las cámaras de frío y frigoríficas se pueden montar y desmontar con pocas herramientas y rápidamente.

Esto es posible por el sistema mecano comprobado, compuesto de elementos sándwich prefabricados que se unen con el sistema de ranura y lengüeta. Los tensores por excéntrica a prueba de corrosión incorporados a cada elemento, mantiene unidos cada elemento por fuerza y ajuste a presión. Incluso después de varios años, las unidades se pueden ampliar o desmontar y volverlas a armar en otro lugar.

Las cámaras de frío y frigoríficas son fabricadas con el sistema sándwich. El sistema de ranura y lengüeta hace posible una unión totalmente libre de puentes térmicos. La superficie consiste de una chapa de acero con una base de zinc y aluminio, prevista de un recubrimiento de poliéster de epóxido impecable a prueba de rayados y apropiado para los alimentos.

Cada elemento está doblemente protegido contra la corrosión, también los cantos y esquinas. Para las cámaras de frío y frigoríficas tienen las siguientes superficies a disposición: aluminio y acero inoxidable. La disposición libre de puentes térmicos de las chapas de cubierta y la calefacción integrada del marco de la puerta impiden la formación de condensado en el vano de la puerta. Las cámaras frigoríficas tienen importante aplicación en diversas industrias destacando entre ellas el sector pesquero pues su uso se ha extendido para mejoras de los productos de buena calidad que serán expandidas al consumidor final.

Metodológica

En este trabajo investigativo se va a utilizar las siguientes técnicas de investigación como son la observación ya que realizaríamos un trabajo de manera directa ya que el investigador se trasladaría al lugar de los hechos del fenómeno, las encuestas a una parte proporcional de los comerciantes de la Comunidad de Palmar para poder saber exactamente el motivo de la no conservación de la pesca blanca ya que esto nos permitirá buscar soluciones o alternativas al problema que se está presentando en los actuales momentos. Los puntos significativos que conforman la elaboración de un proyecto determinan las técnicas de mercadeo, se empleara la secuencia metodológica que se muestra en la asignatura Desarrollo Empresarial.

Para el estudio de la investigación se utilizara el método descriptivo ya que podemos analizar e interpretar sistemáticamente los hechos relacionados con las variables tal como se dan en el presente proyecto conocer los factores principales para realizar los cambios respectivos de este proyecto. También utilizaremos la investigación Aplicada ya que el principal objeto de esta investigación es resolver los problemas existentes y cumplir con los objetivos.

Es de suma importancia aplicarla porque que de esta manera la sociedad se estará beneficiando, en el proceso y superación de este ámbito. Entre las técnicas de estudios como la encuesta ya que por medio de aquella podemos recolectar información necesaria y lo que se quiere saber sobre de la opinión de la población objetiva en este caso. Las encuestas se las realizarán en la Comuna Palmar pues es la población seleccionada, económicamente activa entre hombres y mujeres. Con estos métodos de investigación vamos a saber con exactitud mediante la opinión que tienen los comerciantes acerca de la creación de una planta con cámara frigorífica, las sugerencias y críticas que nos pueden aportar para la ejecución y desarrollo de la misma en la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena.

Práctica

El proyecto se sustenta en la ubicación geográfica que es favorable para el desarrollo de la creación de la planta con cámaras frigoríficas, contando con los productos de pesca blanca que son la materia prima de la investigación. La realización de este proyecto está encaminado al desarrollo de los pueblos para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes a través de la generación de nuevas plazas de trabajo que se originarían con la implementación de la cámara frigorífica, al sustento y manejo de los recursos que antes se creían inagotables y ahora que son severamente afectados con mucha más razón se debe conservar en mejores condiciones. Al adquirir las maquinarias con tecnología de punta estamos dando la seguridad de poder brindar un buen servicio al producto que se guarde en esta cámara frigorífica, pues al instalar esta planta aportaremos con plazas de trabajo a personas desempleadas y capacitadas en esta área, satisfaciendo las necesidades en especial de los comerciantes de pesca que desean vender su producto a un buen precio obtener la rentabilidad anhelada.

Con este proyecto estamos aportando con la superación de la sociedad y de los habitantes de la Comuna Palmar, el cual es muy conocido por ser un sector pesquero. El proyecto busca implementar una planta con cámara frigorífica utilizando las herramientas necesarias y técnicas administrativas que permita el crecimiento y reconocimiento tanto en el mercado nacional como el internacional. Los beneficios que brindara este proyecto es mejorar la calidad y cuidado de la pesca de los comerciantes.

Con la implementación de esta empresa permitirá que sobresalgan los dedicados a este comercio y poder ofrecer la variedades de pesca blanca a sus clientes, y todo esto se lograra tomando en cuenta cada una de las reglas a seguir en cuanto a lo que se quiere llevar a efecto y dar cumplimiento a nuestra Carrera como es Ingeniería en Desarrollo Empresarial para lo cual nos hemos preparado durante todo este tiempo.

OBJETIVO

Objetivo General

Evaluar la incidencia del método de conservación en la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados a optimizar recursos para el estudio de factibilidad de la Creación de una Planta con Cámara Frigorífica de conservar pesca blanca dirigido a los Comerciantes de la comuna Palmar.

Objetivos Específicos

1. Evaluar los métodos de conservación adecuada, para el almacenaje de la pesca blanca.
2. Demostrar cómo influyen los métodos de conservación en la calidad para que se mantenga en buen estado el producto almacenado.
3. Identificar como las ventas influyen en el avance de la economía pesquera del sector peninsular.
4. Evaluar las herramientas de comercialización, adecuadas para aumentar las ventas de los paquetes que ofrece la planta frigorífica.
5. Crear la planta con cámara frigorífica de conservación de pesca blanca, en la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, del Cantón santa Elena Provincia de Santa Elena.

HIPÓTESIS

La incidencia en el método de conservación en cámaras de frío para la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados y a los comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Es un proceso que se forma con la definición de las variables en función de causas estrictamente medibles a los que se les llama indicadores. Este proceso obliga a realizar una definición conceptual de la variable para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación. Cuando operacionalizamos una Variable, indicamos los referentes empíricos del concepto de la misma. Estos constituyen el nexo con la realidad Transformándose en los Indicadores de esos conceptos.

Este proceso es de un orden Semántico y no Sintáctico; también llamado "explicitación de la reglas de correspondencia". La Definición Operacional, estrictamente hablando, no existe; no existe una cosa tal como la definición operacional, esto es semánticamente incorrecto; la "definición" tiene una función específica que es la de dar las notas esenciales del concepto que se está definiendo. Puede o no coincidir con esta definición de "lo que es" la definición, pero es precisamente esto, la libertad de dar elementos que hagan explícito, lo que un concepto tiene implícito. Por lo tanto no existe una definición operacional. La Operacionalización es una "Determinación". El investigador, como todo ser humano, se mueve lingüísticamente en el mundo con los conceptos y las variables no escapan a ello, aun un simple dato, es un concepto. Toda Variable es conceptual. Suele indicarse que cuando "más conceptual", o menos empírica sean, es decir, cuando hay que "explicar" que se quiere decir con el concepto que se enuncia, su medición es mediata o indirecta.

CUADRO 1 Variable Independiente

HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTOS DIRECTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
La incidencia en el método de conservación en cámaras de frío para la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados y a los comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.	¿Método de conservación?	Conservar los alimentos consiste en bloquear la acción de los agentes (microorganismos o enzimas) que pueden alterar sus características originarias (aspecto, olor y sabor). Estos agentes pueden ser ajenos a los alimentos (microorganismos del entorno como bacterias, mohos y levaduras) o estar en su interior, como las enzimas naturales presentes en ellos. Por otra parte los métodos de conservación hoy cumplen doble función, mantener el alimento en buenas condiciones y aportar unos sabores muy apreciados.	Acción de agentes Microorganismos del entorno Función de métodos de conservación	<ul style="list-style-type: none"> - Temperatura - Calor húmedo - Contaminación - Precauciones - Técnicas de conservación 	<p>¿Usted para qué utiliza una planta con cámara frigorífica?</p> <p>¿Además de utilizar la planta con cámara frigorífica que otros servicios le parecen necesarios?</p> <p>¿Qué cantidad de pesca guarda o guardaría?</p> <p>¿Usted utilizaría los servicios de una Planta con Cámara Frigorífica, que este ubicada en Palmar?</p> <p>¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre estos servicios que quiera decirnos?</p>	Encuesta

Fuente: Operacionalización de la variable Independiente
Elaborado Por: Nury Cucalón Cacao

CUADRO 1 Variable dependiente

HIPOTESIS	VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTOS DIRECTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
<p>La incidencia en el método de conservación en cámaras de frío para la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados y a los comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.</p>	<p>Comercialización</p>	<p>La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.</p> <p>Implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc.</p>	<p>Actividades Comerciales</p> <p>Desarrollo de Estrategias</p> <p>Técnicas de venta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la actividad Comercial - Tipos de comercio - Segmento de mercado - Tipos de estrategias - Procesos de ventas - Ventajas 	<p>¿En la actualidad que método utiliza para mantener o congelar su pesca?</p> <p>¿Existe en el sector servicios de cámara frigorífica?</p> <p>¿Qué tan necesario es para Ud. Obtener los servicios de una planta con cámara frigorífica?</p> <p>¿Con qué frecuencia Ud. Utiliza o necesita los servicios de una planta con cámara frigorífica?</p> <p>¿Cuánto pagaría usted por el servicio de mantener su producto al mes?</p>	<p>Encuesta</p>

Fuente: Operacionalización de la variable dependiente
 Elaborado Por: Nury Cucalón Cacao

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

La provincia de Santa Elena es la última constituida como provincia, teniendo un área geográfica atractiva para los turistas, que van desde sus hermosas playas, gastronomía, cultura y elementos naturales que distinguen a su población de las demás provincias y que cobra una importancia para sus habitantes convirtiéndose en el sustento económico de sus habitantes. Esta provincia abarca tres cantones como son Salinas, La Libertad y Santa Elena, este último contiene parte de la Ruta del Sol el mismo que es conocido a nivel nacional e internacional, cada uno de estos cantones posee diferentes historias y culturas que identifican a su población. Sin duda el balneario palmar significa una inagotable fuente de producción ya que ofrece variedades de productos marítimos que en determinado momento son la fuente de economía de la Provincia, entre ellas se encuentra como sustento económico para la población la actividad pesquera, conocida como pesca artesanal y que hace referencia a las características de las embarcaciones y habilidades de pesca que se utilizan para la explotación de los recursos, pero sin dejar de especificar la estructura socio-económica que posee la actividad pesquera.

Cuencas Hidrográficas

El Ecuador dispone de una rica red hidrográfica, salvo en las zonas occidentales y meridionales áridas de la Costa. Casi todos los no se originan en los altos relieves andinos; éstos son cortados por profundas gargantas, y las corrientes se dirigen unas hacia la llanura amazónica y otras hacia el océano Pacífico. Estas últimas, debido a la proximidad de las montañas respecto a la línea costera.

Chota: nace en el monte Olivo, entre Imbabura y Carchi y desemboca en el Pacífico colombiano con el nombre de Mira.

Esmeraldas: baña la provincia del mismo nombre, esto formado por la unión de los ríos Canande, Guayllabamba (recorre parte de la provincia de Pichincha) y Quinindé (formado por la unión de ríos manabitas y pichinchanos).

Guayas: desemboca en el golfo de Guayaquil y recibe las aguas del Daule y Babahoyo. El Daule, con sus afluentes, baña las provincias de Manabí, Los Ríos y Guayas. El Babahoyo, formado especialmente por el río Yaguachi -y este por la unión de los ríos chimboracenses Chimbo y Chanchán, recorre las provincias de Chimborazo, Los Ríos y Guayas. La cuenca del Guayas es la más importante de todas, posee una superficie de 40 000 km².

Cañar: se origina en la laguna de Culebrillas con el nombre de San Antonio y desemboca en el golfo de Guayaquil. Recorre las provincias de Cañar y Guayas.

Jubones: está formado por las aguas de los ríos León, Girón, Rircay y San Francisco, que nacen en las estribaciones del nudo de Portete-Tinajillas. Recorre las provincias de Azuay y El Oro, y desemboca en el Pacífico.

Macará: nace con el nombre de Espíndola, en el nudo de Sabanilla. En su recorrido por Loja toma el nombre de Calvas y, finalmente, de Macará. Se une al Catamayo y llega al Pacífico peruano con el nombre de río Chira.

La ciudad de Santa Elena a través de carreteras se conecta con la comunidad de Palmar a una distancia de 33 Km., con la cabecera parroquial mediante vías de acceso y con las comunas Ayangué, Jambelí y Colonche. La comuna Palmar pertenece a la Parroquia Colonche, está ubicada en la parte Norte del Cantón Santa Elena.

Sus límites son: al norte, Ayangue; al sur, Jambelí; al este, Colonche; y, al oeste Océano Pacífico. Según fuentes del Cabildo Comunal, la comuna Palmar existe desde el 22 de Febrero de 1938, comenzó siendo un pueblo de nombre “Estero de Balsas”. La Ley de comunas establecida por el Estado en el año 1937 reconoce a una comuna a partir de 50 personas, y es donde comparten el trabajo y las utilidades de ello a todos sus miembros. Donde las autoridades en primer grado serían el presidente de la comuna con autoridad en espacios restringidos.

En el año 1888 llegó un sacerdote a estas comarcas pobladas por humildes pescadores asentados en la parte norte, al entrevistarse con los mismos, dijo llamarse Rafael Tomás. El misionero, por la gran cantidad de palmeras, decidió cambiar el nombre de la localidad a Palmar. La actividad que realizaban estas personas era la pesca, la cual era de forma artesanal, y de sus propias ideas elaboraban los materiales para sus faenas diarias. Como en ese tiempo nuestras costas eran abundantes en fauna marina, los pescadores siempre tenían un buen día de recolección de toda clase de mariscos.

En el año de 1893, llegaron barcos que venían de otros países, a los cuales los habitantes denominaron “balleneros”; llamados así porque solo cazaban ballenas. Debido a la llegada de los nuevos visitantes, se dio origen al mestizaje. Con el fin de aumentar los niveles competitivos las empresas ven la necesidad de utilizar tecnología de punta garantizando al máximo estándares de funcionamiento correctos de las empresas. Por esta razón se debe fortalecer el desarrollo socio-económico.

Es necesario implementar la creación de una planta con cámara frigorífica con nuevos campos productivos, ya que servirá para el beneficio de los habitantes. La cámara de frío es hoy en día indispensable en la conservación y almacenamiento de alimentos, porque solamente si se almacenan los productos frescos en cámaras de frío como corresponde, podrán ser llevados al consumidor como productos de primera calidad.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. Método de conservación

- Definición

Además de la practicidad que un producto o alimento congelado da, no debemos olvidar que la congelación es en sí, una forma o método de conservación del alimento, y si la misma está realizada de manera correcta, conservara todas las cualidades y nutrientes de ese alimento. Al conocer los métodos de conservación sea este alimento o producto, tendremos la satisfacción de poder mantener más tiempo con frescura y calidad manipulándolos de manera correcta.

- Importancia

Es necesario hacer una importante aclaración: No es lo mismo un alimento congelado de forma individual como son verduras, carnes o pescado, que aquellos platos precocidos, preparados o listos para microondas, es decir productos alimenticios ya hechos.

- Beneficios

Tanto la congelación, el transporte y la descongelación deben realizarse de manera correcta para garantizar que todas las propiedades nutritivas del alimento queden intactas. En otras palabras para que el valor nutritivo de un congelado sea igual al de un alimento fresco, la manipulación desde el comienzo debe ser adecuada, puesto que influye en la calidad final. La base es que toda congelación se realice de forma rápida, para que se formen pequeños cristales y así no dañar la estructura del alimento. A mayor velocidad de congelación (cristales pequeños), la calidad del alimento será superior. Al congelar, el producto o alimento aumenta de volumen, por tanto si la congelación la realizamos en casa, hay que poner atención en los envases o recipientes a utilizar.

1.2.1.1. Acción de agentes

Existen ciertas sustancias químicas que influyen negativamente sobre las bacterias, pudiendo ejercer dos tipos de efectos diferentes :

- ❖ **Bacteriostáticos:** cuando impiden el crecimiento bacteriano;
- ❖ **Bactericidas:** cuando destruyen (matan) las bacterias.

En general, sino solo nos referimos a las bacterias, sino a cualquier tipo de microorganismos, hablamos respectivamente de agentes microbiostáticos y microbicidas. Ahora bien para una misma sustancia química, la línea de demarcación entre un efecto microbiostáticos y otro microbicida y otro microbicida depende muchas veces de la concentración de dicha sustancia y del tiempo durante el que actúa.

A) Temperatura

Normalmente aumentar la temperatura aumenta la potencia de los desinfectantes. Para muchos agentes la subida de 10 grados supone duplicar la tasa de muerte. Con respecto a la temperatura que se utiliza en los agentes es muy importante ya que con esto lograremos un control y eliminación de bacterias existentes.

B) Calor húmedo

- Vapor a presión.- esterilización mediante desnaturalización de proteínas (autoclaves entre 121 y 210°C).
- Tyndalización.- esterilización a vapor fluyente o fraccionado (temperaturas que no sobrepasan los 100°C durante 20' por tres días consecutivos).
- Pasteurización.- saneamiento que em plea temperaturas de 62,5 °C por 30'.

1.2.1.2. Microorganismos del entorno

Los microorganismos han participado decisivamente en la formación de la corteza terrestre. El que hayan separado parcialmente los elementos y compuestos se encontraban mezclados en las rocas primigenias se puede atribuir en gran medida a los microorganismos. Los microorganismos como bacterias, virus, hongos y parásitos se encuentran en múltiples ambientes, cumpliendo diversas funciones benéficas o perjudiciales.

A) Contaminación

La contaminación es la introducción de agentes biológicos, químicos o físicos a un medio al que no pertenecen. Cualquier modificación indeseable de la composición natural de un medio; por ejemplo, agua, aire o alimentos. La contaminación es uno de los problemas más grandes que existe en el planeta y es el más peligroso, ya que al destruir la tierra y su naturaleza original termina por destruirnos a nosotros mismos.

B) Precauciones

- No quemar ni talar plantas
- Controlar el uso de fertilizantes y pesticidas
- No botar basura en lugares inapropiados
- Regular el servicio de aseo urbano
- Crear conciencia ciudadana
- Creas vías de desagüe para las industrias que no lleguen a los mares ni ríos utilizados para el uso o consumo del hombre ni de animales.

Al tener las debidas precauciones lograremos tener un ambiente saludable sin enfermedades ni complicaciones para todos los seres vivos.

1.2.1.3. Función de métodos de conservación

El gran desarrollo de la industria conservera, la posibilidad de pasteurizar, liofilizar o ultracongelar ha supuesto un notable avance en lo que se refiere a la conservación. Por otra parte los métodos de conservación hoy cumplen doble función, mantener el alimento en buenas condiciones y aportar unos sabores muy apreciables. La función que cumple la conservación de alimentos o productos es lograr mayor duración sin alterar su valor nutritivo, brindando así calidad.

- Técnicas de conservación

1. Mediante calor

- Pasteurización: se aplican temperaturas inferiores a 100°C durante pocos segundos.
- Esterilización: se aplican altas temperaturas (120°C) durante un largo periodo de tiempo (20 minutos).
- Uperización (U.H.T.): se aplican altísimas temperaturas (140°C) durante muy poco tiempo (2 segundos).

2. Mediante frio

- Refrigeración: se mantiene el alimento a bajas temperaturas (entre 2 y 8°C) sin alcanzar la congelación.
- Congelación: se somete el alimento a temperaturas inferiores al punto de congelación (a -18°C) durante un tiempo reducido.
- Ultracongelación: se somete el alimento a una temperatura entre -35 y -150°C durante breve periodo de tiempo.

3. Por deshidratación

- Secado: es una pérdida de agua parcial en condiciones ambientales naturales o bien con una fuente de calor suave y corrientes de aire.

- **Concentración:** consiste en una eliminación parcial de agua en alimentos líquidos.
- **Liofilización:** eliminación total de agua mediante una congelación rápida seguida de una sublimación.

- 4. Mediante aditivos:** de origen natural (vinagre, aceite, azúcar, sal, alcohol) o bien de origen industrial debidamente autorizados.
- 5. Por irradiación:** consiste en la exposición de algunos alimentos a radiaciones ionizantes.

1.2.2. Comercialización

Definición

Proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas, requiere de una planificación muy cuidadosa, que debe contestar una serie de preguntas:

- Cuando, en relación con los competidores.
- Donde, solo en un área geográfica, o en todo el territorio.
- A quien, todo el mercado potencial, a solo un segmento, etc.
- Como, es decir, debe decidir cómo distribuir sus inversiones promocionales.
- Cuanto tiempo dedicara a las actividades de su fuerza de ventas, cuanto a las relaciones publicas, etc. La comercialización de los productos se basa en una minuciosa planificación de los procesos a realizarse antes de iniciar esta actividad para que la marcha de la misma sea satisfactoria para los comerciantes y el consumidor.

1.2.2.1. Actividades comerciales

La actividad comercial se ha dirigido en función a las necesidades de los clientes, desarrollando acciones, campañas y convenios, con el objetivo de atender necesidades concretas del mercado y clientes, al tiempo que han servido de apoyo a la red comercial para el cumplimiento de sus objetivos de negocios. Toda actividad comercial va enfocada a satisfacer las necesidades del cliente, conocer las preferencias que tienen a la hora de obtener el producto y así dar cumplimiento al objetivo planteado.

A) Importancia de la actividad comercial

La finalidad es facilitar el intercambio entre la empresa y los clientes, la gestión comercial es la realización de la actividad comercial de manera planificada y eficiente. La gestión comercial se relaciona con otras ramas de empresa como producción, finanzas, etc. La conexión entre empresa y cliente se torna muy importante para esta actividad, ya que con esto se llegara a un feliz término la acción que se realice.

B) Tipos de comercio

- **Comercio mayorista:** conocida como comercio al por mayor, o comercio al mayor.
- **Comercio minorista:** conocida como comercio al menor, o comercio detallista.
- **Comercio Interior:** personas que se encuentran en un mismo país.
- **Comercio exterior:** personas que se encuentran en distinto país.

C) **Desarrollo de estrategias.-** La estrategia de operaciones debe encuadrarse dentro de la estrategia empresarial que se define como: el modelo de decisión que revela las misiones y objetivos de la empresa.

Así como de las políticas y planes esenciales para lograrlos, de tal forma que se defina la posición competitiva como respuesta a la clase de negocio en que la firma esta o quiere estar y a la clase de organización que quiere ser. Al hablar de estrategias estamos sumamente comprometidos en seguir correctamente la toma de decisiones en cuanto al objetivo y todo cuanto tenga que ver con la buena organización de la empresa para que todo lo planteado marche bien.

1.2.2.2. Segmento de mercado

Un mercado no es un todo homogéneo. Está compuesto por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc. El segmento de mercado se refiere a quienes nos vamos a dirigir a la hora de ofrecer nuestro servicio o producto y saber quiénes son los interesados en adquirirlos, por eso esto se torna plenamente importante.

- Tipos de estrategias

a) Estrategias de integración: Son las estrategias en las que la empresas avanza en la cadena empresarial, puede ser hacia adelante controlando los distribuidores de sus servicios o productos, hacia atrás con el mayor control de proveedores, o de manera horizontal controlando a los competidores. **b) Estrategias Intensivas:** Son aquellas en las que se quiere ser más competitivos, a través de la penetración del mercado, el desarrollo del mercado (introduciendo producto/servicio en nuevas zonas) y desarrollando nuevos productos y/o servicios o elaborándolos de manera más eficientes. **c) Estrategias de diversificación:** Son aquellas estrategias en las que se busca crear otra línea de servicios o productos para la empresa, estén o no relacionados a los principales, incrementando de esta manera su oferta y por ende llegando a otros mercados.

d) Estrategias Defensivas: Estas son estrategias en caso de que la empresa se encuentre en riesgo o en caso de entornos que la limiten de cierta forma, así se tiene por ejemplo la quiebra, desinversión, la liquidación o un encogimiento (reducción de costos y activos para revertir la disminución de venta o utilidades).

1.2.3. Técnicas de Ventas

Se trata del proceso mediante el cual un vendedor que previamente ha estudiado las necesidades de un comprador, le presenta de forma positiva y convincente una solución a sus deseos para motivar la decisión de compra.

Esta definición incorpora el concepto de las necesidades y deseos, que son elementos cruciales para satisfacer al comprador cada vez más exigente e informados.

1.2.2.3. Procesos de venta

¿Qué es vender?

Es el proceso en que el vendedor identifica las necesidades y motivaciones de su cliente y las satisface a través de su producto y/o servicio, resultado de ello es un beneficio mutuo.

