



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS EN  
LA PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2013”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

AUTOR: TITO RÓMULO SUÁREZ FRANCO

TUTORA: ING. MARGARITA PALMA SAMANIEGO, MBA.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS EN  
LA PROVINCIA DE SANTA ELENA  
AÑO 2013”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: TITO RÓMULO SUÁREZ FRANCO**

**TUTORA: ING. MARGARITA PALMA SAMANIEGO, MBA.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**La Libertad, 21 de Octubre del 2013**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”, elaborado por el Sr. Tito Rómulo Suárez Franco, egresado de la Carrera de Ingeniería en 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 Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....

**ING. MARGARITA PALMA SAMANIEGO, MBA.**

**TUTORA**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por ser el que día a día me dio ánimo y fuerzas para poder terminar el trabajo, a mis padres y familiares por su apoyo moral y económico, a mis profesores por sus conocimientos y enseñanzas que año a año me transmitieron, en especial a la Virgen de Fátima que me guio y me dio fuerzas para seguir adelante y al Hermano Gregorio por todos los favores realizados

Tito Suárez Franco

## **AGRADECIMIENTO**

Muy solemnemente a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que me dio la oportunidad de demostrar mis conocimientos y crecer profesionalmente, a mis maestros que con sus conocimientos me orientaron y guiaron para hacer de mi un profesional de calidad.

Tito Suárez Franco

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

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

---

Ing. Margarita Palma Samaniego, MBA.  
PROFESOR-TUTOR

---

Ing. Germán Mosquera Soriano, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

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

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

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS  
EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO, 2013”**

Autor: Tito Rómulo Suárez Franco  
Tutor: Ing. Margarita Palma Samaniego, MBA.

**RESUMEN**

El trabajo investigativo que se presenta a continuación, es el estudio de un proyecto de inversión para la creación de una empresa industrializadora de ostras en la provincia de Santa Elena, específicamente en la comunidad de Palmar, por su cercanía al mar, que es donde podemos encontrar los factores necesarios para poder procesar la ostra en estado natural, darle el debido proceso industrial que consiste en la extracción de la ostra de la concha pasar por su debido proceso de limpieza y embalaje, de esta manera obtener el producto terminado apto para el consumo humano. En primera instancia se presenta el problema y la importancia que conlleva realizar esta investigación, y la importancia que tiene la creación de esta empresa industrializadora de ostras en la provincia, ya que mediante esto se solucionará el problema que tienen los restaurantes, las cevicherías, los comedores, cabañas cevicherías, y los hoteles, que es el mercado meta, se presenta el estudio técnico en el cual da a conocer el listado de maquinarias y equipos a utilizar, así como el flujograma de proceso en que indica que en un tiempo de 13 minutos se obtendrá el producto listo para el consumo humano, el cual consta en una presentación de funda que tendrá un peso aproximado de 240 gramos, el estudio de mercado que sirve para conocer la aceptación del producto en el mercado y la elaboración de una marca y empaque llamativo para los clientes con nombre de The King Ostras el cual fue evaluado por el mercado luego de realizar el respectivo estudio del mismo, el estudio administrativo que nos indica el organigrama y las respectivas descripción de cada uno de los cargos, el estudio financiero el cual refleja que la empresa obtendrá la utilidad esperada y la evaluación financiera que mediante la elaboración del flujo de caja y del cálculo de la TIR de y el VAN se obtuvo como resultado que el proyecto es rentable.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA .....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE DE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
MARCO CONTEXTUAL .....	3
Tema.....	3
El problema de investigación.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Importancia del Estudio.....	5
Identificación del problema.....	5
Definición del problema.....	6
Formulación del problema.....	6
Limite teórico.....	7
Causas Secundarias.....	7
Justificación del tema.....	7
Objetivo.....	9
Objetivos específicos.....	9
Hipótesis.....	10
Unidad de análisis.....	10
Variable dependiente e independiente.....	10
Variable dependiente:.....	10



Variable independiente: .....	11
Elemento lógico: .....	11
Operacionalización de variables. ....	12
Variable independiente.....	12
Variable dependiente.....	13
CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.1. CÓMO NACE LA INDUSTRIA. ....	14
1.2. ¿QUÉ ES INDUSTRIALIZACIÓN?.....	15
1.3. EL PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN EN EL ECUADOR. ....	15
1.5. ORIGEN DEL CAPITALISMO INDUSTRIAL EN EL ECUADOR. ....	16
1.6. LA OSTRAS. ....	17
1.7. ORÍGENES PREHISTÓRICOS. ....	18
1.8. BIOLOGÍA. ....	19
1.9. VALOR NUTRICIONAL.....	20
1.10. LA CREACIÓN DE EMPRESAS COMO PROFESIÓN. ....	21
1.10.1. La nueva empresa.....	22
1.10.2. ¿Por qué la creación de empresas cumple también una función social?.....	22
1.11. LA IMPORTANCIA DE CREAR EMPRESA EN UN MUNDO DE OPORTUNIDADES LABORALES LIMITADAS.....	23
1.11.1. La importancia de crear empresa en un mundo de oportunidades laborales limitadas.....	24
1.12. PROYECTO DE INVERSIÓN (CONCEPTUALIZACIÓN). ....	26
1.12.1. Un proyecto está formado por cuatro estudios principales. ....	26
1.12.2. El estudio del mercado:.....	26
1.12.3. El estudio técnico. ....	27
1.12.4. El estudio financiero. ....	27
1.12.5. El estudio de organización. ....	28
1.12.6. Tipos de proyecto.....	28
1.12.7. Proyecto de inversión privado.....	28

1.13. MARCO LEGAL.....	28
1.13.1 Constitución de la República del Ecuador .....	29
1.13.2. Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario .....	32
1.13.3. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones .....	34
1.13.4. De la democratización de la transformación productiva y el acceso a los factores de producción.....	38
1.13.5. Sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema... 43	
CAPÍTULO II .....	48
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	48
2.1. METODOLOGÍA .....	48
2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	48
2.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	49
2.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	50
2.4.1. Investigación de Campo.....	50
2.5. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
2.5.1. Método no experimental o ex post-facto.....	51
2.5.2. Estudio descriptivo.....	51
2.5.3. Método correlacional. ....	52
2.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	52
2.6.1. Técnicas e instrumentos de investigación .....	52
2.6.2. Técnicas.....	52
2.6.3. Documental .....	53
2.7. ALCANCE.....	53
2.8. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	53
2.8.1. La encuesta.....	54
2.9. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	54
2.9.1. Población.....	54
2.9.2. Muestra.....	54
2.9.3. Elemento .....	55
2.9.4. Unidad de muestreo.....	55

2.9.5. Alcance.....	55
2.9.6. Tiempo .....	55
2.9.7. Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población.....	55
2.9.8. Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población.....	56
2.9.9. Fórmula para determinar el tamaño de la muestra del mercado objetivo.....	57
2.9.10. Estratificación del tamaño de la muestra .....	58
CAPÍTULO III.....	59
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	59
3.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	59
3.2. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	60
3.2.1. Analizar los Datos.....	60
3.3. RESULTADOS Y GRÁFICOS DE LA LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DUEÑOS DE RESTAURANTES CEVICHERÍAS COMEDORES CABAÑAS COMEDOR.....	61
3.4. Conclusiones .....	75
3.5. Recomendaciones.....	76
CAPÍTULO IV.....	77
PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013 .....	77
4.1. ANTECEDENTES.....	77
4.1.1. Justificativos.....	78
4.1.2. Misión .....	79
4.1.3. Visión .....	79
4.1.4. Objetivo general .....	79
4.1.5. Objetivos específicos .....	79

4.2. ESTUDIO TÉCNICO .....	80
4.2.1. Tamaño de la planta para producir el producto.....	80
4.2.1.2. Área de almacenamiento del producto terminado.....	80
4.2.1.3. Localización .....	81
4.2.2. Ingeniería propia del proyecto .....	82
4.2.2.1. Breve descripción del proyecto.....	82
4.2.3. Diseño del proceso de producción .....	84
4.2.3.1. “Flujo de proceso de la planta” .....	84
4.2.3.2. Descripción del Flujo de Proceso.....	85
4.2.4. Tecnología a implementar y selección de maquinaria y equipos.....	86
4.2.4.1. Balance de maquinarias y equipos .....	86
4.2.4.2. Balance de personal.....	87
4.2.4.3. Balance de materiales y mano de obra.....	88
4.2.5. Abastecimiento de materias primas .....	88
4.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	91
3.3.1. Investigación de Mercado .....	91
3.3.2. Definición del Problema. ....	91
4.3.3. Problema de Decisión Gerencial.....	91
4.3.4. Problema de Investigación de Mercado .....	91
4.3.4.1. Objetivo general.....	91
4.3.4.2 Componentes específicos .....	92
4.3.5 Identificación del producto .....	92
4.3.5.1. Definición del producto.....	93
4.3.5.2. Características técnicas del producto .....	93
4.3.5.3. La etiqueta y el logotipo.....	94
4.3.5.4. Tipos de Productos Existentes en el Mercado.....	95
4.3.6. Mercado Meta .....	95
4.3.7. Análisis de la Demanda.....	96
4.3.7.1. El mercado demanda .....	96
4.3.7.2. Demanda Insatisfecha .....	96
4.3.7.3. Cálculo de la demanda .....	97

4.3.8. Análisis de la oferta.....	99
4.3.9. Determinación del tipo de demanda.....	99
4.3.10. Análisis del consumidor.....	100
4.3.10.1. Proceso de decisión de compra.....	100
4.3.10.2. Roles en la compra.....	100
4.2.10.3. Proceso de decisión de compra.....	100
4.3.11. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor ....	100
4.3.11.1. Factores culturales.....	100
4.3.11.2. Factores sociales.....	101
4.3.11.3. Factores personales.....	101
4.3.12. Perfil del consumidor.....	101
4.3.13. Análisis de la competencia.....	102
4.3.14. Comercialización.....	102
4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	103
4.4.1. Organigrama funcional.....	103
4.4.2. Distribución de funciones.....	103
4.4.3. Perfil del personal de la empresa.....	105
4.4.3.1. Área administrativa.....	105
4.4.3.2. Gerente.....	105
4.4.3.3 Área de secretaría.....	107
4.4.3.4. Secretaría.....	107
4.4.3.5. Departamento de ventas.....	108
4.4.3.6. Jefe de ventas.....	108
4.4.3.7. Área financiera.....	109
4.4.3.8. Contador.....	109
4.4.3.9. Área de planta.....	110
4.4.3.10 Jefe de producción y control de calidad control de calidad .....	110
4.4.3.11. Operarios de planta.....	111
4.4.3.12. Guardias.....	112
4.4.3.13. Chofer.....	113
4.4.4. MARCO LEGAL.....	114

4.5. ESTUDIO FINANCIERO .....	118
4.5.1. 1. Estructura financiera del proyecto .....	118
4.5.2. Presupuesto de ingresos mensuales.....	118
4.5.2.1. Presupuesto de ingresos anuales .....	119
4.5.3. Políticas para las ventas .....	119
4.5.4. Presupuesto de materia prima .....	120
4.5.4.1. Presupuesto de materia prima anual.....	121
4.5.4.2. Presupuesto de mano de obra directa e indirecta .....	121
4.5.4.3. Presupuesto costos indirectos de fabricación.....	122
4.5.4.4. Presupuesto costos indirectos de fabricación anual .....	122
4.5.4.5. Costos de producción anual .....	123
4.5.5. Capital de trabajo .....	124
4.5.6. Estructura del capital.....	125
4.5.6.1. Tabla de amortización del préstamo requerido .....	125
4.5.7. Costo unitario del producto .....	126
4.5.8. Precio de venta .....	126
4.5.9. Gastos de publicidad .....	127
4.5.10. Gastos de ventas totales .....	127
4.5.11 Gastos administrativos anuales .....	128
4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	129
4.6.1 Determinación del punto de equilibrio.....	129
4.6.2. Calculo del punto de equilibrio .....	130
4.6.2.1. Datos del punto de equilibrio .....	130
4.6.3 Gráfico del punto de equilibrio .....	131
4.6.4. Estado de pérdidas y ganancias.....	131
4.6.5. Estado de situación financiera proyectado.....	133
4.6.6. Determinación de la tasa interna de retorno.....	134
4.6.7. Valor actual neto o valor presente neto.....	134
4.6.8. Tasa interna de retorno.....	134
4.6.9. Calculo de la tir y van por método de regresión .....	136
4.6.9.1. Flujos de caja.....	138

CONCLUSIONES .....	140
RECOMENDACIONES .....	142
BIBLIOGRAFÍA .....	144
ANEXOS .....	147
GLOSARIO .....	157

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO # 1 Variable independiente.....	12
CUADRO # 2 Variable dependiente.....	13
CUADRO # 3 Valor nutricional. ....	21
CUADRO # 4 Población Objetiva .....	57
CUADRO # 5 Estratificación del tamaño de la muestra.....	58
CUADRO # 6 Años de antigüedad .....	61
CUADRO # 7 Actividad comercial .....	62
CUADRO # 8 ¿Dentro de su menú, usted incluye o ha incluido ostras?...	63
CUADRO # 9 ¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?.....	64
CUADRO # 10 ¿Cuántas veces a la semana adquiere ostras?.....	65
CUADRO # 11 ¿Qué cantidad de ostras adquiere a la semana?.....	66
CUADRO # 12 ¿A quién le compra el producto?.....	67
CUADRO # 13 ¿Cuál de los atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?.....	68
CUADRO # 14 ¿Le gustaría que en la provincia existiera una empresa industrializadora de ostras en la cual usted pueda realizar sus pedidos de este producto?.....	69
CUADRO # 15 ¿Cuál de los nombres le gustaría que tenga el producto? .....	70
CUADRO # 16 ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir la ostra en funda?.....	71
CUADRO # 17 ¿Qué tamaño de ostra le gustaría que contengan las fundas de 240 gramos? .....	72
CUADRO # 18 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de ostras de 240 gramos? .....	73
CUADRO # 19 ¿Cuantas fundas de ostras de 240 gramos les gustaría adquirir semanalmente? .....	74
CUADRO # 20 Ponderación.....	81
CUADRO # 21 Descripción del flujo de proceso .....	85
CUADRO # 22 Balance de maquinarias y equipos .....	86



CUADRO # 23 Balance del personal.....	87
CUADRO # 24 Balance de materiales y mano de obra.....	88
CUADRO # 25 Componentes específicos .....	92
CUADRO # 26 Cálculo de la demanda .....	97
CUADRO # 27 Demanda unitaria .....	97
CUADRO # 28 Demanda anual.....	98
CUADRO # 29 demanda efectiva.....	98
CUADRO # 30 Perfil del consumidor .....	101
CUADRO # 31 Presupuesto de ingresos .....	118
CUADRO # 32 Presupuesto de ingresos anuales .....	119
CUADRO # 33 Políticas para la venta.....	119
CUADRO # 34 Presupuesto de materia prima .....	120
CUADRO # 35 Presupuesto de materia prima anual.....	121
CUADRO # 36 Presupuesto de Mano de Obra Directa e Indirecta.....	121
CUADRO # 37 Presupuesto Cif mensual .....	122
CUADRO # 38 Presupuesto Cif anual.....	122
CUADRO # 39 Costos de producción anual .....	123
CUADRO # 40 Capital de trabajo .....	124
CUADRO # 41 Inversión Total .....	125
CUADRO # 42 Amortización del préstamo .....	125
CUADRO # 43 Costo unitario .....	126
CUADRO # 44 Precio de venta .....	126
CUADRO # 45 Gastos de publicidad .....	127
CUADRO # 46 Gastos de ventas totales .....	127
CUADRO # 47 Gastos administrativos anuales .....	128
CUADRO # 48 Punto de equilibrio .....	130
CUADRO # 49 Datos punto de equilibrio .....	130
CUADRO # 50 Estados de resultados proyectados .....	132
CUADRO # 51 Estado de situación financiera proyectado.....	133
CUADRO # 52 Cálculo de la tir y el van.....	135
CUADRO # 53 Flujos anuales.....	136

CUADRO # 54 Método de recuperación de la inversión .....	136
CUADRO # 55 Van .....	137
CUADRO # 56 Tir .....	137
CUADRO # 57 Flujo de Caja .....	138

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1 Años de antigüedad .....	61
GRÁFICO # 2 Actividad comercial.....	62
GRÁFICO # 3 ¿Dentro de su menú, usted incluye o ha incluido ostras? ..	63
GRÁFICO # 4 ¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?.....	64
GRÁFICO # 5 ¿Cuántas veces a la semana adquiere ostras? .....	65
GRÁFICO # 6 ¿Qué cantidad de ostras adquiere a la semana?.....	66
GRÁFICO # 7 ¿A quién le compra el producto?.....	67
GRÁFICO # 8 ¿Cuál de los atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?.....	68
GRÁFICO # 9 ¿Le gustaría que en la provincia existiera una empresa industrializadora de ostras en la cual usted pueda realizar sus pedidos de este producto?.....	69
GRÁFICO # 10 ¿Cuál de los nombres le gustaría que tenga el producto? ..	70
GRÁFICO # 11 ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir la ostra en funda?.....	71
GRÁFICO # 12 ¿Qué tamaño de ostra le gustaría que contengan las fundas de 240 gramos?.....	72
GRÁFICO # 13 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de ostras de 240 gramos? .....	73
GRÁFICO # 14 ¿Cuántas fundas de ostras de 240 gramos les gustaría adquirir semanalmente? .....	74
GRÁFICO # 15 Diseño de la planta .....	80
GRÁFICO # 16 localización.....	81
GRÁFICO # 17 Flujo de procesos .....	84
GRÁFICO # 18 El producto .....	92
GRÁFICO # 19 Logotipo .....	94
GRÁFICO # 20 La etiqueta .....	94
GRÁFICO # 21 Organigrama .....	103
GRÁFICO # 22 Gráfico del punto de equilibrio.....	131

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1 Furgón Térmico equipado con Thermo King .....	147
ANEXO # 2 Abre Ostras Profesional Industrial .....	148
ANEXO # 3 Arcón Congelador .....	148
ANEXO # 4 Vitrina Frigorífica .....	149
ANEXO # 5 Mesa de trabajo .....	149
ANEXO # 6 Empacadora.....	150
ANEXO # 7 Cuchillo .....	150
ANEXO # 8 Escritorio .....	151
ANEXO # 9 Supuestos .....	151
ANEXO # 10 Máquina de lavado de mariscos y conchas .....	152
ANEXO # 11 Fotografía#1ostras en concha.....	152
ANEXO # 12 Fotografía#2 ostra en etapa adulta .....	153
ANEXO # 13 Fotografía#3 ostra en etapa adulta .....	153
ANEXO # 14 Fotografía-4 residuo de la ostra.....	154
ANEXO # 15 Encuesta .....	155
ANEXO # 16 Plan de acción .....	156

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a un estudio de factibilidad para la creación de una empresa industrializadora de ostras, el cual parte desde el problema de investigación, y que los dueños de los restaurantes, cevicherías hoteles que utilizan la ostra como materia prima para elaborar sus platos gastronómicos continúen con esta actividad.

Esto tiene una gran importancia porque se trata de que esta especie marina como es la ostra que en la actualidad se está cultivando en cautiverio, pueda ser aprovechada en su máxima expresión dándole el tratamiento adecuado mediante el proceso de industrialización que consiste en, adquirir el producto a los productores y después del debido proceso de industrialización podremos obtener un producto terminado, el cual estará apto para el consumo humano y los dueños de estos locales que se dedican a la venta masiva de este producto estén seguros de lo que adquieren como materia prima, sin el temor de que este esté dañado por ciertas calamidades que pueden pasar estando en estado natural.

En cada uno de los capítulos realizados en este trabajo investigativo se podrá observar desde el planteamiento del problema siguiendo por la metodología utilizada para verificar el problema en estudio, luego en el capítulo tres uno de los más importantes en esta parte de la investigación tenemos la encuesta y el análisis de los resultados la cual nos dará las respuestas necesarias para saber si el producto es una necesidad y que ellos realmente lo necesitan como posteriormente obtuvimos estos resultados.

El capítulo cuatro es la propuesta en este capítulo se encuentra todo lo concerniente al proyecto en todos sus aspectos fundamentales como es la parte de

mercadeo mediante la realización de un estudio de mercado, la parte del técnico, el cual nos permitirá observar los maquinarias e implementos y tecnología necesarias poder implementar el proyecto así como también el diseño de la planta y el proceso productivo y la ubicación del mismo, adicional a esto también pondremos por qué se escogió el lugar específico donde implementar la empresa industrializadora de ostras, de igual manera se muestra en la propuesta el estudio financiero con cada uno de sus indicadores que verifica que el proyecto es rentable.

## MARCO CONTEXTUAL

### **Tema.**

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO, 2013”

### **El problema de investigación.**

Para que una idea pueda ser objeto de estudio, debe convertirse en problema de investigación. Entonces se puede decir que en investigación, el problema es todo lo que se transforma en objeto de reflexión, sobre se percibe la necesidad de buscar información para estudiarlo.

### **Planteamiento del problema.**

La zona rural de la Provincia de Santa Elena conocida por la belleza de sus playas, también es una zona donde sus habitantes se dedican a las labores de la pesca como medio para su sustento diario, esta actividad la vienen ejerciendo desde muchos años atrás, la cual ha pasado de generación en generación y es el medio de los habitantes para obtener ingresos que cubran sus gastos básicos.

Ellos en la actualidad están buscando alternativas para mejorar su situación socio-económica, entre las cuales encontramos el cultivo de especies marinas en cautiverio y una de estas especies es la ostra, conocida por su exquisito sabor y sobre todo por su gran riqueza nutricional apetecida por su población y también de los turistas que visitan las playas.

Sin embargo, la poca gestión que realizan los productores de ostras que en cierta medida no conocen la manera de comercializar el producto, el cual se considera la causa principal

para que la mayoría de las microempresas que inician este tipo de negocio desistan de seguir en el mercado por considerarlo poco rentable. La falta de conocimientos de técnicas de ventas y estrategias de colocación de productos en un mercado meta, así como también ignorar la necesidad de los dueños de restaurantes y cevicherías, quienes actualmente no pueden conseguir ostras a tiempo para la preparación de sus menús.

Adicionalmente se encuentra el temor de que al cultivar ostras en grandes volúmenes, se genere una sobreproducción en el mercado, lo cual ocasionaría una devaluación del precio de venta e incluso menor a su costo de producción y por ende pérdidas económicas significativas, si esto continúa ocasionaría que muchos productores decidan reducir la producción de ostras debido a que el capital y el tiempo que invierten no se refleja en sus ingresos. En el futuro debido a las causas que los afectan, las personas que producen o consumen ostras decidirán realizar lo siguiente:

Cambiar de actividad e incursionar en otro tipo de negocios en los cuales no tienen experiencias ni conocimientos.

- Emigrar a diferentes ciudades en busca de empleo, donde en muchas ocasiones sufren casos de discriminación, explotación y actos de racismo por parte de sus empleadores.
- Comprar la ostra de otros lugares más lejanos, corriendo el riesgo de que el producto no se encuentren en buenas condiciones y además a un alto precio, lo cual genera que los platos que lleve ostra tengan un precio más costoso.

Con la creación de una empresa industrializadora de ostras los productores tendrán un lugar donde entregar su producción a un precio justo alcanzando maximizar sus ingresos económicos, con esto también se lograría que muchas



familias de la provincia de Santa Elena se dediquen a esta actividad y puedan mejorar su nivel socio-económico.

La gestión de compra de ostras de los restaurantes, cevicherías, hoteles es la principal beneficiada, ya que podría obtener el producto de forma rápida, segura, económico y de calidad, con lo cual podrían mantener su posición en el mercado, por medio del precio competitivo de sus platos que tengan ostras.

### **Importancia del Estudio.**

El proyecto se plantea con el fin de satisfacer las necesidades de los restaurantes y productores de ostras, porque mediante la creación de una empresa industrializadora de ostras podrán vender y adquirir sus productos de manera rápida, segura, económica y de calidad, logrando satisfacer la demanda de los platos que incluyen este producto.

### **Identificación del problema.**

Las personas que se dedican al cultivo de ostras, lo hacen en forma irregular debido a que sobretodo en épocas altas de producción de ostras, ellos no pueden comercializarla a un precio justo, lo cual les ocasiona altos niveles de pérdidas económicas y les deja también una gran desmotivación para continuar con este negocio, lo que genera escasez de ostras en ciertas temporadas.

La escasez de ostras en determinadas temporadas, afecta económicamente a los dueños de restaurantes, cevicherías, hoteles, quienes dejan de vender los platos que incluyen este producto o los preparan a un precio alto, debido a que tienen que adquirir la ostras en localidades lejanas, este incremento de precio causa malestar en los clientes que apetecen este tipo de platos. Por tanto, la elaboración

de una tesis de grado para demostrar la factibilidad de la creación de una empresa industrializadora de ostras en la Provincia de Santa Elena sería viable.

### **Definición del problema.**

En la actualidad la comercialización de este producto es muy escaso debido a que los intermediarios realizan esta actividad y sus empresas no cuentan con las garantías de higiene y maquinarias necesarias para que el producto se pueda consumir de una manera segura y tampoco cuenta con la capacidad de producción para responder a las necesidades del mercado, por lo cual, lo que realizará la industrializadora de ostras es recibir ostras que cultivan los productores para darle el adecuado tratamiento al producto y de esta manera cumplir con las disposiciones de higiene para la comercialización de las mismas.

La industrializadora de ostras trabajará con un sistema de producción bajo y continuo, para reaccionar acertadamente ante las exigencias del mercado.

### **Formulación del problema.**

Según nos dice el libro de Bernal Torres Cesar Augusto (2006) metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales, Un problema de investigación se formula cuando el investigador determina o hace una especie de *pronóstico* sobre la situación problema. En lugar de hacerlo con afirmaciones, este pronóstico se plantea con mediante la formulación de preguntas orientadas a dar respuesta al problema de investigación. (Página 85)

¿La creación de una empresa industrializadora de ostras ayudará a los dueños de restaurantes, cevicherías y hoteles para que no dejen de vender platos gastronómicos que incluyen este producto?

### **Limite teórico.**

En el Cantón Santa Elena no se comercializa de manera formal y es el lugar donde más se encuentran asentados los restaurantes que adquirirían en producto, y además es donde se encuentran los productores que nos proveerán de la materia prima.

### **Causas primarias.**

Los dueños de restaurantes tienen que conseguir ostras de lugares lejanos y en muchas ocasiones en mal estado.

### **Causas Secundarias.**

No se ha ingresado a este campo comercial de la industrialización de este producto marino, que se produce tanto de manera natural como en cautiverio y con un proceso de limpieza y envase apropiado para que el producto este acto para el consumo humano, libre de organismo que encuentran en el ambiente y son perjudiciales para la salud de los consumidores.

No existen productores con conocimiento en este campo de la comercialización de ostras en el Ecuador, y muy pocos países están realizando es te tipo de actividad.

