



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL
SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA,
PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO
2015 – 2016**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: EVELIN MARIANELA O'BRIEN SOLÓRZANO

TUTOR: ECON. HUGO ALVAREZ PLÚA, MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL
SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA,
PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO
2015 – 2016**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: EVELIN MARIANELA O'BRIEN SOLÓRZANO

TUTOR: ECON. HUGO ALVAREZ PLÚA, MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2015

La libertad, 21 Enero 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “**CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO 2015 – 2016**” elaborado por la Srta. **EVELIN MARIANELA O’BRIEN SOLÓRZANO** egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, lo Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Econ. Hugo Álvarez Plúa, MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación, “CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO 2015 – 2016”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que consta en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 21 Enero del 2015.

Atentamente

Evelin Marianela O’Brien Solórzano

0927903401

DEDICATORIA

Dedico la realización de esta tesis y la obtención del título de Ingeniería en Desarrollo Empresarial a Dios por ser el creador del mundo, por brindarme salud e inteligencia para poder plasmar todo el conocimiento adquirido en todos estos años de estudio para que la tesis refleje todo lo aprendido.

A mis padres por apoyarme, guiarme y comprender mi ausencia en los momentos de la realización de la tesis y en especial a mi madre por darme las fuerzas necesarias así como el ejemplo de seguir adelante enseñándome que con dedicación y esfuerzo todas las metas se cumplen, a mis hermanas que han estado en cada momento a mi lado y a mi tesoro hermoso mi hija, ella mi inspiración y motivo de lucha diaria.

Evelin

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por haberme dado la sabiduría necesaria para poder alcanzar mis propósitos.

A la Universidad Península de Santa Elena que me abrió sus puertas para continuar el proceso de preparación a nivel superior y convertirme en una profesional, a los docentes quienes compartieron sus conocimientos y lograron forjar en mí ideas emprendedoras.

Al Econ. Hugo Álvarez por su paciencia y constancia en la revisión del presente Trabajo de Titulación; que con su enseñanza ha fortalecido las áreas académicas y humanas.

Evelin

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Juan Carlos Carriel Wang, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

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

**"CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL SECTOR
PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA,
PROVINCIA DEL GUAYAS,
PERIODO 2015-2016"**

Autora: Srta. Evelin O'brien Solórzano
Tutor: Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de inversión productiva constituye una iniciativa privada de formación empresarial que tienen como objetivo principal surtir de los herramientas, equipos, materiales y demás insumos ferreteros marinos para satisfacer la demanda insatisfecha de la flota pesquera industrial y artesanal en la Parroquia Rural Posorja. El proyecto en mención se constituye en la modalidad de sociedad anónima con domicilio principal en la Parroquia antes mencionada cuya razón social será IMPROPESCA S.A. según la reservación ya realizada ante la Superintendencia de Compañías. La actividad pesquera en el Puerto Posorja constituye la principal fuente de ingresos y empleos directos e indirectos de la localidad desde hace muchos años atrás, la pesca constituye el eje motor que mueve la economía local por lo tanto a partir de la mencionada actividad productiva se generan necesidades logísticas de bienes y servicios complementarios para su normal desarrollo, los insumos ferreteros constituye uno de las principales demandas del sector productivo analizado lo cual constantemente a producido que exista un desabastecimiento que a su vez ha originado una demanda insatisfecha. Es precisamente a partir de esa demanda no surtida de la que se apropia el proyecto ferretero para tomarlo como nicho de mercado que representará la demanda efectiva de los productos ofertados por la iniciativa propuesta. Por otra parte es importante mencionar que aparte de atender la demanda insatisfecha de la localidad el proyecto por inversión privada contribuirá al desarrollo social económico de la localidad a través de la generación de puestos de trabajo e ingresos directos e indirectos que se inyecta directamente a la economía local por que como se indicó inicialmente el domicilio de la empresa es la Parroquia Posorja. Finalmente el desarrollo de la presente iniciativa productiva representa un incentivo al fomento empresarial local ya que a partir del presente proyecto se espera que se generen y pongan en marchas muchas más iniciativas empresariales privadas en la localidad.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICES DE TABLAS	xv
ÍNDICES DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICES DE FIGURAS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
Tema:.....	3
El problema de la investigación	3
La justificación del tema	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos.....	4
Hipótesis.....	5
Operacionalización de las variables	5

CAPÍTULO I	8
MARCO TEÓRICO	8
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	8
1.2 CREACIÓN DE UNA EMPRESA.....	9
1.2.1 Definiciones de Creación de Empresas.....	9
1.2.2 Importancia de las Empresas.....	10
1.2.3 Características de Creación de Empresas.....	10
1.2.4 Por su actividad económica.....	11
1.2.5 Por su constitución patrimonial.....	12
1.2.6 Ventajas de la creación de empresas	13
1.2.7 Enfoque de la Creación de la empresa	14
1.2.8 Modelos de gestión administrativa para la creación de empresas.....	15
1.2.9 Comercialización de implemento de pesca	16
1.3 RESEÑA HISTÓRICA.....	16
1.3.1 Actividades tradicionales	17
1.3.2 Procedencia de la materia prima	18
1.3.3 Características Demográficas.....	18
1.3.4 Organización Económica	19
1.3.5 Relación de género en las actividades productivas (P.E.A).....	19
1.3.6 Desarrollo del área de estudio	20
1.3.7 Formas de organización colectiva.....	20
1.3.8 Factores Productivos	21
1.3.9 Estudio de factibilidad.....	21
1.3.9.1 Elementos de un estudio de factibilidad financiera	22
1.3.9.2 Etapas del estudio de factibilidad.....	22

1.3.9.3 Estudio legal.....	22
1.3.9.4 Análisis de mercado	22
1.3.9.5 Mercado.....	23
1.3.9.6 Análisis Técnico.....	23
1.3.9.7 Estudio Administrativo	23
1.3.9.8 Análisis financiero	24
1.3.9.8.1 El valor actual neto (VAN)	24
1.3.9.8.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	24
1.3.9.8.3 Periodo de recuperación	25
1.3.9.8.4 Capital de trabajo	25
1.3.9.8.5 Índice de rentabilidad.....	25
1.3.9.8.6 Análisis de sensibilidad.....	25
1.3.9.8.7 Análisis del impacto ambiental	26
1.4 FUNDAMENTO LEGAL.....	26
1.4.1 Plan de Ordenamiento Territorial.....	26
1.4.2 Constitución de la República del Ecuador	26
1.4.3 Plan Nacional del buen vivir – vigencia año 2009 al 2013.....	27
CAPÍTULO II	28
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN E INSTRUMENTOS	28
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	29
2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
2.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	31

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	31
2.8 PROCEDIMIENTOS.....	33
CAPÍTULO III.....	35
3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	35
3.2 CONCLUSIONES	52
3.3 RECOMENDACIONES.....	53
CAPÍTULO IV	54
CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO 2015 - 2016.....	54
4.1 PRESENTACIÓN.....	54
4.2 ESTUDIO LEGAL.....	56
4.2.2 Requisitos para la creación de una compañía	57
4.2.3 Escritura de constitución de la compañía.....	57
4.2.4 Actividad Económica.....	58
4.2.6 Registro único de contribuyente.....	58
4.2.7 Patentes Municipales.....	59
4.2.8 Permiso de Funcionamiento.....	59
4.3 ESTUDIO DE MERCADO	59
4.3.1 Estratégica de mercadeo.....	59
4.3.2 Producto final.....	64
4.3.3 Descripción del producto final.....	65
4.3.4 Características de los productos	65
4.3.5 Logotipo	66
4.3.6 Eslogan.....	66

4.4 ESTUDIO INSTITUCIONAL ORGANIZACIONAL.....	67
4.4.1 Objetivo de la empresa.....	67
4.4.2 Misión	67
4.4.3 Visión.....	67
4.4.4 Valores de la empresa	68
4.4.5 Responsabilidad social.....	68
4.4.6 Organigrama.....	68
4.4.7 Presentación del organigrama	69
4.4.8 Descripción del alcance de las jerarquías.....	69
4.4.8.1 El Gerente General.....	69
4.4.8.2 Secretaria.....	71
4.4.8.3 Jefe del Departamento de Ventas.....	71
4.4.8.4 Vendedor.....	71
4.4.8.5 Contador.....	71
4.4.8.6 Cajero	72
4.5 ESTUDIO TÉCNICO	72
4.5.1 Ubicación y tamaño de la empresa.....	72
4.5.2 Tamaño de la empresa.....	73
4.5.3 Capacidad operativa de la mercadería a vender.....	73
4.5.4 Proceso comercial de la ferretería.....	73
4.6 ESTUDIO TÉCNICO FINANCIERO	75
4.6.1 Análisis Financiero.....	75
4.6.2 Estados Financieros.....	75
4.6.3 Inversión Inicial	75
4.6.4 Presupuesto de Gastos Administrativos.....	78

4.6.5 Presupuesto de Gastos de Venta	79
4.6.5 Ingresos	80
4.6.6 Estados Financieros.....	81
4.6.7 Indicadores Financieros	84
4.6.16 Periodo de retorno de la inversión	86
4.6.17 Análisis de sensibilidad.....	86
4.6.18 Punto de Equilibrio	87
4.7 ESTUDIO SOCIOECONÓMICO	88
4.7.1 Datos de referencia.....	88
4.7.2 Justificación de las causas económicas	88
4.8 ESTUDIO AMBIENTAL	89
4.8.1 Justificación de las causas ambientales.....	89
4.9 ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO	89
4.9.1 Análisis de la evaluación ambiental.....	89
4.9.2 Impacto ambiental (Bajo normas ISSO)	89
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXOS	93

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1 Ferretería Marina.....	6
CUADRO 2 Implementos de Pesca	7
CUADRO 3 Población.....	32
CUADRO 4 Muestra.....	33
CUADRO 5 Oferta.....	50
CUADRO 6 Demanda.....	51
CUADRO 7 Plan de acción.....	55
CUADRO 8 Precios	60
CUADRO 9 Proveedores	64
CUADRO 10 Inversión Inicial.....	76
CUADRO 11 Financiamiento	77
CUADRO 12 Tabla de amortización	77
CUADRO 13 Gastos de administración	78
CUADRO 14 Gastos de venta	79
CUADRO 15 Proyección de ingresos.....	80
CUADRO 16 Estado de Situación Financiera	81
CUADRO 17 Estado de Resultado Integral.....	83
CUADRO 18 Estado de Flujo de Efectivo	83
CUADRO 19 Método VAN.....	85
CUADRO 20 Método TIR.....	85
CUADRO 21 Periodo de retorno de la inversión	86
CUADRO 22 Análisis de sensibilidad.....	87
CUADRO 23 Punto de equilibrio de galones de pintura	87
CUADRO 24 Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	88