- Ventajas

Usted puede transmitir más información con la venta personal que con otras formas de promoción, como la publicidad. Una llamada de venta personal dura más que cualquier anuncio. Por lo tanto, usted tiene tiempo para hablar de las complejidades de su producto. La venta personal es particularmente ventajosa cuando se trabaja con productos de mayor valor.

1.3. MARCO LEGAL

En esta constitución de la República del Ecuador están claramente establecidos el derecho al trabajo, producción y Seguridad Social para mejorar el estilo de vida.

- **Constitución de la República del Ecuador**

Título VI: Régimen de Desarrollo

Capítulo cuarto: Soberanía económica.

Sección primera: Sistema económico y política económica.

En el artículo 283 dice que:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende de 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.

Según el capítulo sexto: Trabajo y producción y Sección Primera: Formas de Organización de la producción y su gestión.

En el artículo 319 nos dice que: Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, domesticas, autónomas y mixtas. El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara 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.

En la sección octava (Formas de Trabajo y su Retribución).

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

Sección Tercera (Seguridad Social)

Dice el 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 de sus regímenes especiales. **Art. 368:** El sistema de seguridad social comprenderá las entidades públicas, normas, políticas, recursos, servicios y prestaciones de seguridad social, y funcionara con base en criterios de sostenibilidad, eficiencia, celeridad y transparencia. El estado normara, regulará y controlara las actividades relacionadas con la seguridad social. **Art. 369:** El seguro universal obligatorio cubrirá las contingencias de enfermedad, maternidad, paternidad, riesgos de trabajo, cesantía, desempleo, vejez, invalidez, discapacidad, muerte y aquellas que defina la ley. La prestaciones de Salud de las contingencias de enfermedad y maternidad se brindaran a través de la red pública integral de salud.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El Plan de desarrollo social y productivo tendrá los siguientes ejes temáticos:

Transformación Económica – Productiva: El objetivo es definir una política económica orientada al crecimiento con equidad, basada en la generación de empleo para impulsar la inclusión social y el desarrollo humano sostenible; el fomento de la productividad y de la inversión para todos/as.

Así como a una competitividad real que no se base en el deterioro de las condiciones sociales ni ambientales, sino en la incorporación del progreso tecnológico. Para ello se requiere ubicar las ramas altamente generadoras de empleo y de valor agregado.

Determinar funciones de producción tipo; determinar componentes de oferta total y demanda total. A largo plazo se profundizara la modelización a través de la actualización de la matriz de contabilidad social. La elaboración de un nuevo modelo de equilibrio general permitirá integrar lo macroeconómico con lo social.

1. Desarrollo Rural, con miras a eliminar la brecha urbano-rural y fomentar la soberanía alimentaria: agricultura, ganadería y pesca.
2. Comercio al por mayor y por menor.
3. Intermediación financiera y seguros.
4. Tecnologías de Información y Comunicación para el desarrollo.
5. Ciencia y tecnología.

Una vez realizado el diagnóstico, se definirá la política macroeconómica orientada a consagrar el derecho al desarrollo, especificando las siguientes políticas de apoyo: fomento de la inversión y su financiamiento, en especial la expansión de canales de micro crédito para el fomento de la economía popular.

Transformación Social y Desarrollo humano

El objetivo básico es garantizar el cumplimiento de los derechos económicos, sociales y culturales, con metas a nivel cantonal.

- 1) El derecho al trabajo y a condiciones laborales equitativas y satisfactorias.
- 2) El derecho a la seguridad social y al seguro social.

PLAN DEL BUEN VIVIR 2013-2017

La aplicación de este proyecto contribuirá a lograr los siguientes objetivos del Plan del Buen Vivir.

Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

La responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones y con el resto de especies es un principio fundamental para prefigurar el desarrollo humano.

La economía depende de la naturaleza y es parte de un sistema mayor, el ecosistema, soporte de la vida como proveedor de recursos y suministros de desechos (Falconi 2008).

POLÍTICA Y LINEAMIENTO

7.2.- Conocer valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera, con el acceso justo y equitativo a sus beneficios.

i.- Implementar el manejo marino-costero integral para el uso sustentable de sus recursos naturales, con especial atención en las especies en peligro en extinción y ecosistemas vulnerables.

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible: Las economías populares y solidarias, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuentan con millones de socios. La economía popular y solidaria que empleo en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional (MIES 2011), constituye un ejemplo palpable de que un sistema económico que privilegie al ser humano sobre el capital es posible.

POLÍTICA Y LINEAMIENTO

8.9.- Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario.

j.- fomentar la asociatividad para el sistema económico popular y solidario organizado y con poder de negociación, en los diferentes encadenamientos productivos donde ejercen su actividad.

Objetivo 9: Garantizar un trabajo digno en todas sus formas:

Para alcanzar este objetivo debemos generar trabajo en condiciones dignas, buscando el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales. Hay que establecer la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y auto sustento, así como de las actividades de cuidado humano, con enfoque de derechos y género.

El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral.

POLÍTICA Y LINEAMIENTO

9.1.- Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

b.- Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productivas, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productiva y mercados.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la Matriz Productiva.

El compromiso del Gobierno de la revolución ciudadana es construir una sociedad democrática, equitativa y solidaria.

La incorporación de conocimiento, la acción organizada de un sistema económico y la transformación en las estructuras productivas que promueven la sustitución de importaciones y la diversificación productiva, permitirán revertir los procesos concentradores y excluyentes del régimen de acumulación actual.

POLÍTICA Y LINEAMIENTO

10.4.- Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero.

d.- Fortalecer y diversificar las actividades productivas oceánicas costeras, con el uso eficiente de los recursos ictiológicos y la preservación del ambiente mediante el desarrollo de la maricultura y otros, que consideren la estabilidad de los stocks de especies comerciales, periodos pesqueros, infraestructura y tipos de flotas, proyectos comunitarios, plan de incentivos, biocomercio.

e.- Fomentar la actividad pesquera artesanal en base a un ordenamiento marino-costero y fluvial, privilegiando la organización asociativa, cooperativa y comunitaria.

- LEYES ESPECIALES

En estas leyes especiales, se considera la ley de pesca, la fase de procesamiento y comercialización de la pesca específicamente.

- LEY DE PESCA Y DESARROLLO PESQUERO

Título III: De la actividad pesquera

Capítulo IV: de la fase de procesamiento

Art. 38: Fase de procesamiento es aquella que comprende la conservación y transformación de los productos pesqueros. El Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos, previos los estudios necesarios y en coordinación con los organismos competente, fijara las áreas en las que se podrá autorizar el establecimiento y funcionamiento de instalaciones industriales pesqueras con sujeción al Reglamento respectivo. En todos los artículos de la Ley donde diga: “Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos” o “Ministerios de Recursos Natrales y Energéticos” sustitúyase por “Ministerio del Ramo” o “Ministro del ramo”, respectivamente.

Art. 40.- El Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos, a través de la Subsecretaria de Recursos Pesqueros, tendrá la responsabilidad de exigir el cumplimiento de las obligaciones contraídas por las empresas pesqueras, llevando los registros y compilando la información que sea necesaria. **Art. 41.-** Las empresas pesqueras se sujetaran a las normas de higiene, calidad y registro. Los productos no aptos para el consumo serán retirados por la Dirección General de Pesca, en coordinación con las Autoridades de Salud, e incinerados, previa notificación al propietario.

Previamente a la comercialización el Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos, a través del Instituto Nacional de Pesca, realizara los análisis y calificaciones de calidad de toda clase de productos pesqueros. Actuará en coordinación con el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), el que determinara las normas de calidad que deben reunir tales productos.

Art. 42.- Las empresas pesqueras están obligadas a proveer al mercado interno de sus productos para mejorar el nivel alimenticio de los habitantes de la Republica, sujetándose a las regulaciones y porcentajes que establezcan los Ministerios de Recursos Naturales y Energéticos y de Industrias, Comercio e Integración, en coordinación con el Instituto Nacional de Nutrición. Dichos productos tendrán la misma calidad que los destinados a la exportación.

Capítulo V: De la fase de Comercialización

Art. 43. Para dedicarse a la comercialización por mayor de productos pesqueros se requiere la autorización correspondiente. Solo la empresa clasificada podrá exportar productos pesqueros. **Art. 44.-** Quienes se dediquen a la comercialización de productos pesqueros en estado fresco deberán disponer de los medios adecuados de transporte y conservación. **Art. 45.-** El ministerio del ramo regulara periódicamente los volúmenes de exportación de los productos pesqueros, una vez asegurado el abastecimiento del consumo interno. Nota: Artículo sustituido por decreto ley de emergencia N° 03, publicada en Registro Oficial 252 de 19 de Agosto de 1985.

CAPITULO I: De las Infracciones y Sanciones.

Art.72.- Las personas naturales o los representantes legales de las empresas pesqueras que no cumplieren con las obligaciones previstas en esta Ley, serán sancionadas con las siguientes penas:

- a) Multas;
- b) Suspensión temporal de los beneficios de que gocen;
- c) Supresión de dichos beneficios; y,
- d) Prisión

De acuerdo a la gravedad de la infracción, se aplicara una o más de las penas indicadas.

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

Sector Real

El crecimiento económico del país hasta el cuarto trimestre del 2012 mantiene una tendencia estable con una tasa de variación de 4.2. El sector petrolero es el que continúa impulsando el crecimiento productivo nacional con el 10% durante el mismo periodo. Las principales actividades económicas que influyen sobre este comportamiento son: El comercio al por mayor y menor 15%, industrias manufactureras 14%, explotación de minas y canteras 13%, Agricultura y ganadería con 10% y la Construcción 11%.

Sector Externo

En cuanto a la balanza comercial que comprende a los meses de enero a mayo de 2013, registro un déficit de USD – 287 millones, representando una disminución de saldo comercial de 142.33%, comparándola con el superávit del mismo periodo en el año 2012, que fue de USD 677.8 millones. La Balanza Comercial Petrolera que comprende los meses de enero a mayo del año 2013 presenta un saldo a favor de USD 3,244.9 millones, lo que representa un 24.6% comparado con la cifra obtenida en el mismo periodo del año 2012 la cual fue de USD 4,300.9 millones.

1.5. ANÁLISIS ECONÓMICO

Se determina la importancia del sector pesquero en la economía de nuestro País, mediante la cuantificación de las variables más relevantes en la pesquería, esencialmente en la producción para el consumo interno y las exportaciones de todos sus derivados, ya sea en estado fresco o procesado. Este análisis a través de series temporales, y además se desarrolla un análisis univariado y multivariado de cada una de las variables de estudio. Para así determinar la incidencia de la producción pesquera sobre los principales indicadores del País.

1.5.1. Pib del sector

Actualmente el PIB (Producto Interno Bruto) en nuestro País crece y está en 3.5%, según reporto el Banco Central del Ecuador, lo que favorece al momento de invertir ya que aportara en valores monetarios la producción de bienes y servicios de la demanda en un periodo comercial o año calendario. Es favorable para la inversión que se pretende efectuar en la Planta con Cámara Frigorífica “D’NUR S.A” de la Comuna Palmar.

1.5.2. Inflación

La inflación es una medida estadística que a través del índice de los precios al consumidor, sean estas canastas de bienes y servicios que hayan sido demandados por los consumidores de toda índole social, ayuda a establecer el cálculo de la tasa de variación que sea anual o mensual.

Contando con una inflación mínima del 1.75% en nuestro País Ecuador.

1.6. ENTORNO SOCIAL

Se debe tomar en cuenta que en los actuales momentos vivimos en un mundo cambiante, caracterizándose fundamentalmente por la competencia que existe globalmente, contando con grandes avances tecnológicos, presionando a las empresas sean medianas y pequeñas a tomar decisiones significativas.

1.7. FACTOR TECNOLÓGICO

Los factores tecnológicos están muy implicados y relacionados en la función de los procesos de las áreas de la cámara frigorífica, dependiendo únicamente de los factores fundamentales como son: capital y trabajo, considerado como productividad del capital humano (trabajo).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Un diseño de Investigación se define como el plan global de investigación que integra de un modo coherente y adecuadamente correcto, técnicas de recogidas de datos a utilizar, análisis previos. Además de ello agrega que este se define en función de los objetivos de la investigación. La investigación a utilizar para la creación de la planta con cámaras frigoríficas constara de las siguientes estrategias:

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre las variables. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a la población de la cual toda muestra procede. En el estudio se aplicó el diseño no experimental, en el cual se observan los fenómenos tal y como ocurrieron naturalmente, sin invertir en su desarrollo, la investigación de este tipo descriptivo en lo que respecta a la investigación de campo con base a investigaciones bibliográficas y documentales, que nos permiten obtener información acerca de la manera que influye en la creación de una empresa, se emplearon en la investigación los métodos inductivo y analítico con el fin de observar su causa y efecto que inciden en el problema de estudio. En esta investigación vamos a saber exactamente todo lo referente a cantidades, es decir la población objetivo y de esta manera poder dar solución al tema investigado. Se hará uso de esta investigación para determinar la inversión y rentabilidad que tendrá la creación de la planta con cámara frigorífica.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Un proyecto surge de la necesidad de resolver problemas, un proyecto de inversión surge de la necesidad de algunos individuos o empresas para aumentar las ventas de productos o servicios. Actualmente existen muchas herramientas como evaluación de proyectos, que permite establecer ventajas y desventajas, además establecer si es rentable o si es factible el mismo. Un proyecto (del latín proiectus) es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico. Por lo general, se establece un periodo de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que un proyecto es un plan o programa.

Una inversión, por otra parte, es la colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esto quiere decir que, al invertir, se resigna un beneficio inmediato por uno improbable. Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.

Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen, de manera directa, en la oferta y demanda de un producto. Esto se denomina estudio de mercado y determina a que segmento del mercado se enfocara el proyecto y la cantidad de producto que se espera comercializar. El proyecto de inversión, en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo.

Para esto, será necesario inmovilizar recursos a largo plazo. Las etapas de proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de los resultados. El proyecto en sí suele ser evaluado por distintos especialistas.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Por el propósito

En este tipo de investigación con el objeto de solucionar los diferentes problemas presentados se utilizó la investigación aplicada. La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos de que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico. Esta guarda relación con la anterior, pues depende de los descubrimientos y avances de la investigación pura y se enriquece de ellos. A diferencia de la pura, ésta persigue fines de aplicación directos e inmediatos. Busca la aplicación sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de teorías. Esta investigación busca conocer para hacer y para actuar. El principal objeto de esta investigación es resolver los problemas existentes y cumplir con los objetivos. Es de suma importancia aplicarla porque que de esta manera la sociedad se estará beneficiando, en el proceso y superación de este ámbito.

2.3.2. Por el nivel

2.3.2.1. Investigación Descriptiva:

Se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables de marketing. Este tipo de estudios nos ayuda a describir las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias.

Con esta investigación podemos descubrir exactamente todo en cuanto al mercado, los clientes y la competencia que giran en cuanto al tema investigado. Es de consideración para este proyecto de investigación aplicarla ya que nos mostrara la realidad y de esta manera poder escribir correctamente el fenómeno que se estudia.

2.3.3. Por el lugar

2.3.3.1. Investigación bibliográfica:

El énfasis de la investigación está en el análisis teórico y conceptual hasta el paso final de la elaboración de un informe o propuesta sobre el material registrado, ya se trate de obras, investigaciones anteriores, material inédito, hemerográfico, cartas, historias de vida, documentos legales e inclusive material filmado o grabado. Utilizaremos esta investigación bibliográfica pues como sabemos existe documentación escrita, impresas o en digital lo cual nos servirá para realizar nuestro informe.

2.3.3.2. Investigación de Campo:

Esta investigación fue dirigida a los Comerciantes de pesca blanca en el ambiente natural en que conviven y las fuentes consultadas, de las que tenemos datos más relevantes a ser analizados por medio de encuestas y entrevistas. Esta investigación es de primordial importancia por lo tanto la utilizaremos ya que aquí encontraremos hechos reales obteniendo resultados de la problemática para luego dar el informe preliminar previo al estudio y poder resolverlo.

2.3.4. Por la Dimensión

2.3.4.1. Investigación Transversal

Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Puede abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores. Aquí se analiza el estado o nivel del tema de investigación con datos obtenidos en un determinado tiempo con la finalidad de tener claro lo que sucede. Esta investigación será de utilidad ya que nos ayuda a tener datos del tema que se está estudiando con el propósito de que se pueda observar para luego describir correctamente.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. Método Inductivo

El razonamiento inductivo, el camino que nos lleva de los hechos particulares a las leyes más generales. La inducción, utilizada por el maestro Aristóteles, evidencia aquel pensamiento que va de lo menos universal a lo más universal. A la Inducción se la puede considerar de la siguiente manera:

Inducción completa o perfecta, conocida como enumeración, utilizada por Aristóteles. Consistía en la afirmación sobre los elementos de una colección, examinando cada una de ellas y sacando la conclusión de los hechos observados, sin ir más allá de esta simple observación.

La inducción completa nos da la posibilidad de nuevos caminos, es esta y negativa. La inducción completa es de carácter positiva, porque permite encontrar nuevos datos y nuevas posibilidades a la investigación. Se aplicó el método inductivo, mediante el cual se observó las causas particulares, como el de no contar con el implemento necesario para conservar sus productos, la conformación de estos comerciantes de manera ilegal pues no tienen los conocimientos necesarios para tener un permiso y obtener un Ruc que acredite su legalización.

2.4.2. Método Analítico

Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Se Utilizó este método pues es el más natural en los seres humanos pues nos conducirá al resultado deseado.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1. Encuesta

La encuesta la define el Prof. García Ferrado como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”. Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. Como características fundamentales de una encuesta tenemos:

1. La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
2. Es un método preparado para la investigación.
3. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
4. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación, se utilizara realizando preguntas bien estructuradas para poder saber con exactitud si lo que queremos crear tendrá o no acogida.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.6.1. Cuestionario

La encuesta se realiza siempre en función de un cuestionario, siendo éste por tanto, el documento básico para obtener la información en la gran mayoría de las investigaciones y estudios de mercado. El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa.

¿En qué consiste?

Los cuestionarios son listas escritas de preguntas que se distribuyen entre los usuarios. Los cuestionarios difieren de las encuestas en que se tratan de listas escritas y no de entrevistas como tales, de modo que requieren un esfuerzo adicional por parte de los usuarios, quienes habrán de rellenarlo y enviarlo de vuelta. ¿Cómo lo llevo a cabo?. Se comienza formulando preguntas acerca del producto basadas en el tipo de información que se quiere conocer. Las fuentes mostradas al final de esta página proporcionan mayor información acerca del diseño de preguntas efectivas.

¿Cuándo debería usar esta técnica?

Esta técnica puede ser utilizada en cualquier etapa del proceso de desarrollo, dependiendo de las preguntas formuladas en el cuestionario. A menudo, los cuestionarios son utilizados una vez que el producto ha sido lanzado con el objetivo de mejorar la satisfacción el cliente respecto del mismo. El cuestionario es una herramienta fundamental para el tema a investigar, formulando las preguntas acordes a las personas que va dirigida dicha investigación que deseamos conocer a profundidad.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

La población a la que se dirigió la presente investigación, corresponde a el universo que estuvo conformado por 370 personas que representan a la población escogida, el objetivo del estudio fue registrado por datos otorgados por la Comuna Palmar.

CUADRO 2 Tamaño de la Población

DATOS	#
Comerciantes	30
Dueños de Barcos	20
Pescadores	320
TOTAL	370

Fuente: Secretaría de Comuna Palmar
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

2.7.2. Muestra

Se escogió a la población de comerciantes, armadores de barco y pescadores pues son los que decidirán si se ejecuta o no dicho proyecto, mediante encuestas.

CUADRO 3 Tamaño de la Muestra

INSTRUMENTO	POBLACIÓN OBJETIVA	MUESTRA
Encuesta	Comerciantes de Pesca	30
Encuesta	Armadores de Barco	20
Encuesta	Pescadores	51
TOTAL		101

Fuente: Secretaría de Comuna Palmar
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Se aplicó el muestreo aleatorio simple; a continuación se detalla la fórmula utilizada para determinar la muestra objeto de estudio:

DATOS Y FÓRMULA

N: 370

N: ?

p: 0,90

q: 0,10

Me: 0,05

Nc: 95 - 0,95 - 1,96

$$\begin{aligned}n &= \frac{N(p)(q)}{\frac{Me^2}{Nc^2}(N-1) + (p)(q)} = \\n &= \frac{370(0,90)(0,10)}{\left[\frac{0,05^2}{1,96^2}(370-1) + (0,90)(0,10)\right]} = \\n &= \frac{370(0,09)}{\frac{0,0025}{3,8416}(369) + (0,09)} = \\n &= \frac{33,30}{\frac{0,9225}{3,8416} + (0,09)} = \\n &= \frac{33,30}{0,2401 + 0,09} = \\n &= \frac{33,30}{0,3301} = \\n &= 100,8785 \\n &= \mathbf{101 R//}\end{aligned}$$

Lo que implica que la muestra probabilística es de 101. Al constatar la población general de la comuna palmar, y obtener la muestra de la población objetiva de 370 comerciantes de pesca existentes, iniciaremos la correcta investigación planteando lo necesario a utilizar para obtener la información verídica y necesaria para luego sacar conclusiones de que si el proyecto es aceptado o no.

2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN

2.8.1. Procedimientos

- ❖ **Búsqueda de información:** Consiste en la búsqueda del tema de interés, como es la Creación de una Planta con cámaras frigoríficas en la comuna Palmar.
- ❖ **Identificación del problema de la comunidad:** la primera etapa fue recopilar información del problema de los comerciantes de pesca blanca.
- ❖ **Selección del tema:** el tema a investigar en cuanto a la problemática existente.
- ❖ **Justificación del trabajo:** La Empresa es una institución fundamental en la vida social y económica en la que se integran los que aportan su espíritu emprendedor y precisamente la motivación para que dicho proyecto se ejecute y mejore el desarrollo de un pueblo.
- ❖ **Objetivos:** Tener bien claro los objetivos que deseamos conseguir con este tema de investigación.
- ❖ **Operacionalización:** aquí vamos a seleccionar las variables, conceptos, indicadores, ítems e instrumentos a utilizarse.
- ❖ **Formulación de los instrumentos de investigación:** aquí seleccionaremos los instrumentos necesarios para poder obtener buenos resultados en la investigación.
- ❖ **Construcción del marco teórico:** se continuó utilizando las variables tanto independiente como dependiente y sus respectivas dimensiones.
- ❖ **Diseño de metodologías:** aquí se busca la metodología a utilizarse, modalidades y técnicas.
- ❖ **Recolección de la información:** buscar información sobre el tema de interés, en libros y páginas de internet para luego plasmar este informe en documentos que validen dicha investigación.

2.8.2. Procesamiento

En el procesamiento de la información se empezó digitando en la computadora en hojas de Word de la siguiente manera:

- ❖ Ordenando la información recopilada en este lapso investigativo.
- ❖ Tabulación de todos los datos de la información recopilada.
- ❖ Codificación de datos, para tener un orden específico y correcto.
- ❖ Elaboración de tablas o datos, de acuerdo al modelo que se escoja.
- ❖ Construcción de los gráficos, es decir tablas estadísticas y graficas a utilizarse.
- ❖ Análisis de la información recopilada de los encuestados.
- ❖ Interpretación de los resultados que analizamos anteriormente.
- ❖ Comprobación de la hipótesis, saber si se cumplió o no lo que se suponía anteriormente.
- ❖ Elaboración de conclusiones, resumiendo los hechos acontecido de la investigación.
- ❖ Formulación de recomendación, dar detalladamente la información a seguir.
- ❖ Diseño de la propuesta, dar opciones de solución a la problemática que se presenta en los actuales momentos.
- ❖ Elaboración del informe final, para los respectivos análisis de los conceptos investigados y dar criterios propios, previo análisis del mismo, el enunciado se elaboró con sus respectivos números siguiendo una secuencia ordenada con los espaciados solicitados, tamaño de letra, configuraciones, etc.
- ❖ Entrega del informe final, para la posterior corrección del tutor.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Encuesta dirigida a comerciantes de pesca

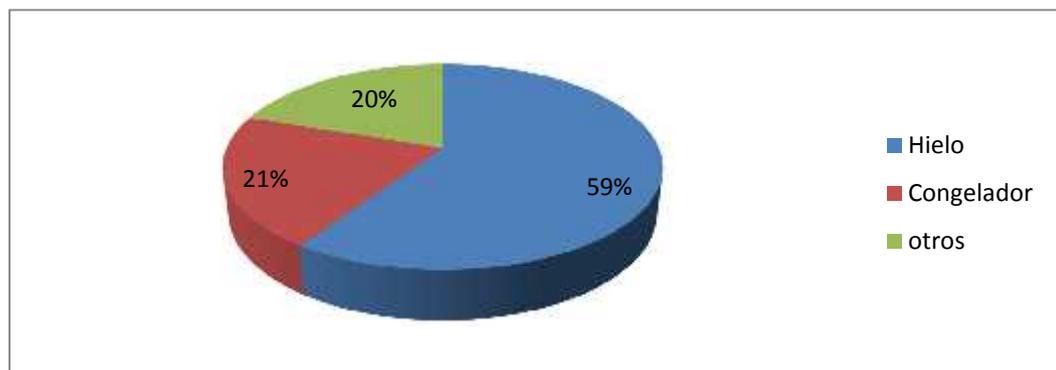
Pregunta 1: ¿En la actualidad que método utiliza para mantener o congelar su pesca?