### **Justificación del tema.**

La creación de una empresa industrializadora de ostras en la Provincia de Santa Elena permitirá que el producto que normalmente se comercializa en los mercados tenga un trato más higiénico, presto que en estos lugares se maltrata y toma microbios que son dañinos para la salud de las personas que consumen el

producto, por eso con una presentación más adecuada y con un recipiente plástico donde puedan protegerse de esto para que así las personas tengan un producto seguro en el mercado y los locales que se dedican a la venta de este producto ofrezcan a sus comensales gastronomía más higiénica y seguros que nos les afectara en nada a su salud y estos puedan volver a consumir el producto que se les brinda.

Además a los pobladores que se dedican a la actividad al cultivo de esta especie marina tener un lugar cerca y seguro donde ellos entreguen su producción sin necesidad de esperar si logran un contacto externo que les compren su producto y ellos debido a las necesidades de vender caigan en el juego del comúnmente llamado regateo, que consiste en que el comerciante establece un precio y el productor debido a las circunstancias y en muchas ocasiones a deudas con entidades financieras como los bancos u otro tipo de financiamiento, que hubiesen adquirido y los estén presionando, se ven obligados a de aceptar el precio que este les ofrece siendo este muy por debajo del precio justo.

La empresa industrializadora de ostras ayudara a los productores a que continúen con su actividad para que de esta manera logren obtener mejores ingresos, que les permita mejorar su estilo de vida tal como lo menciona el primer objetivo del milenio que se refiere “erradicar la pobreza y el hambre”.

Con esto lograríamos brindarle una nueva alternativa de empleo a los habitantes de la provincia que Santa Elena, tal como lo dice el plan nacional del buen vivir en su objetivo tres el cual manifiesta “mejorar la calidad de vida de la población” logrando con esto que la provincia se encamine a su desarrollo y el índice de desempleo disminuiría manteniendo a las personas realizando actividades sanas alejadas del vicio y los malos hábitos. Con la creación de esta empresa industrializadora de ostras se lograría que los dueños de restaurantes, cabañas cevicheras, cevicherías, hosterías, y hoteles puedan adquirir las ostras de manera

segura sin necesidad de tener que buscar el producto en lugares lejanos perdiendo tiempo y dinero y sobre todo correr riesgos al comprar a vendedores informales que venden el producto en mal estado provocando que sus negocios corran el riesgo de que los clausuren por no vender sus productos aptos para el consumo humano.

La empresa industrializadora de ostras ofrecerá un producto de calidad y al gusto de los clientes tales como en concha ya que existen muchos de estos negocios que prefieren que su producto sea observado por sus clientes de la forma con a sido extraído del lugar donde ha sido cultivada, claro está que antes de la entrega se procederá a la limpieza del producto cumpliendo con los parámetros de higiene para su consumo.

Otra de las formas de comercialización será en empaques de embalajes (fundas) equivalente a un preso de 240 gramos cada una, de esta manera los clientes obtendrán un producto sin conchas en buen estado y listo para el consumo evitando perder el tiempo en la limpieza y la extracción de la concha.

### **Objetivo.**

Realizar un estudio de factibilidad al proyecto de inversión para la creación de una empresa industrializadora de ostras, mediante la aplicación de técnicas para determinar su viabilidad.

### **Objetivos específicos.**

- Analizar la aceptación del producto en el mercado específico por medio de un estudio de mercado

- Diseñar un estudio técnico para determinar la logística adecuada en función del producto y del mercado.
- Evaluar financiera y social al proyecto para conocer su rentabilidad.
- Realizar estrategias marketing para la introducción de ostras en embalaje en la provincia de Santa Elena

### **Hipótesis.**

Como nos dice el libro de Bernal Cesar Augusto (2006), metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales “Un aspecto importante en el proceso de la investigación es el que tiene que ver con la hipótesis, debido a que estas son el medio por el cual se responde a la formulación del problema de investigación, y se operacionalizan los objetivos” (página 136)

La existencia de una planta dedicada a la industrialización de ostras mejorará el crecimiento de proyectos de inversión para la creación de empresas que se dedican a la venta de ostras en la Provincia de Santa Elena.

### **Unidad de análisis.**

Los restaurantes, cevicherías, cabañas restaurantes y hoteles.

### **Variable dependiente e independiente.**

#### **Variable dependiente:**

Proyectos de inversión para la creación de empresas

**Variable independiente:**

Industrialización de ostras

**Elemento lógico:**

Si, entonces

## Operacionalización de variables.

### Variable independiente.

**CUADRO # 1 Variable independiente.**

Hipótesis	Variable Independiente	Variables Conceptuales	Dimensiones	Indicadores	ITEM	Instrumento
La existencia de una planta dedicada a la industrialización de ostras mejorará el crecimiento de proyectos de inversión para la creación de empresas que se dedican a la venta de ostras en la provincia de Santa Elena.	Industrialización de ostras	Industrialización de ostras es un proceso en el cuál uno de los moluscos más apetecibles	Proceso industrial	Recursos financieros	¿Le gustaría que en la provincia existiera una industrializadora de ostras?	Encuesta
		perteneciente al género bivalvos marinos del orden Ostreoida, pasa de un estado bruto a producto terminado apto para el consumo humano, permitiendo el desarrollo económico donde se realiza	Molusco apetecible	Producción de ostras	¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?	
			Consumo humano	Comercialización	¿Dentro de su menú, usted incluye o ha incluido ostras?	
			Desarrollo económico	Mejorar calidad de vida	¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de ostras?	

Fuente: Operacionalización de variables  
Elaborado por: Tito Suárez Franco



**Variable dependiente.**

**CUADRO # 2 Variable dependiente.**

Hipótesis	Variable Dependiente	Variables Conceptuales	Dimensiones	Indicadores	ITEM	Instrumento
La existencia de una planta dedicada a la industrialización de ostras mejorará el crecimiento de proyectos de inversión para la creación de empresas que se dedican a la venta de ostras en la provincia de Santa Elena.	Proyectos de inversión para la creación de empresa	Es una propuesta técnica y económica que permite resolver necesidades, y se utilizan recursos materiales, técnicos, humanos y financieros	Trabajo en equipo	Desarrollo de productos	¿Qué tamaño de ostra le gustaría adquirir más?	Encuesta
			Capital económico	Creatividad	¿Qué atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?	
			Actividades productivas	Innovación	¿Qué nombre comercial le gustaría que tenga el producto?	

Fuente: Operacionalización de variables  
 Elaborado por: Tito Suárez Franco

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

Con el propósito de fundamentar la presente investigación, a continuación se muestran las principales ideas que existen sobre el tema de objeto de estudio.

Las teorías que se muestran en este estudio son obtenidas mediante información adquiridas en libros y páginas web las cuales dan una pauta de lo que necesitamos como conocimiento para la enriquecer este trabajo y sobre todo dar la información necesaria a todos los procedimientos a utilizar.

Hay las ostras y su valor nutricional, conocimientos de donde nace la industrialización, que es la industrialización y aspectos fundamentales como los contextos de la industrialización de ostras, concepto de que son las ostras y cual es su habitud natural. Teorías de que es proyecto de inversión, teorías acerca de la importancia sus elementos, la creación de empresas teorías sobre empresas.

#### **1.1. CÓMO NACE LA INDUSTRIA.**

Como nos dice la página web mecanismo industria y desarrollo (s.d) disponible en <http://yourbubbles.com/mecanismo/industria/> “El hombre primitivo trataba de satisfacer sus necesidades básica (alimentación, ropa, vivienda) con los productos que obtenía directamente de la naturaleza y los utilizaba tal y como los encontraba. Con el paso del tiempo aprendió a transformar estos recursos naturales para conseguir diferentes productos u objetos que se ajustaban mejor a sus necesidades. Por ejemplo, con las piedras fabrico hachas que le facilitaban la

tala de árboles y con los huesos construyó lanzas que le permitieron aumentar el número de piezas capturadas disminuyendo los riesgos de esta actividad”.

## **1.2. ¿QUÉ ES INDUSTRIALIZACIÓN?**

Según la página web de Wikipedia en su artículo industrialización disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Industrializaci%C3%B3n> que: Se conoce como industrialización el proceso por el cual un estado o comunidad social pasa de una economía basada en la agricultura a una fundamentada en el desarrollo industrial y en el que este representa en términos económicos el sostén fundamental del Producto Interno Bruto y en términos de ocupación ofrece trabajo a la mayoría de la población. Supone además una economía de librecambio, se elimina el sector campesino, obligando a migrar a las ciudades donde se han instalado las fábricas, que con grandes muestras de avances tecnológicos, aumenta la velocidad de producción (y así aumente el capital).

## **1.3. EL PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN EN EL ECUADOR.**

Así mismo tenemos el proceso industrial y como nace en el Ecuador según nos da a conocer el artículo del colegio nacional Jorge Álvarez en el tema industrialización en el Ecuador publicado por rjavi disponible en <http://es.scribd.com/doc/30403550/el-proceso-deindustrializacion-en-el->

La industria es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad de transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva. Existen diferentes tipos de industrias, según sean los productos que fabrican. Por ejemplo, la industria alimenticia se dedica a la elaboración de productos destinados a la alimentación, como el queso, los embutidos, las conservas, las bebidas, etc. Para su funcionamiento, la industria necesita materias primas y fuentes de energía para transformarlas. Para que el sistema productivo así

concebido funcione correctamente es necesaria la intercambiabilidad, es decir, los productos obtenidos en cada etapa deben cumplir una serie de requisitos que permitan su uso como materia prima en la etapa siguiente; por ejemplo, el tornillo adquirido a la empresa A, debe enroscarse perfectamente en la tuerca comprada a la empresa B. Este razonamiento lleva a la introducción del concepto característico de la industria, que no es otro que el de la normalización. La normalización o estandarización es la redacción y aprobación de normas que se establecen para garantizar el acoplamiento de elementos construido sin dependientemente, así como garantizar el repuesto en caso de ser necesario, garantizar la calidad de los elementos fabricados y la seguridad de funcionamiento. En efecto, mientras el artesano realiza creaciones únicas en su especie, la industria se dedica a clonar indefinidamente un determinado producto. La industria impulsa el desarrollo económico de una nación. Lamentablemente en el Ecuador la industria es una de las ramas de menos progreso.

### **1.5. ORIGEN DEL CAPITALISMO INDUSTRIAL EN EL ECUADOR.**

Comienza la industrialización, originada por la exportación de los productos primarios (café, banano, cacao), el sector industrial representaba alrededor del 10% del PIB, 12% del empleo y 6% de las exportaciones, este período se caracterizó por el crecimiento de la industria manufacturera, en cambio la industria alimenticia, textiles, maderera, decrecieron, originando el desarrollo de otras actividades. El petróleo ha sido la principal fuente de ingreso de divisas para el país.

Desde el primer cuarto del siglo XX, comenzó su explotación en la Península de Santa Elena. Sin embargo, en la década de los setentas se inició su explotación en la región amazónica, convirtiéndose el Ecuador en uno de los principales exportadores de este recurso. Otros productos de importancia para la economía del país han sido el banano, el café, el cacao, el camarón, la madera y el atún, y, en

los últimos años, las flores. Por su parte, el turismo está en el cuarto lugar en cuanto a la generación de divisas. Pero las riquezas naturales ecuatorianas son vastas. Se calcula que en el Golfo de Guayaquil hay una reserva de gas de 300 mil millones de pies cúbicos. Existen también productos no tradicionales de exportación, como ciertas especies de frutas y verduras que poco a poco están ganando terreno en el mercado internacional. La actual legislación ecuatoriana trata de fomentar el desarrollo de las industrias a través de la Ley de Fomento Industrial, principalmente para aquellas empresas que ofrezcan beneficios para el país.

Además de industrias grandes como la maderera y la textilera, también hay pequeña industria y artesanía. Vale destacar que la producción artesanal del país es muy rica, sobre todo en el campo textil. Con el auge del petróleo en 1972 la industria se desarrolla en otros sectores más pesados tales como petroquímicos, metalúrgicos y automotrices. El crecimiento del sector manufacturero fue del 9% del PIB. Durante 1977 a 1981 la deuda externa aportó con el dinamismo de la industria, sin embargo la industria manufacturera desaceleró su tarea de crecimiento, a causa de la reducción de los precios del petróleo. La falta de recursos detuvo este dinamismo, ocasionando una ligera recesión en la economía.

## **1.6. LA OSTRA.**

La página web <http://www.dopazochef.com/web/despensa/mariscos/laostra.htm>, nos deduce lo siguiente: La denominación "ostra" es un término común que designa a distintas especies; siendo la Ostra Plana (*Ostrea edulis*) la de mayor tradición en Galicia; entre las restantes especies, la Ostra Rizada (*Casostrea gigas*) intenta hacerse un lugar en el mercado gallego. La *Ostrea edulis* se encuentra tanto en las costas atlánticas, desde Noruega hasta el sur de Marruecos, como en las costas mediterráneas, desde Gibraltar y la Costa Azul francesa hasta el Mar Negro. Pero la cultivada en las rías gallegas destaca por hallar unas condiciones ambientales, de temperatura, salinidad, pH y riqueza en nutrientes de las aguas

marinas, especialmente favorables para su desarrollo; lo que también le confiere su distinguido sabor, sobradamente reconocido por los consumidores.

### **1.7. ORÍGENES PREHISTÓRICOS.**

Los orígenes del consumo de la ostra se remontan a tiempos prehistóricos. Apreciada desde la antigüedad, los chinos, los egipcios, los griegos y los romanos descubrieron ya su gran valor gastronómico; mientras que los poetas la definían como "adorno de los mares". En Galicia, la ostra es, desde antiguo, una especie tradicional en la dieta de las poblaciones costeras, como testimonian los yacimientos prerromanos, la aparición de conchas entre los restos de los castros celtas o su empleo como mortero para la construcción de la muralla de Lugo.

En aquellas épocas, los bancos naturales de ostras cubrían gran parte de los fondos de las rías gallegas, de donde se extraían en grandes cantidades; pero con el aumento de la población y el desarrollo del comercio, la explotación de este recurso se ha incrementado en exceso, y los bancos naturales se han reducido progresivamente. No hace más de cinco décadas se seguían extrayendo miles y miles de kilos de ostras de un sinfín de bancos naturales, esparcidos por toda la costa gallega. Sus nombres aún suenan a lo largo de su geografía: Ostreira, Ostral, Ostreirón, etc. A partir de 1.960, y coincidiendo con la extinción de los bancos naturales, los ostricultores gallegos proceden a la importación masiva de semilla de ostra, procedente de Francia, para su engorde en batea; desarrollando una técnica específica para este sistema de cultivo, que ha dado unos extraordinarios resultados.

De la misma manera se menciona también en la página web <http://www.dopazochef.com/web/despensa/mariscos/laostra.htm>, ostra pero en biología la cual deduce lo siguiente:

## **1.8. BIOLOGÍA.**

La ostra es un bivalvo hermafrodita alternativo, de tal manera que en su primera maduración se comporta como macho, la siguiente como hembra, posteriormente vuelve a ser macho y así sucesivamente toda su vida.

De manera general, en los moluscos, la fecundación se realiza en el exterior al ponerse en contacto entre sí los elementos sexuales liberados al medio por los reproductores machos y hembras.

El huevo fecundado da lugar a una larva planctónica que permanece errante hasta el momento de realizar la metamorfosis. Por el contrario, en el caso de la ostra, los óvulos son fecundados en la cavidad branquial de la hembra y permanecen en incubación por un período de tiempo de 8 a 14 días, al cabo de los cuales aparece lo que se conoce como "larvas veliger" que se liberan al mar.

Una ostra de 8 cm, libera aproximadamente un millón de larvas, número que comparado con otros moluscos resulta bajo, pero esto es debido a que, como se ha indicado, la ostra incuba las larvas y las libera con un tamaño mucho mayor que otros bivalvos, como es el caso de la vieira, capaz de desovar hasta 14 millones de huevos.

Las ostras son capaces de soportar rangos de temperatura entre los 4 y los 22°C, pero el óptimo para su desarrollo está comprendido entre 15-20°C; la salinidad aconsejable se sitúa entre el 25 y 30%. Según el sistema tradicional, cuando la ostra alcanza 5 cm y un peso aproximado de 10 g, se fija a las cuerdas de cultivo mediante cemento rápido, en grupos de tres individuos y separados entre sí unos 15-20 cm. Hay que evitar que las cuerdas se pongan en contacto con el fondo en

las bajamares, pues esto podría ocasionar el acceso de diferentes depredadores (cangrejos, estrella de mar, etc.) que dañan los cultivos.

Este sistema requiere delicadas labores de limpieza para evitar desprendimientos de ostras al tratar de eliminar distintos competidores. Una vez la ostra ha alcanzado el tamaño comercial, es retirada de las bateas o viveros flotantes y llevada a una estación de depuración de moluscos donde es controlada por técnicos sanitarios.

Una vez transcurrido dicho período y pasados los más rigurosos controles, se procede a su envasado. Siempre con la concha cóncava hacia abajo para guardar toda su frescura, se presentan en cajas, habitualmente de madera, con 25, 50 ó 100 unidades por caja.

En el exterior de la caja y grapada, encontraremos una etiqueta sanitaria (perforada para evitar manipulaciones) donde figurará el número de la depuradora de moluscos encargada de su depuración, el número de piezas que contiene, así como la fecha de envasado del producto.

El periodo máximo de consumo es de cinco días a partir de la fecha de envasado y la conservación ideal es en la nevera, en el espacio reservado a las legumbres, a una temperatura de 6 u 8°C. En su transporte desde Galicia a cualquier punto de la Península se consume como máximo un día.

## **1.9. VALOR NUTRICIONAL.**

Nuestra ostra gallega procede de las bateas de Arcade, las cuales se recolectan manualmente, una a una. Destaca por su contenido en zinc, hierro y vitamina A.



**CUADRO # 3 Valor nutricional.**

<b>Componentes</b>	<b>por 100g</b>
Energía (Kcal)	53
Proteínas (gr)	10,2
Hidratos de carbono (gr)	0
Fibra (gr)	0
Lípidos (gr)	1,4
Colesterol (mg)	50
Omega-3 (gr)	0,35
Omega-6 (gr)	0,035
Calcio (mg)	130
Hierro (mg)	6,5
Yodo (µg)	18
Magnesio (mg)	44
Zinc (mg)	52
Sodio (mg)	510
Potasio (mg)	260
Tiamina (mg)	0,15
Riboflavina (mg)	0,25
Equivalente Niacina (mg)	3,8
Ácido fólico (µg)	15
Vitamina A: Eq. Retinol (µg)	88
Vitamina E (mg)	0,85
Vitamina B6 (mg)	0,03

Fuente: <http://guiademariscos.sallylaurel.es/ficha/ostra>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

### **1.10. LA CREACIÓN DE EMPRESAS COMO PROFESIÓN.**

Así también podemos manifestar como nos dice el libro de colección de estudios económicos la creación de empresa como profesión del libro de José María Veciana

### **1.10.1. La nueva empresa.**

La empresa encuentra su justificación de existencia y su legitimidad como organización social en su posibilidad y capacidad de producir bienes o prestar servicios útiles para satisfacer necesidades humanas.

La empresa encuentra su justificación de existencia y su legitimidad como organización social en su posibilidad y capacidad de producir bienes o prestar servicios útiles para satisfacer necesidades humanas.

La empresa encuentra su justificación de existencia y su legitimidad como organización social en su posibilidad y capacidad de producir bienes o prestar servicios útiles para satisfacer necesidades humanas.

El proceso productivo, en su sentido amplio, supone un proceso de transformación de «inputs» (recursos humanos, materiales y financieros, etc.) que se adquieren en el exterior, en «outputs» (productos y servicios) que se venden en el mercado

El proceso productivo, en su sentido amplio, supone un proceso de transformación de «inputs» (recursos humanos, materiales y financieros, etc.) que se adquieren en el exterior, en «outputs» (productos y servicios) que se venden en el mercado.

### **1.10.2. ¿Por qué la creación de empresas cumple también una función social?**

Si bien la importancia de la creación de nuevas empresas desde el punto de vista económico parece obvia, su función social lo es menos.

Ciertamente hay un aspecto evidente. Las nuevas empresas suponen la creación de nuevos puestos de trabajo. Como mínimo, la persona que está en el paro y decide crear su nueva empresa y su propio empleo, soluciona su problema personal de

subsistencia. En este sentido, toda nueva empresa cumple una función social porque contribuye a reducir el desempleo, la principal lacra de la sociedad actual.

De todas formas, pensamos que la creación de nuevas empresas cumple otra función social a otro nivel y mucho más trascendente.

### **1.11. LA IMPORTANCIA DE CREAR EMPRESA EN UN MUNDO DE OPORTUNIDADES LABORALES LIMITADAS.**

También nos manifiesta la página web Díaz J. (2009) negocios y emprendimiento disponible en <http://www.negociosyemprendimiento.org/2009/07/la-importancia-de-crear-empresa-en-un.html>, dice que las principales razones por las que es mejor optar por la creación de empresas en lugar de salir a buscar un empleo.

Los tiempos han cambiado, la sociedad es un poco diferente y la economía se mueve de manera distinta a hace algunos años, nadie es ajeno a estos cambios ya que son temas que se ven a diario en los diferentes medios de comunicación, lo increíble e irónico es que hay algo que parece no cambiar al mismo ritmo: NUESTRA FORMA DE PENSAR, aunque se debe admitir que ha habido cierto progreso, pero mientras el mundo da tres pasos nosotros apenas estamos pensando en dar el primero, pero bueno el tema de este artículo no es entrar a hablar de los cambios sociales, económicos o políticos, para ello existen libros en que se expone detalladamente esto, el tema del que hoy les voy a hablar es de la importancia de crear empresa dedicando el análisis hacia un factor en especial y es el mundo laboral actual.

La razón por la cual inicie el artículo hablando de cambios es porque de los cambios nace la respuesta al dilema de la importancia de crear empresas actualmente, Robert Kiyosaki ha expuesto en muchos de sus libros la diferencia

entre el mundo laboral de antes y el actual, mostrándonos de manera directa por qué ya no se puede esperar a depender de por vida de un empleo, nos encontramos con un mundo de oportunidades laborales limitadas siendo características de este las siguientes:

### **1.11.1. La importancia de crear empresa en un mundo de oportunidades laborales limitadas.**

Tasa de crecimiento porcentual de la población relativamente mayor a la tasa de crecimiento porcentual de los puestos de empleo: Es mucho mayor el número de nacimientos que el número de nuevos puestos de empleos lo cual nos deja como conclusión que el pleno empleo es algo teóricamente imposible y que es inevitable que haya desempleo, así de que con el tiempo cada vez es más probable que existan menos oportunidades laborales.

Tu eres útil para una empresa hasta cierta edad: Antes de la revolución industrial tú le eras útil a una empresa mientras tu cuerpo estuviera sano y fuerte, aproximadamente hasta los 45 años, pero luego de la revolución industrial las empresas ya no pagaban por tu cuerpo ahora querían tu mente para que opere las maquinas automatizadas de producción en masa o sea que le eras útil a la empresa hasta aproximadamente los 60 años, luego eres un poco viejo y olvidadizo; y finalmente nos encontramos en la era del conocimiento, en la que las maquinas trabajan sistemáticamente pero no pueden hacer algo: GENERAR IDEAS NUEVAS y esto es lo que una empresa quiere ideas nuevas y luego de los 30 años tus ideas son muy anticuadas y necesitan gente más joven con nuevas ideas, así que te despiden fácilmente. Como puedes ver el promedio de duración de una persona en una empresa ha disminuyendo considerablemente.

**Contratos laborales con pocos beneficios para el empleado:** Actualmente las formas de contratación no son muy beneficiosas para el empleado, nos

encontramos con contratos temporales o exentos de varios beneficios de ley, lo cual deja como conclusión que los empleos seguros ya no existen.

**Reingenierías y Reestructuraciones cada vez más frecuentes:** Estos términos son sinónimos de DESEMPLEO, actualmente cuando una empresa quiere despedir empleados sin molestias se apoya de estas herramientas y con un: "estamos reduciendo presupuesto y tuvimos que hacer un recorte de personal", te tienes que ir de la empresa, y gracias a los contratos laborales tan flexibles no tendrán problema legal de ningún tipo.

Y Si seguimos analizando veremos otros muchos problemas que nos permiten ver que el empleo no es una buena opción actualmente los salarios son bajos en relación al costo de vida promedio, la inflación está creciendo más que los sueldos, es casi imposible que alguien pueda pensionarse, etc. Entonces ¿Qué podemos hacer?, la solución no está en seguir esperando a que el gobierno haga algo, la historia nos ha demostrado que el gobierno no va a hacer nada, lo que debemos hacer es ayudar a la generación de empleo, y esto solo se logra de una manera: CREANDO EMPRESAS, las empresas son un sector determinante en cualquier economía, esto no es un secreto, a continuación te presento una lista de las principales razones por las cuales es bueno crear empresas:

- Las empresas generan empleo.
- Son determinantes en el desarrollo y progreso de una región.
- Contribuyen al bienestar colectivo a través de la responsabilidad social.
- Para el emprendedor es una forma de desarrollo personal y profesional.
- Las empresas innovan y desarrollan nuevas tecnologías.
- Las empresas ayudan a suplir necesidades

## **1.12. PROYECTO DE INVERSIÓN (CONCEPTUALIZACIÓN).**

Así como nos dice la página web de monografías.com disponible en [http://www.monografias.com/trabajos16/proyectos-inversion/proyecto\\_inversion.shtml](http://www.monografias.com/trabajos16/proyectos-inversion/proyecto_inversion.shtml), es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

### **1.12.1. Un proyecto está formado por cuatro estudios principales.**

#### **1.12.2. El estudio del mercado:**

El objetivo aquí es estimar las ventas; lo primero es definir el producto o servicio: ¿qué es?, ¿para qué sirve?, ¿cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuánto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado". Una vez determinada, se debe estudiar la oferta, es decir, la competencia ¿de dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿cuántas tiendas o talleres hay?, ¿se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuánto se oferta. De la oferta y

demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

### **1.12.3. El estudio técnico.**

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- donde obtener los materiales o materia prima.
- que maquinas y procesos usar.
- Que personales necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

### **1.12.4. El estudio financiero.**

Aquí se demuestra lo importante: ¿la idea es rentable?., Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos. Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario

encontrar otra idea de inversión. Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

#### **1.12.5. El estudio de organización.**

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada:

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- como organizaras la empresa cuando el proyecto este en operación

#### **1.12.6. Tipos de proyecto.**

##### **1.12.7. Proyecto de inversión privado.**

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

Proyecto de inversión pública o social.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales

#### **1.13. MARCO LEGAL.**

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal



regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. Su fundamento en muchos países es **La Constitución** como suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura donde se incluyen leyes, códigos penales, y Regulaciones, que incluyen Códigos de Conducta/Ética, dados a conocer por distintas instancias reguladoras que guardan estrechos vínculos con la materia en cuestión. El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones. En muchos países, el marco legal en materias varias ha evolucionado en una compleja combinación de estatutos y regulaciones legales, reglas judiciales y la práctica real.

Ciertas legislaciones pueden ser de nueva creación o estar actualizadas, otras pueden basar su funcionamiento en estatutos obsoletos que están desactualizados, pero que sin embargo aún están vigentes. Puede haber lagunas, conflictos e inconsistencias entre las diferentes partes que dan forma a un marco legal y en consecuencia al proceso en sí.