ÍNDICES DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1 Servicio de Ferrería marina.....	35
TABLA 2 Utilización de productos ferreteros.....	36
TABLA 3 Participación de futuros clientes.....	37
TABLA 4 Asesoría a la compra de un producto marino.	38
TABLA 5 Fijación de la marca del producto.....	39
TABLA 6 Fijación del costo del producto.....	40
TABLA 7 Mantenimiento a su embarcación.	41
TABLA 8 Adquirir implementos de pesca en otros lugares.....	42
TABLA 9 Fijación del producto si tiene garantía.....	43
TABLA 10 Producto que hay en la localidad.....	44
TABLA 11 Fijación del origen del producto.....	45
TABLA 12 Entrega a domicilio del producto.....	46
TABLA 13 Formas de pago al comprar.....	47
TABLA 14 Ubicación de la Ferrería.....	48
TABLA 15 Servicio adicional al adquirir un producto.....	49

ÍNDICES DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO 1 Servicio de ferretería marina	35
GRÁFICO 2 Utilización de productos ferreteros.....	36
GRÁFICO 3 Participación de futuros clientes.....	37
GRÁFICO 4 Asesoría a la compra de un producto marino.	38
GRÁFICO 5 Fijación de la marca del producto.....	39
GRÁFICO 6 Fijación del costo del producto.....	40
GRÁFICO 7 Mantenimiento a su embarcación	41
GRÁFICO 8 Adquirir implementos de pesca en otros lugares.....	42
GRÁFICO 9 Fijación del producto si tiene garantía.....	43
GRÁFICO 10 Productos que hay en la localidad	44
GRÁFICO 11 Fijación del origen del producto.	45
GRÁFICO 12 Entrega a domicilio del producto.....	46
GRÁFICO 13 Formas de pago del producto.....	47
GRÁFICO 14 Ubicación de la ferretería.	48
GRÁFICO 15 Servicio adicional al adquirir un producto.	49

ÍNDICES DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1 Implemento de pesca	5
FIGURA 2 Productos principales	65
FIGURA 3 Logo Impropesca S.A.....	66
FIGURA 4 Organigrama de IMPROPESCA S.A.....	69
FIGURA 5 Ubicación de la empresa	73
FIGURA 6 Flujograma del proceso productivo IMPROPESCA.....	74

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1 Carta Aval	94
ANEXO 2 Encuesta	95
ANEXO 3 Nómina de Sueldo básico (2015 - 2019).....	96
ANEXO 4 Depreciación de activos fijos	99
ANEXO 5 Servicios de contratos	101
ANEXO 6 Fotos de Encuestas	102

INTRODUCCIÓN

La Parroquia Posorja, uno de los más importantes puertos pesqueros de la provincia del Guayas, constituye un punto de gran movimiento comercial y laboral puesto que desde este punto zarpan y arriban importantes flotas de embarcaciones de pequeño, mediano y gran calado para la pesca artesanal e industrial de la zona, tanto la flota pomadera, al igual que la flota chinchorera y la flota industrial tienen en la Parroquia Posorja su punto de abastecimiento logístico lo cual ha permitido que un importante desarrollo comercial especialmente de productos y servicios relacionados con la actividad de los barcos pesqueros.

Adicionalmente, Posorja se proyecta como uno de los puertos más importantes de Sur América con la construcción de Puerto de Agua Profundas, cuyo inicio está programado para el año 2015 según lo ha anunciado el Gobierno Central con lo cual el movimiento comercial y operativo de la parroquia se incrementará sustancialmente hasta dimensiones que aún no se han definido.

Así mismo con la creación de esta ferretería marina contribuirá mucho al sector pesquero. A través de la presente investigación se pudo observar la importancia de crear una empresa dedicada a venta de insumos ferreteros marinos que permita beneficiar a los pescadores de la comunidad, por lo que se propone realizar un estudio que permita sustentar la factibilidad y rentabilidad de esta empresa. Para ello este trabajo de tesis se dividirá en cuatro capítulos, pero en el Marco Contextual se expondrá la problemática de la investigación y las consecuencias que enmarcan su estudio.

En el primer capítulo se detallará las bases teóricas que dan sustento científico y la solemnidad que requiere una investigación aplicada a una gestión.

El segundo capítulo contiene el aspecto metodológico con el cual se desarrolló todo el proceso investigativo, adicionalmente en este capítulo se determinó la población y muestra significativa para la aplicación de las encuestas mediante las cuales se obtuvieron la información necesaria una vez analizada permitió realizar las conclusiones y recomendaciones más apropiadas para la ejecución del proyecto.

En el tercer capítulo se realizará el análisis técnico y estadístico tomando como referencia la información obtenida en el segundo capítulo para posteriormente emitir las debidas conclusiones y recomendaciones que darán mayor sustento al desarrollo del presente proyecto de inversión en el área comercial pesquera.

En el cuarto y último capítulo se desarrollará la propuesta propiamente dicha mediante la cual se proyecta la creación de una ferretería especializada en productos que suplan los requerimientos de las diferentes flotas pesqueras que operan en el puerto pesquero de Posorja.

MARCO CONTEXTUAL

Tema:

“INCIDENCIA DE LA CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA, EN LA DEMANDA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA, CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”.

El problema de la investigación

La existencia de una gran flota pesquera de diversas dimensiones han provocado que exista una gran demanda de implementos para la pesca tanto para el mantenimiento como para la operatividad de las mencionadas embarcaciones, lo cual ha provocado que exista una demanda insatisfecha que a su vez representa una importante oportunidad de negocios para los emprendedores y proyectistas.

La justificación del tema

El desarrollo del presente proyecto de inversión se justifica plenamente en virtud que en primer lugar existe una demanda insatisfecha que requiere ser atendida de forma imperiosa, adicionalmente de acuerdo al análisis FODA existe pocas posibilidades de la aparición de nuevas empresas que deseen competir en la oferta de productos ferreteros en la especialidad marina.

Adicionalmente el proyecto también se justifica por la viabilidad al momento de abastecerse de las mercaderías que se venderán en la ferretería puesto que se cuenta con los contactos y una base de datos de proveedores que facilitarán la gestión de abastecimiento de mercaderías, también hay que considerar que de acuerdo a la ubicación geográfica tanto de la Parroquia Posorja como de las empresas proveedoras de mercaderías no existe mayor dificultad para que dicho

abastecimiento llegue hasta las instalaciones donde tendrá su domicilio la ferretería marina.

Por otra parte el desarrollo de la mencionada iniciativa empresarial contribuirá para el desarrollo social y económico de la parroquia, generando puestos de trabajo, impuestos y aportado al desarrollo sustentable de la económica de la localidad, por tal motivo existe una justificación social que le da mayor factibilidad al proyecto.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Crear una ferretería marina mediante la creación de una empresa unipersonal para abastecer la demanda insatisfecha de productos e insumos para las embarcaciones dedicadas a la actividad pesquera en la Parroquia Posorja de la Provincia del Guayas.

Objetivos Específicos

- ✚ Genera fuentes de empleo adicionales para la contribuir al desarrollo social de la Parroquia.
- ✚ Promover el desarrollo de más iniciativas empresariales locales para generar más ingresos y producción
- ✚ Demostrar técnicamente la viabilidad, facilidad y rentabilidad de la propuesta planteada utilizando las herramientas del análisis financiero apropiadas para el efecto.
- ✚ Satisfacer aquella proporción de la demanda insatisfecha del mercado de insumos y productos para las embarcaciones pesqueras de la Parroquia Posorja.

Hipótesis

La creación de una ferretería marina permitirá satisfacer de manera apropiada la demanda y comercialización de implementos para las embarcaciones pesqueras de la Parroquia Posorja de la Provincia del Guayas.

Operacionalización de las variables

Creación de una ferrería marina

La ferretería marina es un establecimiento comercial especializada en el abastecimiento de insumos, herramientas, partes, piezas, repuestos y accesorios para el mantenimiento y reparación de las embarcaciones pesqueras y demás actividades relacionadas con la pesca artesanal e industrial.

Demanda para la comercialización de implementos de pesca

La demanda para la comercialización de implementos de pesca constituye la cantidad de ítems que están dispuesto a adquirirse en un determinado momento para el presente caso la constituyen las cantidades de insumo, materiales, respuestas y accesorios que los administradores de las embarcaciones están requiriendo comprar para su operatividad.

FIGURA 1 Implemento de pesca



Fuente:www.google.com

CUADRO 1 Ferretería Marina

Variable Independiente	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems para los Indicadores	Instrumentos o Reactivos
Creación de una ferretería marina	Es un proceso donde se realiza un estudio de mercado, legal, técnico financiero y de una unidad productiva para comprobar la idoneidad del mismo. Previo a un estudio de factibilidad	Estudio de mercado	Cualitativos	¿Productos ferreteros usted utiliza?	Encuesta
		Estudio técnico	Cuantitativos Localización de la planta. Determinación del tamaño	¿Les gustaría realizar sus compras de productos ferreteros marinos con tarjetas o cheques?	Encuesta
		Estudio organizacional	Óptimo de la planta. Ingeniería del proyecto.	¿Para usted es importante que la ferretería marina se encuentre cerca del sector pesquero?	Entrevista
		Estudio legal	Estructura administrativa Estructura jurídica.	¿Qué tipo de administración es la adecuada? ¿Existen impedimentos legales?	Grupo focal
		Estudio económico financiero	Permisos. Restricciones. Presupuestos de inversiones. Pronósticos de ingresos Pronostico de egreso Evaluación	¿Estaría dispuesto usted a participar como nuestros futuros clientes de la ferretería?	

Fuente: Operacionalización de la variable Independiente
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

CUADRO 2 Implementos de Pesca

Variable dependiente	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems para los Indicadores	Instrumentos o Reactivos
Demanda para la comercialización de implementos de pesca	Es la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado este en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión de mercado	Estructura Organizacional	Elementos comunes Funciones y procesos de la organización Mecanismos coordinadores	¿Cómo afecta a la Parroquia Posorja no tener una ferretería marina?	Entrevista
		Recursos	Tecnológico Financiero Humano	¿Cómo mejorara la creación de la ferretería marina en la Parroquia Posorja para el sector pesquero?	Encuesta
		Oferta	Producto	¿Cómo comercializar sus productos de la ferretería?	entrevista Entrevista
Mercado	Demanda Oferta Precio	¿Les gustaría realizar sus compras de algún producto y recibir un servicio adicional de mantenimiento de su marca de origen? ¿Cuál es el mercado donde va a ubicarse la ferretería?			