TABLA 1 Mantenimiento de Pesca

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Hielo	60	59,41
Congelador	21	20,79
Otros	20	19,80
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 1 Mantenimiento de Pesca



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Los resultados que muestra este gráfico es que la mayoría de los comerciantes para poder mantener su pesca en buen estado, utilizan hielo en marquetas o sacos hasta que llegue al lugar de destino, es decir cuando se realiza la venta de sus productos y así obtienen una buena rentabilidad en sus ingresos.

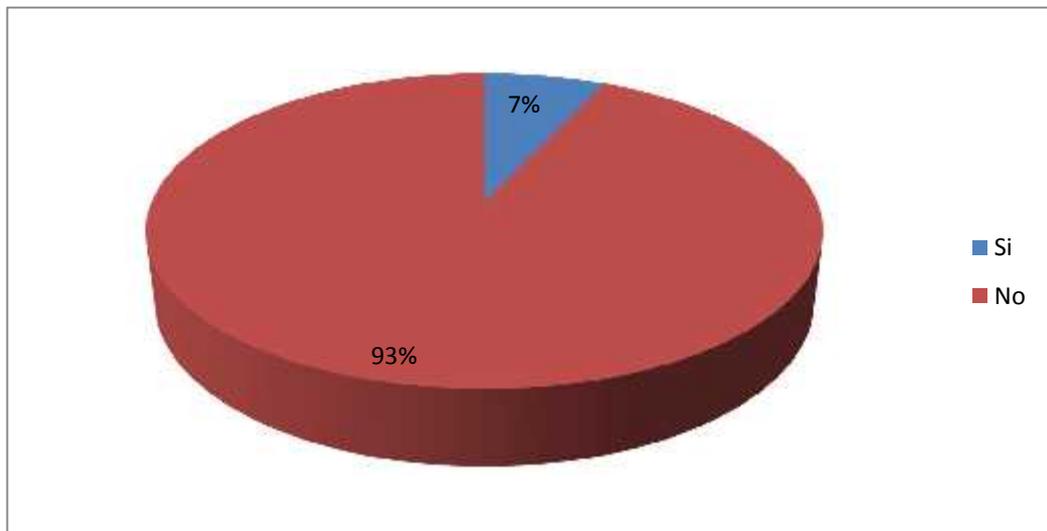
Pregunta 2: ¿Existe en este sector los servicios de una Cámara Frigorífica?

TABLA 2 Existencia de Cámara Frigorífica

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	6,9
No	94	93,1
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 2 Existencia de Cámara Frigorífica



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Según los datos obtenidos en este gráfico podemos observar que la mayor parte de los comerciantes de pesca respondieron que no existe una cámara que abastezca sus necesidades en cuanto al servicio que desean adquirir, pues para los ellos la capacidad de almacenamiento debe ser amplia y de satisfacción de los mismos.

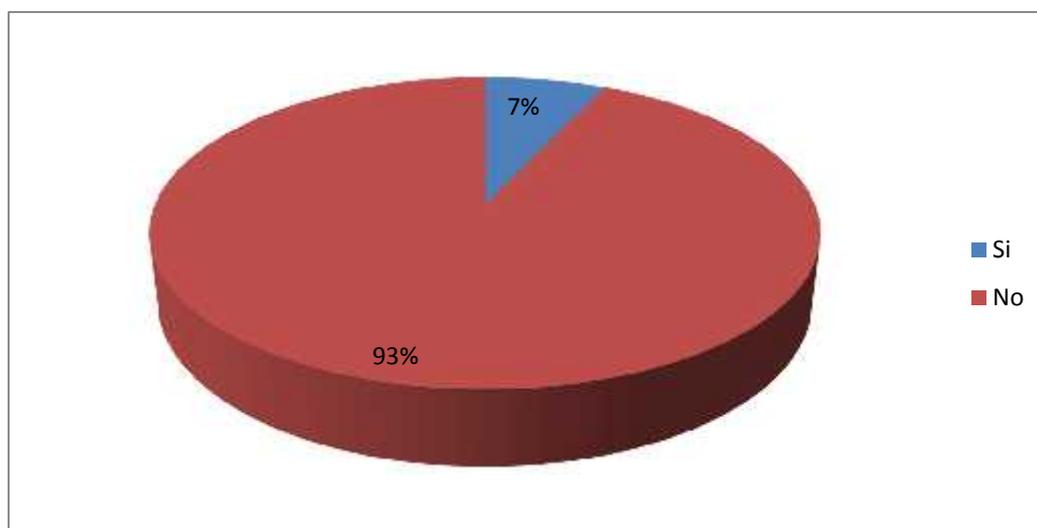
Pregunta 3: ¿Está contento/a con el servicio que ellos brindan? En caso de contestar si la pregunta anterior, caso contrario omitirla.

TABLA 3 Satisfacción del servicio

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	6,9
No	94	93,1
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 3 Satisfacción del Servicio



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Según estas representaciones, los datos obtenidos de los encuestados en su gran mayoría, respondieron que el servicio que prestan ciertas personas no es satisfactorio, porque es privada la pequeña cámara que existe no la alquilan, podemos darnos cuenta a simple vista que existe una gran insatisfacción en cuanto al obtener los servicios de guardar la pesca.

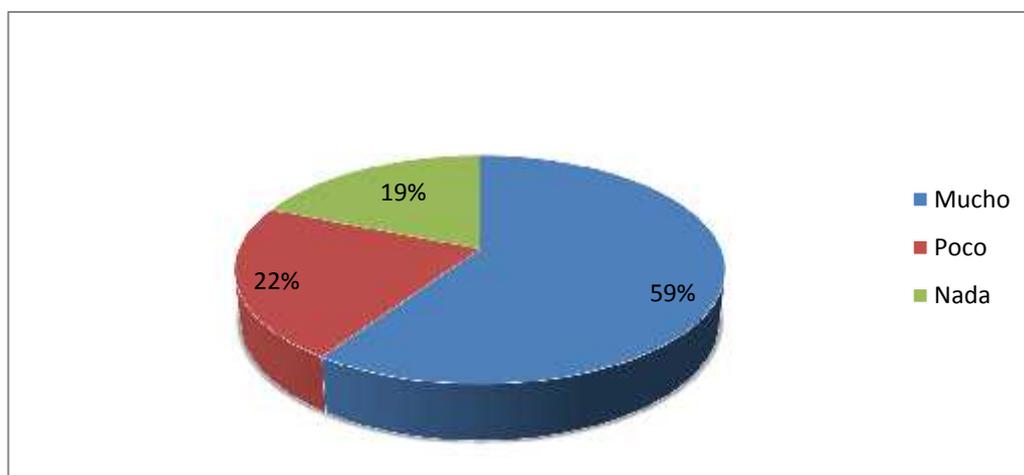
Pregunta 4: ¿Qué tan necesario es para usted obtener los Servicios de una Cámara Frigorífica?

TABLA 4 Obtención del Servicio Cámara Frigorífica

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	60	59,4
Poco	22	21,8
Nada	19	18,8
TOTAL	101	100,0

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 4 Obtención del Servicio de Cámara Frigorífica



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

En lo referente a la obtención del servicio de una Cámara frigorífica, de los 101 encuestados, el mayor porcentaje de relevancia respondieron que es de mucha importancia obtener este servicio ya que resolvería el problema de almacenar su pesca y mantenerla en buen estado, es decir que están dispuestos a utilizar dicho servicio si se ejecuta.

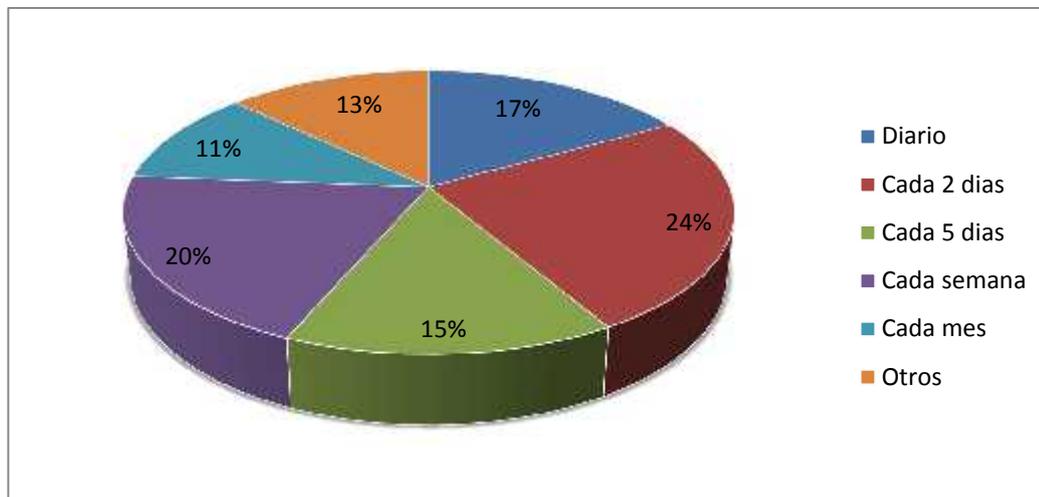
Pregunta 5: ¿Con que frecuencia usted utiliza o necesita los servicios de una Planta con Cámara Frigorífica?

TABLA 5 Frecuencia de utilizar Cámara Frigorífica

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Diario	17	16,8
Cada 2 días	25	24,8
Cada 5 días	15	14,9
Cada semana	20	19,8
Cada mes	11	10,9
Otros	13	12,9
TOTAL	101	100,0

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 5 Frecuencia de utilizar una Cámara Frigorífica



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

De los resultados obtenidos en esta investigación, en el gráfico podemos observar que en gran parte los posibles clientes están dispuestos a utilizar los servicios de una Planta con cámara frigorífica cada 2 días, ya que de esta manera almacenarían lo suficiente para posteriormente su producto ser vendido a un buen precio y poder alcanzar su objetivo.

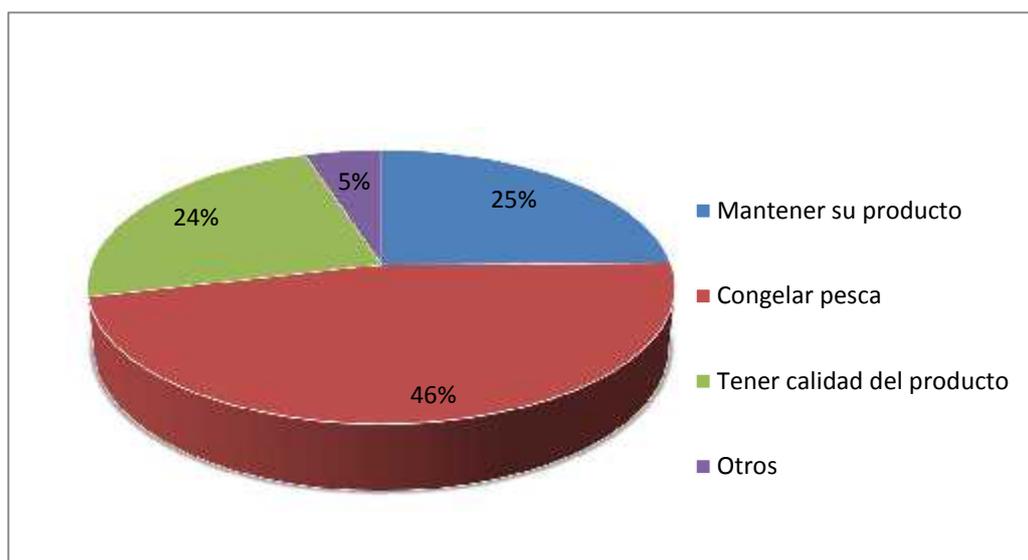
Pregunta 6: ¿Usted para que utiliza una planta con Cámara Frigorífica?

TABLA 6 Utilización de Cámara Frigorífica

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Mantener su producto	25	24,8
Congelar pesca	47	46,5
Tener calidad del producto	24	23,8
Otros	5	5,0
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 6 Utilización de Cámara Frigorífica



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

De los comerciantes encuestados que afirmaron utilizar una Planta con Cámara Frigorífica, en mayor proporción indican que necesitan el servicio para congelar la pesca para mantenerla en buen estado, por tanto deducimos que a la mayoría de los comerciantes les interesa tener calidad de su producto, mantenerlo con su frescura y a la vez congelarla para luego ser comercializada.

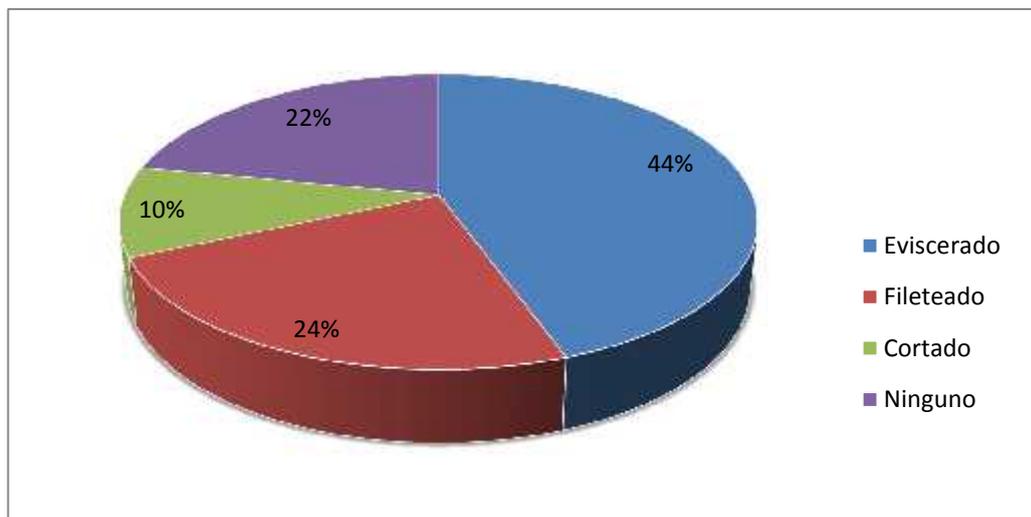
Pregunta 7: ¿Además de utilizar una planta con cámara frigorífica que otros servicios le parecen necesarios?

TABLA 7 Servicios Adicionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Eviscerado	45	44,6
Fileteado	24	23,8
Cortado	10	9,9
Ninguno	22	21,8
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 7 Servicios Adicionales



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Dentro de la encuesta se vio la necesidad de mencionar el grado de importancia que tienen ciertas variables al momento de utilizar los servicios de una Planta con Cámara frigorífica. Se realizó un promedio y la de mayor grado para los comerciantes de pesca es el eviscerado, pues tienen pedidos de clientes, deduzco que para muchos estos servicios adicionales también serían muy importantes en esta investigación.

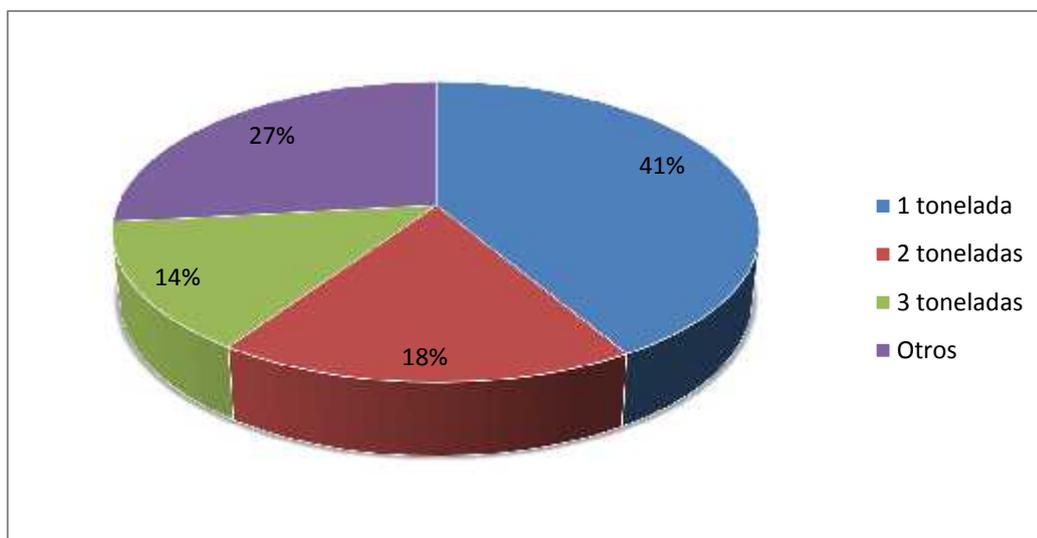
Pregunta 8: ¿Qué cantidad de pesca guarda o guardaría?

TABLA 8 Cantidad de Pesca

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
1 tonelada	42	41,6
2 toneladas	18	17,8
3 toneladas	14	13,9
Otros	27	26,7
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 8 Calidad de Pesca



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Al consultar acerca de la cantidad de pesca, encontramos representado en el gráfico que gran parte afirman que guardan 1 tonelada de pesca diaria, concluyo diciendo que la mayoría de los encuestados guardan diariamente de 1 hasta 5 toneladas de pesca por tanto es factible la aceptación de los posibles clientes en cuanto al almacenaje de su producto.

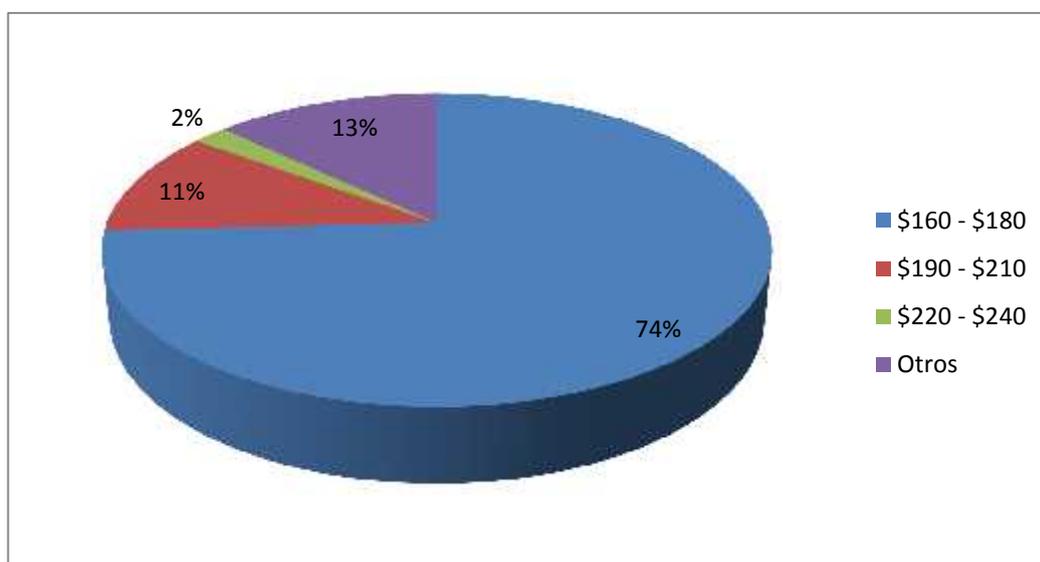
Pregunta 9: ¿Cuánto pagaría usted por el servicio de mantener su producto al mes?

TABLA 9 Costo por mantener pesca

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
\$160 - \$180	75	74,3
\$190 - \$210	11	10,9
\$220 - \$240	2	2,0
Otros	13	12,9
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 9 Costo por mantener pesca



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Según datos obtenidos en este gráfico podemos observar que la mayor parte de las personas encuestadas están dispuestos a cancelar por mantener su producto de \$160-\$180 por una tonelada de pesca, es decir que los comerciantes están conscientes en cancelar por tonelada el valor antes mencionado ya que al sacar su presupuesto si les alcanza para tener una rentabilidad aceptable.

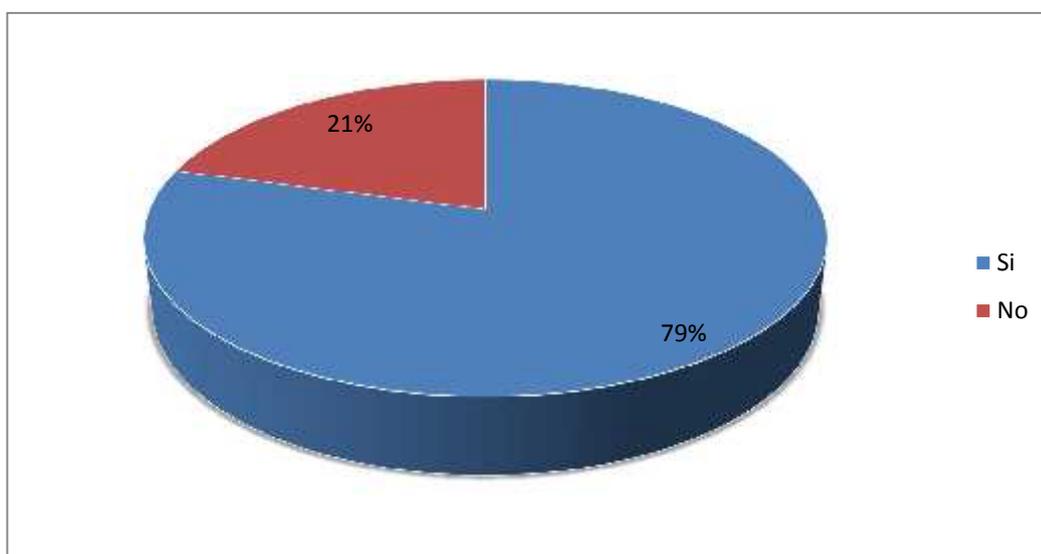
Pregunta 10: ¿Usted utilizaría los servicios de una planta con Cámara Frigorífica, que está ubicada en Palmar?

TABLA 10 Aceptación de Cámara Frigorífica

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	79,2
No	21	20,8
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 10 Aceptación de la Cámara Frigorífica



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

En los datos obtenidos de esta encuesta por las 101 personas, según el gráfico podemos observar que el grado de aceptación para la Creación de una Planta con Cámara Frigorífica en la comunidad de Palmar es muy significativa ya que es de una gran necesidad para los posibles clientes, en resumen es de vital importancia implementar este servicio para los comerciantes que se dedican a esta actividad.

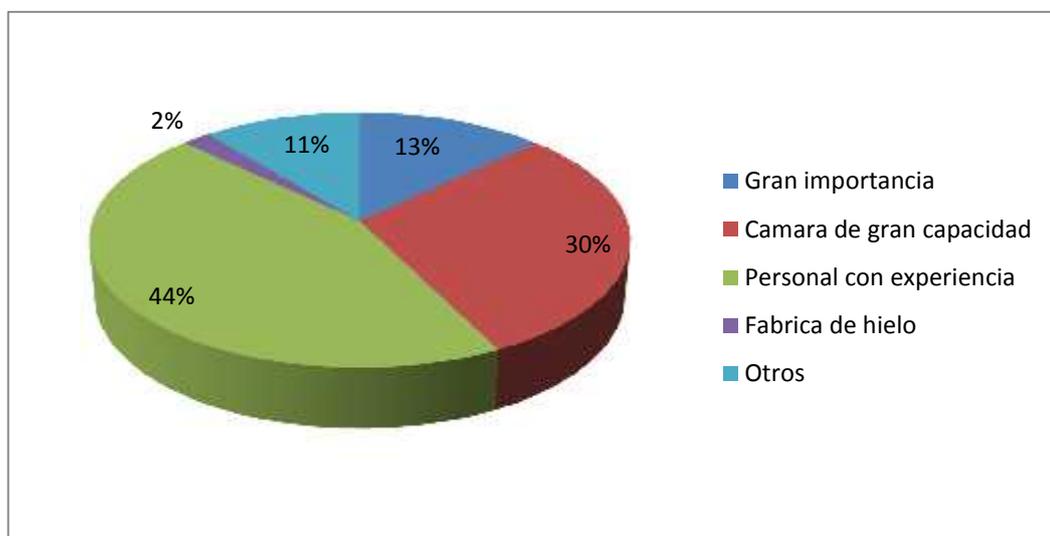
Pregunta 11: ¿Tiene algún comentario o sugerencia que tenga o quiera decirnos?

TABLA 11 Comentario sobre este servicio

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Gran importancia	13	12,9
Cámara de gran capacidad	30	29,7
Personal con experiencia	45	44,6
Fábrica de hielo	2	2,0
Otros	11	10,9
TOTAL	101	100

Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

GRÁFICO 11 Comentario Sobre Servicio



Fuente: Comerciantes encuestados.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

En los datos obtenidos de esta encuesta se encontró que de 101 encuestados, correspondiente en su mayoría, opinaron que la empresa debe contar con un personal con experiencia, aptos para desempeñarse en este ámbito empresarial, brindando así un servicio de calidad y una buena atención al cliente, distinguiéndose de las demás empresas.