### **1.13.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

#### **TÍTULO I**

##### **Elementos constitutivos del estado**

##### **Capítulo primero**

##### **Principios fundamentales**

**Art. 1.-** El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

**Art. 6.-** Todas las ecuatorianas y los ecuatorianos son ciudadanos y gozarán de los derechos establecidos en la Constitución. La nacionalidad ecuatoriana es el vínculo jurídico político de las personas con el Estado, sin perjuicio de su pertenencia a alguna de las nacionalidades indígenas que coexisten en el Ecuador plurinacional.

La nacionalidad ecuatoriana se obtendrá por nacimiento o por naturalización y no se perderá por el matrimonio o su disolución, ni por la adquisición de otra nacionalidad.

**Art. 9.-** Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución.

### **Sección octava**

#### **Trabajo y seguridad social**

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

**Art. 34.-** El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado.

La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

### **Sección novena**

#### **Personas usuarias y consumidoras**

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

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

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

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

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

### **1.13.2. Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario**

#### **Título I**

#### **Del Ámbito, Objeto y Principios**

**Artículo 1.- Definición.-** Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

**Artículo 2.- Ámbito.-** Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.

## **Capítulo II**

### **De las unidades económicas populares**

**Artículo 73.- Unidades Económicas Populares.-** Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.

Se considerarán también en su caso, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional.

**Artículo 74.- Las personas responsables de la Economía del Cuidado.-** Para efectos de esta Ley se refiere a las personas naturales que realizan exclusivamente actividades para la reproducción y sostenimiento de la vida de las personas, con relación a la preparación de alimentos, de cuidado humano y otros.

**Artículo 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.-** Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

**Artículo 76.- Comerciantes minoristas.-** Es comerciante minorista la persona natural, que de forma autónoma, desarrolle un pequeño negocio de provisión de artículos y bienes de uso o de consumo y prestación de servicios, siempre que no exceda los límites de dependientes asalariados, capital, activos y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia.

### **1.13.3. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

#### **Título preliminar**

#### **Del objetivo y ámbito de aplicación**

**Art. 1.- Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que

desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

**Art. 2.-** Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

**Art. 3.- Objeto.-** El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, e eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

**Art. 4.-** Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eficiente;
  
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
  
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
  
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
  
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
  
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
  
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
  
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;



- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
  
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
  
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;
  
- l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
  
- m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
  
- n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
  
- o. Fomentar y diversificar las exportaciones;
  
- p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;

q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;

r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;

s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,

t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

#### **1.13.4. De la democratización de la transformación productiva y el acceso a los factores de producción**

**Art. 57.- Democratización productiva.-** En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas.

El Estado protegerá a la agricultura familiar y comunitaria como garantes de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y al micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus intercambios con el sector privado.

El Estado promoverá políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.

**Art. 58.-** De la implementación de procesos de Democratización de la transformación productiva.- El Consejo Sectorial de la Producción diseñará y vigilará la efectiva implementación de la política de democratización de la transformación productiva, a través del diseño e implementación de programas específicos que permitan el acceso efectivo a los factores de producción como la tierra y el capital, entre otros.

**Art. 59.-** Objetivos de democratización.- La política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:

- a. Fomentar y facilitar el acceso de los ciudadanos ecuatorianos a la propiedad y transformación de los medios productivos;
- b. Facilitar la ciudadanización de empresas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan el acceso de ciudadanos a las acciones de empresas en manos del Estado;
- c. Apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos;
- d. Fomentar el cumplimiento de las éticas empresariales que promueve el Gobierno Nacional, a través de la creación de un sello de gestión de

reconocimiento público, que permita alentar e incentivar a las empresas que realizan sus actividades respetando el medio ambiente; cumpliendo con sus empleados y trabajadores en sus obligaciones laborales y de seguridad social; y, con la comunidad, con el pago oportuno de sus obligaciones tributarias, conforme a la legislación aplicable;

e. Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional;

f. Incentivar y atraer inversiones que generen desarrollo local y territorial, mayores encadenamientos productivos con equidad, una inserción estratégica en el mercado internacional, empleo de calidad, innovación tecnológica y democratización del capital;

g. La territorialidad de las políticas públicas;

h. Promover la desconcentración de factores y recursos productivos;

i. Implementar medidas dirigidas especialmente a las y los agricultores familiares, mujeres y comunidades pueblos y nacionalidades para erradicar la desigualdad y la discriminación;

j. Incentivar la redistribución y eliminación de desigualdades en el acceso a los factores de producción, entre los sectores discriminados;

k. Promover medidas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción;

l. Fomentar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción;

m. Apoyar el fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética que genere empleo y valor agregado;

n. Desarrollar servicios financieros públicos para la democratización del crédito que faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas, especialmente de los grupos tradicionalmente excluidos de estos servicios financieros.

Las iniciativas que se buscan fomentar con estos mecanismos serán aquellas que realicen transformación productiva y agregación de valor. El reglamento a este Código establecerá los parámetros técnicos y requisitos que deberán cumplir los particulares y las empresas que se involucren en estos procesos.

**Art. 60.-** De los incentivos para la apertura del capital empresarial.- Para el cumplimiento de los objetivos señalados en el artículo anterior, el organismo rector en materia de política de desarrollo productivo, impulsará y vigilará, en coordinación con el Servicio de Rentas Internas, el Ministerio rector de la política laboral, la Superintendencia de Compañías, la Superintendencia de Bancos y Seguros, entre otras entidades gubernamentales, la implementación de los siguientes mecanismos:

a. Diversificación de la participación accionaria de empresas en las que el Estado sea propietario exclusivo o de una parte del capital social, a favor de los trabajadores de dichas empresas. La adquisición de los paquetes accionarios se podrá realizar a través de los mecanismos del sistema nacional de mercado de valores u otros mecanismos reconocidos por la ley. Este mecanismo no es aplicable para las empresas públicas;

b. El Estado podrá invertir, temporalmente, en el capital de las empresas de transformación productiva, privadas o mixtas, para, posteriormente, financiar a los trabajadores en la compra de sus paquetes accionarios, con créditos y programas de financiamiento preferenciales; y,

c. Impulsará la apertura del capital de las empresas privadas, a favor de los trabajadores de dichas empresas, a través de la aprobación de los incentivos fiscales y financieros que se crean en este Código.

El reglamento a este Código establecerá los parámetros que deberán cumplir las empresas y los trabajadores que participen en los procesos de apertura de capital de empresas, de manera especial, los mecanismos que limiten la vinculación entre los participantes y cualquier acto de simulación de la masificación del capital empresarial.

De igual manera, se establecerán las facultades especiales de las autoridades competentes para garantizar la transparente difusión de estos procesos a la sociedad en general y la evaluación adecuada de los objetivos alcanzados por los mismos.

### **1.13.5. Sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema**

#### **Título I**

#### **De la eco-eficiencia y producción sostenible**

**Art. 232.- Definición.-** Para fines de este Código, se entenderán como procesos productivos eficientes el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto; adoptadas para reducir los efectos negativos y los daños en la salud de los seres humanos y del medio ambiente. Estas medidas comprenderán aquellas cuyo diseño e implementación permitan mejorar la producción, considerando el ciclo de vida de los productos así como el uso sustentable de los recursos naturales. También, se entenderán como procesos productivos más eficientes y competitivos, la implementación de tecnologías de punta, que permitan mejorar la administración y utilización racional de los recursos, así como prevención y control de la contaminación ambiental, producto de los procesos productivos, la provisión de servicios y el uso final de los productos.

**Art. 233.- Desarrollo sustentable.-** Las personas naturales y jurídicas así como las demás formas asociativas regidas por el presente Código, deberán desarrollar todos sus procesos productivos conforme a los postulados del desarrollo sustentable en los términos constantes en la Constitución y en los convenios internacionales de los que es parte el Ecuador.

**Art. 234.- Tecnología más limpia.-** Las empresas, en el transcurso de la sustitución de tecnologías, deberán adoptar medidas para alcanzar procesos de producción más limpia como por ejemplo:

- a. Utilizar materias primas no tóxicas, no peligrosas y de bajo impacto ambiental;
- b. Adoptar procesos sustentables y utilizar equipos eficientes en la utilización de recursos y que contribuyan a la prevención de la contaminación;
- c. Aplicar de manera efectiva, responsable y oportuna los principios de gestión ambiental universalmente aceptados y consagrados en los convenios internacionales, así como en la legislación doméstica, en particular los siguientes:
  1. Reducir, reusar y reciclar;
  2. Adoptar la mejor tecnología disponible;
  3. Responsabilidad integral sobre el uso de determinados productos, particularmente químicos;
  4. Prevenir y controlar la contaminación ambiental
  5. El que contamina, paga;
  6. Uso gradual de fuentes alternativas de energía;
  7. Manejo sustentable y valoración adecuada de los recursos naturales; y,
  8. Responsabilidad intra e intergeneracional.



**Art. 235.-** Incentivo a producción más limpia.- Para promover la producción limpia y la eficiencia energética, el Estado establecerá los siguientes incentivos:

a. Los beneficios tributarios que se crean en este Código; y,

b. Beneficios de índole económico que se obtengan de las transferencias como "Permisos Negociables de Descarga". En el reglamento a este Código se fijarán los parámetros que deberán cumplir las empresas que apliquen a estos beneficios, y la forma como se regulará el mercado de permisos de descarga o derechos de contaminación de acuerdo a la normativa nacional y de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, con sus respectivos plazos de vigencia, el mecanismo de transferencia de estos derechos y el objetivo de calidad ambiental que se desee obtener a largo plazo.

**Art. 236.-** Adaptación al cambio climático.- Con el fin de facilitar la adaptación del Ecuador a los efectos del cambio climático y minimizarlos, las personas naturales y jurídicas así como las demás formas asociativas regidas por el presente Código, deberán adquirir y adoptar tecnologías ambientalmente adecuadas que aseguren la prevención y el control de la contaminación, la producción limpia y el uso de fuentes alternativas.

### **Disposiciones generales**

**Primera.-** Para reglamentar las distintas materias que forman parte integrante de este Código, se emitirán reglamentos específicos relacionados con cada libro, en el plazo de 90 días, de acuerdo a la Constitución de la República.

**Segunda.-** Los derechos, obligaciones y responsabilidades adquiridos por personas naturales o jurídicas de acuerdo con las leyes, reglamentos, concesiones,

autorizaciones ministeriales o contratos legalmente celebrados con anterioridad a este Código, subsistirán por el tiempo que se hubieren concedido los mismos.

**Tercera.-** En toda disposición legal y reglamentaria donde diga: "Corporación Aduanera Ecuatoriana"; "CAE" o "Corporación Aduanera Ecuatoriana, CAE", deberá decir: "Servicio Nacional de Aduana del Ecuador".

En toda disposición legal o reglamentaria que diga: "policía militar aduanera" o "servicio de vigilancia aduanera" dirá: "Unidad de Vigilancia Aduanera", excepto en la Ley especial que reincorpora al personal de la ex -policía militar aduanera al servicio de vigilancia aduanera. De igual manera, en toda disposición jurídica, de igual o inferior jerarquía, que confiera facultades o atribuciones a la Policía Militar Aduanera o al Servicio de Vigilancia Aduanera, deberá entenderse que las mismas las ejercerá el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

**Cuarta.-** En todas las regulaciones administrativas donde diga: "Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana", "Directorio de la CAE", o simplemente "Directorio", refiriéndose a dicho cuerpo colegiado, se leerá: "Directora o Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador", o "Directora o Director General", en su caso. Asimismo, donde diga: "el Gerente General" o "la Gerencia General", dirá: "la Directora o el Director General.

**Quinta.-** El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es sucesora de todos los derechos y obligaciones de la Corporación Aduanera Ecuatoriana. En virtud de esta disposición todos los bienes de la Corporación Aduanera Ecuatoriana pasarán a nombre del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, y en caso de que éstos estén sujetos a registro, la inscripción correspondiente se hará de oficio por quienes tengan a cargo dichos registros, sin que se generen tasas, costas ni gravamen alguno.

**Sexta.-** Las concesionarias del servicio de almacenamiento temporal, operadores portuarios y aeroportuarios, en el plazo de noventa días presentarán sus normas de control de ingreso a zona primaria, para su aprobación por parte de la Directora o el Director General.

**Septima.-** A partir de la publicación del presente Código, se inscribirán en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca todas las plantaciones de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas sembradas en el país.

### **Disposiciones reformatórias**

**Primera.-** Al final del Art. 72 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, agréguese un inciso con el siguiente texto:

"...La Superintendencia de Bancos reglamentará un régimen especial de garantías para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, que permita que se establezcan niveles adecuados a la capacidad económica de este tipo de empresas, así como que en su conceptualización se incorporen para aplicación general instrumentos modernos como facturas por cobrar, patentes, entre otros instrumentos a incluirse en el reglamento de esta ley.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. METODOLOGÍA**

La metodología que se utilizó es el método científico por ser el que brindó las herramientas que nos fueron de gran utilidad en el proceso investigativo y de esta manera realizar la medición de factibilidad, de la Torre Ernesto y Navarro Romero en su libro metodología de investigación científica la define “como un proceso riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización o sistematización y expresión o exposición de los conocimientos, tanto por su aspecto teórico como en su fase experimental (página 3)

El método científico nos brindó sus herramientas y técnicas necesarias para buscar las diferentes soluciones al problema a investigar en el caso de la creación de una empresa industrializadora de ostras y de qué manera ayudo a los dueños de los restaurantes a que no dejen de vender los platos que contienen este producto, de esta manera se supo cuál es la demanda de este producto pero sobretodo la importancia que tiene este para poder adquirir nuevos clientes y para otros mantenerse en el mercado, y muchos de estos negocios que recién tienen poco tiempo en el mercado diversificar sus productos y brindar nuevas alternativas en sus platos gastronómicos.

#### **2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

Como nos manifiesta la página web disponible en [http://www.aniortenic.net/apunt\\_metod\\_investigac4\\_4.html](http://www.aniortenic.net/apunt_metod_investigac4_4.html): El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para

obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. Los diseños son estrategias con las que intentamos obtener respuestas a preguntas como:

- Contar.
- Medir.
- Describir.

El diseño de la investigación me permitió utilizar las herramientas necesarias como son la encuesta y la observación para poder comprobar las interrogantes planteadas en el estudio del caso tales como: ¿Qué tan necesaria es la creación de una empresa industrializadora de ostras en la Provincia de Santa Elena? .Esta pregunta fue fundamental y de ellas se desglosaron otras interrogantes que dieron lugar a la búsqueda de la comprobación de la hipótesis, y estas las medimos con cada una de las preguntas delimitando a que sector nos dirigimos, encontrando de esta manera la población objetiva que son los restaurantes y demás sitios donde se expende comidas preparadas que utilizan la ostra como materia prima.

### **2.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Las modalidades de la investigación fue de campo porque en el momento en que se realizó la encuesta se pudo medir eso cuantitativamente y obtener los resultados de los clientes en este caso los restaurantes, cevicherías, cabañas restaurantes y hoteles, su opinión sobre el producto y verificar que tan necesario es para ellos y de esta manera se obtuvo la demanda del producto.

Bibliográfica y documental en el momento de buscar información de las ostras la manera de cómo se procesa, etimologías y conocer más del producto además de su proceso de la industria se realizó al momento de elaborar el marco teórico.

## **2.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Cualitativa y cuantitativa. Porque se basó en la percepción y las cualidades en que las personas prefieren el producto, así también como los gustos y preferencias de ellos y de sus clientes y a quienes les adquieren más, sobretodo en su demanda cuando es alta y cuando en la temporada en que el producto no tiene mucha salida, de esa manera conseguimos un equilibrio tanto en producción como en pedidos y evitar la sobreproducción de stock.

### **2.4.1. Investigación de Campo**

Este tipo de investigación, permite estudiar sistemáticamente del problema y en el lugar donde se ocurren. Con el propósito del investigador de descubrir, explicar las causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los diferentes factores que motivan y permitan al investigador predecir su ocurrencia.

En la modalidad de investigación de campo, se realizó las entrevistas, entre las más esenciales sin dejar de descartar aquellas técnicas que nos permiten afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información para la propuesta.

Entre las técnicas que utilizó se encuentran:

- La observación que consistió en acudir a los lugares donde se comercializa las ostras como los restaurantes y cevicherías para conocer cuál es la demanda del producto
- La entrevista la cual se realizó a personas dedicadas al cultivo del producto y saber cual es su experiencia en comercializar este producto, y a dueños de restaurantes y cevicherías para conocer en índice de consumo

del producto estas entrevistas fueron no formal ya que la información obtenida no se procesó formalmente sino que dio lugar para conocer la importancia de este tipo de empresas y de qué manera este contribuye para su conveniencia.

La encuesta es una de las principales técnicas porque permitió conocer que piensa el mercado sobre el producto conociendo que en la Provincia de Santa Elena existe una población es de 301.450 habitantes, de estos 6.255 se dedican a una actividad comercial, y de estas personas que se dedican a actividades comerciales 289 se dedican a la actividad de la ventas de comidas preparadas legalmente constituidas, siendo este el universo el cual permitió determinar cual fue el número de encuesta que se realizaron.

## **2.5. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.5.1. Método no experimental o ex post-facto no alterar la variable independiente**

En este proyecto se tomó en consideración el método No experimental o ex post-facto, porque se identificó por medio de la observación, la situación actual en el cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena, y se lo realizó a los dueños de restaurantes y pequeños negocios de comidas rápidas que utilizan la ostra como materia prima,

### **2.5.2. Estudio descriptivo.**

Según Sampieri Roberto (2003), En este método se pretende definir propiedades, características y perfil de personas, empresas, comunidades que se sometan a un estudio.

En esta investigación el fenómeno al cual se estudió para el proyecto fue identificar los “Clientes potenciales que serán los restaurantes, y los principales proveedores que son los microempresarios que se dedican al cultivo de este producto.

### **2.5.3. Método correlacional.**

En esta investigación se realizó un estudio que permite la relación entre dos o más tipos de variables o conceptos. Estos estudios correlacionales son de gran ayuda para conocer el comportamiento, puede ser de un concepto o una variable sabiendo el cual va a ser comportamiento de otras variables.

Se considera este método debido a que nos permitió medir, de manera más independiente las variables; como gustos, preferencias y necesidades de los clientes.

## **2.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.6.1. Técnicas e instrumentos de investigación**

El éxito de la investigación dependió de cual fue la calidad de la información que se obtuvo, tanto de las fuentes primarias y también de las secundarias así como del procesamiento, verificación y presentación de la información.

### **2.6.2. Técnicas**

Las técnicas son un instrumento de la investigación que permitió facilitar el procesamiento de la información. Considerando los objetivos que se han



establecidos, en este trabajo se utilizaron técnicas de tipo documental y de campo.

### **2.6.3. Documental**

Mediante bibliografías e información que se recabó por libros, internet, facilitó el desarrollo del proyecto a ejecutar, así mismo fue necesario para la elaboración del marco teórico, tener referencia de la investigación, como respaldo para fuente fidedignas y confiables, de las misma manera, se utilizaron datos estadísticos del INEC, para calcular y poder determinar la demanda de usuarios que tiene la entidad.

## **2.7. ALCANCE**

Para efectos del proyecto se llevó a cabo el proceso de investigación planteado por Hernández Sampieri Roberto, (2011). Es necesario definir el alcance y el tipo de la investigación que se utilizará para la ejecución del desarrollo del proyecto.

Existe una amplia variedad de tipos de investigación: María José, Albert Gómez, (2007) plantea solo 4 métodos de investigación. Las cuales son: Investigación Exploratoria, Investigación Descriptiva, Investigación Correlacional e Investigación Explicativa

Para el proyecto de creación de la empresa se ha considerado necesario la aplicación de dos métodos de investigación con la finalidad de obtener información confiable para la viabilidad del proyecto.

## **2.8. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

- La encuesta
- Población y muestra

### **2.8.1. La encuesta**

Es una técnica que nos permite hacer una serie de preguntas que sirve para obtener información acerca de las variables, medir criterios, conocimientos y aptitudes de las personas. La encuesta se realizó a los dueños de restaurantes, cevicherías, cabañas comedor y hoteles de las cuales las preguntas fueron relacionadas a las ostras y cuál es la demanda de este producto para sus negocios, así también, las veces que ellos adquieren a quienes les adquieren y si están conforme que exista una empresa industrializadora de ostras en la Provincia De Santa Elena.

## **2.9. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **2.9.1. Población**

Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas, Hernández R. Fernández Carlos (2003), manifiesta que población es “el conjunto de todos los casos que concuerden con determinadas especificaciones.” (Hernández R. Fernández Carlos Página 304).

El universo del presente trabajo está conformado por los restaurantes existentes en la Provincia De Santa Elena, a quien se dirigió por ser el elemento en el cual planteamos el estudio de la investigación con el propósito de obtener la información necesaria que nos permita llegar a conclusiones acertadas.

### **2.9.2. Muestra**

La muestra que se utilizó para el cálculo se obtuvo mediante la población compuesta por los dueños de restaurantes, cevicherías, comedores y hoteles, a la que se le realizó un muestreo probabilístico porque las preguntas que se realizaron

pueden ser afirmativas como negativas, y para esto se tomó en consideración una probabilidad del 50% que las repuestas serán afirmativas y un 50% que fueron negativas, con un nivel del confianza de un 95% y un error estándar de un 5%

### **2.9.3. Elemento**

Dueños de restaurantes y vendedores de comidas rápidas

### **2.9.4. Unidad de muestreo**

Santa Elena

### **2.9.5. Alcance**

Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

### **2.9.6. Tiempo**

1 Febrero del 2013 – 20 de Octubre del 2013

Debido a que la población para este proyecto es finita, dado que no se encontraron datos estadísticos basada en estudios previos, se utilizó la siguiente fórmula estadística para obtener el tamaño de la muestra a la cual se le realizará posteriormente las encuestas respectivas.

### **2.9.7. Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población.**

La fórmula para calcular la muestra cuando no se desconoce el tamaño de la Población o esta es mayor o igual a 100.000 habitantes es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde,

Z = Nivel de confianza,

P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = Probabilidad de fracaso

D = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

### **2.9.8. Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población.**

La fórmula para calcular la muestra cuando se puede conocer el tamaño de la población o esta es menor a los 100.000 habitantes es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde,

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

**2.9.9. Fórmula para determinar el tamaño de la muestra del mercado objetivo.**

En el caso de la provincia de Santa Elena la población total de habitantes es de 308.693, de estos mí mercado meta es de 289 restaurantes, comprendidos en los tres cantones divididos de esta manera:

**CUADRO # 4 Población Objetiva**

Restaurantes, hoteles comedores	población	%
Santa Elena	68	23,53%
Salinas	153	52,94%
La Libertad	68	23,53%
Total	289	100,00%

Fuente: Catastro, Alojamiento, Alimentos y Bebidas Nacional 2012  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

En donde,

$$N = 289$$

$$Z = 95\% \text{ que es igual a } 1.96$$

$$P = 50\% \text{ que es igual a } 0.50$$

$$Q = 50\% (1-P) 0.50$$

$$D = 5\% \text{ que es igual a } 0.05$$

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{289 * 1,96^2 * (0,50 * 0,50)}{0,05^2 * (289 - 1) + 1,96^2 * (0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{277,5556}{1,6804} = 165,17234$$

~a 166 restaurantes

### 2.9.10. Estratificación del tamaño de la muestra

**CUADRO # 5 Estratificación del tamaño de la muestra**

Restaurantes, comida preparada	Población	%
Santa Elena	39	23,53%
Salinas	88	52,94%
La Libertad	39	23,53%
Total	166	100,00%

Fuente: Estratificación del tamaño de la muestra  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Se requeriría encuestar a no menos de 166 sitios en mi mercado meta para poder tener una seguridad del 95%

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

A través de realizar la encuesta correspondiente para comprobar la aceptación del mercado objetivo, referente a la creación de una empresa industrializadora de ostras en la provincia de Santa Elena, los resultados que se obtuvieron a los negocios dedicados a la actividad de comercializar la ostras en sus platos gastronómicos y que tienen una antigüedad promedio entre 1 a más de 12 años, manifiestan que los platillos que incluyen ostras son muy requeridos por sus clientes, pero no pueden siempre preparar estos platillos debido a que en ocasiones cuando incrementa la demanda ellos no pueden conseguir el producto, lo cual provoca un cuello de botella, porque deben buscar el producto en lugares lejanos o comprarlo a un alto precio para satisfacer a los clientes.

De acuerdo a los resultados de la encuesta en temporada normal de los restaurantes, cevicherías, cabañas restaurantes y hoteles, adquieren dos veces a la semana ostras, otros lo hacen diariamente pero en pocos casos, debido a que se dedican solamente a esta actividad y para ellos es fundamental este producto porque es su materia prima principal, la cantidad que consumen es entre una a tres docenas diarias dependiendo de la época y la afluencia de visitantes a la provincia de Santa Elena.

A los negocios considerados como parte de la población de este proyecto, también se les consultó si les gustaría que en la provincia de Santa Elena existiera una empresa industrializadora y comercializadora de ostras en la cual puedan realizar pedidos de este producto.

La respuesta recibida de la mayoría de ellos es que están de acuerdo, porque según lo que manifestaron los encuestados ellos tendrán el producto a tiempo y sobretodo en un empaque limpio y en buen estado, cumpliendo de esta forma con las normas higiénicas e incluso con los estándares de calidad que les garantizan los requerimientos necesarios que indiquen que las ostras están aptas para el consumo humano.

Se consultó el nombre con el cual les gustaría que el producto sea reconocido en el mercado, se inclinaron por “the King ostras” y el precio que estarían dispuesto a pagar por restaurantes, cevicherías, cabañas restaurantes y hoteles sería entre 8 a 10 dólares americanos.

### **3.2. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

El análisis cualitativo y cuantitativo nos dará de una manera específica y tanto como en números las perspectivas de lo que los negocios que estamos analizando de manera cuantitativa, pero lo que logramos es obtener una información más severa y ver como ellos es que obtienen el producto y sobre todo cuando y cuanto es lo que se necesita procesar para cubrir nuestra demanda.

#### **3.2.1. Analizar los Datos.**

El análisis de los datos como nos dice el libro de investigación de mercados “el investigador analiza los datos y puede generar conjuntos de variables, proporciones, constructores, etc. La complejidad y elaboración de los procedimientos de análisis enormemente, de las simples distribuciones de frecuencias (porcentajes) a las estadísticas (media, mediana y moda) y quizá los análisis de datos multivariados.

Diversos procedimientos permiten al investigador probar estadísticamente la hipótesis para buscar diferencias y correlaciones significativas entre las variables, evalúan la calidad de los datos y someter prueba modelo de las relaciones causales



### 3.3. RESULTADOS Y GRÁFICOS DE LA LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DUEÑOS DE RESTAURANTES CEVICHERÍAS COMEDORES CABAÑAS COMEDOR.