Fuente: Operacionanización de la variable Dependiente
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

La Parroquia Rural Posorja, es una de las localidades de mayor producción del Cantón Guayaquil debido a su gran desarrollo Industrial, comercial y por la presencia y operatividad de una importante flota pesquera artesanal todo lo cual se traduce en una plaza de fuentes de empleos, ingreso nacional, abastecimiento de producción pesquera para el sector exportador y el mercado local y nacional.

En la actualidad operan tres grandes empresa nacional y transnacional que generan el 50 % de la oferta de empleo local, lo cual ha permitido por varias décadas que muchos habitantes locales y de diferentes lugares del país e incluso de extranjeros contar con una fuente de ingresos fija para el sustento de sus familias.

Por otra parte la flota artesanal de embarcaciones pesqueras tanto las chinchoreras como las pomaderas y las pangas artesanales generan otra fuente importante de empleo y divisas para la localidad.

Finalmente el sector comercializador de la producción pesquera configuran el círculo de la producción pesquera y que a su vez también generan fuentes de empleo permanentes y de ingresos frescos, como intermediarios del proceso, este sector se encarga de comercializar la producción pesquera a nivel local, nacional e internacional.

El puerto de Posorja es una parroquia rural de Guayaquil, cercana al cantón

Playas, y a más de una hora de distancia de la cabecera cantonal. Ahí se instalaron dos de las seis industrias atuneras más importantes del país. Pero esta parroquia tiene un gran problema debido a que no existe una ferretería marina, en la cual es muy útil aquí debido a que hay muchas embarcaciones y necesitan hacerles mantenimiento o arreglar daños.

1.2 CREACIÓN DE UNA EMPRESA

1.2.1 Definiciones de Creación de Empresas

Crear una empresa es iniciar una idea con el fin de producir un bien o servicios destinados a la satisfacción de las necesidades de la demanda, para su creación se requiere realizar una serie de pasos previos que incluyen estudios de mercado, gestiones antes diversas entidades de control y la consecución del financiamiento para la creación de la empresa.

Manifiesta que crear una nueva empresa: “supone mucho más que la identificación de una oportunidad empresarial. Es solo el punto de partida. Para explotar una oportunidad empresarial es necesario adquirir, organizar y combinar de manera eficiente los distintos factores de producción necesarios para producir los productos o prestar los servicios objeto de la nueva empresa” (Veciana, 2009)

Se puede concluir que crear una empresa es realizar las gestiones pertinentes para finiquitar los requerimientos logísticos, legales para poner en funcionamiento la idea inicial.

Toda empresa nace de una idea, de un sueño que logra materializarse y que siempre, sin excepción, tendrá como factor común el satisfacer una necesidad”, (pág. 32). (Barrasco, 2012)

El éxito de una empresa se fundamenta en un estudio de mercado debidamente estructurado que determine con la mayor exactitud posible que o servicios se deben ofertar, a que precios y en qué cantidades. De esta manera se puede determinar los niveles de venta, costos y rentabilidad esperada.

1.2.2 Importancia de las Empresas

La importancia de crear una empresa debe ser analizada desde varios puntos de vista, ya que formar una empresa implica acciones y reacciones en diferentes componentes del sistema productivo de un país, así podemos decir que la creación de una empresa contribuye a la generación de más divisas e impuestos para el estado, como también genera nuevas fuentes de empleo y de acuerdo a la orientación de la nueva matriz productiva del país contribuye a la mejora de la balanza comercial y de servicios puesto que permite sustituir importaciones y disminuye la salida de divisas.

1.2.3 Características de Creación de Empresas.

En Ecuador tomando en consideración el tamaño, valor de los activos y el número de trabajadores o empleados, las empresas se clasifican de la siguiente manera:

- ✚ La Microempresa: Se encuadran en este rango aquellas empresas que tienen hasta un máximo de empleados directos y a su vez el valor total de su activo corrientes no supera los veinte mil dólares americanos.
- ✚ La producción o taller artesanal: El denominador común de la producción artesanal es que en su proceso productivo se prioriza la utilización de la mano de obra sobre la maquinaria, es decir que el mayor componente de la producción artesanal es el trabajo del obrero sin la utilización de las máquinas, en cuanto al número de operarios éste no supera los 20 ni el capital de trabajo superan los 30 mil dólares americanos.
- ✚ La pequeña industria: En esta clasificación la producción deja de ser artesanal puesto que el proceso productivo incorpora la utilización de las maquinarias y adicionalmente el número de obreros pueden alcanzar el número de 50.

- ✚ La mediana industria: Al igual que en la clasificación anterior la producción de maquinarias se incorpora al proceso productivo con la diferencia que el número de obreros se ubican en el rango de 50 hasta 99, mientras que su inversión en activos no supera los ciento veinte mil dólares americanos.
- ✚ Las grandes empresas: son aquellas que superan los ciento veinte mil dólares americanos en sus activos totales y adicionalmente cuentan con más de cien obreros o empleados, según su volumen de operaciones y el ámbito geográfico sobre el cual operan a su vez pueden ser consideradas también como de carácter local, nacional o transnacional.

1.2.4 Por su actividad económica

De acuerdo a la naturaleza económica o por su objeto social, las empresas se clasifican en:

Las empresas extractivas: Estas empresas constituyen el primer vínculo con el proceso productivo puesto que se dedican a extraer del medio ambiente la materia prima para la industria manufacturera como por ejemplo la producción pesquera, minera, agrícola, mineral, etc.

Las empresas industriales o fabriles: Este tipo de empresas se caracterizan por realizar proceso productivos en los cuales producen bienes a partir de la transformación de materias primas y materiales como por ejemplo la industria de plástico, el azúcar, derivados del petróleo, muebles de madera y metal, etc.

Las empresas comerciales: Dentro de esta clasificación encontraremos a todas las empresas que tienen como único fin la compra y venta de productos de uso final para la satisfacción de las necesidades de comunidad como por ejemplo las

farmacias, las tiendas de productos de primera necesidad, almacenes de electrodomésticos y artículos para el hogar.

Otra de las características por las cuales se clasifican las empresas es el volumen de sus operaciones o la relación comercial entre los productores y los consumidores, tal como las que se detallan a continuación:

Las empresas mayoristas: Este tipo de empresas se caracterizan por realizar transacciones comerciales de gran volumen y son las que proveen a las empresas minoristas para su distribución final.

Las empresas minoristas: También conocidas como intermediarias puesto que su función es precisamente intermediar entre las grandes empresas mayoristas productoras o importadoras y el mercado consumidor final.

Las empresas comisionistas: Este tipo de empresas tienen como fin vender productos o servicios de los cuales no son propietarias pero tienen un contrato de distribución que le da derecho a cobrar una comisión por cada venta que realicen como por ejemplo la venta por catálogos las empresas bróker de todo tipo de seguros, las empresas inmobiliarias o de bienes y raíces.

Las empresas de servicio: Este tipo de empresas se dedican exclusivamente a la prestación de todo tipo de servicios tales como servicios de transporte de carga y pasajeros por vía terrestre, aérea o marítima; servicios turísticos, financieros, servicios profesionales, servicios de limpieza, servicios públicos, etc.

1.2.5 Por su constitución patrimonial

De acuerdo a la estructura del patrimonio de las empresas, éstas se clasifican en:

- ✚ Empresas Públicas: Las empresas públicas se caracterizan por que su patrimonio está conformado por recursos del sector público de cualquier instancia o nivel de gobierno como por ejemplo Petroecuador, Hidroplayas, Tame, etc. Por lo general este tipo de empresas tienen como objeto social la prestación de bienes o servicios públicos y de interés social.

- ✚ Empresas Privadas: Estas empresas se caracterizan principalmente porque la conformación de su capital proviene de fuentes privadas, es decir sus propietarios, socios o accionistas ha depositado los recursos de sus patrimonios personales para la conformación de su capital, el objeto social de este tipo de empresas es el lucro personal.

- ✚ Finalmente hay que considerar los tipos de empresas de acuerdo a su personería jurídica, para este caso existen las empresas de propiedad de personas naturales y las empresas de personería jurídica las cuáles están reguladas por la ley de compañías que reconoce las siguientes clases de compañías:

- 1 Compañías anónimas
- 2 Compañías de responsabilidad limitadas
- 3 Compañías en comandita simple
- 4 Compañías en nombre colectivo
- 5 Compañías públicas

1.2.6 Ventajas de la creación de empresas

Crear una empresa representa una gran cantidad de oportunidades y opciones para el presente caso se detallan las siguientes:

- ✚ Consolidar la realización personal y profesional de cada emprendedor socio de la empresa que se crea.

- ✚ Mayores ingresos puesto que se dispone de una remuneración en virtud del margen de ventas.
- ✚ La satisfacción de contribuir con el desarrollo social y económico del sector al generar más ingresos y puestos de trabajo.
- ✚ Estabilidad y flexibilidad laboral puesto que como propietario se dispone del tiempo de acuerdo a las necesidades.

Los emprendedores por lo general gozan de características que los identifica y caracteriza en forma particular, de acuerdo al criterio de varios autores se ha desarrollado un consenso sobre dichas características particulares las mismas que se describen a continuación:

- a) Independencia y deseos de superación
- b) Confianza y seguridad de sí mismo
- c) Constancia y perseverancia
- d) Pensamiento crítico y objetivo.
- e) Visión futurista y moderna
- f) Iniciativa y curiosidad
- g) Responsabilizada y sacrificio
- h) Liderazgo

Un emprendedor es un ente generador de fuentes de trabajo y mayores ingresos personales y para la comunidad donde presta sus servicios, está siempre atento para identificar la oportunidad de negocio que se pueda aparecer en cualquier momento.

1.2.7 Enfoque de la Creación de la empresa

Al momento de crear una empresa o se debe tomar en cuenta el enfoque que se le va a dar al emprendimiento, por lo general hay que tomar en consideración el enfoque económico por tratarse de una inversión privada sobre el cual se espera un rendimiento financiero aceptable a la tasa de mercado, por otro lado hay

que tomar en cuenta el enfoque social puesto que toda inversión trae consigo el factor multiplicador del valor invertido, es decir por cada unidad monetaria además del rendimiento financiero se espera que traiga beneficios sociales como la generación de fuentes de trabajo, más impuestos para el Estado.

Otro de los enfoques que hay que tomar en cuenta al momento de crear una empresa está el que se refiere a la tecnología, toda nueva iniciativa empresarial no se puede privar de la utilización de los avances tecnológicos, actualmente se convierten en una necesidad la utilización de la informática, las redes, los sistemas y el internet.