3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.2.1. Conclusiones

De acuerdo a los estudios realizados hemos notado que la ejecución de nuestro proyecto es viable y como conclusiones tenemos:

- Dentro del proyecto estudiado descubrimos que la comunidad de Palmar está en pleno desarrollo necesita una cámara frigorífica de esta característica ya que la aceptación que obtuvimos en el estudio de mercado es del 79% lo que nos da con certeza la factibilidad de su creación.
- En esta investigación realizada nos pudimos dar cuenta que, en cuanto al método que utilizan los comerciantes un 59% utilizan hielo para evitar que su producto se dañe.
- En la pregunta cinco en la cual el 59% de los encuestados respondieron que para ellos es muy importante obtener los servicios de una cámara frigorífica ya que de esta manera estarían eliminando costos altos al trasladarse a otro lugar.
- En la pregunta seis nos refleja que los posibles clientes utilizaran los servicios de la cámara frigorífica en un 46% para congelar su pesca y conservarla.
- En cuanto a la pregunta diez nos reflejó que en un 74% los posibles clientes están dispuestos a cancelar por el servicio de almacenar su producto en la cámara frigorífica de \$160 a \$180, ya que para ellos es muy necesario.
- En la última pregunta de la encuesta realizada, obtuvimos que para el 44% sería muy significativo que la empresa cuente con personas de mucha experiencia en cuanto a las áreas que tendría la empresa al implementarse.

3.2.2. Recomendaciones

El trabajo de investigación realizado y de acuerdo al criterio de los autores por el proceso de análisis de información se determina las siguientes recomendaciones.

- Debido a que nuestra planta con cámara frigorífica es nueva en el mercado, se debe emprender una campaña masiva de publicidad, enfocada al mercado pesquero artesanal que despierte interés en los comerciantes de pesca.
- Analizar el mercado tanto de la oferta como la demanda para incrementar las ventajas y mejorar las desventajas que existen en el sector pesquero artesanal a través de la oferta de un servicio accesible al consumidor.
- Recomendamos que se realice el proyecto de la Planta con Cámara Frigorífica que cumpla todos los parámetros y estándares de calidad, que demuestren que nuestro servicio será eficiente y de calidez para los usuarios.
- Es importante no solo aplicar a los procesos de congelamiento y mantenimiento, si no también implementar el proceso eviscerado, cortado, y fileteado en nuestros servicios adicionales, según las respuestas de nuestra encuesta.
- Los comerciantes deberían abrir nuevos mercados para que su producción sea comercializada a precios competitivos cumpliendo siempre con los estándares de calidad exigidos.
- La ubicación es un factor importante que beneficiara a nuestra empresa, por los que concluimos que debe ser en el Puerto pesquero de Palmar ya que aquí es donde se concentra gran porcentaje de Comerciantes de pesca.

CAPÍTULO IV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE LA CONSERVACIÓN DE PESCA BLANCA, EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para iniciar un análisis de la demanda primero nos enfocaremos en conceptualizarla, debido a que determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, en donde en principio se entiende por demanda, al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA) que es la cantidad de un determinado bienes o servicios que el mercado requiere, y se puede expresar como: $\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$.

Existen varios tipos de demanda las mismas que se pueden clasificar según:

- Su oportunidad: Demanda Satisfecha
Demanda Insatisfecha
- Su necesidad: Demanda de bienes necesario
Demanda de bienes no necesarios
- Su temporalidad: Demanda continua
Demanda estacional
- Su destino: Demanda de bienes finales
Demanda de bienes intermedios.

El principal objetivo es determinar los factores que afectan el comportamiento y las posibilidades reales para que el proyecto pueda participar satisfactoriamente en el mercado, pero también para comprobar si existe una demanda para el servicio de una Planta con Cámara Frigorífica.

4.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

a) Perfil del consumidor.- Es la descripción de las características de los consumidores de un producto o usuarios de un servicio determinado. Este perfil se obtiene tras realizar un estudio minucioso de los consumidores o usuarios, y es una variable muy importante para la definición de cualquier estrategia de marketing (establecimiento de un segmento de mercado, realización de una promoción de ventas, etc.)

b) Comportamiento de los consumidores.- Mediante la investigación que se realizó a los comerciantes de la comuna palmar se determinó que la implementación de una planta con cámara frigorífica de la conservación de pesca blanca, es beneficioso para la población, aun mas para los comerciantes de la localidad, por la inexistencia actual que existe, lo mismo que ocasiona dificultades e inconvenientes en la comercialización de este producto. Lo que nos permite continuar con la propuesta ya que la mayoría de los encuestados supieron decir que harían uso frecuente del servicio que otorgaría esta planta en la Comuna de Palmar, ya que en ocasiones el producto es vendido a un bajo precio, para no correr el riesgo de que el producto no pierda precio ni calidad ante el mercado.

c) Segmentación del mercado.- La segmentación del mercado permite analizar las oportunidades de segmento a los que se enfrenta la empresa, para esto es muy importante evaluar las categorías, a fin de poder identificar al grupo de consumidores potenciales a quienes se puede ofrecer el servicio.

d) Factores que afectan la demanda.- El objetivo fundamental con el análisis de la demanda es determinar cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al servicio a ofrecer.

e) Necesidad del producto.- Es importante establecer la necesidad del servicio de una Cámara Frigorífica, que sirva a los comerciantes de pesca y a su vez que se sientan satisfechos de poder contar con lo anhelado.

4.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo se determinó mediante una evaluación de quienes son los beneficiarios de que se implemente la planta con cámara frigorífica en la Comuna de Palmar, por lo que se detalla a continuación la población objetivo:

CUADRO 4 Población Objetivo

Población objetivo	Cantidad
Comerciantes	30
Dueños de Barcos	20
Pescadores	320
TOTAL	370

Fuente: Comuna Palmar.

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES METAS

Mis clientes metas son determinados mediante la encuesta realizada a los comerciantes, quienes son los beneficios directos de la implementación de la planta con cámara frigorífica. Son considerados como mis clientes metas, por la razón que son los que comercializan el producto en los distintos segmentos de mercado al que se dirigen, y hacen uso de este servicio con frecuencia, para no perder la calidad del producto o reducir sus ganancias. Se identificó a los clientes metas a través de una lista que se obtuvo en la oficina de la Comuna Palmar, esta lista está compuesta de 30 comerciantes quienes por ahora son mis clientes más cercanos, aunque también el servicio a ofertar estará dirigido a los 20 dueños de barco y a los 320 pescadores que en ocasiones hacen uso de las cámaras frigoríficas.

4.4.1. Género

De acuerdo a la encuesta realizada se identificó que nuestros servicios está dirigido principalmente al género masculino que son los clientes metas, es decir a los comerciantes.

Aunque en los dueños de barcos existen clientes del género femenino, es por esta razón que podemos determinar que nuestros servicios están dirigidos a los dos géneros femenino y masculino.

4.4.2. Edad

Al verificar la investigación que se realizó en la comunidad de Palmar, tenemos como resultado que personas de 23 años hasta 60 años se dedican a esta actividad.

4.4.3. Ingreso Aproximado

Los ingresos de nuestros clientes metas o población objetivo está entre los \$500,00 hasta \$1.000,00 dependiendo de la cantidad de pesca que se obtenga por faena y su posterior comercialización.

4.4.4. Nacionalidad

Estamos dirigiendo nuestro servicio al consumidor de nacionalidad ecuatorianos oriundos de la Provincia de Santa Elena, Comuna Palmar. Esto se determinó debido a que los comerciantes que son designados como nuestro mercado objetivo son esta localidad.

4.4.5. Geografía



Fuente: Mapa territorial de la Provincia de Santa Elena

4.5. FRECUENCIA DE USO/COMPRA

De acuerdo a la investigación realizada a los comerciantes de pesca utilizarían la cámara frigorífica diario, cada 2 días, cada 5 días, cada semana y mensualmente, para poder tener calidad del producto, poder comercializarlo a un mejor precio y tener la rentabilidad deseada.

4.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En cuanto a la encuesta realizada en la pregunta 10 que decía, si está dispuesto a utilizar los servicios de Cámara Frigorífica que está ubicada en Palmar, obtuvimos como resultado que el 79% está dispuesto a adquirir el servicio ya que se torna muy indispensable para ellos como comerciantes de Pesca, poder ofrecer un producto de calidad al mercado. En el siguiente cuadro vemos reflejado la demanda que obtendremos proyectado en 10 años, en cuanto a los posibles clientes que utilizaran nuestro servicio.

CUADRO 5 Proyección de la Demanda

Población Total	% de Aceptación	Año	Crecimiento de la población	Tasa de crecimiento Anual
370	0,79	Año 1	292	15
		Año 2	307	15
		Año 3	322	16
		Año 4	338	17
		Año 5	355	18
		Año 6	373	19
		Año 7	392	20
		Año 8	411	21
		Año 9	432	22
		Año 10	453	23

Fuente: Proyección de la demanda
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

4.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para empezar a realizar el análisis de la oferta se debe conocer primero el significado de la misma así: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” Los principales abastecedores para el servicio de la cámara frigorífica serán los comerciantes de pesca de la Comunidad de Palmar.

Para el análisis de la oferta se elaboró una encuesta dirigida a los comerciantes, dueños de barcos y pescadores de la comunidad de Palmar, en donde se pudo constatar que las personas dedicadas al comercio, en su mayoría utilizan hielo para mantener su producto en buen estado y poder comercializarlo. Pero si el hielo esta escaso se ven obligados a vender su producto de inmediato y a un menor precio, esto da lugar a que sea factible la creación de una planta con cámara frigorífica facilitando así el ahorro de tiempo y dinero a las personas que realizan esta actividad diariamente.

4.7.1. Identificación de los Competidores

A nivel de la Provincia de Santa Elena no existe una amenaza entre las empresas, porque es un servicio que se está dando a conocer en la comunidad de Palmar y solo existen tres empresas:

La una ubicada en Anconcito, dedicada al procesamiento de la pesca desde su inicio hasta el final para luego ser almacenada para su posterior venta, en Santa Rosa, dedicada al proceso de pesca y mariscos y en San Pablo dedicados al congelamiento y exportación de sus productos a diferentes sectores, todas estas solo las utilizan sus dueños ya que poseen embarcaciones propias por lo cual después de la captura de la pesca proceden a guardar su producto y por lo general no prestan este servicio a particulares.

4.8. DEMANDA INSATISFECHA

Al realizar las encuestas pudimos constatar que la demanda insatisfecha serían los comerciantes de pesca, los dueños de barcos y posiblemente los pescadores ya que no cuentan con un lugar en donde almacenar su producto para luego ser comercializado a un mejor precio.

CUADRO 6 Demanda Insatisfecha

Población objetivo	Cantidad
Comerciantes	30
Dueños de Barcos	20
Pescadores	320
TOTAL	370

Fuente: Demanda insatisfecha

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.9. MARKETING MIX

El plan de marketing está completamente unido al marketing mix y a la famosa teoría de las 4 P que corresponde a la adecuación de un producto por parte de una empresa para servirlo al mercado (personas) en base a unos parámetros (producto, precio, promoción y plaza).

4.9.1. Producto

Hace referencia a la variable, producto que puede ser un consumible, un servicio, una noticia de un periódico, un alimento que se vende en una frutería, etc. Una empresa es generadora de muchos productos que forman parte de un gran grupo que es el tipo de productos; de los que quizás en ese caso si solo tenga uno. En este caso nuestro servicio a ofrecer va dirigido a los comerciantes dedicados a la compra y venta de pesca blanca de la Comunidad de Palmar.

4.9.1.1. Objetivo del Servicio

Ser líderes en el mercado, siendo la primera opción en la mente de nuestros posibles consumidores en cuanto a cámaras frigoríficas se refiera.

4.9.1.2. Estrategias del Servicio

Marca: Elemento clave para que nuestros clientes sepan con exactitud qué servicio están adquiriendo. La marca que tendrá la empresa “D´NUR S.A” es una de las principales características.

Marca del Servicio

D´NUR S.A.

Logo: Sera la imagen que implementaremos en cada una de nuestras publicidades para que el cliente tenga mayor facilidad de identificar nuestro servicio. Recalamos que nuestra imagen representara prestigio, confianza y respaldo al proyecto del servicio a ofrecer.

Logotipo de la Empresa



Fuente: Logotipo de empresa
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

Slogan: El slogan es la frase que apoya y refuerza nuestra marca, resaltando el valor y característica de la misma. Nuestro Slogan será:

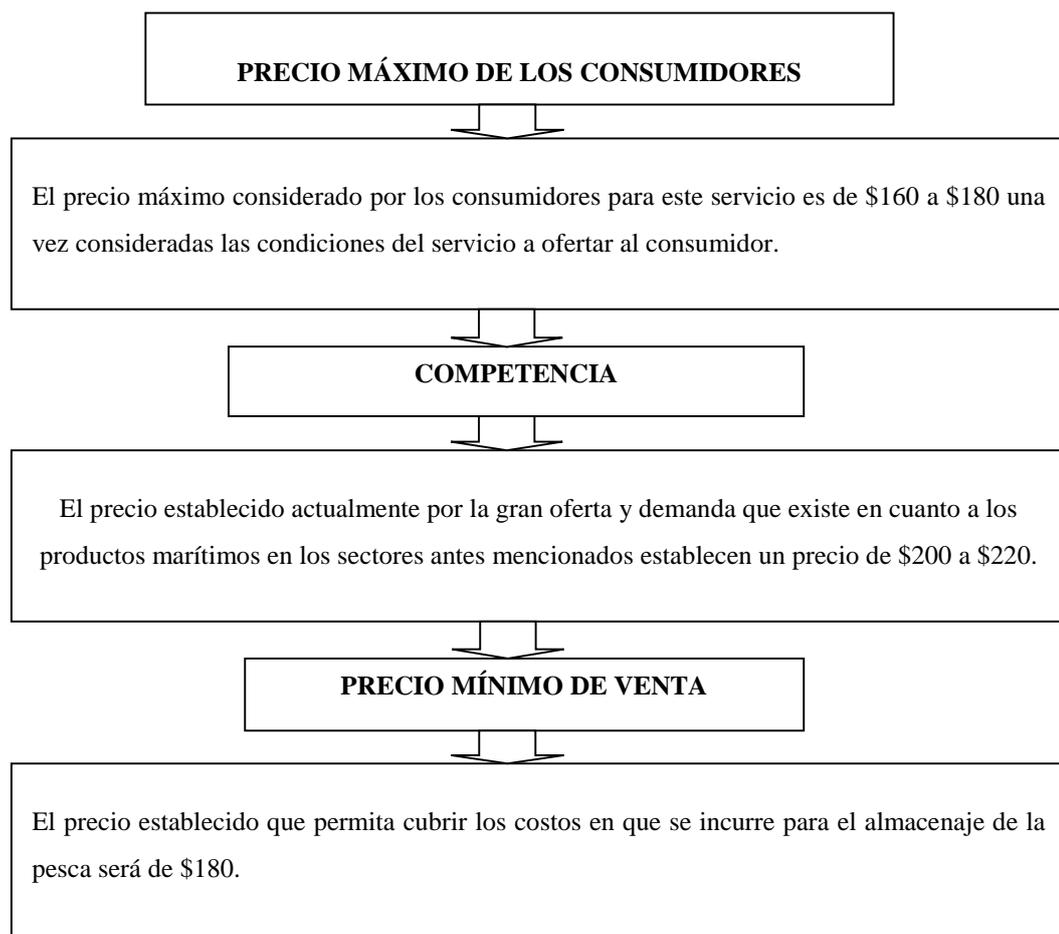
D´NUR S.A.: “frescura a tiempo”

4.9.2. Precio

El precio será fijado basándonos en los costos para la producción del proyecto y sobre todo el resultado de las encuestas que nos indica cuanto estaría dispuesto a pagar nuestro posible cliente. El precio será de \$180, de acuerdo a las encuestas realizadas por la prestación del servicio de la cámara frigorífica, puesto que la mayoría de los encuestados manifestaron que estarían dispuestos a pagar por el servicio un rubro de \$ 160 \$180, esto es por tonelada.

4.9.2.1. Estrategias de precios

GRÁFICO 12 Estrategia de precios



Fuente: Estrategia de precios
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

4.9.3. Estrategia de distribución

Es el lugar físico o virtual en el que se venden los productos y que obligatoriamente genera un canal de distribución interno de entrada hasta el punto de ventas. Manifestamos que en la planta con cámara frigorífica se utilizarán estrategias que nos ayude a tener un buen rendimiento en cuanto al servicio a ofrecer.

CUADRO 7 Estrategias de Plaza o Distribución

MODALIDAD DE LA ESTRATEGIA	ESTRATEGIA
<p data-bbox="437 1178 619 1211" style="text-align: center;"><u>INTENSIVA</u></p> <p data-bbox="316 1301 740 1720">La estrategia de plaza o distribución a utilizar en la empresa “D’NUR S.A.” es intensiva porque se busca incursionar en los mercados posibles que tengan relación a la oferta del servicio de almacenamiento.</p>	<ul data-bbox="815 1178 1355 1883" style="list-style-type: none">▪ Lograr una mayor cobertura en menor tiempo mediante la especificación del segmento al que se quiere dirigir el servicio.▪ Realizar promociones efectivas que den a conocer el servicio en los diversos segmentos de mercado.▪ Incrementar la capacidad de almacenamiento por el crecimiento de la demanda ya que el servicio cuenta con una aceptación por parte del sector al que se dirige.

Fuente: Estrategia de Distribución
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

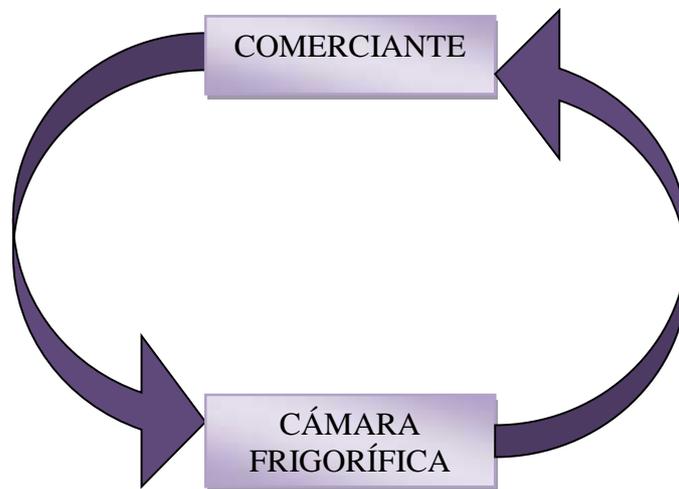
4.9.3.1. Identificación del Canal Óptimo

“Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales. El productor siempre tratara de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista”. BACA URBINA, Gabriel, “Evaluación de proyectos” McGraw Hill, cuarta edición, 2008, p. 54

Con relación a lo que se acaba de analizar podemos decir que el canal de distribución es:

Venta Directa.- Para los comerciantes de pesca que llegan directamente a la planta con cámara frigorífica, el canal de distribución seria Comerciante – Cámara Frigorífica - Comerciante, una venta directa a los precios ya establecidos.

GRÁFICO 13 Canal de Distribución



Fuente: Canal de distribución
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.9.4. Promoción

Actividades promocionales y de publicidad (marketing directo, publicidad directa) que se realizan para estimular la demanda y conseguir ventajas; uno de los objetivos casi siempre principales en un plan de marketing.

Daremos a conocer el servicio mediante la entrega gratuita de folletos o afiches en lugares que tengan relación como el puerto pesquero de Palmar, donde conste servicio, promoción y ubicación, también diferentes tipos de soportes que existen para llegar a nuestro cliente objetivo. Los soportes serian: Prensa escrita, Radio e internet.

Prensa escrita: Dentro de los diferentes diarios del país entre los más importantes está el diario SUPER que es generalmente leído por los jefes de hogares, este será el medio por el cual publicaremos información sobre el servicio a ofrecer.

Radio: Este medio nos ayudara para dar a conocer nuestro servicio, ya que en comparación con los otros medios es más económico, también cuenta con una gran cobertura lo cual nos permite llegar al radio escucha con la información necesaria de los servicios de la cámara frigorífica.

4.9.4.1. Presupuesto de Promoción

CUADRO 8 Presupuesto de promoción

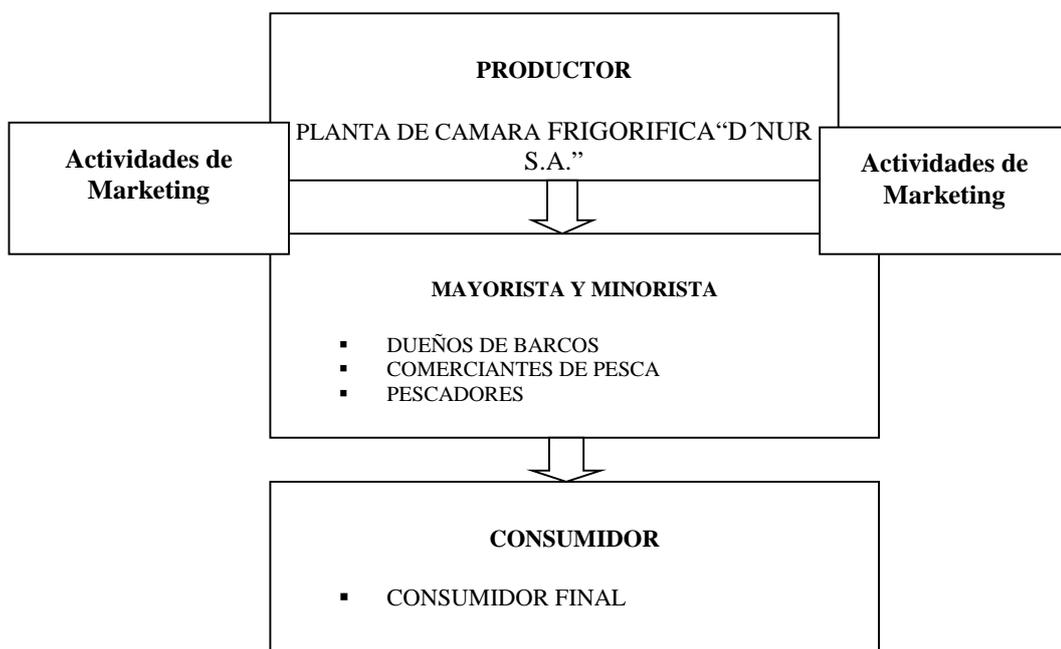
Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Afiches 8x9 cm	100	0,30	30
Hojas volantes	200	0,10	20
Cuñas radiales	8	10	80
Espacio publicitario en Diario Súper	6	80	480
SUBTOTAL			610
IVA			73,2
TOTAL			683,2

Fuente: Planta con Cámara Frigorífica.
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.9.5. Estrategias competitivas

Nos identificaremos con el eslogan que dice: “Frescura a Tiempo” ya que el cliente pensara que el servicio que se quiere ofrecer es 100% garantizado.

GRÁFICO 14 Estrategia “Push”



Fuente: Estrategia Push
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Se considera la estrategia “PUSH” porque esta estrategia se maneja directamente con los consumidores que se quiere abarcar motivando a través del marketing a los comerciantes mayoristas y minoristas que en el caso de la Empresa “D’NUR S.A” son:

Los Dueños de barcos, comerciantes, y pescadores a quienes se les busca ofrecer el servicio de almacenamiento del producto que se extrae de tal forma que se logre un incremento en los índices de venta, permitiéndonos abarcar un mayor segmento de mercado.