#### Años de antigüedad de los negocios

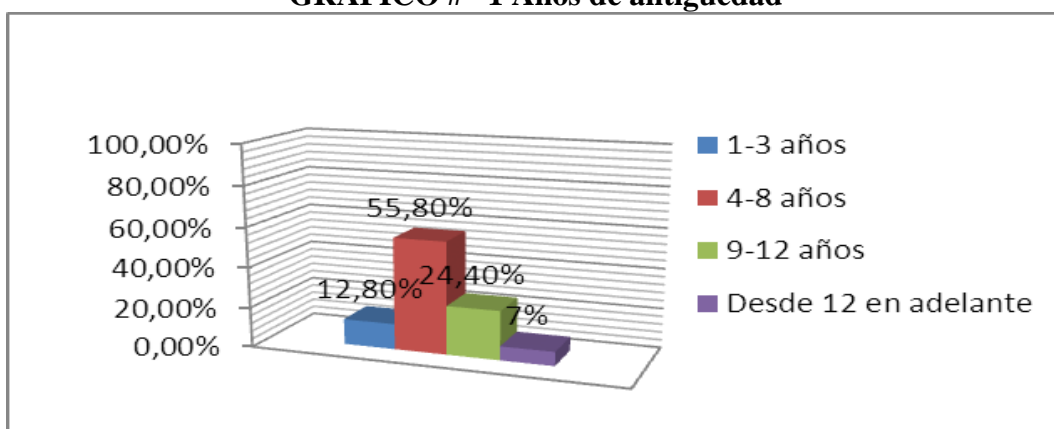
**CUADRO # 6 Años de antigüedad**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>1</b>	1-3 años	21	12,80%
	4-8 años	92	55,80%
	9-12 años	41	24,40%
	Desde 12 en adelante	12	7%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 1 Años de antigüedad**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Se tomaron datos de la población objetiva de diferentes tipos de negocios dedicados a la actividad de vender platos de alimentos que contienen ostras en la Provincia de Santa Elena mediante los periodos de vida de estos locales comerciales, y encontramos que en su mayoría los restaurantes tienen entre 4 y 8 años de antigüedad, le sigue los que tienen entre 9 a 12 años estos ya son negocios que están posesionados en el mercado, luego tenemos los que recién inician su actividad que están entre uno a tres años y con un pequeño porcentaje los que se han mantenido en el tiempo

## Actividad comercial a la que se dedican

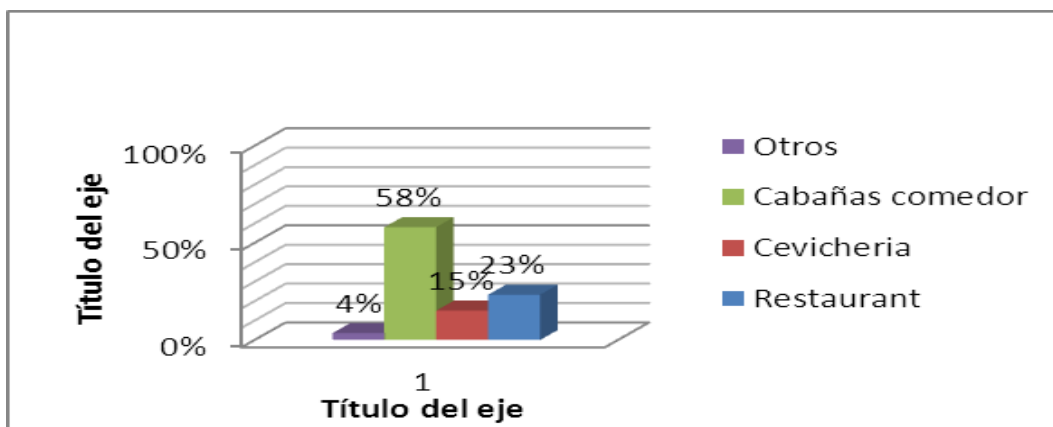
**CUADRO # 7 Actividad comercial**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
2	Restaurant	38	23%
	Cevicherías	26	15%
	Cabañas comedor	97	58%
	Otros	5	4%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 2 Actividad comercial**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Entre los principales locales comerciales, están las cabañas comedor por estar en su mayoría en las playas por ser el lugar donde los visitantes llegan en temporadas para distraerse y disfrutar de vacaciones o salir del estrés de los trabajos que cada uno tienen, los restaurantes que son los que más concurren los visitantes cuando llegan a las principales ciudades del cantón, la cevicherías con un son muy concurridas en especial las que se encuentran en el cantón Santa Elena. Y en la categoría otros están los hoteles y hosterías.

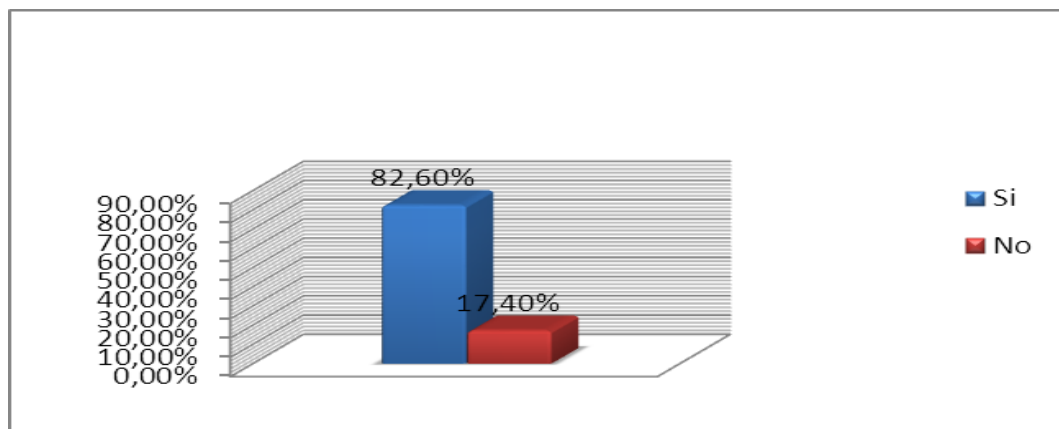
### 1.- ¿Dentro de su menú, usted incluye o ha incluido ostras?

**CUADRO # 8 ¿Dentro de su menú, usted incluye o ha incluido ostras?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>3</b>	Si	137	82,60%
	No	29	17,40%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 3 ¿Dentro de su menú, usted incluye o ha incluido ostras?**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Mediante los datos encuestados en nuestra población, la gran mayoría de los locales incluye o a incluido ostras en sus menús por encontrarse ubicados cerca de las playas y los visitantes demandan este producto muy apetecido, y un porcentaje menor no los incluye porque estos no se dedican a la venta de alimentos que contienen ostras, así como también de ninguna clase de moluscos y mariscos.

## 2.- ¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?

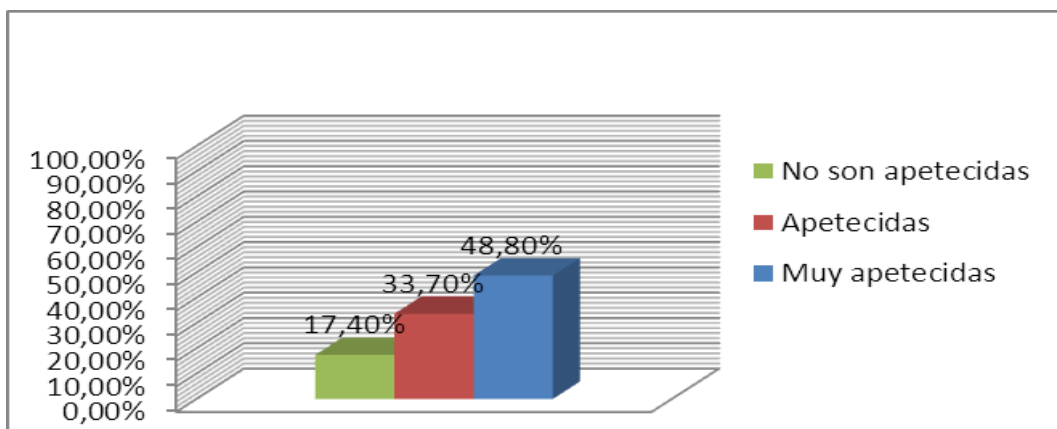
**CUADRO # 9 ¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>4</b>	Muy apetecidas	81	48,80%
	Apetecidas	57	33,70%
	No son apetecidas	28	17,40%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 4 ¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según los datos obtenidos mediante la realización de la encuesta estos nos indican que el 48.80% de los encuestados manifiestan que la ostra es muy apetecidas por los cliente comensales que visitan sus negocios, el 33.70% que son apetecidas, y el 17.40% que nos dedican a la actividad de venta de postras manifiesta de que no son requeridas por su clientela esto porque son negocios que no venden productos del mar como mariscos o pescado.

### 3.- ¿Cuántas veces a la semana adquiere ostras?

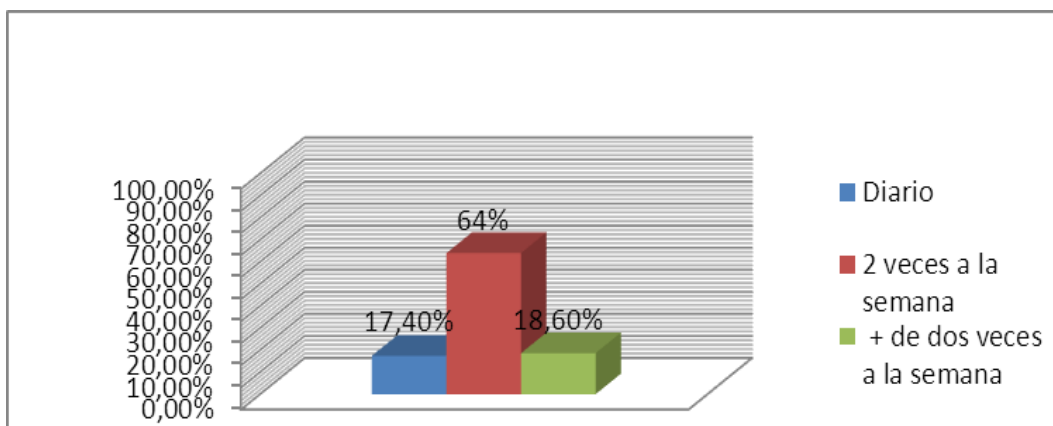
**CUADRO # 10 ¿Cuántas veces a la semana adquiere ostras?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>5</b>	Diario	29	17,40%
	2 veces a la semana	106	64%
	+ de 2 veces a la semana	31	18,60%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 5 ¿Cuántas veces a la semana adquiere ostras?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

De acuerdo a los datos obtenidos el 64% de los encuestados adquiere ostras 2 veces a la semana por ser estos los días en que la demanda de este producto aumenta por ser fines de semana y llegan muchos clientes, el 17.40% lo hace a diario porque al mercado local también le gusta este tipo de platos gastronómicos, y el 18.60% lo realiza cuando el producto tiene mucha demanda.

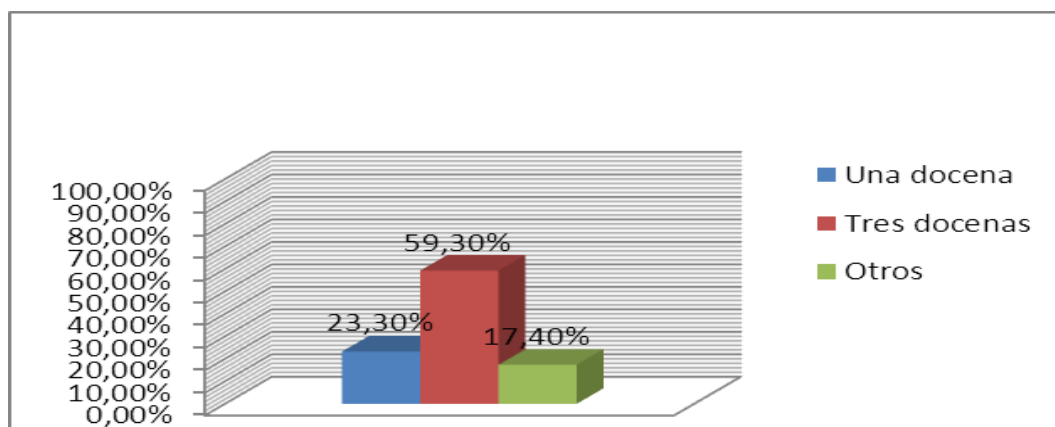
#### 4.- ¿Qué cantidad de ostras adquiere a la semana?

**CUADRO # 11 ¿Qué cantidad de ostras adquiere a la semana?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>6</b>	Una docena	39	23,30%
	Tres docenas	99	59,30%
	Más de tres docenas	28	17,40%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 6 ¿Qué cantidad de ostras adquiere a la semana?**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los locales que utilizan la ostra en sus menú el 59.30% adquiere una docena del producto a la semana esto porque cuando la adquieren tienen que darle el proceso de limpieza y el debido proceso que es para ellos muy tedioso, el 23.30% adquiere tres docena a la semana por ser el producto que comúnmente venden a sus comensales , y el 17.40% no adquiere o adquiere le producto en menor proporción, esto se debe a que la demanda del producto es mucha y le es difícil conseguir en mayor cantidad.

## 5.- ¿A quién le compra el producto?

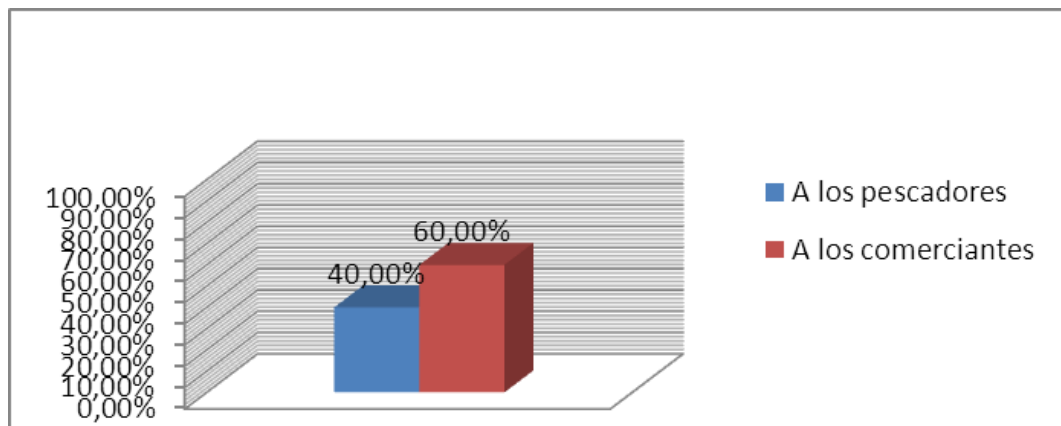
**CUADRO # 12 ¿A quién le compra el producto?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>7</b>	A los pescadores	66	40,00%
	A los comerciantes	100	60,00%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 7 ¿A quién le compra el producto?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

De acuerdo a los datos de los negocios que incluyen en su menú la ostra estos les compran el producto a los pescadores con un 40% porque estos le llevan el producto en piedra fresco recién extraído del mar pero con toda la concha y sin la limpieza necesaria, y un 60% los adquiere de los comerciantes estos porque se los venden sin la concha y evitan hacer el trabajo de estar contratando a alguien que le haga ese trabajo

**6.- ¿Cuál de los atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?**

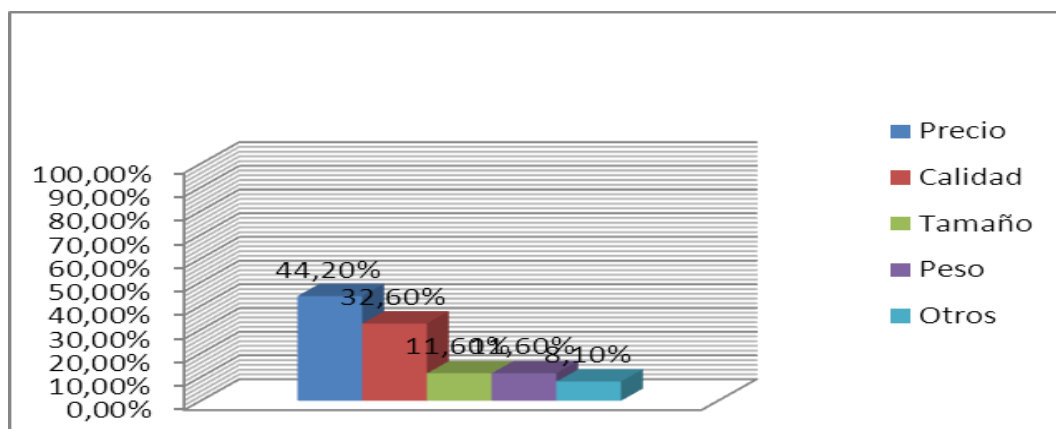
**CUADRO # 13 ¿Cuál de los atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
8	Precio	73	44,20%
	Calidad	54	32,60%
	Tamaño	6	3,50%
	Peso	19	11,60%
	Otros	13	8,10%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 8 ¿Cuál de los atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según los datos obtenidos de la población encuestada los locales que incluyen en su menú la ostra, el 44.20% de estos toma en cuenta al precio como atributo fundamental para adquirir el producto, con un porcentaje alto tenemos también que incide mucho la calidad con un 32.60% estos indica que consideran mucho que tan apto para el consumo se encuentra el producto. El 11.60% prefiere el producto por el peso, el 8.10 por la cantidad y el 3.50 se fija en otros atributos como tamaño o sabor.



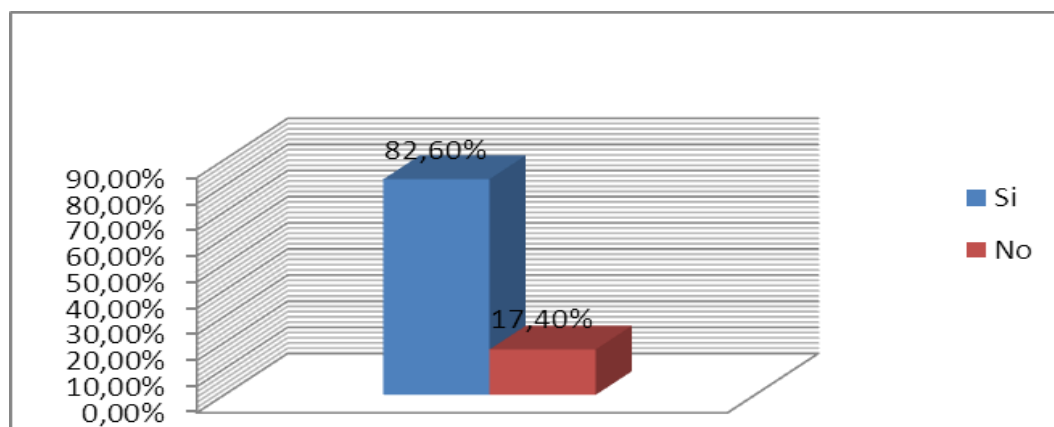
**7.- ¿Le gustaría que en la provincia existiera una empresa industrializadora de ostras en la cual usted pueda realizar sus pedidos de este producto?**

**CUADRO # 14 ¿Le gustaría que en la provincia existiera una empresa industrializadora de ostras en la cual usted pueda realizar sus pedidos de este producto?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>9</b>	Si	137	82,60%
	No	29	17,40%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 9 ¿Le gustaría que en la provincia existiera una empresa industrializadora de ostras en la cual usted pueda realizar sus pedidos de este producto?**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

De la población encuestada el 82.60% de los encuestados manifiesta que si le interesaría que existiera una empresa comercializadora de ostras en la Provincia de Santa Elena, donde puedan adquirir el producto de una manera segura y rápida y de esta manera que sus productos los puedan comercializar a tiempo y el 17.40 dice que no está interesado en este tipo de negocio en la provincia.

8.- ¿Cuál de los siguientes nombres comerciales le gustaría que tenga el producto?

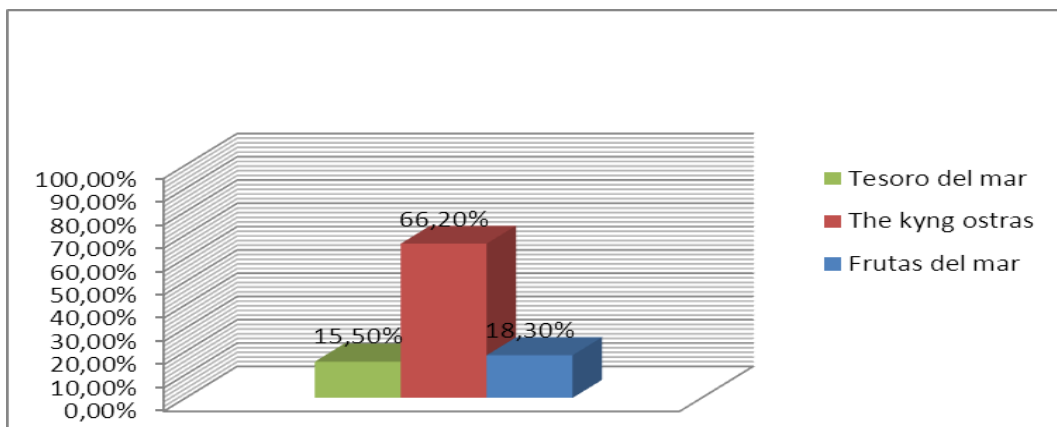
**CUADRO # 15** ¿Cuál de los siguientes nombres comerciales le gustaría que tenga el producto?

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>10</b>	Frutas del mar	30	18,30%
	The kyng ostras	110	66,20%
	Tesoro del mar	26	15,50%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 10** ¿Cuál de los siguientes nombres comerciales le gustaría que tenga el producto?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los encuestados les gustaría que se llame The kyng ostras la empresa industrializadora de ostras porque ese nombre les suena llamativo e identificarían al producto en el mercado los demás nombres no suenan muy llamativos para ellos.

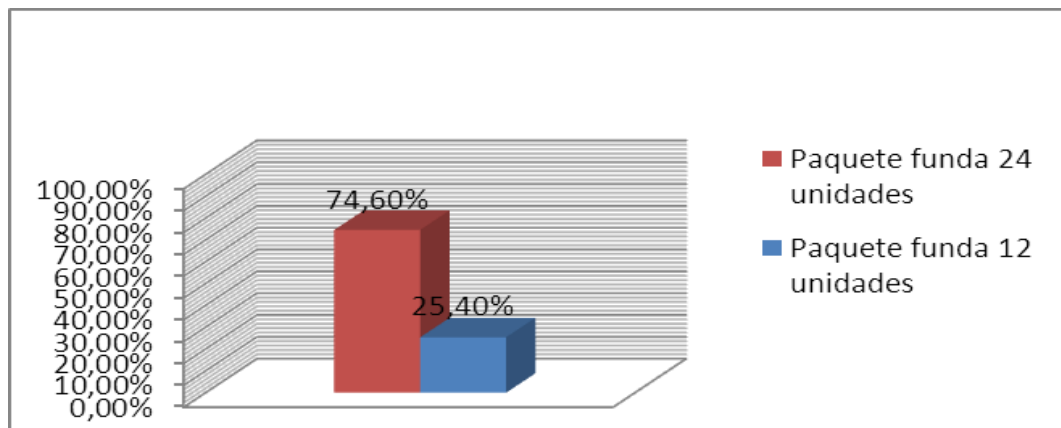
**9.- ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir la ostra en funda?**

**CUADRO # 16 ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir la ostra en funda?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>11</b>	funda de 240 gramos	42	25,40%
	funda 480 gramos	124	74,60%
	Total	166	100%

Fuente Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 11 ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir la ostra en funda?**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según los datos encuestados la mayoría de los clientes prefiere la presentación de Paquete funda 24 unidades porque ellos prefieren que contengan el suficiente producto para ya no tener que salir a buscar mas y lo harían solo si fuera necesario , y un porcentaje menor el de Paquete funda 12 unidades porque ellos dicen que es mas fácil de llevar .

10.- ¿Qué tamaño de ostra le gustaría que contengan las fundas de 240 gramos?

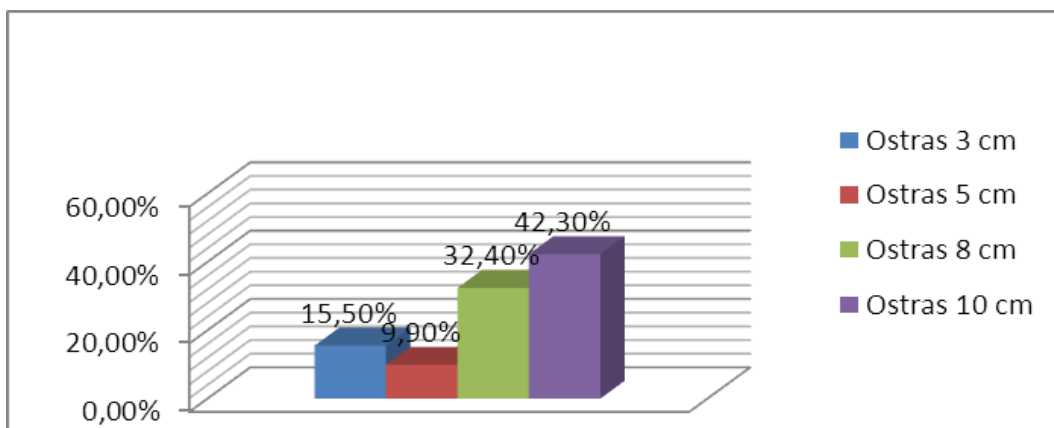
**CUADRO # 17 ¿Qué tamaño de ostra le gustaría que contengan las fundas de 240 gramos?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>12</b>	Ostras 3 cm	25	15,50%
	Ostras 5 cm	16	9,90%
	Ostras 8 cm	54	32,40%
	Ostras 10 cm	71	42,30%
	Total	166	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 12 ¿Qué tamaño de ostra le gustaría que contengan las fundas de 240 gramos?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según los datos encuestados el 42.3% considera que les gustaría adquirir más ostras de 10cm. por ser de gran tamaño y porque se les haría mas fácil para la preparación de sus platos gastronómicos, y un 32.4% ostras de 8 cm porque también tienen un tamaño considerable. El 15.5% las prefiere de 3Cm. Y el 9.9% de 5 cm porque son pequeñas y entrarían mas en las fundas de embalaje.

11.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de otras de 240 gramos?