1.2.8 Modelos de gestión administrativa para la creación de empresas.

El modelo de gestión diseñado para la creación de empresas contiene los siguientes puntos estratégicos:

- a) Identificación del mapa de procesos de la empresa.
- b) Diseño de los procedimientos del mapa de procesos.
- c) Diseño de indicadores de gestión para medir la productividad y calidad de los procesos.

Todo modelo de gestión inicia con la identificación de los procesos internos y externos debidamente relacionados entre si por medio de los diagramas de flujos, esta identificación se representa gráficamente en denominado mapa de procesos.

Existen tres tipos de proceso que cumplen una función determinada, en primer lugar se debe determinar los procesos gobernantes o estratégicos, posteriormente se identifican los procesos agregadores de valor y finalmente se detallan los procesos habilitantes o de apoyo.

En las empresas comerciales son fundamentales los procesos de compra y de venta puesto que constituyen la razón de ser de según su naturaleza, por su parte

los procesos de apoyo brindan todas las facilidades y demás servicios que ayudan a configurar la gestión comercial de la empresa.

1.2.9 Comercialización de implemento de pesca

El término comercialización está ligado estrechamente con el marketing, que es una herramienta de la administración que se fundamenta en el estudio de mercado para facilitar la comercialización de los productos.

El marketing se fundamenta en estudiar cada detalle relacionada con los proveedores de las mercaderías, los competidores, los precios, el área o zona de mercado, y los planes de comercialización, en resumen el marketing estudia el producto y el mercado para potenciar el volumen de ventas de un determinado producto.

Al momento de crear una empresa es importante determinar el correcto canal de comercialización que le garantice a los dueños de la empresa obtener una rentabilidad apropiada.

1.3 RESEÑA HISTÓRICA

Posorja, es una de las Parroquias Rurales del Cantón Guayaquil, a 120 Km pasando por el Cantón Playas, por su ubicación estratégica frente a la Isla Puná en Pleno Golfo de Guayaquil constituye una de las zonas de mayor porvenir para la industria pesquera y el sector comercial de la Provincia, tiene una población de 24.136 habitantes según lo estableció el último censo de población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y censo en el año 2010.

Por ser un puerto pesquero de gran calado ha sido considerada para grandes industrias atuneras como su sede de operaciones y procesamiento tales como La multinacional Negocios Industriales Real (NIRSA), la transnacional Sállica del

Ecuador y recientemente la Industria pesquera del conocido empresario Bruno Leones, lo cual ha llevado a calificar a la Parroquia Posorja como la Capital Atunera del País.

Por otra parte existe otra flota pesquera artesanal en la modalidad de captura de pomada y los conocidos chinchorreros que destinan gran parte de su producción a la pesca de consumo local y de materia prima para la industria del balanceado.

1.3.1 Actividades tradicionales

Por su calidad de puerto pesquero, la Parroquia Posorja, se caracteriza por su flota pesquera artesanal y de arrastre a los que se suma el proceso de comercialización de mariscos para el mercado local, regional y nacional y en otros casos para mercados internacionales.

Posorja no siempre fue lo que es hoy en materia de captura, producción y comercialización de los productos del mar, en sus inicios constituyó un lindo balneario al que acudían frecuentemente visitantes de Guayaquil y el Morro, precisamente a la actividad pesquera se le atribuye el alejamiento de los turistas por la contaminación que han causado las grandes empresas al eliminar sus desechos directamente al mar, sin embargo en el recinto Data de Posorja se conserva una hermosa y frecuentemente denominada Playas Varadero.

Frente a la Parroquia Posorja se encuentra la Isla Puná, otra de las Parroquias Rurales del Cantón Guayaquil, esta localidad se ha venido convirtiendo en un centro de turismo nacional e internacional debido a sus extensos manglares, abundante flora y fauna y hermosas playas y paisajes, todo esto tiene una estrecha relación con el puerto pesquero Posorja por ser uno de los puntos de acceso a la mencionada isla.

Como una de las actividades de gran tradición es la realización de la regata más

larga del mundo entre la ciudad de Guayaquil y el Puerto Pesquero Posorja evento que año a año se viene desarrollado en la Semana Santa.

1.3.2 Procedencia de la materia prima

Para lograr poder tener la materia prima, tendremos que buscar proveedores los cuales van a solventar la misma que vamos a necesitar en nuestra ferretería. Los proveedores son indispensables para toda creación de empresa ya que van a ser parte fundamental del desarrollo de esta.

Entre los proveedores de materiales y equipos de pesca están:

NAVSER S.A: Es una empresa que ha ido evolucionando como una empresa mayorista de implementos de pesca.

PROBRISA S.A: Es una empresa dedicada a la venta de productos marinos de la mejor calidad para la pesca artesanal e industrial.

CEPSA S.A: Empresa dedicada a la venta de aceites y aceites hidráulicos

1.3.3 Características Demográficas

La parroquia rural Posorja tiene como cabecera parroquial a la población de Posorja y forma parte del cantón de Guayaquil. Luego de haber pertenecido durante muchos años a El Morro, fue parroquializada el 12 de Abril de 1894, pero a partir del año 2002 esta fiesta la celebra el 27 de Junio ya que el Gral. Eloy Alfaro firmó el decreto de parroquialización en ese día de 1895. Con una población de 17.005 habitantes (según censo del 2001), es el centro poblado rural más importante del cantón, actualmente hay una población de 24136 habitantes

1.3.4 Organización Económica

En Posorja es común encontrar varias organizaciones agremiadas para lograr mejores condiciones de negociaciones de la producción del mar, entre las cuales se distinguen las siguientes:

- ✚ Asociación de Armadores Chinchorreros de Posorja
- ✚ Asociación de Armadores Pomaderos de Posorja
- ✚ Asociación de Comerciantes 26 de junio
- ✚ Asociación de pescadores “POSORJA”
- ✚ Asociación de pescadores “LOBO MARINO”
- ✚ Asociación de pescadores “GUERREROS DEL MAR”
- ✚ Asociación de armadores “1ero DE MAYO”

Por otra parte existen varias compañías en la modalidad de responsabilidad limitada y sociedad anónima dedicada a la producción y comercialización de productos del mar.

1.3.5 Relación de género en las actividades productivas (P.E.A)

La población económicamente activa de la Parroquia Rural Posorja esta equitativamente distribuida entre la actividad manufacturera con el 24.45 %, la actividad de la pesca con el 21.46 % el 26.63 % en el comercio por mayor y menor y 27.46 en otras actividades, lo cual determina el alto grado de trascendencia que la pesca y sus derivados representan para la económica del sector.

Como tradicional Puerto Pesquero, en la Parroquia Posorja la mayor parte de actividades productivas giran en torno a la pesca industrial y artesanal tanto del pescado como del camarón silvestre y en cautiverio, la actividad ha venido generando plazas de trabajo a nivel local, nacional e internacional durante muchos años y de acuerdo a las expectativas futuras generara muchas más a

partir de la construcción del Puerto de Aguas profundas anunciado por el Gobierno Central para el año 2015.

Adicionalmente es preciso señalar que existen otras actividades que se relacionan indirectamente con la actividad principal de la pesca como por ejemplo los servicios profesionales de diferentes ramas que representan un apoyo y complemento a la pesca como por ejemplo los médicos, contadores, abogados, ingenieros eléctricos, economistas, psicólogos, sociólogos, etc., todos ellos relacionados de una u otra manera con la pesca.

También se debe señalar otras ramas no profesionales que también se relacionan con la actividad como lo son los servicios de alimentación, comercio por menor, artesanos, carpinteros navales, soldadores, pintores, mecánicos, etc que también se encuentran directamente relacionados con la actividad pesquera del Puerto Posorja.

1.3.6 Desarrollo del área de estudio

El área de estudio del presente proyecto tienen un alto potencial productivo y grandes expectativas, un gran porcentaje de la producción de pesca se destina al abastecimiento del mercado local, regional y nacional, mientras que otro porcentaje importantes es destinado a la producción para exportación especialmente del atún y sus derivados

1.3.7 Formas de organización colectiva

La actividad pesquera de la Parroquia Rural Posorja ha dado paso a la conformación de varias agrupaciones y asociaciones gremiales que se han constituidos con fines de mejorar las condiciones productivas y las negociaciones de la producción generada, especialmente por los sectores más vulnerables del círculo productivo de la pesca, entre las cuales se destacan las siguientes:

- ✚ Asociación de Armadores Chinchorreros de Posorja
- ✚ Asociación de Armadores Pomaderos de Posorja
- ✚ Cooperativas de Comerciantes 26 de Junio
- ✚ Asociación de Procesadores de Pomada

1.3.8 Factores Productivos

Por su calidad de puerto pesquero el factor productivo de la localidad que acoge a la presente iniciativa empresarial es la pesca industrial y artesanal, a partir del mencionado factor productivo surgen muchos insumos, bienes y servicios complementarios de los recursos marítimos.

A pesar de que por muchos años los recursos marítimos se han venido explotando de una forma indiscriminada lo cual ha provocado que su agotamiento se halla acentuado y afectado al sector productivo sin embargo existen múltiples recursos marinos por explotar en esta caso de una forma responsable y controlada por las autoridades correspondientes.

1.3.9 Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad determina factores preponderantes para tomar la decisión de invertir en un determinado proyecto de inversión, sus resultados le darán o no la certeza al inversionista de que su dinero retornará en el menor tiempo posible y con el mejor rendimiento financiero.

En primer lugar determinará el grado de dificultad con el que se conseguirán las materias primas y mercaderías que abastecerán los inventarios de la ferretería. Adicionalmente se determinará el grado de dificultad con el cual se venderán las mercaderías disponibles para la venta.

Finalmente se determinará el tiempo de recuperación de la inversión y la tasa de rentabilidad de la inversión

1.3.9.1 Elementos de un estudio de factibilidad financiera

El estudio de factibilidad contiene los siguientes elementos:

1.3.9.2 Etapas del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene las siguientes fases durante su desarrollo.

1.3.9.3 Estudio legal

El estudio legal es de mucha importancia para la constitución de una empresa o para el inicio de un proyecto de inversión, ya que es importante despejar todas las inquietudes o los posibles inconvenientes de orden legal que se puedan presentar, dentro del aspecto legal se deben analizar los siguientes aspectos:

- ✚ Base legal para constituir una compañía
- ✚ Diferentes permisos, licencias y autorizaciones para ejercer la actividad productiva propuesta.
- ✚ Fundamentación legal relacionada con las relaciones laborales de los empleados, las obligaciones tributarias y la responsabilidad con la seguridad social.

1.3.9.4 Análisis de mercado

El estudio de mercado es uno de los aspectos de mayor importancia en el proceso de formulación de los proyectos de inversión, este análisis permitirá obtener información sobre la demanda, la oferta y los precios a los cuales se deberán comercializar las mercaderías.