4.10. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico de la empresa “D´NUR S.A.” de la Comuna Palmar, consiste en hacer un análisis del proceso de producción del servicio a ofrecer, entre ellos puntos importantes como: mano de obra, maquinaria necesaria para la producción de la demanda, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, costos de inversión y operación

4.10.1. Infraestructura de la Empresa

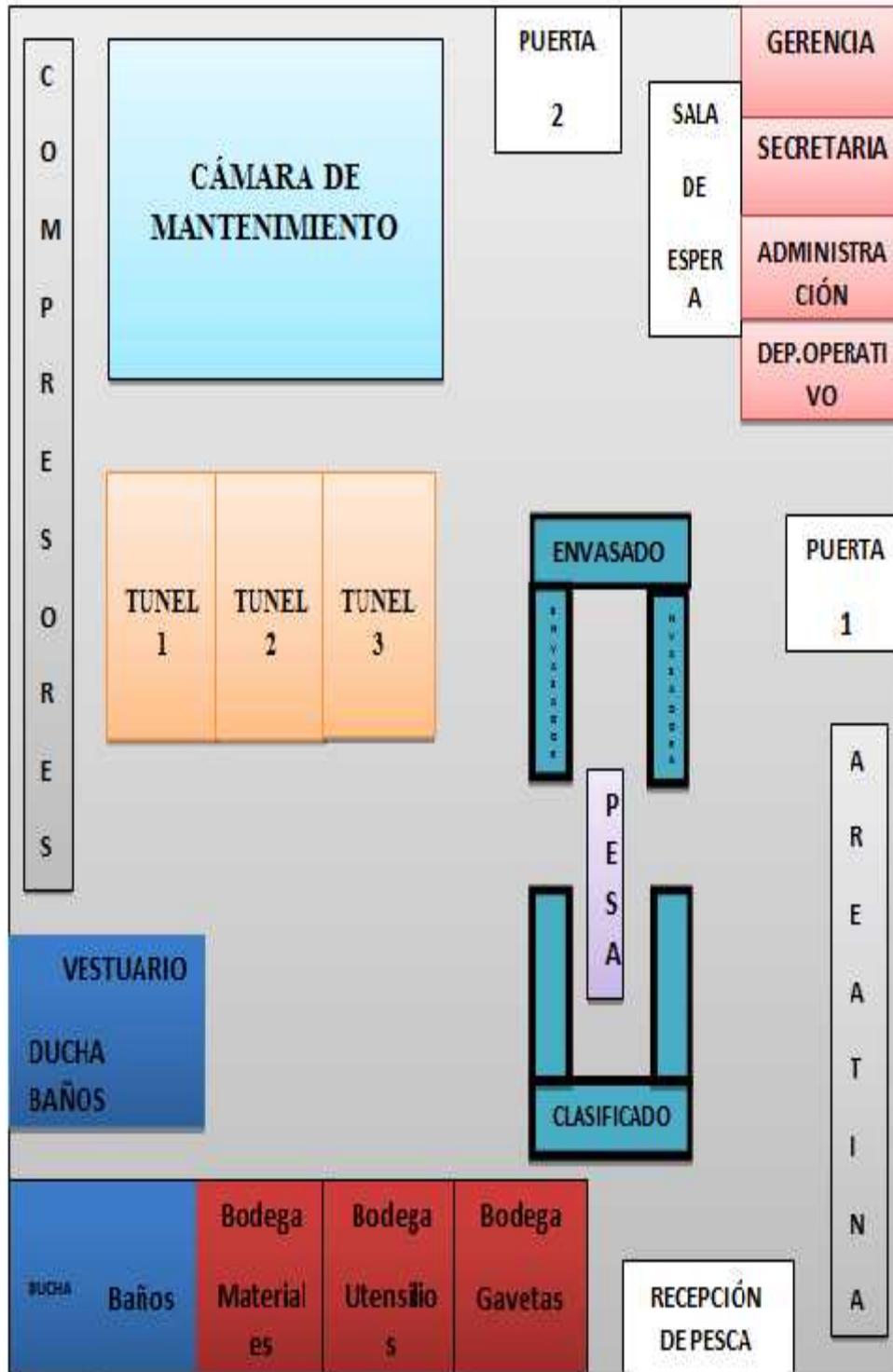
Las instalaciones de la empresa se encuentran divididas en áreas, las mismas que cuentan con el respectivo espacio necesario para sus funciones. El tipo de distribución utilizada dentro de la empresa, es la distribución por procesos. En el área de trabajo encontramos el área de gerencia, secretaria, administración y departamento administrativo y la sala de espera.

La distribución de la planta va acorde con las técnicas de elaboración de la pesca que a futuro almacenaran los posibles clientes.

Primero se encuentra el área de las tinas donde se ubicara la pesca que llegue en el área de recepción de pesca, luego el área de proceso donde se clasifica la pesca y luego se ubica en gavetas planas para ser refrigerada según el pedido del cliente, por consiguiente la bodega de almacenamiento de materiales y utensilios que la empresa necesita para dicho proceso.

Seguido de estos tenemos los baños tanto para hombres como para mujeres con su respectivo vestuario y duchas y finalmente tenemos 3 túneles de congelamiento con sus respectivos accesorios, seguido de esto tenemos la cámara de mantenimiento y el área de los compresores tanto de los túneles como de la cámara de almacenamiento.

GRÁFICO 15 Infraestructura de la Empresa



Fuente: Infraestructura de la empresa
 Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.10.2. Capacidad Instalada

La capacidad instalada corresponde a la capacidad disponible permanente de acuerdo al almacenamiento de las cámaras disponibles para el servicio a ofrecer. La capacidad instalada de las cámaras frigoríficas serán de: un túnel de congelamientos con capacidad de 14 toneladas en total, mientras que la cámara de mantenimiento tendrá una capacidad de 150 toneladas de almacenamiento.

4.10.3. Tamaño

La empresa contara con un terreno de (40x40) 1.600 metros cuadrados de los cuales solo se utilizaran (36x22) 722 metros cuadrados para la construcción de la Planta, sala de proceso, túneles de congelamiento, cámara de mantenimiento, bodega, patio y oficinas administrativas, lo cual permitirá ampliarse en el futuro de acuerdo a la demanda.

4.10.4. Ubicación del Proyecto

La empresa estará ubicada en zona de la Provincia de Santa Elena, en la Comunidad de Palmar específicamente Barrio “Cruce de Palmar”, calle principal vía a Manglaralto, cuya ubicación facilita el acceso del producto y contara con todos los servicios básicos necesarios y con perfectos sistemas de comunicación.

GRÁFICO 16 Plano de ubicación



Fuente: Google earth

4.10.5. Descripción de los procesos

Recepción de pesca

Al llegar el vehículo con la pesca a la planta procesadora el supervisor de Control de Calidad inspecciona visualmente las condiciones en que la pesca ha llegado, esto es: Limpieza exterior e interior del área destinada a la transportación de la pesca, verificando que las paredes estén libres de cualquier residuo de sangre, lodo, madera u otro material extraño con el objeto de evitar contaminación; además, se procede a inspeccionar el hielo que cubre al pescado, el cual debe estar limpio, libre de materia extraña y lo más integro posible (sin mayor derretimiento).

Calificación organoléptica

Una vez ingresada la pesca a la planta se coge una muestra de materia prima para verificar la temperatura con la que ha llegado, que no debe sobrepasar 10°C ni los - 2 °C como promedio mínimo entre **12** pescados, esto mediante la utilización de un termómetro calibrado. Al mismo tiempo se realiza sobre la muestra evaluación sensorial, esto es detección de olor, color y apariencia general; mediante utilización de los sentidos (olfato, vista, gusto, tacto).

Si las características detectadas corresponden a materia prima en buen estado de frescura, se aprueba y procede a su descarga. En caso de que la pesca presente signos de alteración (perdida del color, textura, presencia de olores y sabores extraños) y falta de hielo; se rechaza la pesca. Los resultados de la evaluación de materia prima se registran en el formato Recepción de Pesca y calificación organoléptica. La recepción de materia prima la efectúa personal capacitado, cumpliendo lo siguiente:

-Revisando la presencia de materia extraña, y removiéndola.

- Separando piezas con golpes, raspaduras, manchas, etc.; y rechazándolas.

- Separando materia prima en mal estado:

Si la descomposición es del 2,5 %, se rechaza lo descompuesto y acepta el resto del lote.

Si la descomposición es más de 2,5 % se rechaza toda la carga.

- Rechazando todo el lote si hay presencia de olores extraños (diesel, gasolina, aceite, etc.) y otros contaminantes.

- Reportando observaciones en registro Recepción de pesca.

Pesado

Después de la descarga se lava y desinfecta todo el material utilizado así como el vehículo, seguido de un enjuague con desinfectante (solución clorada de 50 ppm). Seguido por un enjuague final con agua clorada con 1.5 ppm de cloro residual. Antes de pesar la pesca se ha verificado que la balanza este calibrada. Además se elimina hielo, material extraño que afecte el peso neto, y/o vísceras de ser necesario. Existen pescas que por el tamaño se pesan individualmente; otras se colocan en recipientes previamente tarados y apropiados (gavetas, bandejas, etc.), para su pesaje y posterior traslado a la cámara de mantenimiento refrigerado. La persona encargada de recepción al momento de pesar la pesca llena un registro de control con los siguientes datos:

- ✓ Fecha de ingreso
- ✓ Nombre del proveedor - Procedencia de la pesca
- ✓ Número de piezas
- ✓ Peso

Se reportan observaciones en registros: Inspección y transporte de materia prima, Recepción de Pesca, Inspección de equipos (balanzas y termómetros).

Generalmente el 80% de la pesca que tratara provendrá de lanchas o embarcaciones de fibra. Esta pesca tiene un promedio de tiempo no mayor a 24 horas desde su captura lo que justifica su temperatura de recepción (10°C-15°C). Y el 20% de la pesca restante proviene de barcos o embarcaciones de mayor calado, esta pesca ingresa a planta generalmente a una temperatura de 0 a -2°C. Ambas son enfriadas de ser necesario y mantenerla previa a su proceso en tinas con agua y hielo a 0°C.

Enfriamiento con agua y hielo

Después del evento del pesado, el producto es colocado en tinas, las cuales habrán sido preparadas previamente con una parte de hielo triturado y dos partes de agua, este enfriamiento es momentáneo, hasta que dure la recepción de pesca, para de ahí dar paso a la etapa siguiente del proceso. Estas tinas preparadas, se encuentran a una temperatura no mayor a los 4,4 °C y no menor de 0 °C, teniendo una capacidad para mil libras aproximadamente de pescado en piezas, esto va a depender del tamaño y clase de especie que se colocara en las tinas, teniendo como resultado, que si las especies entre mayor sea de tamaño menor cantidad de piezas enteras entraran en las tinas preparadas.

Almacenamiento - refrigerado

El almacenamiento se lo realiza poniendo el producto en tinas preparadas, con una parte de hielo triturado y dos partes de agua las mismas que serán almacenadas en la cámara de fresco, esta se encuentra a una temperatura de 0 °C, asegurando que el producto almacenado no exceda el límite máximo de los 4,4 °C recomendados para mantener la alta calidad requerida. La temperatura en la cámara, será monitoreada y controlada constantemente por medio de un DATA LOGGER (registrador de datos), que graba a las variaciones de temperatura, la cual será impresa semanalmente para llevar un registro de temperaturas.

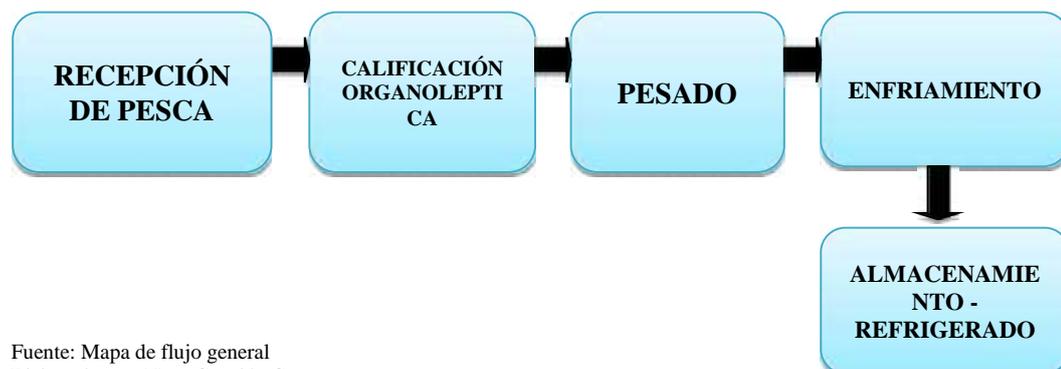
Se hace un chequeo visual cada 4 horas de termómetros y esto se registra en la carpeta de control de temperatura de Cámaras. Si la pesca es procesada dentro de las 24 horas consecutivas a partir de la recepción, es para congelado pero si el proceso no se realiza dentro de este tiempo su almacenaje se hace con hielo en escama sin necesidad de agua, es decir hielo seco. Los pasos seguidos al almacenaje con hielo son los siguientes:

- a.- Colocación de una capa de hielo en escamas a espesor de 5 a 10 cm.
- b.- Distribución de las piezas de pescado, cubriendo el área del colchón de hielo y alternando consecutivamente las capas de hielo y pescado.
- c.- Tapar con una mayor cantidad de hielo la última capa.
- d.- Mantener la cámara a 0°C

Hasta el almacenamiento refrigerado se le da a todas las especies de interés comercial adquiridas por la empresa, luego su proceso posterior dependerá de los requerimientos que haya sido solicitado por el cliente (importador), tanto como en producto congelado o producto en fresco.

4.10.5.1. Diagrama de Flujo de los Procesos

GRÁFICO 17 Mapa del Flujo General para la Recepción de la Pesca



Fuente: Mapa de flujo general
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

4.11. RECURSOS TECNOLÓGICOS

Los recursos tecnológicos con los que contara la empresa “D’NUR S.A.” serán adecuados para el buen funcionamiento y así poder minimizar gastos operativos. La tecnología que se utilizará para el desempeño eficiente de las actividades de la empresa, son los equipos de oficina y computo, maquinarias y herramientas con programas actualizados y acorde a las necesidades de la empresa. Entonces el uso de tecnología a la hora de brindar servicio implica retos. La estructura física de la empresa, en su mayoría está pensada para que sus integrantes puedan desenvolverse de una manera eficaz y que el cliente utilice nuestro servicio y se sienta satisfecho.

4.12. RECURSOS DE MAQUINARIAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

Se debe analizar una serie de factores que constituye al momento de decidir sobre la compra de maquinarias, equipos y herramientas ya que afectan directamente en la elección. La empresa “D’NUR S.A.”, cuenta con un espacio físico de 40x40 mts² en donde se utilizara parte del mismo para instalar todo lo necesario. A continuación detallamos:

CUADRO 9 Maquinarias, Equipos y Herramientas

DESCRIPCIÓN	Nº
Túneles de Congelamiento	1
Cámara de Mantenimiento	1
Parrillas para Túneles	7
Bandeja kalada baja	350
Tinas reforzadas	6
Pallets	25
Mesas de acero inoxidable	3
Pesas electrónicas	2
Romanas	4
Gavetas de rejás	50

Fuente: Maquinaria equipos y herramientas
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

Las maquinarias, equipos y herramientas antes detallados serán utilizados en el proceso del producto que ingrese a la empresa, los mismos que por su tecnología ofrecen una terminación favorable, satisfaciendo al cliente.

CUADRO 10 Muebles y Equipos De Oficina

DESCRIPCIÓN	Nº
Escritorios	2
Sillón gerencial	1
Sillas ejecutivas	3
Archivadores	2
Teléfono convencional	1
Aires acondicionados	2
Computadoras	2
Impresoras	2
Ups	2
Pendrive	1

Fuente: Muebles y equipos de oficina
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

4.13. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Hace parte de los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación. De un proyecto de inversión acompañado de otros pasos igualmente importantes como son: los estudios de viabilidad comercial, técnica, de gestión, de impacto ambiental y financiera, los cuales general información para adelantar el ciclo del proyecto y constituye la fuente básica para cualquier tipo de sistematización que apoye la toma de decisiones con el proyecto.

4.13.1. Marco Legal

Permisos de funcionamiento.

Los permisos necesarios que debe cumplir toda empresa son las siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes
- Matricula Municipal
- Permiso de Cuerpo de Bomberos
- Permiso Sanitario
- Licencia Anual de Funcionamiento para locales comerciales.

REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC PARA COMPAÑIAS ANONIMAS Y LIMITADAS.

- Copia de cedula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral de representante legal).
- Original y copia del nombramiento del representante legal, inscrito en el registro mercantil.
- Formularios 01-A Y 01-B (resolución 0070).
- Original y copia de la planilla de cualquier servicio básico (último trimestre) a nombre de la Compañía, representante legal o del contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre de la compañía.
- Original del registro de sociedades (datos generales y accionistas).
- Original y copia de la escritura de constitución con su respectiva resolución e inscripción en el registro mercantil.
- Copia de cedula de identidad vigente legible del contador.

PATENTE MUNICIPAL.

- Copia del RUC.
- Copia de cedula de identidad del representante legal.
- Certificado del cuerpo de Bomberos.
- Tasa de trámites para patentes.

PERMISO SANITARIO.

Los permisos sanitarios se conceden al realizar las inspecciones a los locales comerciales, trámite que se realiza cada año, los dueños de los establecimientos que no hayan registrado su local deben acercarse al municipio a solicitar la respectiva patente.

Entidades relacionadas.

De acuerdo a la base legal y a los permisos necesarios para el funcionamiento del local puede determinarse que las entidades bajo las cuales estará controlado el negocio serán las siguientes:

Ilustre Municipalidad del Cantón La Libertad: controlara el cumplimiento de las ordenanzas municipales.

Servicio de Rentas Internas: vigilara el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Ministerio de Salud Pública: supervisara el cumplimiento de los procedimientos sanitarios.

Intendencia de Policía: controlara los precios de venta al público.

Superintendencia de Compañía: supervisara el manejo legal y societario de la compañía constituida.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS): estará a cargo de la afiliación de cada uno del personal que labora.

Leyes conexas

Toda actividad comercial estará regulada por diferentes leyes existentes dentro de la constitución política del estado, para el caso de este proyecto, tales códigos son los siguientes:

Ley de Régimen Tributario:

En lo referente al pago de impuestos fiscales, también indica el tipo de personería, ya sea esta natural o jurídica conjuntamente.

Con el apoyo de la ley de compañías que exige obtener el Registro Único de contribuyentes es decir el RUC, una vez que se encuentren los documentos en regla o legalizados facilita el proceso de la declaración de los pagos tributarios.

Ley Orgánica de Defensa al Consumidor: en lo concerniente a los derechos del consumidor.

Ley de compañías: en lo referente a materia societaria.

Código de trabajo: en lo relacionado con el manejo de la parte laboral.

Ordenanzas Municipales: en lo referente a obligaciones establecidas por el gobierno seccional, obliga a los establecimientos que realicen actividades de comercio a obtener la patente municipal y pagar anualmente sus impuestos prediales.

NORMATIVAS REGULATORIAS AMBIENTALES

Según dispone nuestra Constitución en su artículo 45:

- 1) Todos tienen el derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo.
- 2) Los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales con el fin de proteger y mejorar la calidad de la vida y defender y restaurar el medio ambiente, apoyándose en la indispensable solidaridad colectiva.
- 3) Para quienes violen lo dispuesto en el apartado anterior, en los términos que la Ley fije se establecerán sanciones penales o, en su caso, administrativas, así como la obligación de reparar el daño causado.

La Constitución Española establece en el artículo 149.1.23 la competencia exclusiva del Estado para establecer la legislación básica sobre protección del medio ambiente. En Madrid, de acuerdo con el artículo 148.1.9, que establece que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en la gestión del medio ambiente, corresponde también a la Comunidad el desarrollo de la legislación básica.

A partir de la integración en la Unión Europea, la normativa ambiental está condicionada globalmente por la normativa europea.

La normativa regulara del régimen local, tanto estatal como autonómica, establece que la protección del medio ambiente es competencia que ejercerá el municipio mediante Ordenanzas en los términos de la legislación general. La nueva Ley 57/2003, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local (BOE 17 de diciembre de 2003), establece un cuadro general en el que desarrolla la capacidad de normar del municipio en lo que se refiere a la tipificación de infracciones y sanciones en determinadas materias.

Completando el ejercicio de la potestad sancionadora de las Entidades Locales en aquellas materias donde no exista una ley de carácter sectorial que establezca los criterios para su ejercicio.

PERMISOS AMBIENTALES

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

AUTORIDAD AMBIENTAL NACIONAL

La Autoridad Ambiental Nacional será ejercida por el **MINISTERIO DEL AMBIENTE**, que actuará como instancia rectora, coordinadora y reguladora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental.

Le corresponde al Ministerio del Ambiente:

- Coordinar con los organismos competentes para expedir y aplicar normas técnicas, manuales y parámetros generales de protección ambiental, aplicables en el ámbito nacional; el régimen normativo general aplicable al sistema de permisos y licencias de actividades potencialmente contaminantes, normas aplicables a planes nacionales y normas técnicas relacionadas con el ordenamiento territorial;
- Determinar las obras, proyectos e inversiones que requieran someterse al proceso de la obtención de permisos ambientales;
- Establecer las estrategias de coordinación administrativa y de cooperación con los distintos organismos públicos y privados.

Art. 136 del COOTAD

Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados provinciales gobernar, dirigir, ordenar, disponer, u organizar la gestión ambiental, la defensoría del ambiente y la naturaleza, en el ámbito de su territorio; estas acciones se realizarán en el marco del sistema nacional descentralizado de gestión ambiental y en concordancia con las políticas emitidas por la autoridad ambiental nacional.

Para otorgar licencias ambientales, los gobiernos autónomos descentralizados, podrán calificarse como autoridades ambientales de aplicación responsable en su cantón (AAAr). En los cantones en los que el gobierno autónomo descentralizado municipal no se haya calificado, esta facultad le corresponderá al Gobierno.

4.13.2. Acta de constitución

- CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

I. CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS

La constitución de compañías en la República de Ecuador, tiene básicamente dos modalidades de mayor uso, las sociedades anónimas y las limitadas.

La compañía anónima es una empresa de capital abierto, en la cual no importa quiénes son los accionistas; sino que se cubra el capital suscrito, que puede ser pagado en un 25% al momento de la constitución y el saldo hasta en un plazo de 2 años. Se requiere un mínimo de 2 accionistas, no tiene número máximo.

De otra parte la compañía limitada es una empresa de personas, en la que lo primordial es el carácter personal de sus socios, por lo cual se requiere de la autorización unánime para la cesión de las participaciones de uno de ellos.

El capital mínimo de este tipo de sociedad debe ser pagado en 50% del capital al momento de constitución y el saldo hasta en un año plazo. Se necesita un mínimo de 2 socios y un máximo de 15.

II. FUSIONES

La Fusión de las compañías se produce: **a)** Cuando dos o más compañías se unen para formar una nueva que les sucede en sus derechos y obligaciones; y **b)** Cuando una o más compañías son absorbidas por otra que continúa subsistiendo.

III. ESCISIONES

La división de una compañía en una o más sociedades deberá ser adoptada por decisión de la Junta General de socios o accionistas; la compañía que acuerde la escisión mantendrá su naturaleza.

Sin embargo las compañías que se creen por efecto de la escisión podrán ser de especie distinta de la original.

IV. AUMENTOS Y DISMINUCIÓN DE CAPITAL

El aumento y disminución de capital de las sociedades constituidas en el Ecuador, deben realizarse mediante escritura pública, previo al cumplimiento de ciertos requisitos jurídicos que requieren un análisis previo de la legislación vigente y de las exigencias reglamentarias de la Superintendencia de Compañías.

- **Reforma de Estatutos, Cambio de Objeto Social:** De acuerdo al tipo de compañía y a las necesidades de negocio de las mismas, se pueden realizar modificaciones al objeto social de la empresa, ampliando o disminuyendo su objetivo comercial o de prestación de servicios.

- **Transformación de Compañías:** Las empresas pueden adoptar una figura jurídica distinta a la que ya tienen, es decir las sociedades anónimas pueden transformarse en limitadas y viceversa, a modo de ejemplo, sin que por ello opere su disolución ni pierda su personería, por lo que si tal transformación es dada de conformidad con la ley, la compañía transformada continuará subsistiendo bajo la nueva forma.

- **Transferencia de Acciones y Cesión De Participaciones:**

Los accionistas y socios de los tipos de compañías más utilizadas en el Ecuador que desean transferir sus acciones deberán realizarlo mediante carta simple que debe cumplir ciertos requisitos de forma o mediante Escritura Pública que debe ser aprobada por Junta General, legalizada y comunicada a la Superintendencia de Compañías.

- **Compras de Acciones y Activos (Take Over):** Elaboración profesional de contratos privados en donde se reflejen los valores comerciales de compra de acciones y activos de las empresas con la debida asesoría en relación a los efectos societarios y tributarios de tales compras.

V. OPERACIÓN DE COMPAÑÍAS EXTRANJERAS EN EL ECUADOR

Las compañías extranjeras que deseen operar en el Ecuador deberán cumplir con ciertos requisitos y formalidades.

Para esto recibirán asesoría sobre los documentos que se deben presentar en el Ecuador, la obligación de destinar en el Ecuador un capital para desarrollar el objeto de la empresa y la obligación de tener en el Ecuador un representante con amplias facultades. **Intervención:** Asesoría jurídica, análisis y representación en compañías que tengan accionistas o socios conflictivos que hayan solicitado o pudieren solicitar la intervención de la empresa.

Al igual que en casos que por disposición legal la empresa pueda ser intervenida.

VI. INACTIVIDAD, DISOLUCIÓN, REACTIVACIÓN, LIQUIDACIÓN Y CANCELACIÓN DE SOCIEDADES

Análisis y asesoría jurídica sobre los efectos que produce en las compañías la declaración de inactividad, cómo se puede superar la declaración de inactividad o cómo acelerar el proceso de cancelación de una empresa. Asesoría jurídica para los administradores y socios de compañías que han decidido terminar totalmente sus actividades, explicación e implementación de los procesos de disolución, liquidación y cancelación de las compañías.