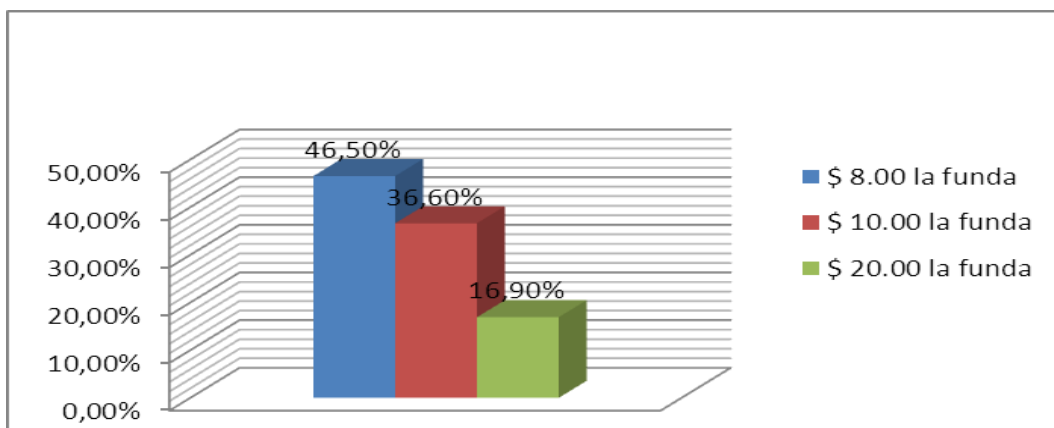
**CUADRO # 18 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de ostras de 240 gramos?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>13</b>	\$ 8.00 la funda	77	46,50%
	\$ 10.00 la funda	61	36,60%
	\$ 20.00 la funda	28	16,90%
	Total	166	16,90%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 13 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de ostras de 240 gramos?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según los datos encuestados el 46.5% prefiere pagar ocho dólares la funda de docena de ostras, el 36.6% prefiere pagar diez dólares la funda y un 16.9% estaría dispuesto a pagar 20 dólares por la funda de docenas de ostras de 240 gramos

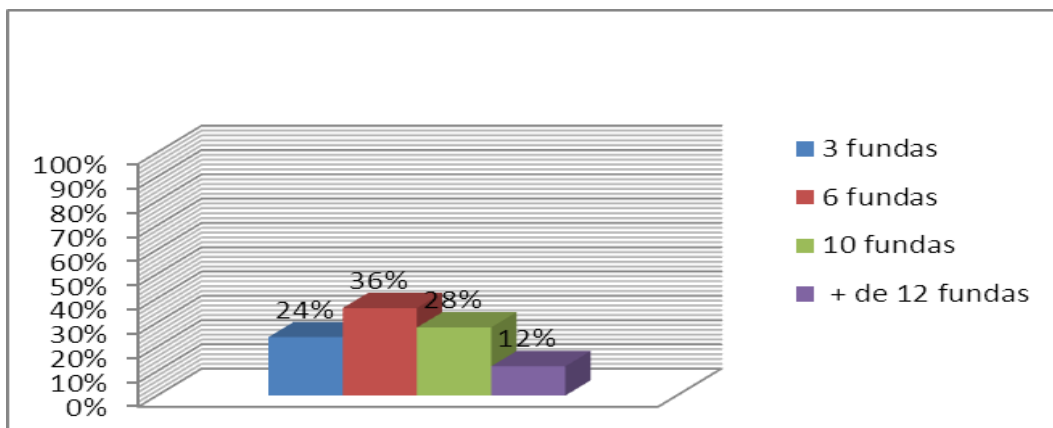
**12.- ¿Cuántas fundas de ostras de 240 gramos les gustaría adquirir semanalmente?**

**CUADRO # 19 ¿Cuántas fundas de ostras de 240 gramos les gustaría adquirir semanalmente?**

<i>ITEM</i>	<i>Valoración</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<b>14</b>	3 fundas	40	24%
	6 fundas	60	36%
	10 fundas	46	28%
	+ de 12 fundas	20	12%
	total	166	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 14 ¿Cuántas fundas de ostras de 240 gramos les gustaría adquirir semanalmente?**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según los datos encuestados, el 36% de los dueños de restaurantes prefieren adquiriría 6 fundas de ostras de 240 gramos semanalmente, 28% adquiriría 10 fundas semanalmente, 24% adquiriría tres fundas semanalmente y un 12% adquiriría más de 12 fundas semanalmente.

### **3.4. Conclusiones**

Mediante esta encuesta realizada a los negocios que se dedican a la venta de alimentos preparados con productos marinos podemos mencionar que las personas que trabajan en estos lugares les gustaría que existiera este tipo de empresa como es la industrializadora de ostras ya que mediante esto pueden adquirir la materia prima necesaria para elaborar sus platos.

La encuesta se la realizó a dueños de restaurantes, cabañas comedor, cevicherías y esta nos dio como resultado que les gustaría que existiera una empresa industrializadora de ostras porque de esta manera el producto lo obtendrían de manera segura, rápida y apta para el consumo humano.

Los negocios que venden este producto les gustaría que existiera la empresa industrializadora de ostras porque mediante esta empresa podrían adquirir los productos de manera rápida y segura sin necesidad de ellos de contratar a personas que hagan el trabajo de limpieza ya que esto limita sus utilidades y el producto que adquieren lo que mas aumenta es la concha que la ostra en si.

Los dueños de restaurantes estarían satisfechos de que existiera esta empresa porque el producto que encuentran en el mercado es escaso o en muchas circunstancias muy elevadas de precio, sobre todo por su tamaño que cuando más grande es más dinero necesitan invertir para poder adquirirlo.

También nos dio como resultado el precio que les gustaría pagar y la cantidad que ellos están dispuestos a adquirir y que presentación se podría utilizar para poder ser reconocido en el mercado.

### **3.5. Recomendaciones**

Sería de gran utilidad la creación de una empresa industrializadora de ostras porque mediante esto los negocios dedicados a la venta de este producto podrán adquirir la materia prima necesaria para poder elaborar sus platillos para sus clientes.

Con la creación de este tipo de empresa en el sector también ayudaría a los dueños de restaurantes, cabañas comedor, cevicherías para que consigan el producto de manera segura y en perfecto estado que no cause molestias de salud a sus clientes.

La creación de esta empresa ayudara a que los dueños de restaurantes adquieran ostras al por mayor porque ahora si encontraran en el mercado suficiente producto para poder invertir en platos gastronómicos para satisfacer sus demandas del producto.

Se recomienda este tipo de empresa porque evitaría que los dueños de restaurantes inviertan dinero en personas que le realicen el trabajo de limpieza del producto que significa que sus utilidades disminuirán considerablemente porque el producto lo consiguen en concha y es difícil saber si el peso y el tamaño es realmente el que la concha nos da a entender a simple vista.

Se recomienda que se dé a conocer los precios y una presentación porque de esta manera podrían ser reconocidos de una manera más segura y rápida en el mercado y diferenciarse de otros productos, de esta manera a sus clientes se les hará más fácil de reconocerlos y adquirirlos.



## **CAPÍTULO IV**

### **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE OSTRAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013**

#### **4.1. ANTECEDENTES**

La provincia de Santa Elena se ha caracterizado por que sus habitantes desde épocas ancestrales se han dedicado a la pesca y a la agricultura, con el paso de los años esta actividades se ha fortalecido y emprendido otros tipos de actividades económicas con el objetivo de obtener mejores fuentes de empleos y mejorar sus estatus de vida.

En la actualidad por diversos motivos como son la pesca indiscriminada han provocado que las especies marinas esta se esté ausentando y ocasionando que los pescadores tengan que buscar alternativas de empleos para poder obtener ingresos económicos que les permitan solventar sus gastos, y una de esas actividades es el cultivo de especies marinas en cautiverios, una de esas especies es la ostra que en la actualidad la están cultivando en cautiverio, pero esto a ocasionado que los pescadores al momento de obtener los productos listo para su comercialización no tiene los conocimientos necesarios para hacerlo provocando que este se dañe ya que no conocen y no existe alguien que se dedique a procesar este producto.

Por lo tanto surge la idea de la creación de una empresa industrializadora de ostras, que se dedicará a la extracción de ostras en estado bruto las cuales se las conseguirá de los productores que las cultivan en cautiverio, y mediante la cual se procesará este producto el que consiste en la extracción de la concha y el debido proceso para luego introducirlo en un recipiente plástico específicamente en

funda, en las que contará con ostras que tendrán un peso aproximado de 240 gramos.

Estos productos se obtendrán de las microempresas formales e informales de los productores de las comunidades de la entrada San Pedro, Palmar, Mar Bravo que son las comunidades donde sus habitantes se dedican a esta actividad, unas apoyadas por entidades privadas como es la fundación Cenain, y otras del gobierno descentralizado de la provincia de Santa Elena.

Luego que el producto está terminado y previa venta por pedidos se los entregará a los restaurantes que nos contactan para realizar los pedidos del producto ya que este es la materia prima para elaborar sus platos gastronómicos que son de agrado de sus clientes.

#### **4.1.1. Justificativos**

La idea de la creación de una empresa industrializadora de ostras permitirá que las personas que se dedican a la actividad de cultivar este producto tengan un lugar específico donde entregar sus producto y no quedarse con ese stock en inventarios las cuales produce la sobreproducción y por ende tengan que regatear el precio de los mismos. Cuando ocurre esto de la sobreproducción surge también otro problema que es el surgimiento de los intermediarios que son los que en gran medida se aprovechan de la situación para comprar el producto muy por debajo del precio que les permita a los productores recuperar la inversión y obtener una utilidad marginal que les permita mejorar es estatus social.

Por otra parte estos intermediarios no saben acerca de algún proceso para que este producto pueda mantenerse en perfecto estado y al momento de venderlo a los establecimientos como que se dedican a la venta de este producto así como también los que se dedican a la preparación de platos gastronómicos utilizando la ostra como materia prima, esta se descomponga y no permitiendo que esta estén

aptas para el consumo humano exponiéndose a multas por parte de las autoridades locales así como también pasar de una eventual clausura a una de manera permanente. La empresa industrializadora de ostras comprará el producto de los que se dedican al cultivo y luego del debido proceso de industrialización se obtendrá un producto duradero y seguro para que los restaurantes de la provincia de Santa Elena preparen de manera segura sus platos sin el temor a que se expongan a multas, y de esta manera seguir brindando sus productos a su clientela permitiendo que estos estén siempre satisfechos.

#### **4.1.2. Misión**

The king ostras tendrá como misión la industrialización comercialización y distribución de ostras de excelente calidad en la Provincia de Santa Elena, con un personal capacitado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

#### **4.1.3. Visión**

La empresa The king ostras líder en la provincia de Santa Elena, industrializa y comercializa ostras de excelente calidad, con infraestructura, tecnología de punta y un equipo de profesionales orientados a cumplir con los objetivos de la empresa.

#### **4.1.4. Objetivo general**

Liderar el mercado local mediante la creación de una Empresa industrializadora de ostras en la provincia de Santa Elena, que permita obtener rentabilidad y crecimiento económico.

#### **4.1.5. Objetivos específicos**

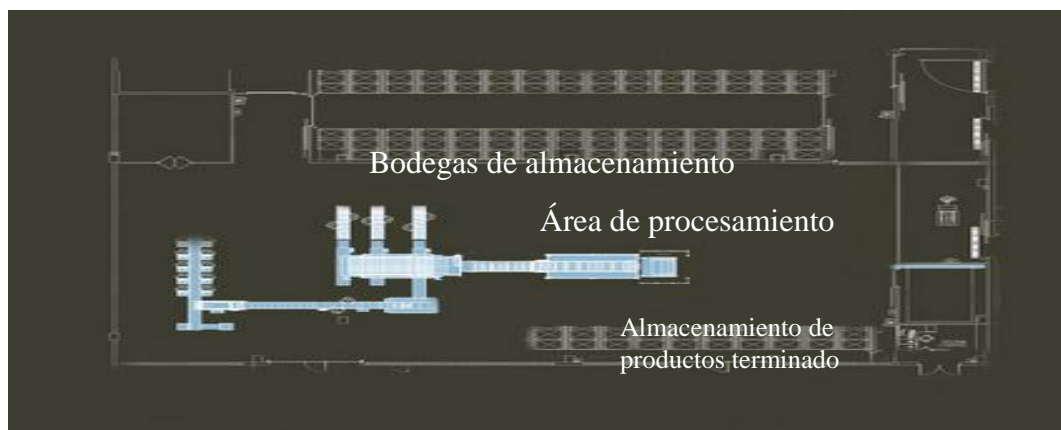
- Posesionarnos en el mercado peninsular
- Brindar nuevas fuentes de empleo
- Identificar clientes potenciales
- Realizar alianzas estratégicas

## 4.2. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.2.1. Tamaño de la planta para producir el producto

La infraestructura para el proyecto de la empresa industrializadora de ostras se desarrollará en un área de 2500 metros cuadrados la cual estará construida de estructura metálica, con paredes de hormigón armado la cual estará ubicada en la comuna Palmar Barrio Cristo Del Consuelo.

**GRÁFICO # 15 Diseño de la planta**



Fuente: Cristian Cucalón Quimí  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El área de almacenamiento de la materia prima está conformada por un espacio físico de 100 metros cuadrados en este espacio se guardaran las ostras para empezar con el proceso de producción que será la industrialización del producto estará ubicado cerca de la planta para que se facilite el ingreso a esta por medio de una puerta que va directo a la planta de procesamiento.

#### 4.2.1.2. Área de almacenamiento del producto terminado

Esta tendrá un espacio de las mismas dimensiones que el área de almacenamiento de productos terminados y en este lugar la mercadería no durará mucho tiempo que

como se trabaja sobre pedidos significa que el stock que se utilizará es mínimo y eso facilitará la rotación de esta mercadería evitando la sobreproducción y el cuello de botella en este lugar pero sobretodo evitando tener pérdidas por daños en el producto.

#### 4.2.1.3. Localización

**GRÁFICO # 16 localización**



EMPRESA  
UBICADA  
EN LA  
COMUNA  
PALMAR

Fuente: google hear  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**CUADRO # 20 Ponderación**

Factor	W	Palmar		Colonche	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía de la materia prima	25%	9	2,25	3	<b>0,75</b>
Cercanía de mercado	10%	7	0,7	4	<b>0,4</b>
Costos insumos	14%	2	0,28	8	<b>1,12</b>
Acceso a servicios básicos	13%	7	0,91	5	<b>0,65</b>
Clima	8%	6	0,48	5	<b>0,4</b>
Mano de obra disponible	15%	8	1,2	4	<b>0,6</b>
<b>Totales</b>	<b>100%</b>		<b>6,72</b>		<b>4,67</b>

Fuente: Ponderación  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Utilizando el método cuantitativo por puntos se podrá dar cuenta que la ubicación del proyecto será en la comuna Palmar por tener factores determinantes que le diferencia de la parroquia Colonche, y entre las más importante la cercanía a la materia prima , que también se puede determinar cómo cercanía al lugar donde se cultivan las ostras.

#### **4.2.2. Ingeniería propia del proyecto**

##### **4.2.2.1. Breve descripción del proyecto**

La empresa industrializadora de ostras The King Ostras dedicada a la venta de ostras en fundas de embalajes con un peso equivalentes a 240 gramos, se constituirá legalmente como una sociedad anónima.

La actividad a la que se dedica la empresa industrializadora de ostras The King Ostras será de conseguir la ostra en estado natural y darle el proceso industrialización que consiste en extraer la ostras de la concha que la protege y pasar su debido proceso de limpieza y empaçado en las maquinarias industriales que pueden realizar ese proceso en un tiempo rápido, aprovechando que en la actualidad se está fomentando en la Provincia de Santa Elena el cultivo de esta especie marina

La materia prima se la obtendrá de los microempresarios que se dedican a la producción de ostra en cautiverio, permitiendo que estas personas puedan tener un lugar seguro donde entregar su producto, no caigan en manos de intermediarios que como los productores no encuentran un lugar seguro donde vender sus productos se aprovechan de estos comprándole el producto muy por debajo del precio de costo.

Este producto está dirigido a los restaurantes, cevicherías, hoteles, cabañas cevicheras, y otros puntos donde se comercialice este tipo de moluscos.

Como todos sabemos las personas en especial a las que conocen a la provincia les gusta mucho la gastronomía que se vende de manera que ellos una de sus tradiciones es consumir productos del mar, en especial la ostra que comúnmente la llamamos frutas del mar por su alto contenido nutricional y por su exquisito sabor, y muchos los adquieren por ser un producto afrodisiaco, tanto así que muchos visitan exclusivamente para degustarlo.

De manera local también se consume mucho la ostra tanto así que para muchos es tradición el consumo del producto por las proteínas y en las épocas de mayor demanda de este producto las personas que se dedican a la venta de estos productos no logran abastecer el mercado, y como son pocos los que lo comercializan estos tiene el poder sobre el precio, pero por la falta de conocimiento en la comercialización y de realizar estrategias en temporadas bajas estos precios tienden a disminuir, por la falta de consumidores en los restaurantes, cevicherías, hoteles, cabañas cevicheras. También ocasiones se exagera con el precio y esto provoca que otras personas provincias vecinas que se dedican a la misma actividad tengan mejores ventas porque el precio con los que ellos se manejan es inferior o porque regatean el precio.

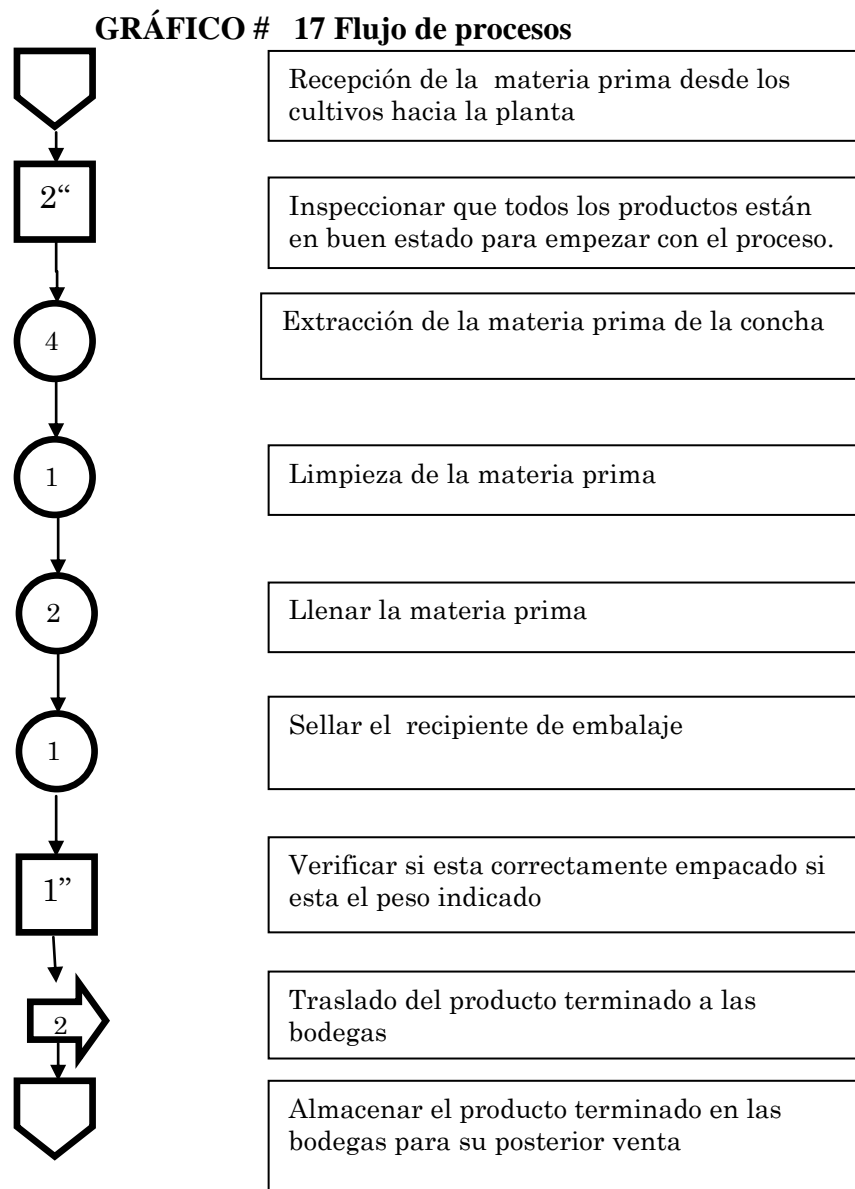
La empresa se ubicará estratégicamente en el Cantón Santa Elena, por la cercanía al mar y porque estará cerca de las personas que producen ostras, siendo esta la materia prima, y el recurso humano capacitado a utilizar en la puesta en marcha de la empresa, también por la facilidad para que el producto llegue de manera rápida y directa a los posibles consumidores

La empresa la constituirán también las alianzas estratégicas con los diferentes restaurantes ubicados en la de la Provincia de Santa Elena, facilitando así los canales de distribución de este producto.

### 4.2.3. Diseño del proceso de producción

- Trasladar de las ostras desde la bodega de almacenamiento a la planta
- Extracción de la materia prima de la concha
- Limpieza de la materia prima
- Empacado
- Traslado

#### 4.2.3.1. “Flujo de proceso de la planta”

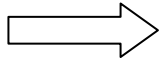

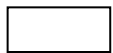



Fuente: Flujo de proceso  
Elaborado por: Tito Suárez Franco



#### 4.2.3.2. Descripción del Flujo de Proceso

**CUADRO # 21 Descripción del flujo de proceso**

Nº	Actividad	Tiempo	Observación
1		2"	Se realiza la actividad sin ninguna novedad.
2			Se realiza 2 veces esta actividad por la materia prima y el producto final.
2		3"	Se realizan las inspecciones para verificar que el producto este en buen estado y de calidad
7		8"	Describe las actividades a realizar para la elaboración de embalaje de ostras de 12 unidades
12		<b>13"</b>	Se empleara 13" para el proceso de embalaje de una funda de 240 gramos
	En el año se va a empacar <b>79.199 fundas de 240 gramos</b>		

Fuente: Flujo de proceso  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

#### 4.2.4. Tecnología a implementar y selección de maquinaria y equipos

##### 4.2.4.1. Balance de maquinarias y equipos

**CUADRO # 22 Balance de maquinarias y equipos**

Activo fijo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Camión termoking	1	12.000,00	12.000,00	10	1.200,00	100,00
Maquinaria industrial	1	20.000,00	20.000,00	10	2.000,00	166,67
Lavadora industrial	1	30.000,00	30.000,00	10	3.000,00	250,00
Arcón congelador	1	749,00	749,00	10	74,90	6,24
Vitrina frigorífica	1	929,99	929,99	10	93,00	7,75
Mesa de apoyo	4	600,00	2.400,00	5	480,00	40,00
Abre ostras	6	101,25	607,50	5	121,50	10,13
Empacadora	1	40.000,00	40.000,00	10	4.000,00	333,33
Cuchillos	5	80,00	400,00	1	400,00	33,33
Recipiente	4	9,25	37,00	1	37,00	3,08
Escritorio	7	189,00	1.323,00	5	264,60	22,05
Sillas y mesas	3	580,00	1.740,00	5	348,00	29,00
Computador	3	378,00	1.134,00	3	378,00	31,50
Router	1	27,00	27,00	3	9,00	0,75
Teléfono	3	15,50	46,50	3	15,50	1,29
Aire acondicionado	4	200,00	800,00	5	160,00	13,33
Caja registradora	1	450,00	450,00	3	150,00	12,50
Infraestructura	1	113.400,00	113.400,00	10	11.340,00	945,00
Terreno	1	62.500,00	62.500,00	0	0,00	0,00
<b>Total</b>			<b>288.543,99</b>		<b>24.071,50</b>	<b>2.005,96</b>

Fuente: Inversiones

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Este es el cuadro que manifiesta cual es la inversión en maquinarias y equipos necesarios para poner en marcha el proyecto en este cuadro se puede observar el precio, cantidad, vida útil y las respectivas depreciaciones de cada uno.

#### 4.2.4.2. Balance de personal

**CUADRO # 23 Balance del personal**

Descripción	Salario básico	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva	IESS	Remuneración mensual
Gerente General	900,00	75,00	75,00	37,50	75,00	84,15	1.246,65
Secretaria	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Jefe de ventas	800,00	66,67	66,67	33,33	66,67	74,80	1.108,13
Jefe control de calidad	800,00	66,67	66,67	33,33	66,67	74,80	1.108,13
Contador	800,00	66,67	66,67	33,33	66,67	74,80	1.108,13
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Operario de planta	350,00	29,17	29,17	14,58	29,17	32,73	484,81
Chofer	400,00	33,33	33,33	16,67	33,33	37,40	554,07
Guardia	500,00	41,67	41,67	20,83	41,67	46,75	692,58
Guardia	500,00	41,67	41,67	20,83	41,67	46,75	692,58

Fuente: Rol de pagos

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Este cuadro nos manifiesta el número de personal, cargo y remuneración por áreas y niveles jerárquicos que cada uno de ellos tiene en la empresa, así mismo los valores de cada uno de los beneficios sociales que obligatoriamente según la constitución de deben remunerar igual que con su derecho a vacaciones y aportaciones al IESS

#### 4.2.4.3. Balance de materiales y mano de obra

**CUADRO # 24 Balance de materiales y mano de obra**

<b>Valores por unidad</b>	
Materia prima (240 gramos ostras)	4,80
Mano de obra (sueldo por producto terminado)	0,44
CIF (fundas de empaque)	1,78
Total por unidad	7,02

Fuente: Balance de materiales  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El balance de materiales de producción y mano de obra está dado por el valor de las ostras, las cuales tienen un peso aproximado de 240 gramos, la mano de obra equivale al sueldo básico más beneficios sociales, esto se lo dividió por los días laborables con esto obtuvimos un salario diario, por último se lo divide por el volumen de producción, esto nos da como resultado un valor de 0,44 centavos de dólar y el CIF que consiste en el recipiente a utilizar en este caso fundas de embalajes. Esto da que \$7,02 equivale al costo unitario del producto.

#### 4.2.5. Abastecimiento de materias primas

##### I. Análisis de la producción y disponibilidad de materias primas

La producción del producto es a gran escala realizando cultivos en cautiverios y en volumen es muy grande, porque se obtendrá un producto de calidad

disponible para realizar el proceso de industrialización, y los productores pueden entregar sus productos en el tiempo establecido.

## II. Localización y Característica de las Zonas de Producción

La materia prima se la obtendrá de los pequeños artesanos de la provincia de Santa Elena tales como los de Palmar y la Entrada, comunas que se encuentran en la zona norte de la provincia, así como los de la comuna San Pedro el cual produce la fundación Cenain, los cuales por encontrarse cerca al perfil costaneros y teniendo los nutrientes y los nutrientes necesarios hacen de estos lugares prósperos para el cultivo de este producto.

## III. Periodos de disponibilidad de la producción

Por ser un producto en el cual se lo puede cultivar en cautiverio podemos considerar que se lo puede obtener en todo lo que concierne al año, y el tiempo que el producto completa el proceso de crecimiento es de 6 meses, y en este lapso de tiempo esta de 10 cm. Y listo para ser procesado y comercializado en estado de embalaje, ya que con una buena programación y considerando que el producto tiene una gran aceptación en el mercado los productores nos lo facilitaran en el tiempo establecido por la empresa

## IV. Producción disponible para el proyecto

Al tener quien le consuma el producto y considerando de que tendrán ingresos fijos los productores empezaran a cultivar el producto a escala la cual se

obtendría una producción mensual de ostras en estado adulto por lo tanto el producto no estaría escaso.