El estudio de mercado determinará cuál será la demanda efectiva que el proyecto tendrá, cuales son los productos que mayor rotación tendrá y sobre todo cuales son los precios de mercado para la comercialización de las mercaderías.

1.3.9.5 Mercado

El mercado o zona de comercialización es el área sobre la cual se comercializará las mercaderías, para el presente caso el área de mercado lo constituye el domicilio de la empresa y la zona de influencia sobre la cual los clientes se desarrollan.

1.3.9.6 Análisis Técnico

El estudio técnico de un proyecto de inversión está relacionado con la descripción de varios factores inmersos en cada uno de los procesos y subprocesos antes y durante la ejecución del proyecto.

Este análisis tiene relación con la descripción del estudio financiero que le da el soporte económico al proyecto, por otra parte también se relacionan con varias fases del proceso productivo, de cualquier manera en el lugar que se apliquen los estudios técnicos todos buscan en su conjunto determinar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la inversión propuesta.

1.3.9.7 Estudio Administrativo

El estudio administrativo de un proyecto de inversión se refiere a la estructura organizativa, el proceso de planificación estratégica, el modelo de gestión administrativa y el marco legal.

- ✚ El organigrama es una tradicional herramienta de dirección y control de la administración que mediante un esquema gráfico señala las relaciones de mando y gestión de cada uno de las secciones de la empresa.
- ✚ El proceso de planificación estratégica es el punto de partida de todo tipo de empresas públicas y privadas que desean proyectarse firmemente a nuevos horizontes empresariales.
- ✚ El modelo de gestión administrativa representa el manual de proceso y subprocesos de una organización a través del cual describen

- ✚ documentadamente cada una de las actividades empresariales con sus respectivos organigramas e indicadores de gestión.
- ✚ Finalmente el marco legal constituye la referencia sobre la cual se debe señor la empresa para que cada una de sus acciones estén enmarcadas en la ley y evitar futuros problemas de índole legal.

1.3.9.8 Análisis financiero

El análisis financiero constituye otro de los factores de suma importancia y gran trascendencia en el proceso de formulación de los proyectos de inversión puesto que de este análisis depende la decisión de realizar la inversión.

El análisis financiero parte de establecer indicadores de los estados financieros que determinan entre otros aspectos el índice de solvencia, el índice de endeudamiento, la determinación del capital de trabajo, la determinación de los costos de producción, la tasa interna de retorno de la inversión y la valoración actual de los flujos futuros para comparar con el monto de inversión inicial del proyecto.

1.3.9.8.1 El valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es una técnica del análisis financiero que tiene el objetivo de transformar una serie de flujos futuros a un valor actual para ser comparadas con el monto de la inversión inicial a fin de determinar la conveniencia de realizar la inversión.

1.3.9.8.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno representa otra de las técnicas del análisis financiero para determinar el nivel de rentabilidad que tendrá la inversión, consiste en determinar la tasa de retorno de la inversión para ser compararla con la tasa activa referencial para decidir si la inversión se debe realizar.

1.3.9.8.3 Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de una inversión es otra de las herramientas de evaluación económica y consiste en determinar en cuantos años los inversionistas van a recuperar la inversión inicial del proyecto.

Los métodos son:

- ✚ Recuperación de la inversión
- ✚ Flujo de saldos de caja
- ✚ Tasa de rendimiento financiero

1.3.9.8.4 Capital de trabajo

El capital resulta de la determinación de las disponibilidades luego que el activo circulante ha cubierto el pasivo corriente, por lo que constituye el saldo de la que empresa dispone para cubrir sus operaciones comerciales.

1.3.9.8.5 Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad constituye el análisis que resulta de comparar el valor actual neto del flujo de ingresos futuros comparados con la inversión inicial.

1.3.9.8.6 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad tiene la finalidad de determinar la variación de la tasa de retorno y del valor actual neto tomando en consideración escenarios optimistas y pesimistas de un determinado proyecto.

Este análisis nos permitirá estar preparado en el caso de que exista disminución de la demanda efectiva del producto.

1.3.9.8.7 Análisis del impacto ambiental

En los actuales momentos mucho más que antes el impacto ambiental que todo proyecto ejerce sobre el medio ambiente es un factor preponderante para la ejecución de un determinado proyecto de inversión o de servicios social.

Por tal motivo la evaluación del impacto ambiental constituye un factor de mucho cuidado al momento de formular un proyecto, se debe tener en cuenta que la iniciativa contenga el menor grado de impacto ambiental para que se pueda considerarse como aceptable para su realización.

1.4 FUNDAMENTO LEGAL

1.4.1 Plan de Ordenamiento Territorial

El de Desarrollo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Posorja contempla en su sistema económico sociales estrategias comunitarias tendientes a impulsar el desarrollo de la actividad empresarial, entre las cuales se detallan las siguientes:

- ✚ Impulso a los proyectos que contribuyan al impulso y desarrollo del sector productivo de la Parroquia Posorja.
- ✚ Gestionar ante el Gobierno Central, Provincial y Cantonal la construcción de obras de infraestructura productivas como puentes, puertos, calles y autopistas que den mayor potencial productivo de la localidad.
- ✚ Ejecutar planes de capacitación y fomento al desarrollo productivo local y emprendimientos de los microempresarios de la localidad.

1. 4.2 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución Política del Ecuador promulgada en el 2008 en Montecristi determina permanentemente el derecho al Buen Vivir y por lo tanto a todo aquello que se encuadre en la consecución por canales normales del objetivo máximo señalado en la carta magna.

Así tenemos en el artículo 325 y 333 en los cuales se consagra el derecho de todos los ecuatorianos y las ecuatorianas al trabajado honrado y remunerado ya sean en relación de dependencia como en la modalidad de trabajador autónomo o empresarial independiente.

1.4.3 Plan Nacional del buen vivir – vigencia año 2009 al 2013

Los principios y políticas derivada del sistema nacional de Planificación los mismo que están debidamente estipulados en el Plan Nacional del Buen vivir para el periodo del 2009 hasta el 2013 que tienen estrecha relación con el incentivo al desarrollo productivo, empresarial y la consecución del Buen Vivir son los que a continuación se detallan:

Fomentar el desarrollo productivo y empresarial privado que contribuya al aparato productivo nacional tomando siempre en cuenta la responsabilidad social, el respeto al medio ambiente, la contribución a la seguridad social y la equidad distributiva

Tomando como referencia lo establecido en el objetivo No 6 del Plan Nacional del Buen Vivir se especifican las siguientes políticas de fomento productivos:

- ✚ Velar por el cumplimiento de los derechos laborales, general puestos de trabajos con remuneración apropiada y condiciones dignas de trabajo.
- ✚ Reconocer todas las forma de trabajo en diferentes escenarios dando el apoyo necesario de las autoridades seccionales y del gobierno Central.
- ✚ Fomentar la cooperación y asociatividad para el impulso de las iniciativas productivas independientes.

Con estas y otras políticas nacionales buscan el derecho al trabajo y salarios digno con responsabilidad social y el cumplimiento a las leyes, buscando la integración, la cooperación y la democratización del capital.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN E INSTRUMENTOS

El presente trabajo investigativo busca fomentar el desarrollo empresarial de la Parroquia Posorja y su área de influencia en la modalidad de la comercialización de los productos que constituyen en abastecimiento logístico para ese importante sector de la economía nacional como es la pesca industrial y artesanal.

Para el diseño del presente proyecto, se utilizó varias metodologías de acuerdo con el capítulo desarrollado, de tal manera que el primer y segundo capítulo relacionadas con el problema y el marco teórico se aplicó el método analítico, para el tercer capítulo el método deductivo y para la propuesta ubicada en el cuarto capítulo se aplicó la metodología inductiva y el método explicativo.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El modo como se han de analizar los datos obtenidos y toda la información registrada en la bibliografía, para el presente caso se aplicará la modalidad cualitativa y cuantitativa.

Tipo Cualitativo: nos lleva a cuantificar las características y del problema de investigación lo cual nos servirá de gran ayuda al emitir una determinada recomendación.

El método cualitativo nos permitirá realizar un juicio subjetivo del problema planteado, nos permitirá tener una apreciación general del hecho analizado.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación se determinan de acuerdo a varios aspectos, entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

Por el propósito la investigación, esta puede ser aplicada cuando su fin es cambiar la realidad del hecho investigado, investigación de campo cuando se realiza en el lugar mismo de los hechos en estos casos existe un contacto cercano con el hecho investigado

Por el nivel de la investigación esta puede ser descriptiva cuando tienen como fin describir la realidad presente sobre el fenómeno analizado por la dimensión la investigación puede ser transversal.

Investigación Transversal cuando los hechos a ser observados o investigados se limitan a una determinada época o tiempo determinado

2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Método Deductivo

El método deductivo también conocido como el de razonamiento lógico se fundamenta en la actividad cerebral de analizar, sintetiza y deducir a partir de una serie de hechos, documentos y circunstancias sucedidas que nos llevan a la determinación de conceptos conclusiones o recomendaciones del hecho analizado.

Método Inductivo

Por su parte el método inductivo parte del análisis de los hechos particulares para llegar al concepto general del fenómeno investigado, es un método utilizado en los

procesos de análisis de información de campo por lo cual se incorpora el estudio de proyecto propuesto.

Método Analítico

El Método de investigación analítico considera y descripción pormenorizada de cada uno de los detalles del fenómeno investigado pasando de lo particular hasta llegar a lo general, relacionando constantemente la conexión que pueda existir entre todos los hecho que se estén verificando.

Específica que: En este método se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, la física, la química, la biología utilizan este método a partir de la experimentación y el análisis de un gran número de casos, se establecen leyes universales. (MOGUEL)

2.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

La Encuesta

La encuesta es otra de las técnicas y herramientas de mayor utilización en los procesos de investigación, es una forma de obtener la información requerida de primera mano directamente desde el lugar de los hechos, se debe disponer de un cuestionario debidamente elaborado que no incluya preguntas acuciosas o que se presten a la confusión

Observación Directa

La técnica de la observación directa es un instrumento de recolección de información que está presente en todo proceso de investigación científica, todo

investigador con solo su presencia en el lugar de los hechos está aplicando la observación directa a lo que se debe añadir una ficha que registre lo observado

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El cuestionario de la encuesta

Previamente a ejecutar una encuesta se debe plantear un cuestionario con las interrogantes que se desea despejar por parte de la muestra a la que se le aplicará la encuesta, es importante que esas preguntas sean objetivas, claras, orientadas únicamente a obtener la información que será de utilidad para la comprobación de la hipótesis planteada.