VII. OBLIGACIONES DE LAS SOCIEDADES ECUATORIANAS CON ACCIONISTAS PERSONAS JURÍDICAS EXTRANJERAS

Las empresas constituidas en el Ecuador que tengan como socios, miembros u accionistas a compañías extranjeras, deberán remitir a la Superintendencia de Compañías, hasta el 31 de enero de cada año, la información referente a sus socios, accionistas y miembros de acuerdo a los formularios y demás requisitos que exige ley; siendo, de la misma forma, obligación del representante legal de la compañía, comunicar a la Superintendencia de Compañías hasta el 05 de febrero de cada año, la nómina de sus socios u accionistas extranjeras remisas. En caso de que las accionistas extranjeras no remitan la información requerida, ésta no podrá concurrir ni votar en la Junta General Ordinaria de socios que debe celebrarse en el primer trimestre del presente año.

La sociedad extranjera que incumpliere su obligación por dos o más años consecutivos podrá ser separada o excluida de la compañía ecuatoriana. **Asuntos inherentes al Mercado de Valores**, tales como procesos de Titularización, Emisión de Obligaciones, estructuración y constitución de Fideicomisos Mercantiles y Encargos Fiduciarios.

Gestión de trámites administrativos, ante la Superintendencia de Compañías, Consejo Nacional de Mercado de Valores, Bolsa de Valores y otros similares.

Elaboración, seguimiento, asesoría y mantenimiento de Libros Sociales de empresas, lo cual le permite a la Administración de las mismas descongestionar sus actividades y dejar en manos expertas estas importantes tareas de carácter obligatorio, consistentes en mantener un orden cronológico del libro de escrituras, libro de actas, libro expediente de actas, libro de socios y participaciones o acciones y accionistas.

En caso de accionistas extranjeros sus inversiones de carácter extranjero o subregional deberán ser registradas en el Banco Central del Ecuador.

Asesoría y gestión legal, que permita el adecuado mantenimiento de la existencia legal de las empresas, con el cumplimiento de las diferentes obligaciones y con la disposición de un "archivo legal" adecuado de la empresa, con una gestión documental accesible y estructurada en temas como:

- Nombramientos de administradores,
- Registro Único de Contribuyentes,
- Certificaciones,
- Permisos de funcionamiento, etc.

LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR MANIFIESTA QUE:

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República, resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la **LEY DE COMPAÑÍAS**.

SECCIÓN

Disposiciones Generales

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

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

- MODELO DE ACTA JUNTA DE SOCIOS

ACTA No

En la ciudad de Santa Elena siendo las del día..... en virtud de convocatoria efectuada el día por el señor en su condición de mediante..... se reunieron en los siguientes accionistas (o socios) de la sociedad.....:

Nombre	Representado Por	En Calidad De	# Acciones suscritas (o cuotas)
--------	------------------	---------------	---------------------------------

.....
-------	-------	-------	-------

.....
-------	-------	-------	-------

Total.....

Orden del día

1. Verificación del quórum.
2. Nombramiento de presidente y secretario de la reunión.
3.
4.
5. Aprobación del acta.

1. Verificación del quórum

- Si la reunión es de junta directiva se indicarán los nombres de los miembros presentes.
- Si es de asamblea, en sociedades por acciones (S.A, SCA), se debe expresar el nombre de los accionistas y el porcentaje de acciones suscritas que representan.
- Si es de junta de socios (Ltda., S en C) o asociados (EAT) se anota el nombre de cada uno de los asociados o socios presentes con indicación del número de cuotas que represente cada uno.

2. Nombramiento de presidente y secretario

Se nombra como presidente de la reunión al señor.....y como secretario a.....

3..... (temas a tratar)

- Reformas estatutarias: Se indica en que consiste la reforma, que artículos se modifican y como queda el respectivo artículo luego de la reforma.
- En este caso el acta debe elevarse a escritura pública antes de su registro en Cámara de Comercio.
- Nombramientos: se expresará el cargo a ocupar, el nombre de la persona designada, su número de identificación, y su aceptación del cargo.

¿Cómo se deja constancia de la aceptación?

* Si la persona se encuentra presente en la reunión debe dejarse constancia de su presencia en la reunión y que acepta el nombramiento.

* A continuación de la misma acta se puede incluir la constancia de aceptación de la persona designada.

* Por medio de documento aparte.

En el caso de nombramiento de revisor fiscal persona jurídica la aceptación debe hacerse por carta que contenga los datos básicos del nombramiento (número de acta, fecha y nombre de la sociedad a la cual corresponde) y la firma autenticada del representante legal de la firma revisora fiscal, adicionalmente en el mismo documento se realiza la designación de las personas naturales que ejercerán los cargos.

Cuando se trata de nombramiento de representantes legales, liquidadores, juntas o consejos directivos y revisores fiscales de sociedades sometidas al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria y Superintendencia de Valores, se debe presentar copia auténtica de la autorización para ejercer el cargo.

Cuando se nombre revisor fiscal de sociedades sometidas al control y vigilancia de la Superintendencia Nacional de Salud, debe presentarse copia auténtica de la autorización posesión.

4..... (proposiciones)

5. Aprobación del acta.

Luego de un receso de..... el secretario dio lectura al texto del acta el cual fue aprobado por unanimidad de los presentes.

Se termina la reunión a las..... del día.....

Firma presidente y secretario

Para su registro en cámara de comercio el documento puede presentarse:

- Con firmas originales de presidente y secretario,
- Con nota de autenticidad del secretario que indique que es copia fiel de la que reposa en el libro de actas, ó
- Fotocopia autenticada ante notario.

4.13.3. MISIÓN

Ser una empresa que brinde un servicio de preservación de productos, integrar a personas con espíritu de empresa, comprometida en fijar estándares de excelencia. Para cumplir con esta misión nuestra empresa se orienta a la búsqueda constante de un mejor servicio a nuestros clientes, lograr niveles de éxito competitivo en categoría de negocios, a través de una atención preferencial, desde el área comercial de nuestra empresa.

4.13.4. VISIÓN

Lograr ser una empresa exitosa líder en el mercado de refrigeración. Consolidarnos y desarrollarnos a través de diferentes sectores, como una empresa sólida, competente, innovadora, altamente competitiva y abrir nuevos mercados.

4.13.5. OBJETIVOS GENERALES

Lograr que la planta con cámara frigorífica “D’NUR S.A” sobresalga a nivel Empresarial, dándoles a nuestros clientes precios justos y un servicio que cubra las expectativas de los clientes.

4.13.5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Implementación de procesos de calidad que ayuden a la mejor recolección de la pesca blanca para el incremento de las ventas de los comerciantes de la comuna Palmar.
- Determinar la estructura orgánica de la empresa para el mejor desarrollo de los empleados.
- Identificar el desarrollo de la economía de los clientes (comerciantes) y el beneficio que esta produce a la empresa.
- Evaluar incremento de nuevas máquinas de conservación de pesca para el incremento de las ventas.

4.14. VALORES INSTITUCIONALES

La empresa D´NUR S.A se distinguirá por:

- ❖ **Calidad:** Suministrar a nuestros clientes una calidad superior y un servicio de primer nivel.
- ❖ **Trabajo:** Creemos en ser perfeccionistas, en la ejecución del trabajo y en el valor del trabajo bien hecho.
- ❖ **Persona:** Valoramos la importancia de la persona como individuo.
- ❖ **Innovación:** Creemos en la importancia de la continua innovación tecnológica.
- ❖ **Lealtad:** Compromiso, confianza y fidelidad hacia la Institución, ofreciendo el mejor esfuerzo personal en beneficio de la sociedad. La lealtad entre todos los trabajadores para que exista armonía para el mejor desempeño.
- ❖ **Ambiente:** Valoramos por sobre todo el cuidado del medio ambiente

4.15. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

La empresa “D´NUR S.A” de la Comunidad de Palmar, se especializara en el proceso de almacenamiento y congelamiento de la pesca de los posibles clientes los cuales por lo general guardan diferentes especies que a continuación detallamos:

- Corvina
- Pámpano
- Picuda
- Sierra
- Botella
- Morenillo

4.15.1. Actividades Principales

Las actividades principales que desempeñara la empresa “D’NUR S.A” serán ofrecer calidad a sus productos, almacenándolos y refrigerándolos para que el cliente se sienta satisfecho y pueda comercializar su pesca guardada a un mejor precios y así obtener la rentabilidad esperada en cuanto a su inversión.

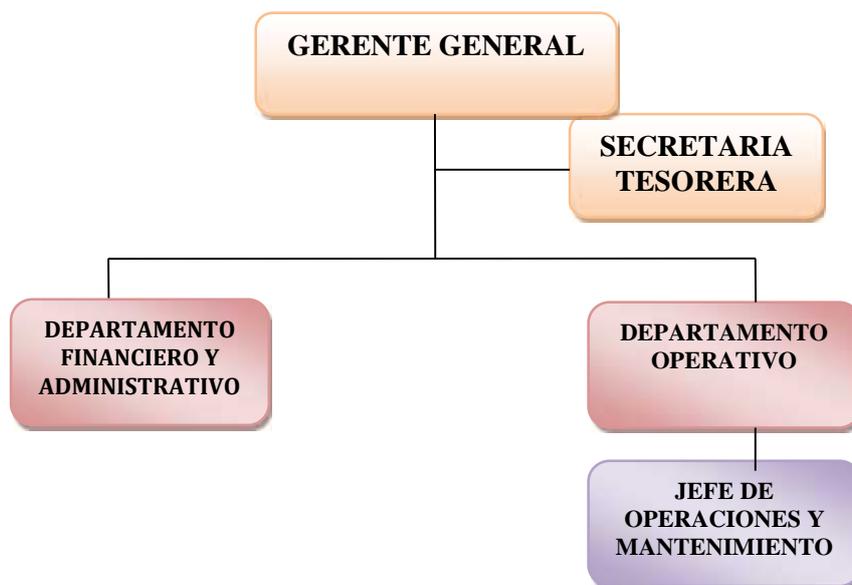
4.15.2. Actividades Secundarias

Ofrecer las opciones que mediante la encuesta realizada pudimos darnos cuenta que los posibles clientes necesitaran servicios adicionales como: eviscerado, fileteado y cortado, ya que ellos tienen clientes que solicitan de esta manera el producto.

4.16. ESTRUCTURA ORGÁNICA ADMINISTRATIVA

4.16.1. Organigrama Estructural

GRÁFICO 18 Organigrama Estructural de la Empresa



Fuente: Organigrama de la empresa
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.16.2. Departamentización

La administración del frigorífico está a cargo del gerente que realizara varias funciones, entre las que se cuentan la de abastecer el producto de los posibles clientes, así como el manejo financiero y la parte administrativa destinada al servicio que se brinda al cliente. El personal que se seleccione para que se constituya la organización, debe reunir ciertos requisitos y conocimientos en el área al cual se integrara, los mismos que detallamos:

Gerente

Es aquella persona que lleva la gestión administrativa de la empresa, es decir actúa como el representante legal, fija las políticas administrativas, operativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la empresa, es responsable ante los accionistas por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás jefes departamentales planea, controla y dirige las actividades de la empresa.

Secretaria Tesorera

Es la encargada de cobrar por el servicio que brinda la empresa, y compartirá sus funciones con la de secretaria y custodia de los documentos administrativos y de las demás áreas departamentales, responsable de cumplir las tareas a cabalidad y funciones que se le asigne.

Departamento Financiero y Administrativo

Dicho departamento tiene como misión encaminar las diferentes asignaciones de capital para el servicio a ofrecer e inyectar capital de inversión programada para cada uno de los segmentos productivos con la que cuenta la empresa.

Departamento operativo

Es el encargado de mantener un orden eficiente en toda la línea de la empresa, es importante para desarrollar estrategias de operación exitosa, teniendo en cuenta los constantes cambios que se experimentan en los negocios.

Jefe de Operaciones y Mantenimiento

Aplican el proceso de dirección a las decisiones que toman en función de dirección de operaciones. Los directivos contribuyen al área de producción y operación.

Para cada una de estas decisiones es necesario planificar, organizar, gestionar persona, dirigir y controlar.

4.16.3. Responsabilidades de los Departamentos

Gerente

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Motivar y dirigir a los subordinados.
- Resolver conflictos.

Secretaria Tesorera

- Realizar oficios, memos y circulantes dirigidos dentro y fuera de la empresa
- Recopilar y controlar las informaciones de los demás departamentos.
- Clasificar, registrar y distribuir la documentación de la administración, así como cautelar y mantener actualizado el archivo general y confidencial correspondiente.
- Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el administrador.

Departamento Financiero y Administrativo

- El Director Financiero y Administrativo será responsable por errores que cometa el encargado de bodega.

- Es su responsabilidad que las decisiones tomadas por la Gerencia General en base a las informaciones suministradas por él sean las más correctas.

- Es responsable por:
 - a) Falsedad y duplicidad de la información financiera.
 - b) Operaciones financieras dudosas.
 - c) Evasiones fiscales.
 - d) Otros.

- Promover y mantener un alto prestigio en el ejercicio de la profesión.
- Salvaguardar los intereses profesionales de los miembros de la empresa y proporcionarles ayuda profesional o moral.
- Procurar la unificación de criterios entre sus asociados, en las cuestiones de carácter profesional.

Jefe de Operaciones y Mantenimiento

- El Jefe de Operaciones y Mantenimiento es responsable por pérdidas de implementos de la bodega.

4.16.4. Descripción de Puestos

PERFIL DEL GERENTE O DUEÑO

Título profesional: Administrador de Empresas

Años de Experiencia: 2 a 4 años en Cargos similares

Estado Civil: Casado (a)

Edad: 25 a 50 años

Especialización: Gerencia administrativa, con principios éticos, con conocimiento y actitud de empresario.

PERFIL DE SECRETARIA

Título profesional: Ing. Comercial o estudios universitarios superior

Años de Experiencia: 2 años en Cargos similares

Estado Civil: Soltero o Casado

Edad: 20 a 35 años

Especialización: Secretariado (opcional)

PERFIL DEL JEFE FINANCIERO

Título profesional: Ing. Comercial o estudios universitarios superior

Años de Experiencia: 2 años en Cargos similares

Estado Civil: Soltero o Casado

Edad: 20 a 50 años

Especialización: Administrador Financiero (opcional)

4.16.5. Manual De Funciones

Gerente

➤ El Gerente General tiene las siguientes funciones:

✓ **Representación.**

Esta función tiene que ver con la definición pura de la autoridad formal.

✓ **Liderazgo.**

El Gerente General es el responsable directo del logro de los objetivos que la organización se ha planteado.

✓ **Planificación.**

Este es un rol fundamental dentro de la organización, por consiguiente, se requiere de una visión integradora y del más alto nivel para llevarla a cabo.

✓ **Enlace.**

El administrador ocupa gran parte de su tiempo oficiando de “hombre de enlace” con el contexto.

✓ **Distribuidor.**

El Gerente General debe compartir y brindar la información a sus colaboradores directos e indirectos sabiendo que de no ser así le estaría quitando capacidad de respuesta a su empresa.

✓ **Vocero.**

La voz de la organización, el hombre con quien hablar, negociar, acordar.

✓ **Facilitador de recursos.**

Esta función tiene dos grandes aristas. La primera es la de definir y asignar los recursos para cada unidad. La segunda es la de estar atento y predispuesto a facilitar cualquier otro recurso que los distintos sectores puedan necesitar para cumplir su misión.

✓ **Negociante.**

Una gran parte del tiempo disponible del “Gerente General” estará comprometido con la “negociación”.

Secretaria Tesorera

➤ La secretaria tesorera tiene las siguientes funciones:

✓ Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento del servicio al cliente.

✓ Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicio de estos.

✓ Recibir e informar asuntos que tengan que ver con el departamento correspondiente para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.

DEPENDENCIAS.

➤ La Secretaria Tesorera está bajo la dirección del Gerente General.

Departamento Financiero y Administrativo

- El Director Financiero y Administrativo tiene las siguientes funciones:
 - ✓ Llevar la contabilidad de la organización.
 - ✓ Suministrar las informaciones fiables y oportunas para la toma de decisiones.
 - ✓ Presentar informe mensual de la situación financiera actual de la empresa.
 - ✓ Las aperturas de los libros de contabilidad.
 - ✓ Establecimiento de sistema de contabilidad.
 - ✓ Estudios de estados financieros y sus análisis.
 - ✓ Certificación de planillas para pago de impuestos.
 - ✓ Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
 - ✓ La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

DEPENDENCIAS.

- El Director Financiero y Administrativo está bajo la dirección del Gerente General.

Departamento Operativo

- El Jefe de Operaciones y Mantenimiento tiene las siguientes funciones:
 - ✓ Dar el mantenimiento necesario a las máquinas.
 - ✓ Controlar el ingreso y salida de productos e implementos de la bodega.
 - ✓ Reportar daños o pérdidas de productos e implementos.

4.17. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El propósito del presente proyecto en su estudio económico financiero es demostrar que para los comerciantes de pesca es mucho más rentable tener una Planta con Cámara frigorífica en la Comunidad de Palmar que estar movilizándose a otros lugares para poder almacenar su producto. Las cifras utilizadas son la más cercana a la realidad, de manera que se pueda comprobar su reacción ante cualquier situación de cambio.

4.17.1. Inversión Inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Para poder lograr la ejecución de nuestro proyecto y según nuestro análisis el monto de inversión inicial será de: \$ **113.978,27** de los cuales \$**111.995,07**, pertenecen a la inversión fija lo que corresponde a terreno, maquinarias y equipos, \$**783,20** invertido en gastos publicidad, promoción y suministros. Y \$**1.200,00** de gastos legales de constitución.

CUADRO 11 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL.	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
ACTIVO FIJO			
TERRENO	1	\$ 11.200,00	\$ 11.200,00
EDIFICIO.	1	\$ 20.813,07	\$ 20.813,07
MAQUINARIAS Y EQUIPO		\$ 76.407,00	\$ 76.407,00
MUEBLES DE OFICINA		\$ 980,00	\$ 980,00
EQUIPO DE OFICINA		\$ 1.316,00	\$ 1.316,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.		\$ 1.279,00	\$ 1.279,00
Subtotal Activos Fijos			\$ 111.995,07
CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.		\$ 683,20	\$ 683,20
Gastos legales de constitución		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Suministros		\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$ 113.978,27

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.17.1.1. Activos Fijos

El activo fijo se denomina así a que la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problema a sus actividades. Activo fijo es todo aquello que está permanente y son de uso exclusivo de la empresa, los cuales se pueden depreciar, estos no tienen la facilidad de convertirse en efectivo durante su vida útil.

Los cuales están proyectados para la adecuación de la fábrica, estos pueden ser: equipos tecnológicos para todos los departamentos, equipos de oficinas, muebles y enseres, lo cual da un valor de **\$ 111.995,07**.

CUADRO 12 Activos Fijos

INVERSIÓN INICIAL.	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
ACTIVO FIJO			
TERRENO	1	\$ 11.200,00	\$ 11.200,00
EDIFICIO.	1	\$ 20.813,07	\$ 20.813,07
MAQUINARIAS Y EQUIPO		\$ 76.407,00	\$ 76.407,00
MUEBLES DE OFICINA		\$ 980,00	\$ 980,00
EQUIPO DE OFICINA		\$ 1.316,00	\$ 1.316,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.		\$ 1.279,00	\$ 1.279,00
Subtotal Activos Fijos			\$ 111.995,07

Fuente: Empresa "D NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.17.1.2. Activos Intangibles

Activos intangibles son el conjunto de bienes, propiedad de la empresa necesaria para su funcionamiento.

Para constituir nuestra empresa es necesario también tomar en cuenta los activos intangibles que es todo aquello que posee la empresa, visible pero no tocable, se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 13 Activos Intangibles

Descripción	P. UNITARIO	P. TOTAL
Gastos de publicidad y promoción.	\$ 683,20	\$ 683,20
Gastos legales de constitución	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL		\$ 1.863,20

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.17.1.3. Capital De Trabajo

El capital de trabajo está destinado para cubrir los costos y gastos que deben efectuarse durante un año, las ventas se reflejan en \$302.400, mientras que los costos de mantenimiento por el servicio serán de \$168.000, entre los costos fijos tenemos los sueldos y salarios, beneficios sociales, gastos básicos, materiales de oficina etc. Que serán de \$57.209,19, esto quiere decir que para poder cubrir todos estos rubros necesitamos tener \$77.190,81 al año.

CUADRO 14 Capital de Trabajo

	AÑO 1
INGRESOS	
VENTAS	\$302.400,00
	\$302.400,00
EGRESOS	
COSTOS DE VENTA	\$168.000,00
COSTOS FIJOS	\$57.209,19
	\$225.209,19
FLUJO EFECTIVO	\$77.190,81

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.17.1.4. Resumen de Inversión Inicial

En la inversión inicial necesitaremos financiamiento para poder obtener todo lo necesario como: Terreno, edificio, maquinarias y equipos, muebles y equipos de oficina, equipos de computación, también necesitaremos para realizar gastos de publicidad, gastos de constitución y suministros.

Todo esto para lograr la creación de nuestra empresa.

4.18. FINANCIAMIENTO

La estructura del financiamiento ha sido analizada en función del poder inversionista de los accionistas, lo cual ha dado como resultado la necesidad de acudir a fuentes ajenas para alcanzar el valor total para el año uno, esto se realizara mediante un préstamo bancario que será cancelado durante tres años.

Para poner en marcha la creación de la planta con cámara frigorífica se necesitará lo siguiente: Aporte de los socios de \$28.494,57 representada en un 25%, aporte vía a crédito \$85.483,70 con un 75% que será financiado por la CFN que se resumen a continuación:

CUADRO 15 Financiamiento

% DE FINANCIAMIENTO		
APORTE DE SOCIO	25%	\$ 28.494,57
APORTE VIA CREDITO	75%	\$ 85.483,70
TOTALES	1	\$ 113.978,27

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.18.1. Amortización de la Deuda

La amortización se realiza a los activos diferidos de la planta con Cámara frigorífica tomando en cuenta una vida útil de 10 años, esto se realizara con el financiamiento de la CFN (Corporación Financiera Nacional), con una tasa anual del 10% y una tasa mensual del 83%.

4.18.2. Resumen de la Deuda

El préstamo que otorgara la institución financiera asciende a un valor de \$85.483,70 al 10 % de tasa de interés, por diez años a cancelar.

CUADRO 16 Resumen de deuda

RESUMEN DE FINANCIAMIENTO DEL PRESTAMO				
	PAGO	INTERES	ABONO	DEUDA
AÑO 0				\$ 85.483,70
AÑO 1	\$ 16.633,70	\$ 8.085,33	\$ 8.548,37	\$ 76.935,33
AÑO 2	\$ 15.778,87	\$ 7.230,50	\$ 8.548,37	\$ 68.386,96
AÑO 3	\$ 14.924,03	\$ 6.375,66	\$ 8.548,37	\$ 59.838,59
AÑO 4	\$ 14.069,19	\$ 5.520,82	\$ 8.548,37	\$ 51.290,22
AÑO 5	\$ 13.214,36	\$ 4.665,99	\$ 8.548,37	\$ 42.741,85
AÑO 6	\$ 13.143,12	\$ 4.594,75	\$ 8.548,37	\$ 34.193,48
AÑO 7	\$ 13.071,88	\$ 4.523,51	\$ 8.548,37	\$ 25.645,11
AÑO 8	\$ 13.000,65	\$ 4.452,28	\$ 8.548,37	\$ 17.096,74
AÑO 9	\$ 12.929,41	\$ 4.381,04	\$ 8.548,37	\$ 8.548,37
AÑO 10	\$ 12.858,17	\$ 4.309,80	\$ 8.548,37	\$ 0,00

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.19. PROYECCIÓN DE VENTAS

El volumen de ventas se incrementara cada año, ésta proyección está enfocada a diez años para la empresa “D’NUR S.A.”

CUADRO 17 Proyección de Ventas

SERVICIO DE CÁMARA FRIGORÍFICA										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRECIO PROMEDIO	\$ 180,00	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 86,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30
C.V PROMEDIO	\$ 100,00	\$ 103,50	\$ 107,12	\$ 110,87	\$ 114,75	\$ 118,77	\$ 122,93	\$ 127,23	\$ 131,68	\$ 136,29
CF.	\$ 57.209,19	\$ 79.599,97	\$ 81.543,02	\$ 83.552,34	\$ 85.631,72	\$ 87.398,74	\$ 89.205,73	\$ 91.053,65	\$ 92.943,49	\$ 94.876,25
CANTIDAD DE EQ.	715	961	1030	1108	1197	1294	1408	1541	1702	1897
INGRESOS DE EQ.	\$ 128.720,67	\$ 179.099,93	\$ 191.865,93	\$206.365,76	\$ 222.972,77	\$ 241.108,47	\$262.235,39	\$ 287.162,69	\$317.020,48	\$353.436,35

Fuente: Empresa “D’NUR S.A.”
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.20. PROYECCIÓN DE COSTOS DE VENTAS

Los costos de ventas son aquellos rubros directos que se utilizan por el mantenimiento del almacenaje de la pesca, los cuales para la empresa “D’NUR S.A” están considerados de acuerdo a las toneladas de pesca que se guarde, a continuación presentamos en el siguiente cuadro.