#### V. Disponibilidad de insumos complementarios

Teniendo en cuenta que estamos en un punto donde la provincia está buscando alternativas de desarrollo tanto jerárquico como de sus habitantes los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y telefonía son una de las prioridades para el desarrollo, adicional a eso el internet, herramienta básica y necesaria para la comunicación vía on line, podemos manifestar que el lugar donde se implementará el proyecto si cuenta con estos servicios básicos, además la mano de obra calificada también ya que hay personas que tienen conocimiento del cómo tratar el producto y por supuesto existen vías de acceso en buen estado para trasladar el producto.

#### VI. Programación de Abastecimiento

La materia prima como se ha manifestado se obtiene en períodos largos pero al cultivarse a escala.

Lo podemos obtener en el tiempo en el cual nos lleguen los pedidos que al trabajar con inventario justo a tiempo y se tomaran los pedidos semanalmente, y al ser un producto que no perece si se lo almacena o se lo tiene en el mar en los cultivos nuestro programa de abastecimiento será semanal.

## **4.3. ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.3.1. Investigación de Mercado**

### **3.3.2. Definición del Problema.**

La investigación de mercados se realizó mediante una encuesta dirigida a los restaurantes, cevicherías, cabañas restaurantes, las cuales se dedican a la venta de platos preparados utilizando la ostra como materia prima, por esta razón las preguntas fueron dirigidas estrictamente a estos locales y de esta manera conocer cuál es la demanda de este producto y con esto conocerla dificultad que ellos tienen en el momento de conseguir ostras en buen estado que ellos puedan de manera segura brindar a sus clientes.

### **4.3.3. Problema de Decisión Gerencial**

Se debe introducir una empresa comercializadora de ostras en la provincia de Santa Elena.

### **4.3.4. Problema de Investigación de Mercado**

#### **4.3.4.1. Objetivo general**

Determinar el grado de aceptación de los posibles consumidores, mediante la aplicación de técnicas de Investigación de mercado, para la creación de una empresa comercializadora de ostras en la provincia de Santa Elena.

#### 4.3.4.2 Componentes específicos

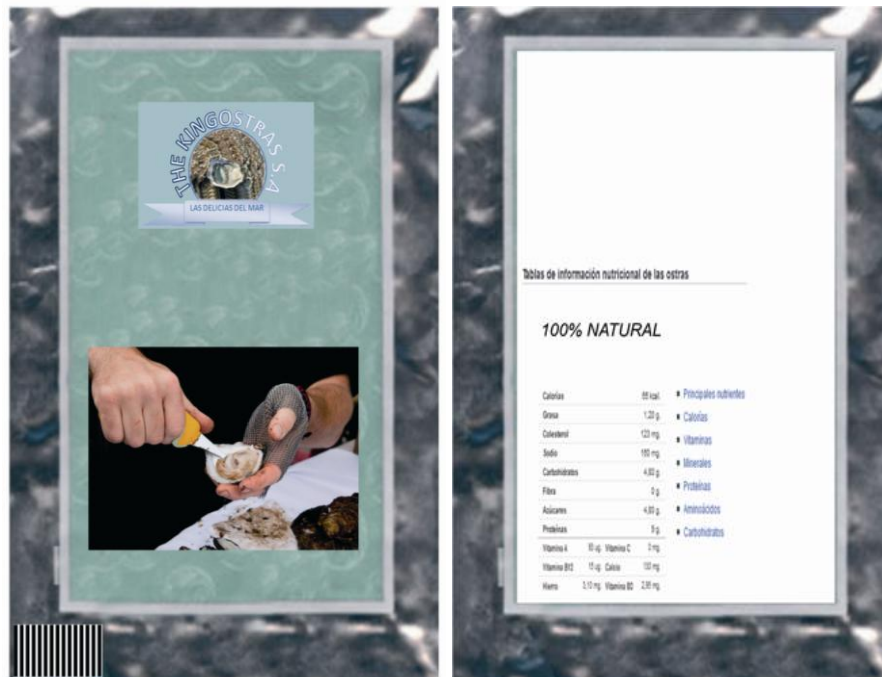
**CUADRO # 25 Componentes específicos**

Componentes Específicos	Objetivos Específicos
Características	Identificar cuáles son las características que prefieren los consumidores al momento de adquirir ostras
Preferencias	Cuáles son los productos del mar que con mas frecuencias adquieren
Predisposición de precios	Determinar cuánto estarían dispuestos a pagar la docena de ostras.
Atributos idóneos	Establecer los atributos idóneos que las ostras
Tipos de servicios	Definir el tipo de servicios que prefieren las personas.

Fuente: Componentes Específicos  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

#### 4.3.5 Identificación del producto

**GRÁFICO # 18 El producto**



Fuente: Diseño del producto  
Elaborado por: Tito Suárez Franco



#### **4.3.5.1. Definición del producto**

El producto de la empresa The King Ostras será innovador porque se lo industrializará y comercializará de manera directa y sobre pedidos, además las presentaciones serán en embalaje (fundas).

Las ostras para su comercialización tendrán un tamaño entre 8 a 10 centímetros y con un peso aproximado de 240 gramos y se lo venderá por docenas y sobre pedidos.

#### **4.3.5.2. Características técnicas del producto**

El producto será en estado de embalaje, en envase plástico el que contiene un peso de 240 gramos aproximadamente., el cual contara con colores degradado grises, el cual representan los colores que comúnmente acompañas a los moluscos cuando son extraído de sus conchas, el turquesa significa lo cálido del mar, y las riquezas que en él se encuentran.

En la parte superior estará la marca con el logotipo, el cual diferencia el producto de otras marcas y sobretodo podemos darnos a conocer en el mercado.

La imagen que se usada será la de una persona extrayendo una ostra de su concha, esa imagen significa que es un trabajo de los peninsulares demostrando que si se puede realizar grandes cosas cuando se trabaja unidos, pero sobretodo que se aprovechan los recursos naturales que brinda la provincia. En la parte inferior a la izquierda tenemos el código de barras el cual garantiza la calidad y la comercialización del producto en cualquier parte del mundo.

En la parte posterior del envase del producto tenemos el marco con colores degradados en grises, con la mayor parte transparente, para poder observar el

producto y se pueda constatar que se encuentran completas las unidades y que el tamaño sea el indicado. Por último tenemos la tabla nutricional el cual especifica los nutrientes y las riquezas que poseen el producto, también se hace énfasis que el producto es 100% natural.

#### 4.3.5.3. La etiqueta y el logotipo

**GRÁFICO # 19 Logotipo**



Fuente: logotipo de la empresa  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**GRÁFICO # 20 La etiqueta**



Fuente: Etiqueta del producto  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

La etiqueta cuenta en la parte superior con la marca the King ostras la cual cuenta con el nombre del producto que se comercializa el color celeste en las letras representa al mar y todas sus delicias que se encuentran allí, en el centro del logotipo se encuentra la imagen del producto tanto en concha como la pura pulpa el producto, el eslogan que acompañara la marca es “las delicias del mar”, que describe el lugar donde se cultiva las ostras, y lo apetecible que es el producto tanto para los turistas como a los que habitan en la provincia de Santa Elena, y lo rentable que son para los negocios que se dedican a la comercialización de gastronomía, las cuales están dirigidos a los turistas como a la población en general.

La etiqueta contiene el logotipo, código de barra, tiempo de consumo, una imagen de la manera como se degustan las ostras y el teléfono y e-mail para la respectiva localización.

#### **4.3.5.4. Tipos de Productos Existentes en el Mercado**

Debido que es un producto innovador y no hay en el mercado no tenemos datos sobre otros productos porque nadie se dedica a la industrialización de ostras solo lo hacen de manera informal y es simplemente un funda con unas cuantas ostras pero sin el tratamiento adecuado.

#### **4.3.6. Mercado Meta**

El mercado meta lo conforman los restaurantes, cevicherías cabañas restaurantes, hoteles ya que es a ellos a lo que van dirigido el producto porque lo la industrializadora de ostras se caracteriza por vender los productos sobre pedidos y estos son los que los utilizan como materia prima.

### **4.3.7. Análisis de la Demanda**

#### **4.3.7.1. El mercado demanda**

**Cevicherías.-** este es en el que mayor porcentaje estará dirigido mi producto por ser este el nicho de mercado donde más afluencia de acogida tendrá el producto.

**Restaurantes.-** por encontrarse en lugares donde los turistas asisten de manera masiva en temporada.

**Cabañas restaurantes.-** estas se encuentran localizadas en la playa y también en los pueblos donde más asisten los turistas y las personas que se hospedarán en un determinado lugar como por ejemplo Montañita y Ayungue

**Hoteles.-** estos con menos proporción que los otros puntos de distribución porque son lugares que las personas acuden para hospedarse.

Además que la demanda insatisfecha está dada por la fórmula matemática podemos decir que la demanda es igual a:  $q_d = a - bp$

#### **4.3.7.2. Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha está conformada por todos aquellos negocios ya mencionados que en épocas de afluencia de personas demandantes de los platos de alimentos elaborados utilizando como materia prima las ostras y otros mariscos que las personas que nos visitan llegan a los restaurantes, hoteles, cevicherías y cabañas restaurantes, pero estos al ser analizados nos damos cuenta que en estas épocas las ostras son escasas porque los productores al desconocer estrategias de mercadeo hace que ellos no logren incursionar al mercado y posterior a la venta del producto, siendo estos aprovechados por intermediarios que ven la

oportunidad para obtener la mayor utilidad por la venta del producto, en muchas ocasiones estos productos no están en buen estado, pero con la venta de la comercializadora de ostras The King Ostras el producto llegara en el tiempo determinado y en un excelente estado por ser este el sello de garantía de la empresa.

#### 4.3.7.3. Cálculo de la demanda

**CUADRO # 26 Cálculo de la demanda**

<b>Mercado a abarcar:</b>		<b>Restaurantes de la Provincia de Santa Elena</b>
Población objetiva		289
Porcentaje pregunta #1		83%
Porcentaje pregunta #7		83%
Demanda efectiva		199
% mercado anual		85%
Proyección de demanda		169
Crecimiento del mercado anual		7%

Fuente: Calculo de la demanda  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

La población objetiva está dada por los restaurantes, cevicherías, comedores y hoteles, por lo tanto para realizar el cálculo de la demanda se tomó en consideración las preguntas de la encuesta la pregunta #1 el 83% fue de aceptación del mercado, el mismo porcentaje obtuvo la pregunta #7, esto da como resultado que 199 es la demanda efectiva, de esta demanda efectiva se tomó el 85% de este universo por lo tanto se tiene una demanda de 169 restaurantes que consumirán el producto ofertado.

**CUADRO # 27 Demanda unitaria**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Demanda	169	181	194	207	222

Fuente: Calculo de la demanda  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

La demanda unitaria anual considerando el tamaño del mercado y la tasa de crecimiento en la provincia, anualmente se tendrá una demanda de con un índice de crecimiento del 7% e incluso con la industrialización de ostras el incremento de este tipo de negocio tiende a tener un avance creciente.

**CUADRO # 28 Demanda anual**

<b>Demanda efectiva año 1 ventas unitarias semanales</b>		<b>169</b>
Semanas en el año		52
Total demanda		8.800
Consumo semanal		9
Total demanda anual		79.199
crecimiento del mercado anual		7%

Fuente: cálculo de la demanda  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

De acuerdo a la demanda anual del mercado objetivo que estamos abarcando el 85% y considerando que tenemos como una de las políticas contabilizar ventas semanales los 169 lo multiplicamos por el número de semanas el cual nos da como resultado un total de 8.800 unidades de fundas de ostras con un aproximado de 240 gramos, de estas unidades proyectamos que cada uno de los clientes adquirirán 9 productos semanales, esto da como resultado que en el año las ventas serán de 79.199 fundas.

**CUADRO # 29 demanda efectiva**

<b>Total demanda anual</b>					
<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Demanda</b>	79.199	84.743	90.675	97.022	103.814

Fuente: Calculo de la demanda  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Así tenemos la demanda efectiva anual de ostras en embalaje de 240 gramos esta se ve afectada por el crecimiento anual en el mercado.

#### **4.3.8. Análisis de la oferta**

La oferta la constituyen los pequeños artesanos que se dedican a la extracción de ostra en estado salvaje, luego ellos si el cliente desea se procede al proceso de la limpieza o si no lo venden en concha que es lo que comúnmente hacen los que se dedican al cultivo de ostras en cautiverio, en la provincia estos pequeños vendedores son los que se dedican a esta actividad de manera informal.

Formalmente los que se dedican a la actividad es la fundación Cenain que se encuentra ubicado en la Comuna San Pedro en la parte norte de la provincia de la provincia de Santa Elena, ruta del Espondilos vía a Montañita, que es patrocinada por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), que funciona como campus en donde los estudiantes y biólogos marinos de la ESPOL realizan sus prácticas, y es esta fundación que se dedica a la producción de semillas ostras y al cultivo y comercialización de este producto.

#### **4.3.9. Determinación del tipo de demanda**

La demanda es latente porque las personas siempre buscan este tipo de productos sea en los restaurantes cevicherías, restaurante cabañas restaurantes y hoteles por ser un producto que es muy apetecido por los visitantes y por los habitantes de la provincia.

Así mismo es insatisfecha porque los dueños de restaurantes cevicherías, restaurante cabañas restaurantes y hoteles tienen que buscar el producto porque este es necesario para la preparación de sus platos gastronómicos.

#### **4.3.10. Análisis del consumidor**

##### **4.3.10.1. Proceso de decisión de compra**

##### **4.3.10.2. Roles en la compra**

- **Iniciador:** la empresa comercializadora de ostras.
- **Influenciador:** la venta por pedidos y las políticas de ventas al contado y a crédito.
- **Decidor:** las personas que preparan los platos gastronómicos.
- **Comprador:** los dueños de restaurantes cevicherías, restaurante cabañas restaurantes y hoteles.
- **Usuario:** los clientes de los restaurantes cevicherías, restaurante cabañas restaurantes y hoteles.

##### **4.2.10.3. Proceso de decisión de compra**

El proceso de decisión de compra surge desde el momento en que los clientes de restaurantes, cevicherías, cabañas comedor y hoteles prefieren consumir ostras que otros tipos de productos del mar y ellos necesitan tener a sus clientes de una manera fiel a sus negocios.

#### **4.3.11. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor**

##### **4.3.11.1. Factores culturales**

Son los habitantes de la provincia de Santa Elena los que más lo consumen por factores culturales ya que este tipo de producto marino como es la ostra la



consumían sus familiares anteriormente y esto hace que ellos conocen el producto y lo consumen desde muchos años atrás.

#### 4.3.11.2. Factores sociales

El producto los pueden consumir todas las personas, y de cualquier estatus sociales ya que el producto tiene un precio módico así como está dirigido a los restaurantes, cevicherías, cabañas comedor y hoteles.

#### 4.3.11.3. Factores personales

Los pueden consumir todas la personas que son clientes de los restaurantes, cevicherías , cabañas comedor y hoteles, porque ellos los preparan con todos sus ingrediente y cualquier persona que los quieran probar y tiene el poder adquisitivo puede hacerlo porque es el gusto de cada uno de ellos.

#### 4.3.12. Perfil del consumidor

**CUADRO # 30 Perfil del consumidor**

Pregunta	Comportamiento de adquisición	Comportamiento de utilización	Comportamiento de posesión
Qué	Ostras	Vender el producto	Degustación y satisfacción al consumirlo
Cuánto	6 unidades por semana	6 unidades por semana	6 unidades por semana
Cómo	En embalaje	Vía oral	Durante cualquier actividad
Dónde	Entregas domicilio, en la planta industrializadora de ostras	Restaurantes cevicherías cabañas comedor hoteles	Restaurantes cevicherías cabañas comedor hoteles
Cuándo	En todo momento que deseen consumir el producto	Siempre	Siempre
Quién	Hombres y mujeres de 10 a 85 años	Hombres y mujeres de 10 a 85 años	Hombres y mujeres de 10 a 85 años

Fuente: Análisis del consumidor  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

#### **4.3.13. Análisis de la competencia**

Por ser un producto innovador y que no se a implementado en la provincia la competencia la conforman solo pequeños artesanos que se dedican a la extracción de las ostras en estado salvajes y solo una pequeña porción la comercializa pero en estado bruto sin el debido proceso, pero estos solo los comercializan en su mayoría en concha y si los dueños de los restaurantes, cevicherías, hoteles y comedores necesariamente tendrán que pagar un valor mas elevado por este servicio que ellos lo llaman extra, y si lo comercializan ya sin la concha el precio se incrementa considerablemente.

#### **4.3.14. Comercialización**

Se establecerán se establecerán estrategias como la elaboración de hojas volantes promocionando el producto en el cual se mostraran los beneficios que este tiene, el precio y el lugar donde está ubicada la empresa, de esta manera podremos conseguir clientes.

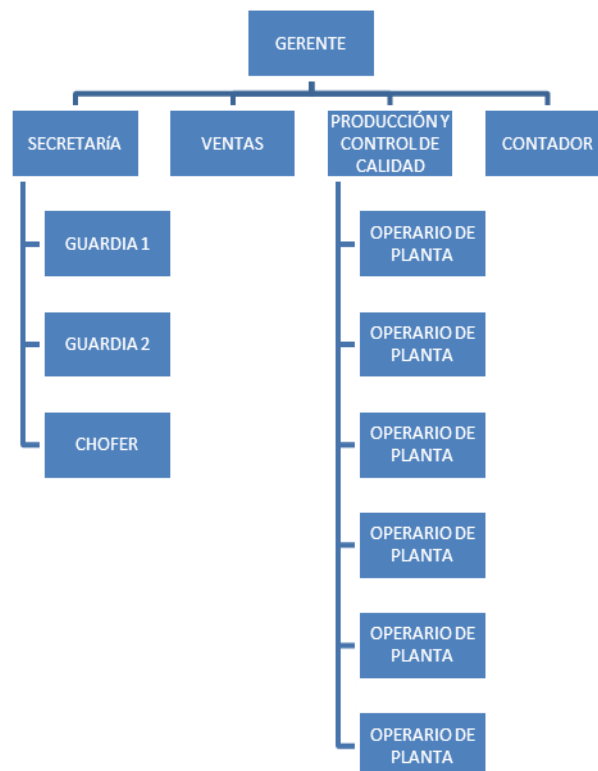
También se realizaran anuncios en periódicos populares que saldrán los días domingos, día en el cual la mayoría de las personas leen el periódico, otro medio son las redes sociales como, Facebook, Twitter, y e-mail, que son las que más frecuenta la comunidad en general de esta manera publicaremos el producto y los beneficios que este tiene.

Otra de las maneras como se comercializara el producto será mediante convenios y alianzas estratégicas con los dueños de los restaurantes, cevicherías, comedores, y dueños de hoteles con la finalidad de que el producto se venda de una manera rápida y segura, haciendo posible que la producción salga rápido de las bodegas, de esta manera alcanzar las utilidades esperadas.

## 4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.4.1. Organigrama funcional

**GRÁFICO # 21 Organigrama**



Fuente: Organigrama  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

### 4.4.2. Distribución de funciones

Las funciones se realizarán de acuerdo al puesto de cada uno de los niveles jerárquicos, así tenemos al Gerente General, el cual se encargará de las funciones administrativas tales como:

Se encargará de las negociaciones personalmente con los dueños de los negocios que realicen sus pedidos, además se encargará de la coordinar y garantizar la

seguridad de todo el personal mediante el contacto con sus subordinados jerárquicamente, así como también negociar directamente con sus socios financieristas.

La secretaria se encargará de contactar a los clientes, tomar los pedidos del producto, recepcionar todas las audiencias y cartas del gerente y llevar la agenda que este debe cumplir.

El jefe de ventas se encargará de llevar el registro de pedidos enviados desde la gerencia y encargarse de que estos estén terminados en el tiempo establecido, además se encargará de llevar la cartera de clientes y categorizarlos según los pedidos que estos realizan.

El jefe financiero, se encargará de llevar las cuentas de la empresa y estar al día en las declaraciones de IVA (impuesto al valor agregado) y será el encargado de mostrarnos cada período como está la empresa económicamente y cuál ha sido el rendimiento y crecimiento de la empresa.

El jefe de producción y control de calidad se encargará de verificar que el producto este en perfecto estado en el momento de que la materia prima ingresa al proceso de industrialización, el tamaño de las ostras, el peso y que el producto terminado no tenga fallas en el embalaje.

Seis operarios de planta que se encargaran de la extracción de la materia prima y llevarlas a las máquinas de lavado, llenar el productos en las fundas para colocarlos en las rieles que conllevan a la máquina de sellado así como también colaboraran en la transportación de las ostras en bruto desde los sitios donde los cultivadores tienen su producto para su respectivo proceso y entrega del producto.

Dos guardias que se encargaran de que la empresa no ocurra conflictos o anomalías así también como que todo esté en perfecto estado brindando la seguridad adecuada de los equipos y las maquinarias.

Un chofer que será el encargado de transportar la mercadería desde las bodegas hasta el lugar donde se encuentra el cliente así mismo también transportar a cualquier persona de la planta si fuera necesario, también a recoger encomiendas y documentos importantes para la empresa.

#### **4.4.3. Perfil del personal de la empresa**

##### **4.4.3.1. Área administrativa**

##### **4.4.3.2. Gerente**

#### **Objetivo**

Supervisar las actividades de cada una de las aéreas la empresa realizando estrategias que le permita un mejor manejo de los recursos y ser proactivos a los riesgos y tomar las decisiones adecuadas en el momento oportuno.

#### **Competencias**

- Revisar los informes de los otros departamentos
- Realizar la evaluaciones del personal
- Aplicar correctivos
- Aplicar sanciones

- Aplicar despidos amparados en la ley
- Realizar programas de recreación e integraciones del personal
- Contratar al personal
- Dirigir las reuniones
- Realizar estrategias que le permita al club tener un ingreso estable
- Realizar los correctivos necesarios cuando sean convenientes
- Representar a la empresa siendo la autoridad máxima
- Tener conocimiento básico de todas las funciones que realicen sus subalternos
- Presentar informes
- Será el responsable del éxito o fracaso de la empresa.

### **Requisitos**

- Ingeniero en administración de empresas
- Ingeniero en desarrollo empresarial
- Carreras a fines
- Experiencia mínimo 2 años en empresas similares
- Pasado judicial
- Ambos sexos
- 5 referencias personales
- 3 referencias laborales

### **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral
- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

#### **4.4.3.3 Área de secretaría**

#### **4.4.3.4. Secretaría**

##### **Objetivo**

Llevar el control de los documentos que llegan a recepción

##### **Competencias**

- Organizar la agenda del gerente
- Recibir cartas de quejas del personal
- Comunicar resoluciones
- Llevar libro de acta de la empresa

##### **Requisitos**

- Bachiller en Secretariado
- Mínimo dos años de estudios de nivel superior
- Experiencia no necesaria
- Sexo femenino
- 5 referencias personales
- 3 experiencias laborales

##### **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral
- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

#### **4.4.3.5. Departamento de ventas**

#### **4.4.3.6. Jefe de ventas**

##### **Objetivo**

Controlar las actividades del producto utilizando indicadores de control que nos permitan medir el crecimiento de clientes

##### **Competencias**

- Llevar el control de las ventas
- Realizar proyecciones de ventas

##### **Requisitos**

- Ingeniero en desarrollo empresarial
- Ingeniero en Marketing.
- Experiencia no necesaria
- Edad de 30 en adelante
- Ambos sexos
- 3 referencias personales
- 3 referencias laborales

##### **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral
- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones



#### **4.4.3.7. Área financiera**

#### **4.4.3.8. Contador**

##### **Objetivo**

Llevar el control de los ingresos y egresos de la empresa y las declaraciones de impuestos mediante herramientas financieras que nos permitan conocer la rentabilidad de la empresa.

##### **Competencias**

- Controlar los ingresos y egresos de la empresa
- Llevar el control de las obligaciones estatales
- Realizar presupuestos económicos y financieros proyectados
- Presentar informes al administrador

##### **Requisitos**

- Licenciado en C.P.A
- Carreras a fines
- Experiencia mínimo 3 años trabajando en empresas similares
- Pasado judicial
- Ambos sexos
- 5 referencias personales
- 3 experiencias laborales

##### **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral
- Remuneraciones

- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

#### **4.4.3.9. Área de planta**

#### **4.4.3.10 Jefe de producción y control de calidad control de calidad**

##### **Objetivo**

Llevar el control de la materia prima y del personal de planta verificando que este en perfecto estado controlando el peso y tamaño del producto

##### **Competencias**

- Llevar el control de ingreso de materia prima
- Controlar el estado del producto
- Llevar estrictamente el control de registro sanitario

##### **Requisitos**

- Ingeniero industrial
- Carreras a fines
- Pasado judicial
- Ambos sexos
- 5 referencias personales
- Licencia de conducir no necesaria
- 3 experiencias laborales

##### **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral

- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

#### **4.4.3.11. Operarios de planta**

##### **Objetivo**

Procesar la materia prima utilizando las herramientas y maquinarias necesarias para transformarla en producto final

##### **Competencias**

- Receptar la materia prima
- Transportar la materia prima a la bodega
- Conducir el camión
- Mantener limpia el área de planta

##### **Requisitos**

- Título de bachiller
- Experiencia no necesaria la empresa capacita
- Récor policial actualizado
- Tiempo disponible para trabajar fines de semana
- 3 referencias personales
- Capacidad para trabajar a presión
- Ambos sexos
- Licencia de conducir actualizada si la tuviere

## **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral
- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

### **4.4.3.12. Guardias**

#### **Objetivo**

Garantizar la seguridad de los operarios y a las maquinarias que se encuentran en la empresa

#### **Competencias**

- Abrir la puerta de entrada
- Resguardar la empresa

#### **Requisitos**

- Título de bachiller
- Cursos de seguridad
- Libreta de haber prestado el servicio militar
- Pasado judicial
- 3 referencias personales

#### **Ofrecemos**

<

- Estabilidad laboral

- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

#### **4.4.3.13. Chofer**

##### **Objetivo**

- Manejar el camión

##### **Competencias**

- Transportar la mercadería y llevar encomiendas
- Transportar al personal a lugares específicos

##### **Requisitos**

- Título de bachiller
- Cursos de seguridad
- Libreta de haber prestado el servicio militar
- Pasado judicial
- 3 referencias personales

##### **Ofrecemos**

- Estabilidad laboral
- Remuneraciones
- Capacitaciones continuas
- Vacaciones

#### **4.4.4. MARCO LEGAL**

**Artículo 23.-** Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

**17.** La libertad de trabajo. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar un trabajo gratuito o forzoso.

**Art. 31.-** El Estado estimulará la propiedad y la gestión de los trabajadores en las empresas, por medio de la transferencia de acciones o participaciones a favor de aquellos. El porcentaje de utilidad de las empresas que corresponda a los trabajadores, será pagado en dinero o en acciones o participaciones, de conformidad con la ley. Ésta establecerá los resguardos necesarios para que las utilidades beneficien permanentemente al trabajador y a su familia.

Del trabajo Art. 35.- El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia. Se regirá por las siguientes normas fundamentales:

**1.-** La legislación del trabajo y su aplicación se sujetarán a los principios del derecho social.

**2.-** El Estado propenderá a eliminar la desocupación y la subocupación.

**3.-** El Estado garantizará la intangibilidad de los derechos reconocidos a los trabajadores, y adoptará las medidas para su ampliación y mejoramiento.