El cuestionario que se diseñe necesariamente deberá ser validado por una persona perita en el tema de tal manera que se evite la pérdida de tiempo y recursos al plantear interrogantes que poco o nada tienen que ver con el objeto de la investigación

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población objeto del presente estudio la constituyen todos los elementos relacionados directamente con la actividad pesquera.

Existe una población de 15.206 habitantes se relacionan directamente con el sector pesquero, los mismos que se detallan en la siguiente tabla.

CUADRO 3 Población

PARROQUIA	TOTAL POBLACION DEL SECTOR PESQUERO
POSORJA	
Asociación de pescadores "POSORJA"	45
Asociación de pescadores "LOBO MARINO"	47
Asociación de pescadores "GUERREROS DEL MAR"	58
Asociación de pescadores "1ero de Mayo"	172
pescadores no asociados	14.884
	15.206

Fuente: Población

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

El Muestreo

Cuando la cantidad de elementos que conforman el universo o población del hecho que se pretende analizar no resulta práctico ni eficiente aplicar alguna técnica de investigación a la totalidad de la población, para éstos casos que son muy comunes en la investigación se requiere una de las herramientas de la estadística que es la determinación de muestra representativa, esta técnica consiste en calcular que cantidad de elementos constituyen una muestra importante para obtener un diagnóstico igual como que si se hubiere consultado a la totalidad del Universo objeto de la investigación.

Define la muestra como un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. Por otra parte, en ocasiones, el muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación. (SAMPIERI)

CUADRO 4 Muestra

PARROQUIA POSORJA	MUESTRA
Asociación de pescadores "POSORJA"	11
Asociación de pescadores "LOBO MARINO"	11
Asociación de pescadores "GUERREROS DEL MAR"	24
Asociación de pescadores "1ero de Mayo"	54
pescadores no asociados	290
	390

Fuente: Muestra

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

La fórmula de la muestra es la siguiente:

En donde:

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$
$$n = \frac{15206}{(0,05)^2(15206 - 1) + 1}$$

$n = 390$

Nuestra muestra sería de 390 habitantes a encuestar.

2.8 PROCEDIMIENTOS

En el proceso de obtención de la información necesaria para el análisis de la información, procesamiento y la emisión de las respectivas conclusiones y recomendaciones se realizó tomando en cuenta las siguientes actividades:

Determinar claramente cuál es el problema objeto de la investigación lo cual nos permitirá orientar la obtención de la información de manera adecuada con lo cual se ahorra tiempo y recursos escasos.

- ✚ Realizar una recopilación minuciosa de toda la biografía que haga referencia con el tema o problema investigado de tal manera que se disponga de la información referencial necesaria.
- ✚ Siempre será importante determinar correctamente el tema de la investigación el cual debe ser claro, preciso, concreto, real, de interés nacional
- ✚ Determinar el marco teórico apropiado con temas estrechamente relacionado con el objeto del problema y con todas las variables del problema todo lo cual le dará mayor solemnidad al trabajo investigativo.

Adicionalmente se hace mención a las técnicas de la investigación son los medios utilizados para la recolección de la información, por lo general las más utilizadas son las siguientes:

- ✚ La aplicación de la encuesta mediante un cuestionario con el cual se desea obtener la información que sustente la hipótesis de la investigación
- ✚ La encuesta nos permitirá conocer las características particulares del problema analizado y el criterio respecto al tema de parte de la muestra encuestada.
- ✚ Existen riesgos en cuanto a la veracidad y objetividad de la información recuadrada por tal motivo es importante aplicar validación de la información recaudada.

CAPÍTULO III

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

¿USA USTED LOS SERVICIOS DE FERRETERÍA MARINA EN OTROS LUGARES?

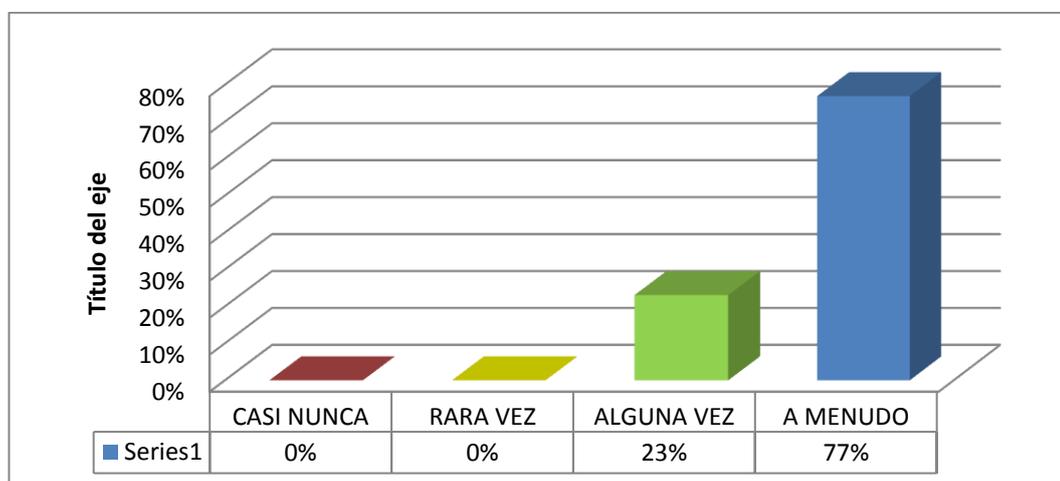
TABLA 1 Servicio de Ferretería marina.

ÍTEM	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	90	23%
	A MENUDO	300	77%
Total		390	100%

Fuente: Servicio de ferretería marina

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 1 Servicio de ferretería marina



Fuente: Servicio de ferretería marina

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: El mayor porcentaje de las personas encuestadas manifestaron que a menudo usan los servicios de ferreterías marinas en otros lugares, y una minoría manifestaron que algunas veces usan el servicio de ferretería marina en otros lugares debido a que hay escases de este servicio.

¿PRODUCTOS FERRETEROS USTED UTILIZA?

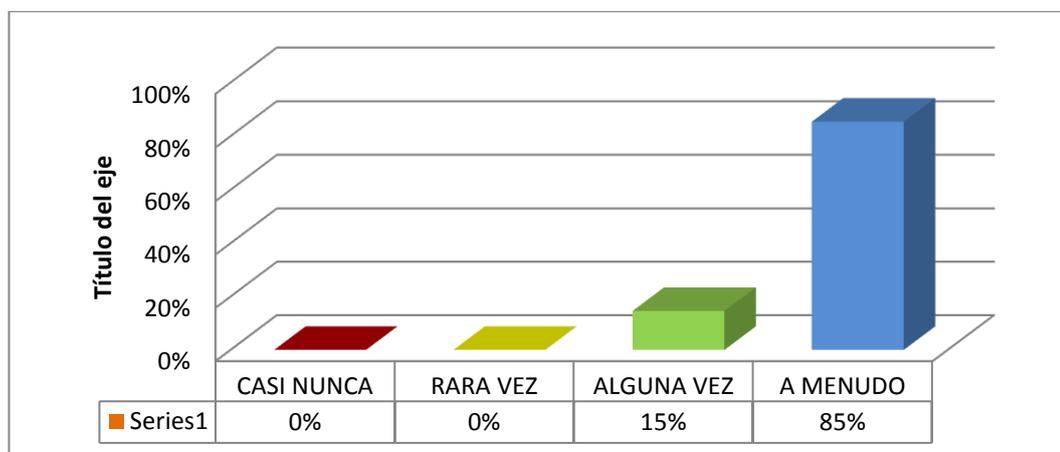
TABLA 2 Utilización de productos ferreteros

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	57	15%
	A MENUDO	333	85%
Total		390	100%

Fuente: Utilización de productos ferreteros.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 2 Utilización de productos ferreteros.



Fuente: Utilización de productos ferreteros.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Los datos estadísticos de las personas encuestadas del sector pesquero manifestaron que si utilizan productos ferreteros marinos debido que es algo muy indispensable para sus labores cotidianas además nos dicen que utilizan algunas veces productos ferreteros por motivo que muy pocas veces hacen mantenimiento a cada una de sus embarcaciones.

¿ESTARÍA DISPUESTO USTED A PARTICIPAR COMO NUESTROS FUTUROS CLIENTES DE LA FERRETERIA MARINA "IMPROPESCA"?

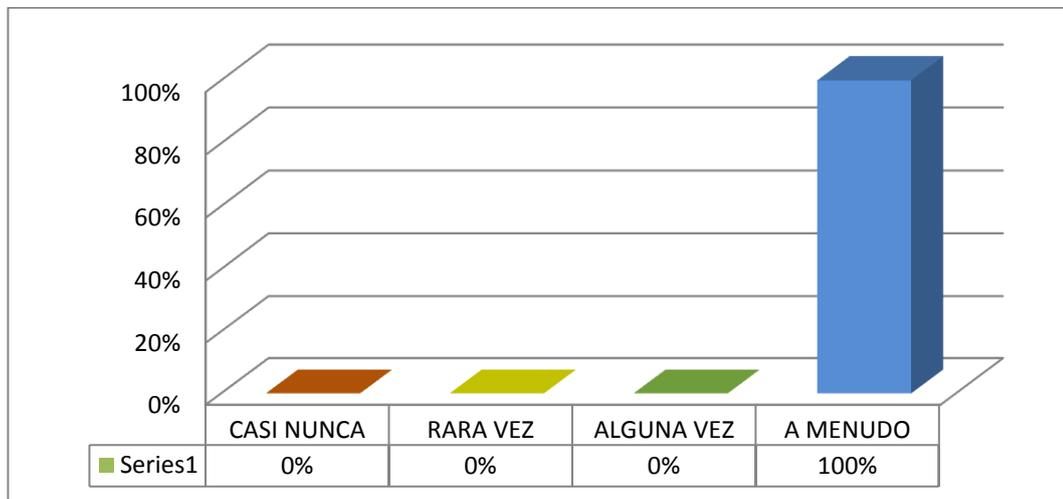
TABLA 3 Participación de futuros clientes.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	CASI NUNCA	0	0
	RARA VEZ	0	0
	ALGUNA VEZ	0	0
	A MENUDO	390	100%
Total		390	100%

Fuente: Participación de futuros clientes.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 3 Participación de futuros clientes.



Fuente: Participación de futuros clientes.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Los resultados estadísticos de la población encuestada manifestaron que estarían dispuestos a participar como nuestros futuros clientes de la ferretería marina, teniendo a disposición todas sus herramientas necesarias para realizar su trabajo y sin necesidad de trasladarse a otro lugar para adquirirlas.

¿HA RECIBIDO ASESORÍA PERSONAL EN LA COMPRA DE ALGUN PRODUCTO FERRETERO MARINO?