CUADRO 18 Proyección de Costos de Ventas

TASA DE INFLACIÓN:	3,5%	COSTOS	
INCREMENTO DE INFLACIÓN		INCREMENTO DE COSTO	TOTAL DE COSTO ANUAL
AÑO 1	168000,00		168000,00
AÑO 2	173880,00	8694,00	182574,00
AÑO 3	179965,80	8998,29	188964,09
AÑO 4	186264,60	9313,23	195577,83
AÑO 5	192783,86	9639,19	202423,06
AÑO 6	199531,30	9976,56	209507,86
AÑO 7	206514,89	10325,74	216840,64
AÑO 8	213742,92	10687,15	224430,06
AÑO 9	221223,92	11061,20	232285,11
AÑO 10	228966,76	11448,34	240415,09

Fuente: Empresa “D’NUR S.A.”
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.21. COSTOS OPERATIVOS

Comprenden los costos y gastos que se han considerado necesarios para efecto del estudio económico y son los siguientes: Sueldos de empleados, beneficios sociales, gastos básicos, materiales de oficinas, permisos todo esto considerados en un año.

CUADRO 19 Costos Operativos

COSTOS OPERATIVOS AÑO 1			
Sueldos de empleados	No	MENSUAL	ANUAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 750,00	\$ 9.000,00
GERENTE FINANCIERO	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
SECRETARIA	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
JEFE DE OPERACIONES	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
OPERARIOS	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
OBREROS	2	\$ 318,00	\$ 7.632,00
Beneficios sociales			
Décimo tercero		\$ 265,50	\$ 3.186,00
Décimo cuarto		\$ 154,00	\$ 1.848,00
Vacaciones		\$ 132,75	\$ 1.593,00
Aportación patronal		\$ 387,10	\$ 4.645,19
Fondo de reserva			
Gastos Básicos:			
Luz	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Agua	1	\$ 75,00	\$ 900,00
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Servicio de Internet	1	\$ 15,00	\$ 180,00
Materiales de Oficina			
Material de Limpieza			\$ 240,00
Permisos			
Permiso de Bomberos	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 10,00	\$ 10,00
COSTOS OPERATIVOS			\$ 57.209,19

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.21.1. COSTOS OPERATIVOS PROYECTADOS

CUADRO 20 Costos Operativos Proyectados

COSTOS OPERATIVOS AÑO 1				AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Sueldos de empleados	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 750,00	\$ 9.000,00	1	\$ 765,00	\$ 9.180,00	1	\$ 780,30	\$ 9.363,60	1	\$ 795,91	\$ 9.550,87	1	\$ 811,82	\$ 9.741,89
GERENTE FINANCIERO	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	1	\$ 612,00	\$ 7.344,00	1	\$ 624,24	\$ 7.490,88	1	\$ 636,72	\$ 7.640,70	1	\$ 649,46	\$ 7.793,51
SECRETARIA	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	1	\$ 357,00	\$ 4.284,00	1	\$ 364,14	\$ 4.369,68	1	\$ 371,42	\$ 4.457,07	1	\$ 378,85	\$ 4.546,22
JEFE DE OPERACIONES	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	1	\$ 459,00	\$ 5.508,00	1	\$ 468,18	\$ 5.618,16	1	\$ 477,54	\$ 5.730,52	1	\$ 487,09	\$ 5.845,13
OPERARIOS	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	2	\$ 408,00	\$ 9.792,00	2	\$ 416,16	\$ 9.987,84	2	\$ 424,48	\$ 10.187,60	2	\$ 432,97	\$ 10.391,35
OBROS	2	\$ 318,00	\$ 7.632,00	4	\$ 324,36	\$ 15.569,28	4	\$ 330,85	\$ 15.880,67	4	\$ 337,46	\$ 16.198,28	4	\$ 344,21	\$ 16.522,24
Beneficios sociales															
Décimo tercero		\$ 265,50	\$ 3.186,00		\$ 358,87	\$ 4.306,44		\$ 366,05	\$ 4.392,57		\$ 373,37	\$ 4.480,42		\$ 380,84	\$ 4.570,03
Décimo cuarto		\$ 154,00	\$ 1.848,00		\$ 242,00	\$ 2.904,00		\$ 266,20	\$ 3.194,40		\$ 292,82	\$ 3.513,84		\$ 322,10	\$ 3.865,22
Vacaciones		\$ 132,75	\$ 1.593,00		\$ 179,44	\$ 2.153,22		\$ 183,02	\$ 2.196,28		\$ 186,68	\$ 2.240,21		\$ 190,42	\$ 2.285,01
Aportación patronal		\$ 387,10	\$ 4.645,19		\$ 523,23	\$ 6.278,79		\$ 533,70	\$ 6.404,37		\$ 544,37	\$ 6.532,45		\$ 555,26	\$ 6.663,10
Fondo de reserva					\$ 358,87	\$ 4.306,44		\$ 366,05	\$ 4.392,57		\$ 373,37	\$ 4.480,42		\$ 380,84	\$ 4.570,03
Gastos Básicos:															
Luz	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 517,50	\$ 6.210,00	1	\$ 535,61	\$ 6.427,35	1	\$ 554,36	\$ 6.652,31	1	\$ 573,76	\$ 6.885,14
Agua	1	\$ 75,00	\$ 900,00	1	\$ 77,63	\$ 931,50	1	\$ 80,34	\$ 964,10	1	\$ 83,15	\$ 997,85	1	\$ 86,06	\$ 1.032,77
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 360,00	1	\$ 31,05	\$ 372,60	1	\$ 32,14	\$ 385,64	1	\$ 33,26	\$ 399,14	1	\$ 34,43	\$ 413,11
Servicio de Internet	1	\$ 15,00	\$ 180,00	1	\$ 15,53	\$ 186,30	1	\$ 16,07	\$ 192,82	1	\$ 16,63	\$ 199,57	1	\$ 17,21	\$ 206,55
Materiales de Oficina															
Material de Limpieza			\$ 240,00			\$ 248,40			\$ 257,09			\$ 266,09			\$ 275,41
Permisos															
Permiso de Bomberos	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00
COSTOS OPERATIVOS			\$ 57.209,19			\$ 79.599,97			\$ 81.543,02			\$ 83.552,34			\$ 85.631,72

AÑO 6			AÑO 7			AÑO 8			AÑO 9			AÑO 10		
No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL									
1	\$ 828,06	\$ 9.936,73	1	\$ 844,62	\$ 10.135,46	1	\$ 861,51	\$ 10.338,17	1	\$ 878,74	\$ 10.544,93	1	\$ 896,32	\$ 10.755,83
1	\$ 662,45	\$ 7.949,38	1	\$ 675,70	\$ 8.108,37	1	\$ 689,21	\$ 8.270,54	1	\$ 703,00	\$ 8.435,95	1	\$ 717,06	\$ 8.604,67
1	\$ 386,43	\$ 4.637,14	1	\$ 394,16	\$ 4.729,88	1	\$ 402,04	\$ 4.824,48	1	\$ 410,08	\$ 4.920,97	1	\$ 418,28	\$ 5.019,39
1	\$ 496,84	\$ 5.962,04	1	\$ 506,77	\$ 6.081,28	1	\$ 516,91	\$ 6.202,90	1	\$ 527,25	\$ 6.326,96	1	\$ 537,79	\$ 6.453,50
2	\$ 441,63	\$ 10.599,18	2	\$ 450,46	\$ 10.811,16	2	\$ 459,47	\$ 11.027,38	2	\$ 468,66	\$ 11.247,93	2	\$ 478,04	\$ 11.472,89
4	\$ 351,10	\$ 16.852,69	4	\$ 358,12	\$ 17.189,74	4	\$ 365,28	\$ 17.533,54	4	\$ 372,59	\$ 17.884,21	4	\$ 380,04	\$ 18.241,89
	\$ 388,45	\$ 4.661,43		\$ 396,22	\$ 4.754,66		\$ 404,15	\$ 4.849,75		\$ 412,23	\$ 4.946,75		\$ 420,47	\$ 5.045,68
	\$ 322,10	\$ 3.865,22		\$ 322,10	\$ 3.865,22		\$ 322,10	\$ 3.865,22		\$ 322,10	\$ 3.865,22		\$ 322,10	\$ 3.865,22
	\$ 194,23	\$ 2.330,71		\$ 198,11	\$ 2.377,33		\$ 202,07	\$ 2.424,88		\$ 206,11	\$ 2.473,37		\$ 210,24	\$ 2.522,84
	\$ 566,36	\$ 6.796,36		\$ 577,69	\$ 6.932,29		\$ 589,24	\$ 7.070,94		\$ 601,03	\$ 7.212,36		\$ 613,05	\$ 7.356,60
	\$ 388,45	\$ 4.661,43		\$ 396,22	\$ 4.754,66		\$ 404,15	\$ 4.849,75		\$ 412,23	\$ 4.946,75		\$ 420,47	\$ 5.045,68
1	\$ 593,84	\$ 7.126,12	1	\$ 614,63	\$ 7.375,53	1	\$ 636,14	\$ 7.633,68	1	\$ 658,40	\$ 7.900,85	1	\$ 681,45	\$ 8.177,38
1	\$ 89,08	\$ 1.068,92	1	\$ 92,19	\$ 1.106,33	1	\$ 95,42	\$ 1.145,05	1	\$ 98,76	\$ 1.185,13	1	\$ 102,22	\$ 1.226,61
1	\$ 35,63	\$ 427,57	1	\$ 36,88	\$ 442,53	1	\$ 38,17	\$ 458,02	1	\$ 39,50	\$ 474,05	1	\$ 40,89	\$ 490,64
1	\$ 17,82	\$ 213,78	1	\$ 18,44	\$ 221,27	1	\$ 19,08	\$ 229,01	1	\$ 19,75	\$ 237,03	1	\$ 20,44	\$ 245,32
		\$ 285,04			\$ 295,02			\$ 305,35			\$ 316,03			\$ 327,10
1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00
1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 10,00
		\$ 87.398,74			\$ 89.205,73			\$ 91.053,65			\$ 92.943,49			\$ 94.876,25

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Para determinar los costos que se tendrán en el futuro se ha analizado la capacidad del proyecto así como la demanda, teniendo un porcentaje de crecimiento del 10%. Los costos totales para el año uno ascienden a \$57.209,19.

4.22. DEPRECIACIÓN

CUADRO 21 Depreciación

CUADRO DE RESUMEN DE DEPRECIACIÓN										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
EDIFICIO.	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65	\$ 1.040,65
MAQUINARIAS Y EQUIPO.	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70	\$ 7.640,70
MUEBLES DE OFICINA.	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 263,20	\$ 263,20	\$ 263,20	\$ 263,20	\$ 263,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.	\$ 426,33	\$ 426,33	\$ 426,33	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIÓN	\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.042,55	\$ 9.042,55	\$ 8.779,35				
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 9.468,89	\$ 18.937,77	\$ 28.406,66	\$ 37.449,21	\$ 46.491,77	\$ 55.271,12	\$ 64.050,47	\$ 72.829,83	\$ 81.609,18	\$ 90.388,54

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

La depreciación es necesaria realizarla debido a que todos los activos fijos sufren un deterioro, este valor asciende a \$90.388,54, y su reposición se efectuara en función de su vida útil.

4.23. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS (PYG)

CUADRO 22 Estado de Resultados

Columna1	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EFECTIVO		\$ 302.400,00	\$ 328.633,20	\$ 340.135,36	\$ 352.040,10	\$ 364.361,50
EGRESOS EN EFECTIVO						
(-) COSTOS VARIABLES		\$ 168.000,00	\$ 182.574,00	\$ 188.964,09	\$ 195.577,83	\$ 202.423,06
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 134.400,00	\$ 146.059,20	\$ 151.171,27	\$ 156.462,27	\$ 161.938,45
(-) COSTOS OPERATIVOS		\$ 57.209,19	\$ 79.599,97	\$ 81.543,02	\$ 83.552,34	\$ 85.631,72
(-) DEPRECIACION		\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.042,55	\$ 9.042,55
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 67.721,93	\$ 56.990,34	\$ 60.159,36	\$ 63.867,37	\$ 67.264,18
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 8.085,33	\$ 7.230,50	\$ 6.375,66	\$ 5.520,82	\$ 4.665,99
=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 59.636,59	\$ 49.759,85	\$ 53.783,70	\$ 58.346,55	\$ 62.598,19
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 8.945,49	\$ 7.463,98	\$ 8.067,56	\$ 8.751,98	\$ 9.389,73
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 12.165,86	\$ 10.151,01	\$ 10.971,88	\$ 11.902,70	\$ 12.770,03
(=) UTILIDAD NETA		\$ 38.525,24	\$ 32.144,86	\$ 34.744,27	\$ 37.691,87	\$ 40.438,43

CUADRO 23 Estado de Resultado

AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 377.114,16	\$ 390.313,15	\$ 403.974,11	\$ 418.113,21	\$ 432.747,17
\$ 209.507,86	\$ 216.840,64	\$ 224.430,06	\$ 232.285,11	\$ 240.415,09
\$ 167.606,29	\$ 173.472,51	\$ 179.544,05	\$ 185.828,09	\$ 192.332,07
\$ 87.398,74	\$ 89.205,73	\$ 91.053,65	\$ 92.943,49	\$ 94.876,25
\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35
\$ 71.428,20	\$ 75.487,43	\$ 79.711,04	\$ 84.105,25	\$ 88.676,47
\$ 4.594,75	\$ 4.523,51	\$ 4.452,28	\$ 4.381,04	\$ 4.309,80
\$ 66.833,45	\$ 70.963,91	\$ 75.258,77	\$ 79.724,21	\$ 84.366,67
\$ 10.025,02	\$ 10.644,59	\$ 11.288,81	\$ 11.958,63	\$ 12.655,00
\$ 13.634,02	\$ 14.476,64	\$ 15.352,79	\$ 16.263,74	\$ 17.210,80
\$ 43.174,41	\$ 45.842,69	\$ 48.617,16	\$ 51.501,84	\$ 54.500,87

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

La finalidad del análisis del estado de resultados o pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en los que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Con la definición se puede entender claramente la estructura de este informe vital para la administración de la empresa, con ello se puede concluir que la utilidad neta para el año uno es \$38.525,24 con un crecimiento determinado por el incremento en la capacidad instalada y por consecuencia en las ventas.

4.24. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO 24 Flujo de caja proyectado

Columna1	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EFECTIVO		\$ 302.400,00	\$ 328.633,20	\$ 340.135,36	\$ 352.040,10	\$ 364.361,50
EGRESOS EN EFECTIVO						
(-) COSTOS VARIABLES		\$ 168.000,00	\$ 182.574,00	\$ 188.964,09	\$ 195.577,83	\$ 202.423,06
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 134.400,00	\$ 146.059,20	\$ 151.171,27	\$ 156.462,27	\$ 161.938,45
(-) COSTOS OPERATIVOS		\$ 57.209,19	\$ 79.599,97	\$ 81.543,02	\$ 83.552,34	\$ 85.631,72
(-) DEPRECIACION		\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.042,55	\$ 9.042,55
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 67.721,93	\$ 56.990,34	\$ 60.159,36	\$ 63.867,37	\$ 67.264,18
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 8.085,33	\$ 7.230,50	\$ 6.375,66	\$ 5.520,82	\$ 4.665,99
(-) IMPUESTO LUAF						
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 59.636,59	\$ 49.759,85	\$ 53.783,70	\$ 58.346,55	\$ 62.598,19
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 8.945,49	\$ 7.463,98	\$ 8.067,56	\$ 8.751,98	\$ 9.389,73
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 12.165,86	\$ 10.151,01	\$ 10.971,88	\$ 11.902,70	\$ 12.770,03
(=) UTILIDAD NETA		\$ 38.525,24	\$ 32.144,86	\$ 34.744,27	\$ 37.691,87	\$ 40.438,43
(+) DEPRECIACION		\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.468,89	\$ 9.042,55	\$ 9.042,55
(=) FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ (113.978,27)	\$ 47.994,13	\$ 41.613,75	\$ 44.213,16	\$ 46.734,43	\$ 49.480,98
FLUJO DESCONTADO	\$ -	\$ (65.984,14)	\$ (24.370,40)	\$ 19.842,76	\$ 66.577,19	\$ 116.058,17

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

CUADRO 25 Flujo de caja Proyectado

AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 377.114,16	\$ 390.313,15	\$ 403.974,11	\$ 418.113,21	\$ 432.747,17
\$ 209.507,86	\$ 216.840,64	\$ 224.430,06	\$ 232.285,11	\$ 240.415,09
\$ 167.606,29	\$ 173.472,51	\$ 179.544,05	\$ 185.828,09	\$ 192.332,07
\$ 87.398,74	\$ 89.205,73	\$ 91.053,65	\$ 92.943,49	\$ 94.876,25
\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35
\$ 71.428,20	\$ 75.487,43	\$ 79.711,04	\$ 84.105,25	\$ 88.676,47
\$ 4.594,75	\$ 4.523,51	\$ 4.452,28	\$ 4.381,04	\$ 4.309,80
\$ 66.833,45	\$ 70.963,91	\$ 75.258,77	\$ 79.724,21	\$ 84.366,67
\$ 10.025,02	\$ 10.644,59	\$ 11.288,81	\$ 11.958,63	\$ 12.655,00
\$ 13.634,02	\$ 14.476,64	\$ 15.352,79	\$ 16.263,74	\$ 17.210,80
\$ 43.174,41	\$ 45.842,69	\$ 48.617,16	\$ 51.501,84	\$ 54.500,87
\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35	\$ 8.779,35
\$ 51.953,76	\$ 54.622,04	\$ 57.396,52	\$ 60.281,19	\$ 63.280,22
\$ 168.011,93	\$ 222.633,98	\$ 280.030,49	\$ 340.311,68	\$ 403.591,91

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

El cuadro denominado como flujo de caja proyectado, sirve para determinar los flujos tanto operacionales como no operacionales, con el fin de obtener los flujos netos generados, valores indispensables para calcular el valor actual neto de inversionista y la tasa interna de retorno.

4.25. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de toda sucesión del análisis de la factibilidad de un proyecto. Se lo realiza con la finalidad de establecer la rentabilidad del mismo a través de la aplicación de distintos criterios de evaluación, pues estos intentan medir el efecto del proyecto desde el punto de vista de la empresa con el propósito de tomar la decisión de aceptación o rechazo del proyecto. Antes de detallar las técnicas de evaluación se hará un estudio sobre el flujo de caja cuyos resultados sirven de base para la evaluación financiera.

Se puede observar las deducciones realizadas para el flujo de caja, con el cual se observa que la empresa cuenta con la capacidad financiera para cancelar las diferentes obligaciones adquiridas. Así en el año 1 se obtiene \$ \$ 47.994,13 de flujo de caja neto hasta llegar al año 10 a \$ \$ 63.280,22.

4.25.1. Tasa de Descuento

La tasa de descuento será del 10% más el 3.50% que representa la inflación más el interés a cambiar.

4.25.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un procedimiento por el cual se reubican las utilidades futuras a valores actuales y representa el ingreso neto concebido por el proyecto durante estos 10 años de vida útil. Este caso el VAN del proyecto se encuentra citado en dólares y se lo puede fundamentar como la retribución al capital invertido, considerando una tasa del 12%, dando como resultado la cantidad de \$ 709.518,74. Definiendo que el proyecto es aceptable sobre la base económica, lo que expresa que después de pagar la deuda y obligaciones financieras, queda \$ **709.518,74** para la repartición de dividendos, contribuyendo que la empresa es rentable y se obtiene utilidad.

4.25.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, significa lo que rinde el proyecto y representa la tasa atractiva más alta con la que se recupera la inversión en los diez años de proyección.

A diferencia del VAN donde hay que considerar una tasa, en el TIR hay que determinarla.

La tasa Interna de Retorno del proyecto tiene como resultado el 40,03% el mismo que es superior a la tasa de descuento del 13.50%, lo que refleja que el proyecto es aceptable.

4.25.4. Período de Recuperación de la Inversión del Proyecto

El período de recuperación del capital sirve para precisar el tiempo que tarda el proyecto en recuperar o rembolsar el capital invertido.

Los resultados nos indican que la inversión del proyecto se recuperará aproximadamente en 3 años.

4.26. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación inicial es un informe contable en donde se presenta de forma puntualizada cada una de las cuentas con las que se conforma dicha herramienta contable: Siendo las cuentas de Activos, Pasivos, Patrimonio en donde por este medio se puede analizar y reflejar la posición económica o financiera en la que se encuentra la empresa. Conociendo que dicha herramienta es de suma importancia en todas las actividades, se procedió a la elaboración del estado de situación inicial.

CUADRO 26 Evaluación del Estado de Situación Inicial

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
CORRIENTES	\$ 93.131,73	\$ 128.964,99	\$ 130.473,40	\$ 141.542,00	\$ 152.690,23	\$ 159.053,76	\$ 170.308,76	\$ 185.595,10	\$ 192.275,73	\$ 204.355,04
Efectivo	\$ 74.505,39	\$ 103.171,99	\$ 104.378,72	\$ 113.233,60	\$ 122.152,19	\$ 127.243,01	\$ 136.247,01	\$ 148.476,08	\$ 153.820,59	\$ 163.484,03
Cuentas por cobrar	\$ 18.626,35	\$ 25.793,00	\$ 26.094,68	\$ 28.308,40	\$ 30.538,05	\$ 31.810,75	\$ 34.061,75	\$ 37.119,02	\$ 38.455,15	\$ 40.871,01
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 100.795,56	\$ 89.596,06	\$ 78.396,55	\$ 67.197,04	\$ 55.997,54	\$ 44.798,03	\$ 33.598,52	\$ 22.399,01	\$ 11.199,51	\$ -
IVA PAGADO	\$ 6.865,10	\$ 9.552,00	\$ 9.785,16	\$ 10.026,28	\$ 10.275,81	\$ 10.487,85	\$ 10.704,69	\$ 10.926,44	\$ 11.153,22	\$ 11.385,15
RFIR PAGADA POR ADELANTADO	\$ 572,09	\$ 796,00	\$ 815,43	\$ 835,52	\$ 856,32	\$ 873,99	\$ 892,06	\$ 910,54	\$ 929,43	\$ 948,76
TOTAL ACTIVOS	\$ 201.364,49	\$ 228.909,04	\$ 219.470,54	\$ 219.600,85	\$ 219.819,89	\$ 215.213,63	\$ 215.504,03	\$ 219.831,08	\$ 215.557,90	\$ 216.688,96
PASIVOS										
DEUDA BANCARIA	\$ 76.935,33	\$ 68.386,96	\$ 59.838,59	\$ 51.290,22	\$ 42.741,85	\$ 34.193,48	\$ 25.645,11	\$ 17.096,74	\$ 8.548,37	\$ (0,00)
UTILIDAD POR PAGAR	\$ 8.945,49	\$ 7.463,98	\$ 8.067,56	\$ 8.751,98	\$ 9.389,73	\$ 10.025,02	\$ 10.644,59	\$ 11.288,81	\$ 11.958,63	\$ 12.655,00
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 12.165,86	\$ 10.151,01	\$ 10.971,88	\$ 11.902,70	\$ 12.770,03	\$ 13.634,02	\$ 14.476,64	\$ 15.352,79	\$ 16.263,74	\$ 17.210,80
IVA COBRADO	\$ 36.288,00	\$ 39.435,98	\$ 40.816,24	\$ 42.244,81	\$ 43.723,38	\$ 45.253,70	\$ 46.837,58	\$ 48.476,89	\$ 50.173,58	\$ 51.929,66
IESS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 4.306,44	\$ 4.392,57	\$ 4.480,42	\$ 4.570,03	\$ 0,00	\$ 388,45	\$ 4.661,43	\$ 0,00	\$ 396,22
PATRIMONIO										
CAPITAL APORTADO	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57	\$ 28.494,57
UTILIDAD NETA	\$ 38.525,24	\$ 32.144,86	\$ 34.744,27	\$ 37.691,87	\$ 40.438,43	\$ 43.174,41	\$ 45.842,69	\$ 48.617,16	\$ 51.501,84	\$ 54.500,87
UTILIDAD ANTERIOR	\$ 10,00	\$ 38.525,24	\$ 32.144,86	\$ 34.744,27	\$ 37.691,87	\$ 40.438,43	\$ 43.174,41	\$ 45.842,69	\$ 48.617,16	\$ 51.501,84
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 201.364,49	\$ 228.909,04	\$ 219.470,54	\$ 219.600,85	\$ 219.819,89	\$ 215.213,63	\$ 215.504,03	\$ 219.831,08	\$ 215.557,90	\$ 216.688,96

Fuente: Empresa "D'NUR S.A"

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.27. PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO 27 Punto de equilibrio

Cámara frigorífica										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRECIO PROMEDIO	\$ 180,00	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 186,30
C.V PROMEDIO	\$ 100,00	\$ 103,50	\$ 107,12	\$ 110,87	\$ 114,75	\$ 118,77	\$ 122,93	\$ 127,23	\$ 131,68	\$ 136,29
CF.	\$ 57.209,19	\$ 79.599,97	\$ 81.543,02	\$ 83.552,34	\$85.631,72	\$87.398,74	\$ 89.205,73	\$91.053,65	\$ 92.943,49	\$ 94.876,25

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

Este punto se encuentra cuando los ingresos totales igualan a los egresos totales, para hallar este valor se utilizó la siguiente formula:

$$PE (USD) = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas} - \text{Costos variables totales}}$$

1- Costos variables totales

Ventas

4.28. ESCENARIO (Optimista – Probable y Pesimista)

Optimista

Al aspirar ventas aproximadas de 20 toneladas de pesca por día eso se vería reflejado en un 75,48% con unas ganancias lucrativas y que nuestra inversión se pagaría en un año lo que resulta favorable para nuestra empresa.