**4.-** Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación que implique su renuncia, disminución o alteración. Las acciones para reclamarlos

prescribirán en el tiempo señalado por la ley, contado desde la terminación de la relación laboral.

5.- Será válida la transacción en materia laboral, siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

6.- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, se aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

7.- La remuneración del trabajo será inembargable, salvo para el pago de pensiones alimenticias. Todo lo que deba el empleador por razón del trabajo, constituirá crédito privilegiado de primera clase, con preferencia aun respecto de los hipotecarios

8.- Los trabajadores participarán en las utilidades líquidas de las empresas, de conformidad con la ley.

9.- Se garantizará el derecho de organización de trabajadores y empleadores y su libre desenvolvimiento, sin autorización previa y conforme a la ley. Para todos los efectos de las relaciones laborales en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.

Las relaciones de las instituciones comprendidas en los numerales 1, 2, 3 y 4, del

**Art. 118** y de las personas jurídicas creadas por ley para el ejercicio de la potestad estatal, con sus servidores, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública, salvo las de los obreros, que se regirán por el derecho del trabajo.

Cuando las instituciones del Estado ejerzan actividades que no puedan delegar al sector privado, ni éste pueda asumir libremente, las relaciones con sus servidores,

se regularán por el derecho administrativo, con excepción de las relacionadas con los obreros, que estarán amparadas por el derecho del trabajo.

Para las actividades ejercidas por las instituciones del Estado y que pueden ser asumidas por delegación total o parcial por el sector privado, las relaciones con los trabajadores se regularán por el derecho del trabajo, con excepción de las funciones de dirección, gerencia, representación, asesoría, jefatura departamental o equivalente, las cuales estarán sujetas al derecho administrativo.

10.- Se reconoce y garantiza el derecho de los trabajadores a la huelga y el de los empleadores al paro, de conformidad con la ley. Se prohíbe la paralización, a cualquier título, de los servicios públicos, en especial los de salud, educación, justicia y seguridad social; energía eléctrica, agua potable y alcantarillado; procesamiento, transporte y distribución de combustibles; transportación pública, telecomunicaciones. La ley establecerá las sanciones pertinentes.

11.- Sin perjuicio de la responsabilidad principal del obligado directo y dejando a salvo el derecho de repetición, la persona en cuyo provecho se realice la obra o se preste el servicio será responsable solidaria del cumplimiento de las obligaciones laborales, aunque el contrato de trabajo se efectúe por intermediario.

12.- Se garantizará especialmente la contratación colectiva; en consecuencia, el pacto colectivo legalmente celebrado no podrá ser modificado, desconocido o menoscabado en forma unilateral.

13.- Los conflictos colectivos de trabajo serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje, integrados por los empleadores y trabajadores, presididos por un funcionario del trabajo. Estos tribunales serán los únicos competentes para la calificación, tramitación y resolución de los conflictos.



**14.-** Para el pago de las indemnizaciones a que tiene derecho el trabajador, se entenderá como remuneración todo lo que éste perciba en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que reciba por los trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios o cualquier otra retribución que tenga carácter normal en la industria o servicio.

Se **exceptuarán** el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, la decimotercera, decimocuarta, decimoquinta y decimosexta remuneraciones; la compensación salarial, la bonificación complementaria y el beneficio que representen los servicios de orden social.

**Art. 36.-** El Estado propiciará la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado, en igualdad de derechos y oportunidades, garantizándole idéntica remuneración por trabajo de igual valor.

**Velará** especialmente por el respeto a los derechos laborales y reproductivos para el mejoramiento de sus condiciones de trabajo y el acceso a los sistemas de seguridad social, especialmente en el caso de la madre gestante y en período de lactancia, de la mujer trabajadora, la del sector informal, la del sector artesanal, la jefa de hogar y la que se encuentre en estado de viudez. Se prohíbe todo tipo de discriminación laboral contra la mujer.

El trabajo del cónyuge o conviviente en el hogar, será tomado en consideración para compensarle equitativamente, en situaciones especiales en que aquél se encuentre en desventaja económica. Se reconocerá como labor productiva, el trabajo doméstico no remunerado.

## 4.5. ESTUDIO FINANCIERO

### 4.5.1. 1. Estructura financiera del proyecto

La estructura financiera del proyecto está conformado principalmente por el presupuesto de ingresos con sus respectivas políticas de ventas, la cual hace relación con la demanda del producto con el precio de venta y según la variación de los meses donde el producto es de mayor demanda

### 4.5.2. Presupuesto de ingresos mensuales

**CUADRO # 31 Presupuesto de ingresos**

Ingresos por clientes obtenidos												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fundas de ostras de 240 gramos	8.910	8.910	8.910	8.910	3.960	3.960	3.960	6.336	6.336	6.336	6.336	6.336
Precio de venta	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
Ingresos por ventas mensuales	115.828,30	115.828,30	115.828,30	115.828,30	51.479,24	51.479,24	51.479,24	82.366,79	82.366,79	82.366,79	82.366,79	82.366,79

**Fuente:** Presupuesto de ingresos mensuales  
**Elaborado por:** Tito Suárez Franco

Los ingresos estarán reflejado por la producción mensual de ostras que nos proveerán las personas que cultivan ostras, estos ingresos representan el total de la demanda efectiva mensual, esta se presenta inestable porque al ser un producto apetecido por las personas que visitan la provincia hay meses con demanda mas alta que otros, esta se lo multiplica por el precio del producto.

#### 4.5.2.1. Presupuesto de ingresos anuales

**CUADRO # 32 Presupuesto de ingresos anuales**

Ventas anuales					
Años	1	2	3	4	5
Fundas de ostras de 240 gramos	79.199	84.743	90.675	97.022	103.814
Precio de venta	13,00	13,39	13,79	14,21	14,64
Ventas anuales	1.029.584,89	1.134.815,67	1.250.801,77	1.378.642,47	1.519.549,38

Fuente: Presupuesto de ventas  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El presupuesto de ventas anuales indica que la demanda se va incrementando debido al crecimiento del mercado en cual se incrementa en un 7% anual, y el precio de venta se eleva debido a la inflación que representa un 3%. Por lo tanto en el año se venderán 79.199 unidades equivalentes a fundas del producto que contienen un peso de 240 gramos.

#### 4.5.3. Políticas para las ventas

**CUADRO # 33 Políticas para la venta**

Políticas			
MESES	VAR. %		
1,2,3,4	45%	35.639	8.910
8,9,10,11,12	40%	31.680	6.336
5,6,7	15%	11.880	3.960
total demanda	100%	79.199	

Fuente: políticas de ventas  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Las políticas de ventas se verán reflejada en que la demanda no es constante presto que tendremos meses donde la demanda es más representativa, dado por los

meses de temporada playera donde los turistas y vienen a disfrutar de nuestras playas y de nuestra riqueza gastronómica.

En los meses en los cuales se termina la temporada playera estos serán bajos en ventas, y los meses de temporada del ciclo sierra serán también de gran afluencia para la venta de ostras por ser meses de festividades de navidad y fin de año.

#### 4.5.4. Presupuesto de materia prima

**CUADRO # 34 Presupuesto de materia prima**

Presupuesto materia prima mensual		
	Ostras	Producción mensual
Materia prima equivalente a una funda de ostras de 240 gramos de ostras	4.80	4,80
Costo de producción mensual de una funda de ostras de 240 gramos	31.679,53	31.679,53

Fuente: Presupuesto de materia prima  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El presupuesto de materia prima esta dado al número de unidades de ostras necesarias para producir mensualmente el número de productos que la demanda requiere, en este caso 240 gramos y el precio de cada ostra que pesa 20 gramos es de \$ 0,40 de dólares, claro que en lugares como la fundación Neo juventud ellos los venden categorizadas de acuerdo al tamaño y estos se derivan de la siguiente manera:

- Pequeñas: \$ 0,25
- Medianas: \$ 0,30
- Grandes: \$ 0,40

#### 4.5.4.1. Presupuesto de materia prima anual

**CUADRO # 35 Presupuesto de materia prima anual**

Costos de materia prima anual					
Años	1	2	3	4	5
Demanda	79.199	84.743	90.675	97.022	103.814
Precio	4,80	4,94	5,09	5,25	5,40
Total materia prima	380.154,42	419.008,86	461.834,50	509.037,22	561.064,39

Fuente: Presupuesto de materia prima  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El presupuesto de materia prima anual esta dado conforme a la demanda del producto del primer año, que en este caso equivale a 79.199 y el precio de la materia prima es de \$4,80 los 240 gramos de ostras anualmente se incrementará de acuerdo a al precio de la materia prima en este caso las ostras que se ven afectados por la inflación del 3% anual por lo tanto en el primer año el costo de materia prima será de 380.154,42 dólares.

#### 4.5.4.2. Presupuesto de mano de obra directa e indirecta

**CUADRO # 36 Presupuesto de Mano de Obra Directa e Indirecta**

Presupuesto mano de obra mensual							
	Sueldo	Decimo tercero	Decimo cuarto	Vacaciones	IESS	Fondos de reservas	Total mes
Operarios de planta (6trabajadores)	2.100,00	175,00	175,00	87,50	196,35	175,00	2.908,85
Jefe de producción y control de calidad	800,00	66,67	66,67	33,33	74,80	66,67	1108,13

Fuente: Mano de obra Directa e indirecta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El presupuesto de mano de obra directa esta dado de acuerdo a la producción que realizará la empresa, en este caso para lograr la producción diaria que es de 213 productos. Y como la elaboración de cada producto tiene un tiempo estimado de

13 minutos se necesitara 6 trabajadores para llegar a esa producción diaria con una remuneración de \$ 0,44 centavos de dólares por producto elaborado.

#### 4.5.4.3. Presupuesto costos indirectos de fabricación

**CUADRO # 37 Presupuesto Cif mensual**

<b>Presupuesto costos indirectos de fabricación mensual</b>			
	Funda de empaque	Producción del mes	Total
Funda para envasar 240 gramos	0,30	6.599,90	1.979,97

Fuente: presupuesto CIF Mensual  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los costos indirectos de fabricación están dado por el valor de del empaque que consiste en una funda con capacidad para envasar el peso de 240 gramos.

#### 4.5.4.4. Presupuesto costos indirectos de fabricación anual

**CUADRO # 38 Presupuesto Cif anual**

<b>Costos indirectos de fabricación anual</b>					
Años	1	2	3	4	5
Producción anual	79.199	84.743	90.675	97.022	103.814
Fundas con capacidad de 240 gramos	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
Total CIF	23.759,65	26.188,05	28.864,66	31.814,83	35.066,52

Fuente: Presupuesto CIF anual  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los costos indirectos de fabricación equivalen a las fundas de embalajes necesarios para la producción, por lo tanto como cada unidad contiene un peso de 240 gramos aproximadamente este está dado por un precio de \$ 0,30 centavos de dólar, este precio incrementa anualmente debido a la inflación que es del 3%, y

como trabajamos con un inventario justo a tiempo se produce lo que la demanda adquiere.

#### 4.5.4.5. Costos de producción anual

**CUADRO # 39 Costos de producción anual**

Costo de producción anual					
Años	1	2	3	4	5
CIF anual					
Mano de obra indirecta	13.297,60	13.697,86	14.101,16	14.534,88	14.972,38
Gasto de maquinaria	93.444,50	93.444,50	93.444,50	93.444,50	93.444,50
Depreciación de maquinaria	10.038,50	10.038,50	10.038,50	10.038,50	10.038,50
Gasto de servicios	528,00	543,89	560,26	577,13	594,50
Empaque	23759,65121	26188,05396	28864,65631	31814,82624	35066,52418
Total CIF.	141.068,25	143.912,80	147.018,08	150.409,83	154.116,40
Mano de obra directa	34.906,20	35.956,88	37.039,18	38.154,06	39.302,50
Materia prima anual	380.154,419	419.008,8622	461.834,5009	509.037,2198	561.064,387
Costo de producción anual	556.128,87	598.878,54	645.891,76	697.601,11	754.483,28
Demanda proyectada	79199	84743	90675	97022	103814
Costo de producción unitario	7,02	7,07	7,12	7,19	7,27

Fuente: Costos de producción Anual  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los costos de producción anual es la sumatoria de todos los elementos que intervienen de forma directa e indirectamente en el proceso productivo, los cuales están representado por los costos indirectos de fabricación anual, la mano de obra directa, y el costo de la materia prima esto dividido por la demanda proyectada anual obtenemos el costo de producción unitario.

#### 4.5.5. Capital de trabajo

El capital de trabajo como nos dice el libro proyecto de inversión y formulación y evaluación, 2<sup>da</sup> edición de Nassir Sapag Chain:

“una inversión fundamental para el éxito o el fracaso del negocio es lo que se debe hacer en capital de trabajo. El proyecto puede considerarse en todos los activos fijos necesarios para poder funcionar adecuadamente, pero si no contempla la inversión en el capital necesario para financiar los desfases de caja durante su operación probablemente fracase”

#### CUADRO # 40 Capital de trabajo

PROYECCIÓN DE GASTOS			
Año 1		T. en meses	total
Remuneración Anual	118.847,30	6	59.423,65
Gasto en suministros	960	6	480,00
Gasto en Servicios Básicos	1.320,00	6	660,00
Permisos de funcionamiento y seguros	266	6	133,00
Gastos de ventas	3.848,64	6	1.924,32
Gastos de materia prima	380.154,42	6	190.077,21
Gastos de empaque	23.759,65	6	11.879,83
Gasto en mantenimiento de Maquinarias y Vehículos	1.200,00	6	600,00
Total gastos de operaciones año 1	530.356,01	Capital de trabajo	265.178,01

Fuente: Capital de trabajo

Elaborado por: Tito Suárez Franco



Esto nos indica que la inversión del capital de trabajo es de US\$ 265.178,01 el cual corresponde a la sumatoria de todos los gastos de 6 meses y el capital de operaciones anual que es de 530.35601 que son necesarios para poner en funcionamiento a la empresa.

#### 4.5.6. Estructura del capital (deuda, recursos propios, tablas de amortización)

**CUADRO # 41 Inversión Total**

<b>Inversión total</b>	
Inversión total	553.722,00
(-)financiamiento propio	221.488,80
financiamiento Bancario	<b>332.233,20</b>

Fuente: Inversión Total  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

#### 4.5.6.1. Tabla de amortización del préstamo requerido

**CUADRO # 42 Amortización del préstamo**

<b>Resumen de la tabla de amortización</b>				
Años	Capital	Intereses	Total dividendo	Amortización del capital
1	51.592,57	37.091,55	88.684,13	280.640,62
2	58.135,80	30.548,32	88.684,13	222.504,82
3	65.508,88	23.175,25	88.684,13	156.995,94
4	73.817,05	14.867,08	88.684,13	83.178,89
5	83.178,89	5.505,23	88.684,13	0,00

Fuente: Amortización del préstamo requerido  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El capital estará dado por el financiamiento propio por parte de los inversionistas que será del 40% y el 60% será por préstamo bancario el cual se cancelará en el periodo de 5 años que es el ciclo de vida del proyecto con un interés anual del 12%.

#### 4.5.7. Costo unitario del producto

**CUADRO # 43 Costo unitario**

<b>Costo unitario del producto</b>	
Materia prima ( 240 gramos de ostras)	4,80
Mano de obra	0,44
CIF	1,78
Total por unidad	7,02

Fuente: Costo unitario del producto  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El costo unitario del producto está dado por el precio de la ostra y el recipiente en el cual se lo va a comercializar luego de pasar por el respectivo proceso de industrialización y de esta manera se pronostica el precio de producción unitario del producto.

#### 4.5.8. Precio de venta

**CUADRO # 44 Precio de venta**

<b>Precio de Venta</b>	
Costo de producción	7,02
Margen de ganancia estimada	5,98
Precio de venta	13,00

Fuente: Precio de venta  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El precio de venta está dado con una contribución marginal de 5,98 dólares los cuales nos permitirá cubrir los gastos de ventas administrativos y de servicios, así como la mano de obra directa e indirecta, y luego de todo esto lograr una utilidad marginal

#### 4.5.9. Gastos de publicidad

**CUADRO # 45 Gastos de publicidad**

Gastos en Publicidad					
Años	1	2	3	4	5
Volantes	2.016,00	504,00	519,62	535,73	552,34
Aviso publicitario(periódico)	1.584,00	576,00	593,86	612,27	631,25
Gastos anual de publicidad	3.600,00	1.080,00	1.113,48	1.148,00	1.183,59

Fuente: Gasto de publicidad  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El presupuesto de publicidad consiste en avisos en los periódicos los domingos, y el gasto de publicidad es de volantes que se repartirán en el año y este se incrementará a partir del tercer año de acuerdo a la inflación.

#### 4.5.10. Gastos de ventas totales

**CUADRO # 46 Gastos de ventas totales**

Proyección de gastos de ventas					
Años	1	2	3	4	5
Gasto anual en publicidad	3.600,00	1.080,00	1.113,48	1.148,00	1.183,59
Gasto en gasolina	248,64	497,28	512,70	528,59	544,98
Remuneración gastos de ventas	19.946,40	20.013,11	20.079,82	20.146,53	20.213,24
Total	23.795,04	21.590,39	21.705,99	21.823,12	21.941,80

Fuente: Gastos de ventas anuales  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los gastos de ventas están dados mediante los gastos de publicidad que como ya detallamos son todas las estrategias de ventas a realizarse para acaparar el mercado y el gasto de gasolina se refiere al combustible necesario para poder

utilizar el camión termoking que necesitamos para entregar el producto así mismo la remuneración del chofer y del jefe de ventas.

#### 4.5.11 Gastos administrativos anuales

**CUADRO # 47 Gastos administrativos anuales**  
**Proyección Anual de Gastos Administrativos**

Años	1	2	3	4	5
Remuneración gastos administrativos	50.697,10	52.223,08	53.795,00	55.414,23	57.082,20
Gasto en suministros	960,00	988,90	1.018,66	1.049,32	1.080,91
Gasto en servicios básicos	1.320,00	1.359,73	1.400,66	1.442,82	1.486,25
Permisos de funcionamiento y seguros	266,00	274,01	282,25	290,75	299,50
Gasto en mantenimiento de maquinarias y vehículos	1.200,00	1.236,12	1.273,33	1.311,65	1.351,14

Fuente: Gastos administrativos anuales  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Los gastos administrativos anuales están dados por todas las obligaciones que la empresa tiene tanto con sus empleados como las obligaciones de los servicios básicos, los gastos de los suministros y el gasto de mantenimiento de las maquinarias muy necesarias para poder poner en marcha el proyecto.

## **4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **4.6.1 Determinación del punto de equilibrio.**

Es el punto en el cual los ingresos se igualan a los gastos relacionados con la venta del producto, para obtener el punto de equilibrio se tiene en cuenta y se identifica el precio de los costos de otra manera será difícil reconocer donde esta ese punto.

Si el punto de equilibrio supera a los costó totales entonces se manifiesta que la empresa está cumpliendo con sus obligaciones y obteniendo utilidades, pero si este no supera de los costos la empresa obtendrá perdidas en la vida del proyecto.

**La fórmula para obtener el punto de equilibrio es la siguiente:**

$$\text{Punto de equilibrio} = \text{CF} / (\text{PV} - \text{CVU})$$

Dónde:

CF= costos fijos

PV= precio de ventas

CVU= costo variable unitario

Para obtener el punto de equilibrio se deberá hacer el valor en unidades por el precio de ventas del producto.

La fórmula es la siguiente:

$$\text{Valor en equilibrio} = \text{PE} * \text{PV}$$

Dónde:

PE= Punto de equilibrio en unidades

PV= Precio de ventas.

#### 4.6.2. Calculo del punto de equilibrio

Precio de ventas = 13,00

Costo variable unitario = 7,02

Costos fijos = 150.673

**CUADRO # 48 Punto de equilibrio**

Datos iniciales	
Precio Venta	13,00
Coste Unitario	7,02
Gastos Fijos	150.673,44
Punto de Equilibrio	25.204
\$ Ventas en Equilibrio	327.656,83

Fuente: Calculo del punto de equilibrio  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

##### 4.6.2.1. Datos del punto de equilibrio

**CUADRO # 49 Datos punto de equilibrio**

Datos para el gráfico								
Q Ventas	0	10.000	15.000	25.204	30.000	35.000	40.000	45.000
\$ Ventas	0	130.000	195.000	327.657	390.000	455.000	520.000	585.000
Costo Variable	0	70.219	105.329	176.983	210.658	245.768	280.877	315.987
Costo Fijo	150.673	150.673	150.673	150.673	150.673	150.673	150.673	150.673
Costo Total	150.673	220.893	256.002	327.657	361.331	396.441	431.551	466.660
Beneficio	-150.673	-90.893	-61.002	0	28.669	58.559	88.449	118.340
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 25.204 unidades								

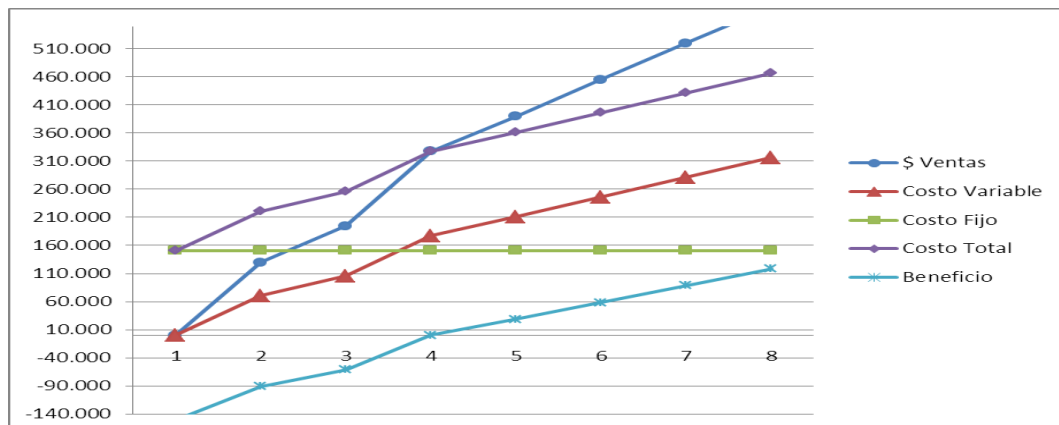
Fuente: Datos del punto de equilibrio  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Entonces podríamos decir que para la empresa industrializadora de ostras pueda obtener un punto de equilibrio que sus valores de ingresos estén por encima de los gastos totales la empresa tendrá que producir 25.204 unidades de fundas de ostras

en estado de embalaje a un precio de 13,00 y de esta manera obtener un ingreso de 327.656,83

#### 4.6.3 Gráfico del punto de equilibrio

**GRÁFICO # 22 Gráfico del punto de equilibrio**



Fuente: Grafico del punto de equilibrio  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según la gráfica en el momento de que se interceptan las líneas de costos fijos con las de ventas se podría decir que en ese momento la empresa se encuentra en equilibrio donde nuestros ingresos igualan a nuestros gastos.

#### 4.6.4. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de resultado es el que permite de manera detallada observar como se obtienen los resultados de los ejercicios en un período establecido, este es dinámico porque se identifican los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo.

El estado de resultado es el principal estado financiero que utilizará la empresa industrializadora de ostras ya que mediante este se podrá obtener la utilidad la cual se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias.

**CUADRO # 50 Estados de resultados proyectados**

THE KING OSTRAS					
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADO					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	1.029.584,89	1.134.815,67	1.250.801,77	1.378.642,47	1.519.549,38
Costo de ventas	556.128,87	598.878,54	645.891,76	697.601,11	754.483,28
Utilidad bruta	473.456,02	535.937,13	604.910,01	681.041,36	765.066,10
(-) Gastos operacionales					
Gastos administrativos:					
Sueldos y salarios	-118.847,30	-122.424,60	-125.557,84	-128.783,37	-132.103,98
Gasto en suministros de oficina	-960,00	-988,90	-1.018,66	-1.049,32	-1.080,91
Gasto en servicios básicos	-1.320,00	-1.359,73	-1.400,66	-1.442,82	-1.486,25
Permisos de funcionamiento y seguros	-266,00	-274,01	-282,25	-290,75	-299,50
Gasto en mantenimiento de maquinarias y vehículos	-1.200,00	-1.236,12	-1.273,33	-1.311,65	-1.351,14
Gasto anual en depreciación	-24.071,50	-24.071,50	-24.071,50	-24.071,50	-24.071,50
Gasto de constitución	-160,00	-160,00	-160,00	-160,00	-160,00
Total gastos administrativos	-146.824,80	-150.514,86	-153.764,24	-157.109,42	-160.553,28
Gastos de ventas:					
Gasto anual en publicidad	-3.600,00	-1.080,00	-1.113,48	-1.148,00	-1.183,59
Gasto en gasolina	-248,64	-497,28	-512,70	-528,59	-544,98
Total gastos de ventas	-3.848,64	-1.577,28	-1.626,18	-1.676,59	-1.728,56
Total gastos	-150.673,44	-152.092,14	-155.390,41	-158.786,00	-162.281,84
Utilidad operacional	322.782,58	383.844,99	449.519,60	522.255,36	602.784,26
Intereses pagados	-37.091,55	-30.548,32	-23.175,25	-14.867,08	-5.505,23
EBTI	285.691,02	353.296,66	426.344,35	507.388,27	597.279,02
Participación trabajadores	-42.853,65	-52.994,50	-63.951,65	-76.108,24	-89.591,85
Impuesto a la renta	-53.424,22	-66.066,48	-79.726,39	-94.881,61	-111.691,18
Utilidad neta	189.413,15	234.235,69	282.666,30	336.398,42	395.995,99

**Fuente:** Estados de resultados  
**Elaborado por:** Tito Suárez Franco

El estado de pérdidas y ganancias nos da a conocer que tendremos la utilidad esperada en la empresa, en este caso obtenemos en el tiempo de horizonte de evaluación utilidad que todos los años tiene crecimiento.



#### 4.6.5. Estado de situación financiera proyectado

**CUADRO # 51 Estado de situación financiera proyectado**

<b>THE KING OSTRAS</b>						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
Años	0	1	2	3	4	5
Activos						
Corriente						
Caja - bancos	265.178	523.508	746.622	1.012.628	1.326.753	1.694.095
Total activo corriente	265.178	523.508	746.622	1.012.628	1.326.753	1.694.095
No corrientes						
Activos fijos	288.543,99	288.543,99	288.543,99	288.543,99	288.543,99	288.543,99
(-)Amortización acumulada		-160,00	-320,00	-480,00	-640,00	-800,00
(-) Depreciación acumulada		-24.071,50	-48.143,00	-72.214,50	-96.286,00	-120.357,50
Total activo no corrientes	288.543,99	264.312,49	240.080,99	215.849,49	191.617,99	167.386,50
Total activos	553.722	787.820	986.703	1.228.478	1.518.371	1.861.481
Pasivos						
Corriente						
Participación trabajadores		42.854	52.994	63.952	76.108	89.592
Impuesto a la renta		53.424	66.066	79.726	94.882	111.691
Préstamo (porción corriente)	51.593	58.136	65.509	73.817	83.179	
Total pasivo corriente	51.593	154.414	184.570	217.495	254.169	201.283
Otros pasivos						
Deuda a largo plazo	280.641	222.505	156.996	83.179		
Total otros pasivos	280.641	222.505	156.996	83.179		
Total pasivos	332.233	376.918	341.566	300.674	254.169	201.283
Patrimonio						
Capital social	221.489	221.489	221.489	221.489	221.489	221.489
Utilidad neta del ejercicio		189.413	234.236	282.666	336.398	395.996
Utilidades acumuladas			189.413	423.649	706.315	1.042.714
Total patrimonio	221.489	410.902	645.138	927.804	1.264.202	1.660.198
Total pasivo y patrimonio	553.722	787.820	986.703	1.228.478	1.518.371	1.861.481

Fuente: Estado de situación financiera proyectada  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El estado de situación financiera nos permite verificar los valores de las depreciaciones y amortizaciones de los activos igualmente el pago de obligaciones y nuestros ingresos reales de efectivo con la cuanta caja.