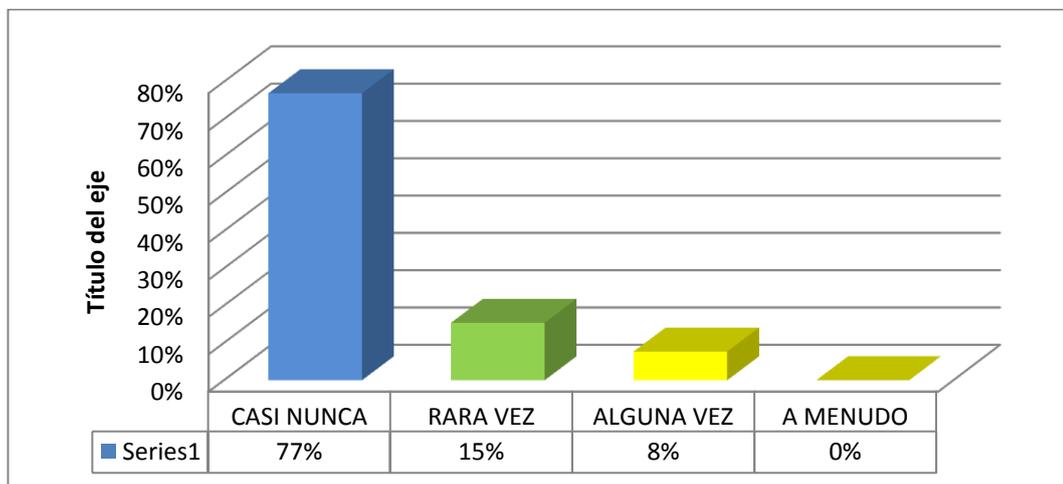
TABLA 4 Asesoría a la compra de un producto marino.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	CASI NUNCA	300	77%
	RARA VEZ	60	15%
	ALGUNA VEZ	30	8%
	A MENUDO	0	0
Total		390	100%

Fuente: Asesoría a la compra de un producto marino

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 4 Asesoría a la compra de un producto marino.



Fuente: Asesoría a la compra de un producto marino

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: La siguiente pregunta indica que casi nunca al adquirir algún producto marino en un establecimiento no reciben ningún tipo de asesoramiento personal del producto, y ese va a hacer un valor agregado para la Ferretería Marina.

¿SE FIJA EN LA MARCA AL ADQUIRIR UN PRODUCTO FERRETERO MARINO?

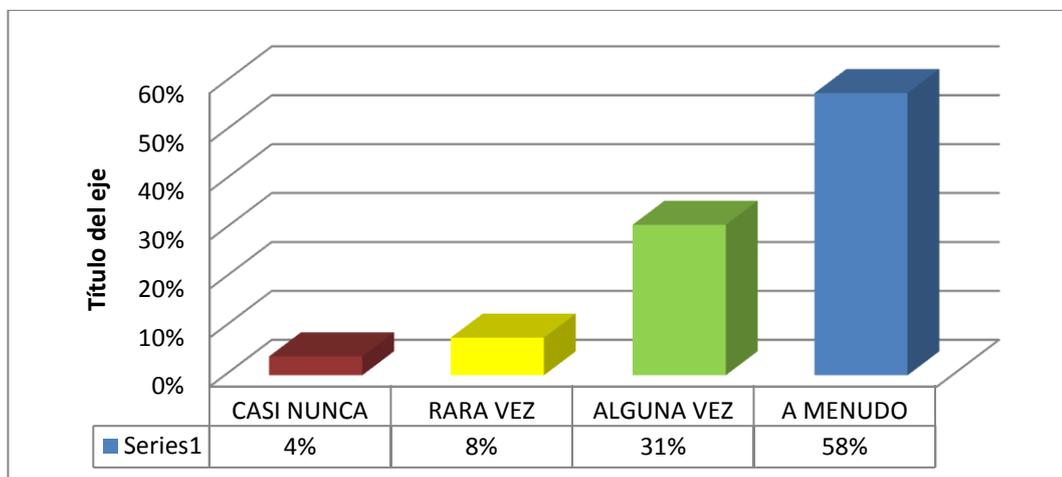
TABLA 5 Fijación de la marca del producto.

ÍTEMES	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	CASI NUNCA	15	4%
	RARA VEZ	30	8%
	ALGUNA VEZ	120	31%
	A MENUDO	225	58%
Total		390	100%

Fuente: Fijación de la marca del producto.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 5 Fijación de la marca del producto.



Fuente: Fijación de la marca del producto.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Los datos estadísticos de los encuestados nos manifiestan que se fijan en la marca del producto adquirido en ese momento.

¿SE FIJA EN EL COSTO AL ADQUIRIR UN PRODUCTO FERRETERO MARINO?

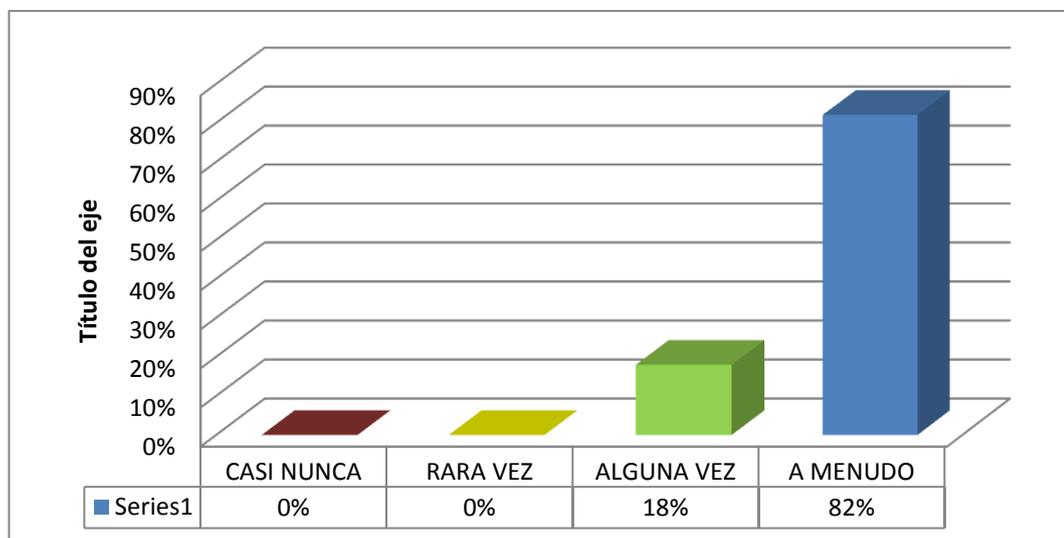
TABLA 6 Fijación del costo del producto.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	CASI NUNCA	0	0
	RARA VEZ	0	0
	ALGUNA VEZ	70	18%
	A MENUDO	320	82%
Total		390	100%

Fuente: fijación del costo del producto.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 6 Fijación del costo del producto.



Fuente: fijación del costo del producto.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Al momento de adquirir algún producto marino en un establecimiento en los resultados de las encuestas nos refleja que si se fijan en el costo del producto adquirido en ese momento.

¿CADA QUE TIEMPO LE DA MANTENIMIENTO A SU EMBARCACION?

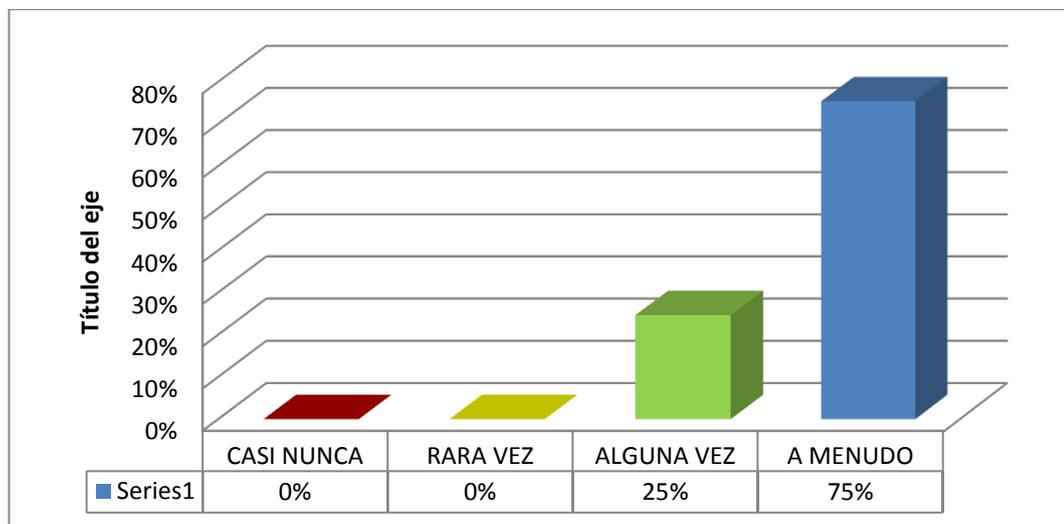
TABLA 7 Mantenimiento a su embarcación.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	CASI NUNCA	0	0
	RARA VEZ	0	0
	ALGUNA VEZ	96	25%
	A MENUDO	294	75%
Total		300	100%

Fuente: Mantenimiento a su embarcación.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 7 Mantenimiento a su embarcación



Fuente: Mantenimiento a su embarcación.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: En esta pregunta se refleja con los resultados estadísticos que a menudo le dan mantenimiento a sus embarcaciones.

¿VIAJA USTED A ADQUIRIR IMPLEMENTOS DE PESCA A OTRAS PARTES?

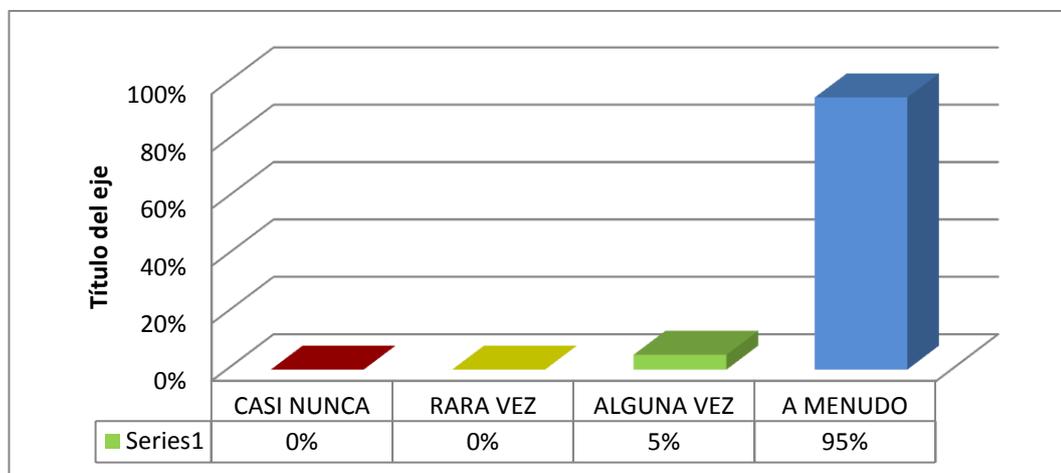
TABLA 8 Adquirir implementos de pesca en otros lugares.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	20	5%
	A MENUDO	370	95%
Total		390	100%

Fuente: Adquirir implementos de pesca en otros lugares.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 8 Adquirir implementos de pesca en otros lugares



Fuente: Adquirir implementos de pesca en otros lugares.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Los resultados estadísticos de las personas encuestadas nos indica que si viaja a otras partes a adquirir el producto.