Probable

Se puede expresar que mi ámbito probable está representado con una tasa de retorno de 40,03% con ganancias líquidas, y la inversión se pagaría en tres años, esto es representable para la empresa.

Pesimista

En caso de tener ventas mínimas a 10 toneladas diarias se reflejara en un 12,29% con un margen de pérdidas económicas y nuestra tasa de retorno será después de seis años.

4.29. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

Es necesario en el presente ítem, realizar un análisis técnico de los impactos que el proyecto generará a los ámbitos ambientales y socio-económico para lo cual se ha utilizado la siguiente metodología. Para cada ámbito, a ser analizado se utiliza una matriz de impactos, en la cual al eje horizontal ubicamos los niveles de impactos, sobre la base la siguiente tabla.

CUADRO 28 Análisis de impacto

-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto medio negativo
0	No existe impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Empresa "D'UN S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

$$\frac{\text{Nivel de impacto} = \text{Sumatoria Total}}{\text{Número de indicadores}}$$

Para cada tipo de impacto se realizara una matriz, la misma que está compuesta por sus indicadores con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la operación para obtener el resultado final y realizar el análisis global del impacto.

4.29.1. Análisis de Evaluación Ambiental

En este ámbito el proyecto generará un impacto positivo, ya que al crear la empresa estaremos dando solución a los posibles clientes, en poder almacenar por más tiempo sus productos para luego comercializarlos a un precio rentable, a la vez se estará ofreciendo fuentes de empleos a personas aptas y que puedan desenvolverse en las áreas de la empresa, en un ambiente agradable el cual todo ser humano desea sentir comodidad y así poder rendir en sus actividades satisfactoriamente.

4.29.2. Impacto Ambiental

La empresa “D’NUR S.A” no va a contaminar el medio ambiente, porque no va a tener emisiones de humo que causen daños.

El agua que se utilizara en las instalaciones de la empresa será solo para el lavado de la pesca y el uso de la limpieza, sobre todo contará con una red de canalización ideal para eliminar las aguas servidas. Para la acumulación de desechos sólidos y basura resultante de la actividad de la empresa, es indispensable colocar recolectores de basura en los lugares de mayor afluencia.

CUADRO 29 Impacto ambiental

Nivel de Impacto	Indicadores	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
	1.-Genetadores					X			1
	2.-Higienización					X			1
	4.-Desechos sólidos						X		2
	Total					2	2	0	4

Fuente: Empresa “D’NUR S.A.”

Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

4.29.3. Análisis Socio - Económico del Proyecto

En éste ámbito socio económico el proyecto tendrá un impacto positivo, porque generará empleo a personas preparadas en el ámbito en el que estamos, al mismo tiempo que les motiva a seguirse esforzando, incrementara los ingresos de las familias, con lo cual las condiciones de vida mejoraran, ya que con el proyecto se incentivara a las personas que trabajen en su propia comunidad.

Cuadro 30 Análisis Socio Económico

Nivel de Impacto								
Indicadores	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1.-Incremento de los ingresos de la familia					X			1
2.-Oportunidades para mejorar las condiciones de vida						X		2
4.-fuentes de empleo						X		2
5.-seguridad y protección familiar					X			1
Total					2	4	0	6

Promedio: 6/4

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.

PLAN DE ACCIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA CON CÁMARA FRIGORÍFICA DE CONSERVACIÓN DE PESCA BLANCA EN LA COMUNA PALMAR															
Problema principal: De qué manera incide un método de conservación en la comercialización de Pesca Blanca de los comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2013.															
Fin del proyecto: Evaluar la incidencia del método de conservación en la comercialización de la pesca blanca mediante un estudio de mercado que involucre a los comerciantes a optimizar recursos para la Creación de una Planta con Cámara Frigorífica de conservar pesca blanca, en la comuna Palmar.		Indicadores:													
Propósito del proyecto: Proponer la Creación de una planta con Cámara Frigorífica, que brinde servicio a los comerciantes de Pesca Blanca.		<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado, administrativo, técnico y financiero. • Encuesta a posibles beneficiarios 													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Objetivos Específicos</th> <th>Indicadores</th> <th>Estrategias</th> <th>Actividades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Implementación de procesos de calidad que ayuden a la mejor recolección de la pesca blanca para el incremento de las ventas de los comerciantes de la comuna Palmar.</td> <td>Aceptación de la Planta con Cámara Frigorífica por parte de los comerciantes.</td> <td>Procesos de calidad para productos de mar.</td> <td> 1.1. Evaluación del equipamiento necesario para los procesos. 1.2. Tiempos de enfriamiento y almacenamiento óptimos de la pesca blanca. 1.3. Capacidad de almacenamiento de las cámaras de frío, una de 14 toneladas y la otra de 150 toneladas. 14. Ejecución del proyecto. </td> </tr> <tr> <td>Determinar la estructura orgánica de la empresa para el mejor desarrollo de los empleados.</td> <td>Estructura orgánica y manual de funciones</td> <td>Planear, organizar, dirigir y controlar</td> <td> 2.1. Estructura orgánica y su manual de funciones. 2.2. Constitución jurídica y trámites de legalización de la empresa. 2.3. Capacitaciones en comunicación. 2.4 Capacitaciones sobre los procesos y la manipulación de </td> </tr> </tbody> </table>				Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Actividades	Implementación de procesos de calidad que ayuden a la mejor recolección de la pesca blanca para el incremento de las ventas de los comerciantes de la comuna Palmar.	Aceptación de la Planta con Cámara Frigorífica por parte de los comerciantes.	Procesos de calidad para productos de mar.	1.1. Evaluación del equipamiento necesario para los procesos. 1.2. Tiempos de enfriamiento y almacenamiento óptimos de la pesca blanca. 1.3. Capacidad de almacenamiento de las cámaras de frío, una de 14 toneladas y la otra de 150 toneladas. 14. Ejecución del proyecto.	Determinar la estructura orgánica de la empresa para el mejor desarrollo de los empleados.	Estructura orgánica y manual de funciones	Planear, organizar, dirigir y controlar	2.1. Estructura orgánica y su manual de funciones. 2.2. Constitución jurídica y trámites de legalización de la empresa. 2.3. Capacitaciones en comunicación. 2.4 Capacitaciones sobre los procesos y la manipulación de
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Actividades												
Implementación de procesos de calidad que ayuden a la mejor recolección de la pesca blanca para el incremento de las ventas de los comerciantes de la comuna Palmar.	Aceptación de la Planta con Cámara Frigorífica por parte de los comerciantes.	Procesos de calidad para productos de mar.	1.1. Evaluación del equipamiento necesario para los procesos. 1.2. Tiempos de enfriamiento y almacenamiento óptimos de la pesca blanca. 1.3. Capacidad de almacenamiento de las cámaras de frío, una de 14 toneladas y la otra de 150 toneladas. 14. Ejecución del proyecto.												
Determinar la estructura orgánica de la empresa para el mejor desarrollo de los empleados.	Estructura orgánica y manual de funciones	Planear, organizar, dirigir y controlar	2.1. Estructura orgánica y su manual de funciones. 2.2. Constitución jurídica y trámites de legalización de la empresa. 2.3. Capacitaciones en comunicación. 2.4 Capacitaciones sobre los procesos y la manipulación de												

			productos del mar.
Identificar el desarrollo de la economía de los clientes (comerciantes) y el beneficio que esta produce a la empresa	Número de clientes (comerciantes) y ventas actuales	Ventas	<p>3.1 Analizar los valores actuales de ventas y comparar con las ventas de los años en que funcionara la cámara frigorífica.</p> <p>3.2 Primera ventas a comerciantes de la comuna para luego captar clientes de comunas cercanas.</p> <p>3.3 Ejecutar la actividad.</p>
Evaluar incremento de nuevas máquinas de conservación de pesca para el incremento de las ventas	Indicadores Financieros	<p>Rentabilidad y viabilidad del proyecto</p> <p>Fuentes de financiamiento</p>	<p>4.1. Evaluación de maquinarias y estudio técnico.</p> <p>4.2. Evaluación de ventas y proyección de ventas a \$302.200 al año</p> <p>1.4. Financiamiento con la CFN con cuotas anuales de 16.633,70. Para la obtención de la inversión inicial.</p>

Fuente: Empresa "D'NUR S.A."
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Para lograr una participación más efectiva en el mercado peninsular, se debe desarrollar estrategias de posicionamiento con un buen plan de marketing, realizando un seguimiento continuo al mercado, para poder determinar las ventajas y desventajas de nuestro servicio y que acciones más adelante se pueden ejecutar para mejorar.
2. Mediante la utilización de instrumentos necesarios para la recolección efectiva de información como la encuestas; se determinó la viabilidad de la investigación, debido a la falta del servicio que ellos necesitan para almacenar su producto.
3. Los habitantes de la provincia de Santa Elena consumen por lo general el pescado, ya que es muy bueno en fósforo, por tanto es conveniente ofrecer el servicio para que los clientes puedan distribuir su producto al mercado demandante con calidad y frescura.
4. Para cubrir la demanda efectiva para la producción, existe una gran cantidad de especies las cuales pueden ofrecer en cantidades masivas cumpliendo con las expectativas del nivel consumidor.
5. La ubicación de la planta será en la comuna Palmar de la Parroquia Colonche, siendo una zona pesquera ideal para realizar las actividades comerciales, ya que es favorable porque disminuye los costos de transportación de la materia prima.
6. El proyecto está elaborado con el fin de brindar oportunidades de ventas seguras para los comerciantes de esta zona, creando fuentes de trabajo debido a la cantidad de empleos que generará, mejorando la calidad de vida de los habitantes y la economía de la provincia.

RECOMENDACIONES

1. La empresa debe exponer una imagen de solidez y fortaleza, dando a entender la capacidad de manejo administrativo por quienes conformaran la empresa.
2. La empresa D`NUR S.A deberá poseer las características técnicas necesarias, así como la experiencia y recurso humano capacitado en este tipo de servicio, lo que permitirá lograr el éxito permanente en el ejercicio de sus funciones.
3. D`NUR S.A debe ofrecer un excelente servicio al cliente, con atención permanente y personalizada, debe brindar un servicio a gusto a sus consumidores, debido a que es la parte principal de la empresa, para que esta tenga clientes fieles.
4. Realizar nuevas campañas de publicidad constantemente para dar a conocer el servicio de almacenamiento, utilizando maquinaria de última tecnología para el mejoramiento del proceso productivo, ofreciendo un producto de calidad que satisfagan los gustos y necesidades del mercado.
5. Efectuar un estudio de mercado para saber la demanda del servicio en cuanto al comportamiento del sector pesquero, para de esta manera estar pendiente de como satisfacer en cuanto a las necesidades del cliente y poder cumplir con todo lo requerido.
6. Recomiendo la aplicación de este estudio de factibilidad por considerar el servicio un complemento importante para los clientes, haciéndolo un proyecto factible y viable, el mismo que financieramente es rentable en su ejecución.

BIBLIOGRAFÍA

ALTISEN, C. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. Rosario, Argentina: El barco de vapor.

FLORES URIBE, J. A. (2008). *Proyecto de Inversión para las Pymes, Creación de empresas*. ecoe ediciones.

Jacqueline, D. C. (2008). *Guía práctica para hacer una tesis*. Santiago de Chile: Ril editores.

JIMÉNEZ QUINTERO, J. (2012). *Creación de Empresas*. México: Ediciones Pirámide.

MEDINA RIVILLA, A. (2008). *Metodología para la realización de Proyectos de Investigación y Tesis*. Bogota: Universitas S.A.

MÉNDEZ A, C. (2008). *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con énfasis en Ciencias empresariales*. Colombia, Bogotá: Limusa.

MORÁN MARQUEZ, F. (2010). *Metodología de la Investigación*. Ecuador, Guayaquil: Minerva.

NAMAKFOROOSH, M. (2008). *Metodología de la Investigación* . México: Limusa.PAREDES GARCÉS, W. G. (2009). *Como desarrollar una tesis*. Ecuador, Quito: Bigcopy.

VAN HORNE, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.

LIBROS VIRTUALES

B. JORDAL, Asmund. (2008). *Uso de medidas técnicas en la pesca responsable, regulación de arte de pesca .Noruega.*

<http://www.fao.org/docrep/008/y3427s/y3427s04.htm>

BIJARRO HERNÁNDEZ, Francisco. (2008). *Desarrollo estratégico para la Investigación científica . edición electrónica. Texto completo en*

www.eumed.net/libros/2008b/

Ing. MUÑOZ, Adriana. (2010). *Pesca en Ecuador, MAGAP. Ecuador: Editorial Agrytec.com*

<http://agrytec.com/pecuario/index.php?option=com.content&id=45:la-pesca-en-el-ecuador&Itemid=39>

LIRA MEJÍA, M. C. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?. Edición electrónica.*

MARÍN VILLADA, Alba Lucia. (2011). *Metodología de la Investigación y Formulación de proyectos .Colombia: Cuarta edición.*

NUÑEZ, Hugo, LÓPEZ, Solange, SAAVEDRA, Luis. (2008). *Desarrollo estratégico para la investigación científica. Edición electrónica gratuita. Texto completo en*
<http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%3%93MICAS/CARRERA%20DE%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS/05/Comercio%20electronico/Modulo%20de%20Aprendizaje%20del%20Area%20Comercial.pdf>

ORTÍZ IBAÑEZ, L.O. (2010). *Plan de desarrollo Institucional. Edición electrónica.*

PÁGINAS WEB

<http://www.bibliotecasmorelos.com/pedagogia/quinto/metodologia%20didactica/estrategiasmetodologicas.pdf>

<http://educapuntos.blogspot.com/2011/04/modalidad-tipo-y-diseno-de-la.html>

<http://es.scribd.com/doc/325688/Conceptos-basicos-de-Metodologia-de-la-Investigacion>

<http://www.portaldeencuestas.com/que-es-una-encuesta.php>

<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

<http://es.scribd.com/doc/56967580/Estudio-Tecnico-Proyecto>

<http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero.>

<http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13829032/Metodos-de-conservacion-de-alimentos-resumido.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Pesca_artesanal

http://www.casalamm.com.mx/guia_tesis.pdf

http://www.ecuaworld.com.ec/hidrografia_ecuatoriana.htm

<http://www.encyclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>

<http://www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>

<http://www.marketing-xxi.com/etapas-de-la-venta-o-comercializacion-101.htm>

<http://www.capig.org.ec/index.php/tramites-ciudadanos/54-tramites-ciudadanos/26-constitucion-de-companias.html>

<http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/20/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo>

<http://definicion.de/recursos-financieros/>

<http://es.scribd.com/doc/75148861/Definicion-de-recursos-tecnologicos>

<http://pescadosymariscos.consumer.es/bonito/propiedades-nutritivas>

http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros

GLOSARIO

POBLACIÓN.- Conjunto de habitantes de un País, región, provincia, ciudad, etc.

FACTIBILIDAD.- Calidad o condición de factible.

CREACIÓN.- Producción de una cosa a partir de la nada.

ALMACENAR.- Reunir o guardar una cosa en grandes cantidades.

TEMPERATURA.- Propiedad de establecer el equilibrio térmico entre dos cuerpos.

PRODUCCIÓN.- Conjunto de los productos que da la tierra o de los que elabora la industria.

CONTAMINACIÓN.- Acumulación de sustancias en el agua, la atmosfera o el suelo que perjudican su estado y la salud de los seres vivos.

SEMÁNTICO.- Está vinculado al significado, sentido e interpretación de palabras, expresiones o símbolos.

SINTÁCTICO.- Corresponde al análisis de la relación existente entre los distintos símbolos o signos del lenguaje.

TENSORES.- Mecanismo que sirve para poner tensa una cosa.

PUENTES TÉRMICOS.- Zona donde se transmite más fácilmente el calor que en las zonas aledañas.

EPÓXIDO.- Es un radical formado por un átomo de oxígeno de carbono, que a su vez están unidos entre sí mediante un solo enlace covalente.

CORROSIÓN.- deterioro de un material a consecuencia de un ataque electroquímico por su entorno.

CALEFACCIÓN.- Es una forma de climatización que consiste en aportar calos a los espacios cerrados habitados, cuando las temperaturas exteriores son bajas conforme sean las necesidades.

CONDENSADO.- Convertir un gas o vapor en líquido o sólido.

TÚNEL.- Los túneles son en su mayoría construcciones artificiales que el ser humano diseña y ejecuta con el único propósito de pasar de un lado a otro cuando dos puntos se encuentran cerrados o cubiertos de materia.

IQF: (del inglés Individual Quick Freezing, que quiere decir congelación individual rápida) es un proceso de refrigeración que busca la conservación de las propiedades organolépticas (propiedades físicas de los alimentos, como son el sabor, el olor, la textura y el color) y las características nutritivas de los alimentos.

CÁMARA FRIGORÍFICA: es un sistema capaz de generar temperaturas negativas, hasta niveles térmicos tales que permitan la refrigeración de sustancias diversas y masas determinadas de productos.

COMPRESIÓN.- Paso de una sustancia del estado gaseoso al líquido o sólido.

EVAPORACIÓN.- Proceso físico por el cual el agua u otras sustancias líquidas, pasan del estado líquido al estado gaseoso.

ABREVIATURA

UHT: Ultra High Temperatura.

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social.

INEN: Instituto Ecuatoriano de Normalización.

CNA: Consejo Nacional Aparente.

RUC: Registro Único de Contribuyente.

SCA: Sociedades en comanditas por Acciones.

EAT: Empresas Asociativas de Trabajo.

CFN: Corporación Financiera Nacional.

PIN: Producto Interno Bruto.

A

N

E

X

O

S

ANEXO 1 Matriz de consistencia

TEMA	TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS
<p>“Incidencia en el método de conservación en la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados a optimizar recursos. Estudio de factibilidad para la creación de una planta con cámara frigorífica de conservación de pesca blanca dirigido a los Comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2013”.</p>	<p>“Incidencia en el método de conservación en la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados a optimizar recursos. Estudio de factibilidad para la creación de una planta con cámara frigorífica de conservación de pesca blanca dirigido a los Comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2013”.</p>	<p>¿De qué manera incide el método de conservación en la comercialización de Pesca Blanca de los comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2013?</p>	<p>Evaluar la incidencia del método de conservación en la Comercialización de la Pesca Blanca mediante un estudio de mercado que involucre a los comerciantes a optimizar recursos para el estudio de factibilidad de la creación de una planta con Cámara Frigorífica de conservación de Pesca Blanca dirigido a los comerciantes de la Comuna Palmar.</p>	<p>La incidencia en el método de conservación en cámaras de frio para la comercialización de la pesca blanca que involucre a los interesados y a los comerciantes de la Comuna Palmar, Parroquia Colonche de la, Provincia de Santa Elena.</p>

Fuente: Empresa “D NUR S.A.”
Elaborado por: Nury Cucalón Cacao.



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

ANEXO 2 Cuestionario

OBJETIVO GENERAL: Determinar la aceptación de la creación de una planta con cámara Frigorífica en la Comuna Palmar.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste de manera sincera colocando una X sobre la respuesta seleccionada. La información que usted proporcionará es confidencial y será utilizada con fines de investigación académica.

EDAD: _____ **SEXO:** M F

1. ¿En la actualidad que método utiliza para mantener o congelar su pesca?

Hielo

Congelador

Otros _____

2. ¿Existe en este sector los servicios de una cámara frigorífica?

Sí cuál _____

No

3. ¿Está contento/a con el servicio que ellos brindan? En caso de contestar si la pregunta anterior, caso contrario omitirla.

Sí

No

4. ¿Qué tan necesario es para Ud. Obtener los servicios de: una planta con Cámara frigorífica?

Mucho

Poco

Nada

5. ¿Con qué frecuencia usted utiliza o necesita los servicios de: una planta con Cámara frigorífica?

Diario

Cada 2 días

Cada 5 días

Cada semana

Cada mes.

6. ¿Usted para qué utiliza una planta con cámara frigorífica?

Mantener su producto

Congelar pesca

Tener calidad del producto

Otros: _____

7. ¿Además de utilizar la planta con cámara frigorífica que otros servicios le parecen necesarios?

Eviscerado

Fileteado

Cortado

Otros: _____

8. ¿Qué cantidad de pesca guarda o guardaría?

1 tonelada

2 toneladas

3 toneladas

Otros _____

9. ¿Cuánto pagaría usted por el servicio de mantener su producto al mes?

\$160 a \$180

\$190 a \$210

\$220 a \$240

Otros: _____

10. ¿Usted utilizaría los servicios de una Planta con Cámara Frigorífica, que está ubicada en Palmar?

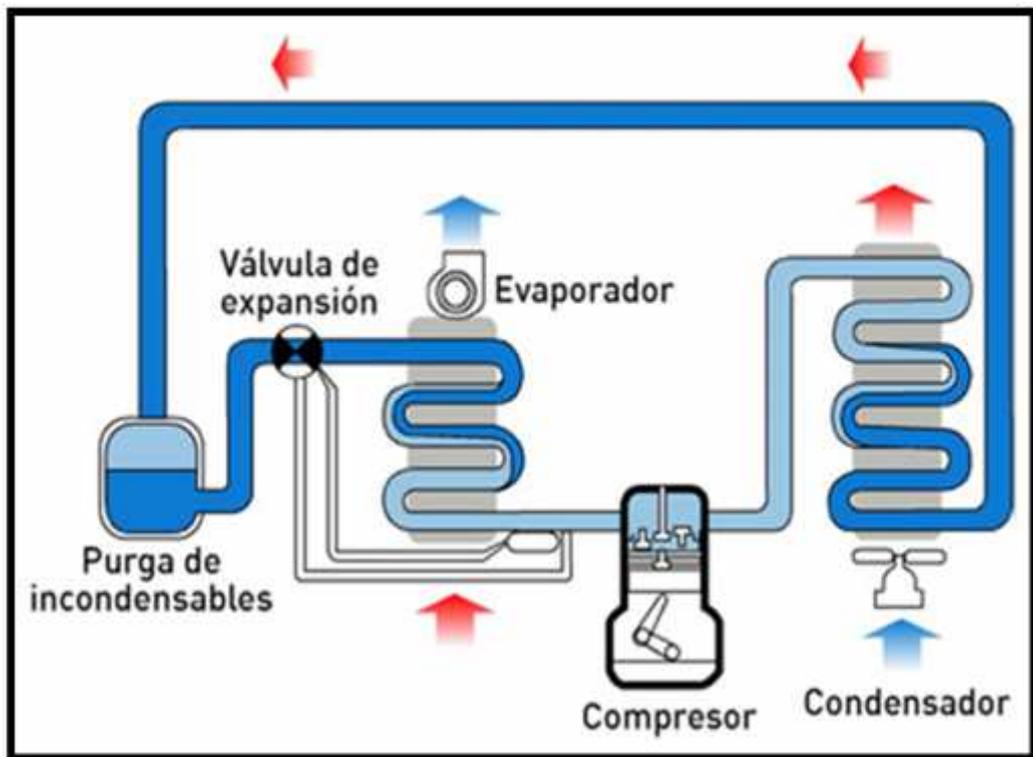
Sí

No

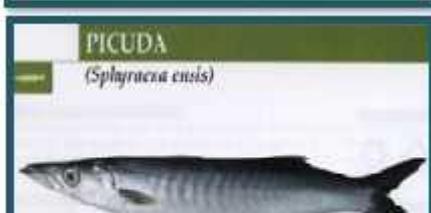
11. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este servicio que quiera decirnos?

¡¡MUCHAS GRACIAS POR COLABORAR!!

ANEXO 3 Cámaras De Frío (Túneles)



ANEXO 4 Variedad De Pescados



ANEXO 5 Personas Encuestadas