#### **4.6.6. Determinación de la tasa interna de retorno**

Como dice el libro de Flórez Uribe, Juan Antonio: “la tasa interna de retorno-TIR-VNP o de rentabilidad de la inversión se obtiene cuando el valor presente neto – UPN tiende a cero.es la máxima tasa de interés a la que un inversionista está dispuesto a recibir”

#### **4.6.7. Valor actual neto o valor presente neto**

Se puede decir que el van es la sumatoria de los flujos d efectivo menos la inversión inicial por lo tanto se ha considerado la tasa de descuento del 23% y así obtener el valor actual.

También se podría rescatar el concepto del libro Matemáticas financieras empresariales/Juan Antonio Flórez Uribe el cual nos manifiesta que “el valor presente neto- VNA es una cifra que resulta comparar los ingresos y egresos netos que puede generar un proyecto a pesos de hoy, es decir en el periodo cero y mide el comportamiento financiero de un proyecto a través del tiempo”.

Por lo que la empresa industrializadora de ostras tomamos la suma de los flujos anuales obteniendo un valor de 868.814,60dólares americanos considerando que nuestra inversión inicial es de 553.722 dólares americanos.

#### **4.6.8. Tasa interna de retorno**

Esta tasa permite evaluar la tasa de interés las cuales los socios inversionistas podrían pagar sin necesidad de arriesgar la inversión, esta tasa hace que el valor del flujo se iguale a cero.

En el caso de la TIR que obtuvo la empresa industrializadora de ostras es del 45% lo que significa que el proyecto es rentable.

**CUADRO # 52 Cálculo de la tir y el van**

THE KING OSTRAS						
CÁLCULOS DE LA TIR Y EL VAN						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión activos fijos	112.643,99					
Inversión infraestructura	113.400,00					
Inversión terrenos	62.500,00					
Total inversión inicial	-288.543,99					
Capital de trabajo	-265.178,01					
Financiamiento propio	221.488,80					
Préstamo bancario	332.233,20					
Ventas		1.029.584,89	1.134.815,67	1.250.801,77	1.378.642,47	1.519.549,38
(-) Costo de ventas		556.128,87	598.878,54	645.891,76	697.601,11	754.483,28
Utilidad bruta		473.456,02	535.937,13	604.910,01	681.041,36	765.066,10
(-) Gastos operacionales						
Gastos administrativos		-126.878,40	-129.968,07	-133.150,74	-136.429,21	-139.806,36
Gastos de venta		-23.795,04	-22.124,07	-22.239,67	-22.356,79	-22.475,48
Total gastos operacionales		-150.673,44	-152.092,14	-155.390,41	-158.786,00	-162.281,84
Utilidad operacional		322.782,58	383.844,99	449.519,60	522.255,36	602.784,26
(-) Gastos financieros		-37.091,55	-30.548,32	-23.175,25	-14.867,08	-5.505,23
EBTI		285.691,02	353.296,66	426.344,35	507.388,27	597.279,02
Pago participación trabajadores			-42.853,65	-52.994,50	-63.951,65	-76.108,24
Pago impuesto a la renta			-53.424,22	-66.066,48	-79.726,39	-94.881,61
(=) Efectivo neto		285.691,02	257.018,79	307.283,37	363.710,23	426.289,18
(+) Depreciación y amortización		24.231,50	24.231,50	24.231,50	24.231,50	24.231,50
Amortización de capital prestado		-51.592,57	-58.135,80	-65.508,88	-73.817,05	-83.178,89
(+) Valor residual de activos						99.092,00
(+) Recuperación capital de trabajo						265.178,01
(=) Flujo neto del ejercicio	-553.722,00	258.329,95	223.114,48	266.005,99	314.124,68	731.611,78
Tasa interna de retorno (TIR)	45%			Valor actual neto (VAN)		315.092,60

**Fuente:** Calculo del Tir y el Van  
**Elaborado por:** Tito Suárez Franco

#### 4.6.9. Calculo de la tir y van por método de regresión

**CUADRO # 53 Flujos anuales**

AÑOS	FLUJOS
AÑO 1	258.329,95
AÑO 2	223.114,48
AÑO 3	266.005,99
AÑO 4	314.124,68
AÑO 5	731.611,78

Fuente: Método regresión  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

**CUADRO # 54 Método de recuperación de la inversión**

Años	Flujos	Año de recuperación	Inversión inicial
Año 1	258.329,95	258.329,95	<b>-553.722,00</b>
Año 2	223.114,48	481.444,43	
Año 3	266.005,99	747.450,42	<b>c</b>
Año 4	314.124,68	1.061.575,11	
Año 5	731.611,78	1.793.186,89	

Fuente: Recuperación de la inversión  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

De acuerdo a los criterios de evaluación y aceptación de proyecto mediante el método de regresión, el tiempo de recuperación de la inversión es de tres años y el periodo de tiempo del proyecto es de 5 años por lo tanto se manifiesta que el proyecto es aceptado.

**CUADRO # 55 Van**

<b>Van</b>		
<b>Años</b>	<b>Flujos</b>	
Año 1	258.329,95	
Año 2	223.114,48	
Año 3	266.005,99	
Año 4	314.124,68	
Año 5	731.611,78	
Van		868.814,60
Inversión inicial		553.722,00
Van > a "0" proyecto aceptado		<b>315.092,60</b>

Fuente: Van

Elaborado por: Tito Suárez Franco

Según el criterio de evaluación y considerando que la inversión inicial es de 553.722 y se cuenta con un van de 868.814,60, por lo tanto restándole la inversión inicial esto nos da como resultado 315.092,60, y como este valor según el criterio de evaluación es mayor que cero el proyecto es aceptado, porque mediante esto recuperamos la inversión y obtenemos utilidades en el período del proyecto de 5 años

**CUADRO # 56 Tir**

<b>TIR</b>		
<b>Años</b>	<b>Flujos</b>	<b>TIR</b>
Año 0	- 553.722,00	
Año 1	258.329,95	
Año 2	223.114,48	
Año 3	266.005,99	
Año 4	314.124,68	
Año 5	731.611,78	
<b>TIR</b>	45,29%	45,29%
<b>TCCPP</b>		24,30%

Fuente: TIR

Elaborado por: Tito Suárez Franco

La TIR se la obtendrá mediante la clasificación de los flujos y esta dice que según el criterio de evaluación y conociendo el costo capital que es del 22,86% producto de la suma de la tasa de interés bancaria y el porcentaje accionar del capital propio nos da como resultado que es del 45,29%, este valor es superior al costo capital por lo tanto el proyecto es rentable.

#### 4.6.9.1. Flujos de caja

**CUADRO # 57 Flujo de Caja**

THE KING OSTRAS						
PRESUPUESTO DE EFECTIVO						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión activos fijos	112.643,99					
Inversión terreno	62.500,00					
Inversión infraestructura	113.400,00					
Total inversión fija*	-288.543,99					
Ventas		1.029.585	1.134.816	1.250.802	1.378.642	1.519.549
(-) Costo de ventas		556.129	598.879	645.892	697.601	754.483
Utilidad bruta		473.456	535.937	604.910	681.041	765.066
(-) Gastos operacionales						
Gastos administrativos		126.878	129.968	133.151	136.429	139.806
Gastos de venta		23.795	22.124	22.240	22.357	22.475
Total gastos operacionales		150.673	152.092	155.390	158.786	162.282
Utilidad operacional		322.783	383.845	449.520	522.255	602.784
(-) Gastos financieros		-37.092	-30.548	-23.175	-14.867	-5.505
EBTI		285.691	353.297	426.344	507.388	597.279
Pago participación de trabajadores			-42.854	-52.994	-63.952	-76.108
Pago impuesto a la renta			-53.424	-66.066	-79.726	-94.882
(=) Efectivo neto		285.691	257.019	307.283	363.710	426.289
(+) Depreciación		24.071	24.071	24.071	24.071	24.071
(+) Amortización		160	160	160	160	160
Préstamo	332.233					
Capital accionario	221.489					
Amortización de capital prestado		-51.592,57	-58.135,80	-65.508,88	-73.817,05	-83.178,89
(=) Flujo neto	265.178,01	258.329,95	223.114,48	266.005,99	314.124,68	367.341,78
(+) Saldo inicial		265.178,01	523.507,95	746.622,44	1.012.628,43	1.326.753,11
Flujo acumulado	265.178,01	523.507,95	746.622,44	1.012.628,43	1.326.753,11	1.694.094,89
Saldo de caja		523.507,95	746.622,44	1.012.628,43	1.326.753,11	1.694.094,89

Fuente: Presupuesto de efectivo  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

El flujo de caja está dado por todos los ingresos reales de dinero así también por salida del mismo, también refleja la rentabilidad de la empresa y las obligaciones de deudas y amortizaciones de valores pagados por adelantados, y en este caso nos damos cuenta que el proyecto es rentable porque en los años proyectados los flujos responden a las obligaciones obteniendo utilidades

## CONCLUSIONES

Después de haber realizado las partes principales del proyecto se puede manifestar que el proyecto es viable porque cumple con los parámetros a evaluar y además porque la materia prima y los insumos se los puede conseguir de forma rápida y con seguridad.

Después del análisis del mercado específico mediante la realización de una encuesta dirigida a los dueños de restaurantes, cevicherías, comedores y hoteles, se llega a la conclusión de que el producto es muy apetecidos por sus clientes y que si existiera esta empresa los ingresos de estos aumentarían y se abrirían nuevas plazas de trabajo en la provincia.

Según el estudio técnico consultamos sobre maquinarias e insumos, y también en donde sería la localización exacta del proyecto, esto indica que se implementará en un lugar cercano al mar y con las características para que tenga fácil acceso a proveedores y consumidores del producto la puedan localizar fácilmente.

Lo que se manifiesta del estudio financiero es que según los parámetros de evaluación el proyecto se le realizo en un horizonte de evaluación de 5 años, y después de realizar los principales estados financieros y obtener mediante los flujos de efectivos una TIR y un Van positivos, también con una recuperación de la inversión en tres años se manifiesta que el proyecto es rentable

Las estrategias de marketing que se realizaran será la por medio de la prensa escrita en los principales periódicos del país y la confección de hojas volantes, no nos dirigimos de manera masiva a la comunidad porque nuestro mercado es mayorista y es hacia los dueños restaurantes, cevicherías, comedores y hoteles es que está dirigida la publicidad, también se realizó un empaque llamativo y la



creación de una marca escogida en el estudio de mercado porque es una de las maneras de saber cómo se nos identificara rápido y de esta manera posesionarnos en el mercado.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que se financie el proyecto porque de manera directa e indirecta se beneficiaran terceras personas con el proyecto que apunta a un desarrollo regional, y que además se aprovechará los recursos que la zona puede brindar por lo tanto es viable, y es factible porque los gastos de producción permiten tener utilidades a corto plazo.

Siendo este un producto de consumo masivo que genera mucha demanda se recomienda financiar el proyecto, porque el incremento de restaurantes depende de que se empiece a comercializar este producto, ya que cada temporada hay más afluencia de turistas en la provincia que requieren este producto, por lo tanto su demanda aumentara y por ende los beneficios a los inversionistas serán altos a medida que el proyecto se desarrolla.

La ostra es un producto que no necesita de tanto conocimiento técnico para producirlo por lo tanto se lo conseguirá de manera rápida, en el estudio técnico se recomienda crear la planta cerca del perfil costanero porque facilitaría el traslado del producto en estado natural para ser procesado, como en su comercialización, y realizar el proceso para obtener el producto final no requiere de tanto conocimiento técnico por parte de los operarios porque las maquinarias industriales facilitarían su proceso.

Se recomienda invertir en este proyecto porque la materia prima no es escasa y no depende de otros complementos para producirlo por lo tanto, se conseguirá rápido y a costos accesibles porque se les comprara a los productores, esto aumentara las utilidades en el periodo de tiempo que se ejecute el proyecto y como nos manifiestan los estados financieros y los flujos de efectivo las ganancias son a gran escala.

El mercado es cambiante y exigente por lo tanto se recomienda realizar estrategias continuas para posesionarnos en el mercado y extendernos a otras provincias de esta manera aumentarías los ingresos y las utilidades y en lo social se incrementaría el número de productores en la Provincia y los ingresos aumentarían para los productores mejorando su nivel de vida.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BALAM, Yunka, Sociología del turismo. Editorial. McGraw Hill. México, año 2003

BERNAL Torres, Cesar Augusto, "Metodología de Investigación, Pearson - Prentice Hall, año 2010

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

FLÓREZ Uribe, Juan Antonio, Matemáticas financieras empresariales/Juan Antonio Flórez Uribe, 2da edición. Bogotá Ecoe Ediciones, 2011

FONSECA Ramírez cesar cod: 20082079084, MADRID Sánchez Henry Alexander cod: 20091079090, industrialización

HERNÁNDEZ Hernández, Abrahán., Hernández Villalobos, Abrahán, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Thonson Learning, año 2011

JHOSEPH F. Hair Jr. KENNESAW State University. DAVID J. Ortimau. University of Shouth Florida. ROBERT P,Bush. Lou Siona State University at Alexandra, Investigación de mercados. En un ambiente de información digital. Cuarta edición, 2010, 2004

### **LEY ORGÁNICA DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES**

Lic. Adm. Elsa Gladys Álvarez Bautista. Email: Gladys554@Hotmail.Com  
Teléfono: 064-243311, Evaluación Económica Y Financiera, En Proyectos De Inversión, Universidad Nacional Del Centro Del Perú, Publicaciones Iifae - Huancayo 2003, Edición Original En, Español, Segunda Edición, año2003

MARTÍNEZ Espitia Karen Astrid Cod: 20111079001, PINZÓN Hernández, Daniel Felipe Cod: 20111079087, VALOYES Mosquera Luis Fernando, Cod: 20082079028, Universidad distrital francisco José de caldas, Facultad tecnológica, Tecnología en construcciones civiles, Lean construction, Bogotá d.c., año 2012

MÉNDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación-ICONTEC, año 2010

NASSIR Sapag Chain, Proyectos de inversión, formulación y evaluación de proyectos., 2da edición, Pearson, educación, chile, 2011

VECIANA José María, creación de empresas un enfoque gerencial, colección estudios económicos, director Josep M. Carrau, estudios la Caixa

## **PÁGINAS WEB UTILIZADAS**

[http://bolsacfd.es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1095:iques-el-analisis-cuantitativo&catid=21: analisis-tecnico&Itemid=6](http://bolsacfd.es/index.php?option=com_content&view=article&id=1095:iques-el-analisis-cuantitativo&catid=21: analisis-tecnico&Itemid=6)

<http://es.scribd.com/doc/30403550/EL-PROCESO-DE-INDUSTRIALIZACION-EN-EL-ECUADOR>

<http://guiademariscos.sallylaurel.es/ficha/ostra>

<http://guiademariscos.sallylaurel.es/ficha/ostra>

<http://Proyecto%20de%20inversi3n.html>

[http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_metod\\_investigac4\\_4.html](http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.html)

[http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_metod\\_investigac4\\_4.html](http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.html)

[http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/Conceptos\\_de\\_Marco\\_Legal,\\_Ley,\\_Legislaci3n\\_y\\_Reglamento](http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/Conceptos_de_Marco_Legal,_Ley,_Legislaci3n_y_Reglamento)

<http://www.dopazochef.com/web/despensa/mariscos/laostra.htm>

<http://www.dopazochef.com/web/despensa/mariscos/laostra.html>

<http://www.ecuanex.net.ec/constitucion/titulo03.html>

[http://www.ecuaworld.com.ec/ecuador\\_constitucion.htm](http://www.ecuaworld.com.ec/ecuador_constitucion.htm)

<http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Variable.html>

<http://www.euroresidentes.com/Alimentos/pescados/ostra.html>

<http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

<http://www.negociosyemprendimiento.org/2009/07/la-importancia-de-crearempresa-en-un.html>

<http://www.negociosyemprendimiento.org/2009/07/la-importancia-de-crear-empresa-en-un.html>

## ANEXOS

### ANEXO # 1 Furgón Térmico equipado con Thermo King

Precio del furgón \$7000.00

Precio del thermo king \$5000.00

Contactos mayor información:

Telf. Casa 2486-627

Celu: 094956693

Email: segmarioc@hotmail.com

Dimensiones del thermo king

Largo : 97 cm

Ancho : 51.2 cm

Alto : 13 cm



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

## **ANEXO # 2 Abre Ostras Profesional Industrial**



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

## **ANEXO # 3 Arcón Congelador**



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco



#### **ANEXO # 4 Vitrina Frigorífica**



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

#### **ANEXO # 5 Mesa de trabajo**



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

## ANEXO # 6 Empacadora



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

## ANEXO # 7 Cuchillo



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

### ANEXO # 8 Escritorio



Fuente: <http://www.mercadolibre.com>  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

### ANEXO # 9 Supuestos

INFLACIÒN	3%
POBLACION 2010	253
POBLACION 2012	289
INCREMENTO POBLACIONAL	7%
INCREMENTO EN LOS COSTOS	0,03

Fuente: supuestos  
Elaborado por: Tito Suárez Franco

## ANEXO # 10 Máquina de lavado, limpiador de carne de pescado mariscos y conchas

sea food washing machine



Fuente: <http://www.wzjimei.en.alibaba.com>

Elaborado por: Tito Suárez Franco

## ANEXO # 11 Fotografías FOTO # 1 Ostras en conchas



Fuente: Santa Elena

Elaborado por: Tito Suárez Franco



**ANEXO # 12**  
**FOTO #2 Pulpa de la ostra**



**Fuente:** Santa Elena  
**Elaborado por:** Tito Suárez Franco

**ANEXO # 13**  
**FOTO #3 Ostra en etapa adulta**



**Fuente:** Santa Elena  
**Elaborado por:** Tito Suárez Franco

**ANEXO # 14**  
**FOTO #4 Residuo de la ostra**



**Fuente: Santa Elena**  
**Elaborado por: Tito Suárez Franco**

## ANEXO # 15 Encuesta

### DISEÑO DE LA ENCUESTA



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

Agradece su gentileza y alto grado de colaboración y le invita a participar en la presente encuesta de opinión, respondiendo a las siguientes preguntas:

Nombre del negocio .....

**Antigüedad**

1-3 años       4-8 años       9-12 años       12 + años

**Actividad**

Restaurante     Cabañas comedor       Hotel       Otros     Especifique.....

**1.- ¿Dentro de su menú, usted incluye o a incluido ostras?**

Si       No       ¿Por qué ya no? .....

**2.- ¿Qué tan apetecidas son las ostras para sus clientes?**

Muy apetecida       Apetecidas       No son apetecidas

**3.- ¿Cuántas veces a la semana adquiere ostras?**

Diario       2 veces       Cuatro veces       Otros     Especifique.....

**4.- ¿Qué cantidad de ostras adquiere a la semana?**

Una docena       Tres docenas       Cinco docenas       Otros     Especifique.....

**5.- ¿A quién le compra el producto?**

A los pescadores     A los comerciantes     Por pedidos     ¿A quién?.....

**6.- ¿Cuál de los atributos toma en cuenta al momento de adquirir ostras?**

Precio:       Calidad:       Tamaño:       Peso:       Cantidad

**7.- ¿Le gustaría que en la provincia existiera una comercializadora de ostras en la cual usted pueda realizar sus pedidos de este producto?**

Si       No       (Si su respuesta es no termina la encuesta)

**8.- ¿Cuál de los siguientes nombres comerciales le gustaría que tenga el producto?**

1. Frutas del mar     2. King ostras     3. tesoro del mar

**9.- ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir la ostra en funda?**

Funda de 240 gramos     funda de 480 gramos

**10.- ¿Qué tamaño de ostra le gustaría que contenga la funda de 240 gramos?**

Ostras de 3 cm     Ostras de 5 cm     Ostras de 8 cm     Ostras de 10 cm

**11.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de docena de ostras de 10cm?**

\$ 8.00 la funda \$10.00     la funda \$10.00     la funda 20,00

**112.- ¿Cuantas fundas de ostras de 240 gramos les gustaría adquirir semanalmente?**

3 fundas     6 fundas     10 fundas     más de 12 fundas

### ANEXO # 16 Plan de acción

Plan de acción estratégico		
Denominación del programa	Proyecto de inversión para la creación de una empresa industrializadora de ostras, año 2013	
Finalidad	Brindar un producto de calidad que permita incrementar el número de pedidos de ostras en embalaje con un peso de 240 gramos e incrementar el número de clientes	
Propósito	Lograr las condiciones para que las ostras en embalaje de 240 gramos lideren el mercado local	
Indicador general	Resultado del incremento de los pedidos de ostras en embalaje de 240 gramos y el incremento del número de clientes	
Objetivos estratégicos	Indicadores	Actividades
Posesionarnos en le mercado	Índice de crecimiento del producto en el mercado	<p>Crear una página web y redes sociales para que los clientes puedan hacer sus pedidos y sugerencias sobre el producto.</p> <p>Realizar promociones y descuentos por pedidos al por mayor.</p> <p>Implementar publicidad en los medios de comunicación en la prensa local y hojas publicitarias.</p>
Brindar nuevas fuentes de empleo	Incremento del índice de satisfacción de los productores	<p>Capacitar a los productores.</p> <p>Vender las semillas de ostras a los productores.</p> <p>Adquirir las ostras a un precio justo que permita que los productores alcancen mejores utilidades.</p>
Identificar a cliente potenciales	Incremento del índice de las ventas anuales	<p>Otorgar créditos asta por 20 días plazo.</p> <p>Incursionar en el mercado de provincias cercanas como Guayas y Manabí.</p>
Realizar alianzas estratégicas	Incremento de ventas y compra segura de la materia prima	<p>Con los productores.</p> <p>Con los dueños de los restaurantes</p>



## GLOSARIO

**Calidad.-** La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.

**Cevicherías.-** Preparaciones de cebiche casi como en un local de comida rápida.

**Consumo humano.-** Por consumo se conoce al resultado de consumir (verbo que se utiliza cuando se hace uso de un bien o servicio, o cuando se busca un sinónimo de gastar). Es posible, por ejemplo, consumir alimentos u otros productos de corta vida o duración. Por ejemplo: “El consumo excesivo de sal tiene consecuencias negativas sobre la salud”, “El médico me recomendó el consumo de verduras y frutas para bajar el nivel de colesterol”

**Cuello de botella.-** En ingeniería, un cuello de botella es un fenómeno en donde el rendimiento o capacidad de un sistema completo es severamente limitado por un único componente. El componente es generalmente llamado punto del cuello de botella. El término es una derivación metafórica que hace referencia al cuello de una botella, donde la velocidad del flujo de un líquido es limitado por este cuello angosto.

**Desmotivación.-** *Desmotivación* es el nombre con el que se conoce coloquialmente a imágenes tipo cartel ofrecidas por diversos sitios

web en Internet. Dichas imágenes pretenden ser motivante, o como su nombre lo dice, desmotivante para las personas que puedan ver el contenido, despertando a la vez otros sentimientos, reflexiones y emociones en las mismas.

**Empresas Industriales.-** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas.

**Higiene.-** La **higiene** es el conjunto de conocimientos y técnicas que aplican los individuos para el control de los factores que ejercen o pueden ejercer efectos nocivos sobre su salud. La higiene personal es el concepto básico del aseo, de la limpieza y del cuidado del cuerpo humano.

**Hipótesis.-** con origen en el término latino *hypothesis*, que a su vez deriva de un concepto griego, una hipótesis es algo que se supone y a lo que se le otorga un cierto grado de posibilidad para extraer de ello un efecto o una consecuencia. Su validez depende del sometimiento a varias pruebas, partiendo de las teorías elaboradas.

**Industrialización.-** Se conoce como **industrialización** el proceso por el que un Estado o comunidad social pasa de una economía basada en la agricultura a una fundamentada en el desarrollo industrial y en el que éste representa en términos económicos el sostén fundamental del Producto Interior Bruto y en términos de ocupación ofrece trabajo a la mayoría de la población.

**Intermediarios.-** Individuo o institución que conecta a los productores y los consumidores o a los ahorradores y los inversores, bien sea para poner de acuerdo simplemente a dos partes diferentes de un mismo proceso productivo, sin adquirir nunca la propiedad de los activos con los que trafica, o bien sea asumiendo mayores riesgos y responsabilidades en dicho proceso.

**Justificación.-** Explica las maneras como el proyecto entrará a solucionar el problema planteado y cuál es su contribución.

**Materia prima.-** Se conocen como **materias primas** a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

**Mercado meta.-** Un segmento de mercado es un mercado meta, la identificación y descripción posibles mercados meta es segmentar el mercado. Se puede segmentar el mercado analizando geográficamente, Psicográfica el comportamiento de los clientes y las diferencias demográficas.

**Mercado objetivo.-** En el ámbito de la publicidad, los términos mercado objetivo, público objetivo, grupo objetivo y mercado meta, así como los anglicismos target, target group y target market, se utilizan como sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

**Muestra.-**En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

**Necesidades.-** En el marketing y los recursos humanos, una necesidad para una persona es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla. Por ejemplo, la sed, el hambre y el frío son sensaciones que indican la necesidad de agua, alimento y calor, respectivamente.

**Objetivo.-** Elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión, tratándose de una organización, o a los propósitos institucionales, si se trata de las categorías programáticas. Expresión cualitativa de un propósito en un periodo determinado; el objetivo debe responder a la pregunta "qué" y "para qué". En programación es el conjunto de resultados cualitativos que el programa se propone alcanzar a través de determinadas acciones.

**Ostra.-** Nombre común de diversos moluscos marinos de doble concha, que viven a poca profundidad y pertenecen a varios géneros, como la o. Común, de carne muy apreciada, hoy criada en piscifactorías (Ostrea

**Población estadística.-** en estadística, también llamada universo o colectivo, es el conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan unas de las observaciones.

**Precio competitivo.-** Este concepto se usa en el contexto de la Economía y las finanzas públicas. Que puede competir adecuadamente en un Mercado sin quedar en desventaja frente a los demás.

**Problema.-** Un problema suele ser un asunto del que se espera una solución, aunque ésta dista de ser obvia.

**Restaurantes.-** Un restaurante o restorán<sup>1</sup> es un establecimiento comercial en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.