¿SE FIJA SI EL PRODUCTO ADQUIRIDO TIENE GARANTÍA?

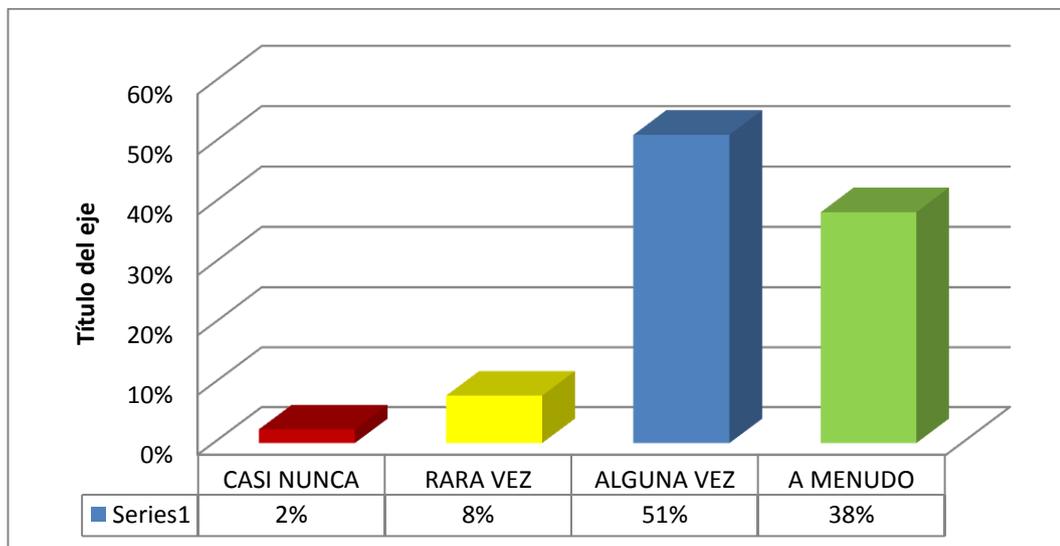
TABLA 9 Fijación del producto si tiene garantía

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	CASI NUNCA	9	2%
	RARA VEZ	31	8%
	ALGUNA VEZ	200	51%
	A MENUDO	150	38%
Total		390	100%

Fuente: Fijación del producto si tiene garantía.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 9 Fijación del producto si tiene garantía.



Fuente: Fijación del producto si tiene garantía.

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Una gran proporción nos manifiestan que algunas veces se fijan que si el producto adquirido tiene garantía.

¿LOS PRODUCTOS QUE USTED NECESITA LOS OBTIENE FACILMENTE EN LA PARROQUIA POSORJA?

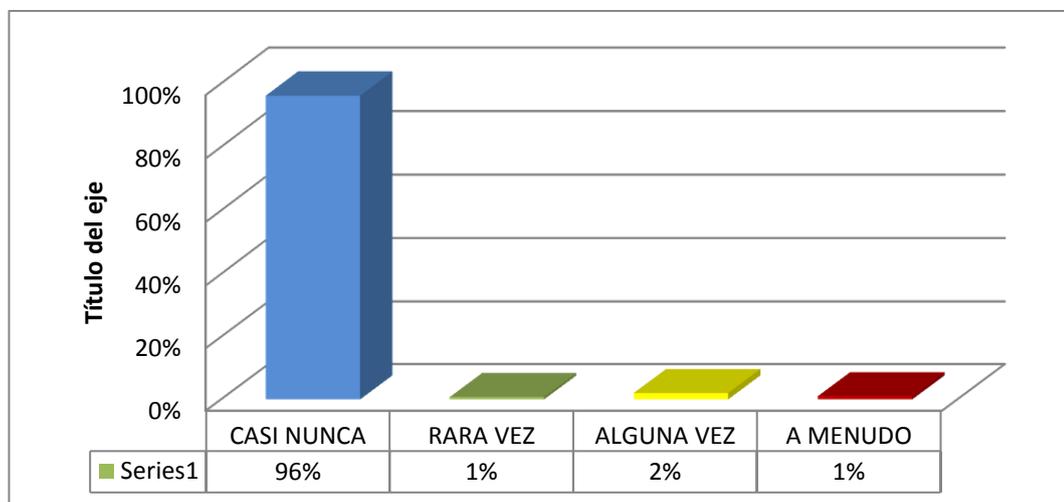
TABLA 10 Producto que hay en la localidad.

ÍTEMES	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	CASI NUNCA	375	96%
	RARA VEZ	3	1%
	ALGUNA VEZ	8	2%
	A MENUDO	4	1%
Total		390	100%

Fuente: Producto que hay en la localidad

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 10 Productos que hay en la localidad



Fuente: Producto que hay en la localidad

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: De las personas encuestadas la mayoría nos manifestaron que casi nunca consiguen los productos marinos en la parroquia.

¿SE FIJA USTED EN EL ORIGEN DEL PRODUCTO FERRETERO MARINO?

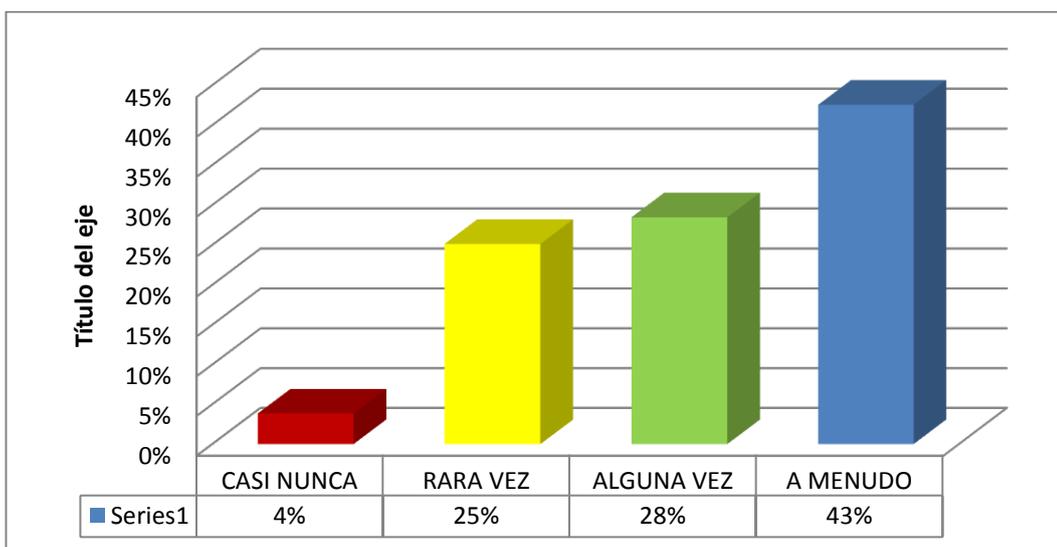
TABLA 11 Fijación del origen del producto.

ÍTEMES	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	CASI NUNCA	15	4%
	RARA VEZ	98	25%
	ALGUNA VEZ	111	28%
	A MENUDO	166	43%
Total		390	100%

Fuente: Fijación del origen del producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 11 Fijación del origen del producto.



Fuente: Fijación del origen del producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: Al momento de adquirir algún producto marino en un establecimiento un mayor porcentaje de los encuestados nos manifiestan que a menudo se fijan del origen del producto adquirido en ese momento.

¿LES GUSTARIA QUE LA ENTREGA DE CIERTOS PRODUCTOS FERRETEROS MARINOS SEA A DOMICILIO?

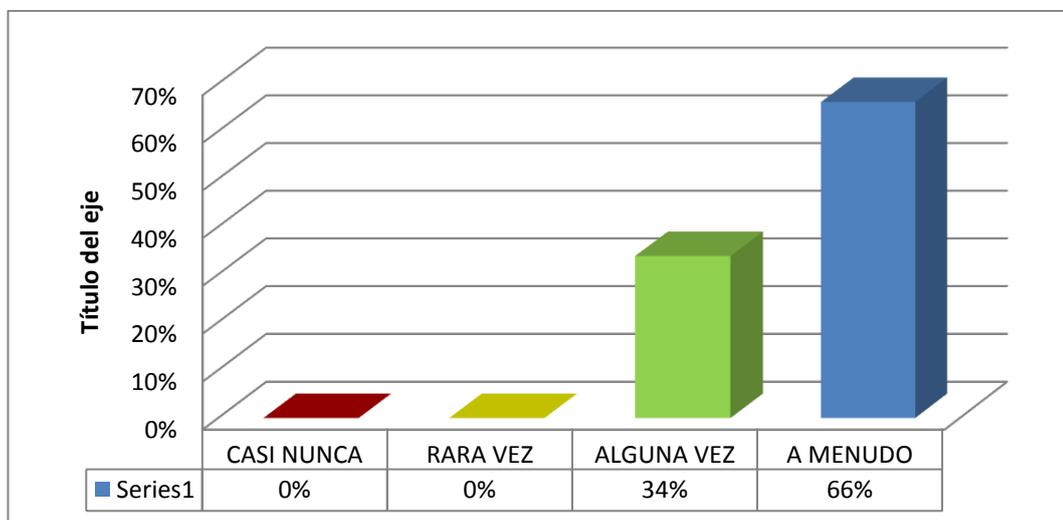
TABLA 12 Entrega a domicilio del producto.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	132	34%
	A MENUDO	258	66%
Total		390	100%

Fuente: Entrega a domicilio del producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 12 Entrega a domicilio del producto



Fuente: Entrega a domicilio del producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: De las personas encuestadas un alto porcentaje nos manifestaron que les gustaría que la entrega de ciertos productos sea a domicilio.

¿LE GUSTARIA REALIZAR SUS COMPRAS DE PRODUCTOS FERRETEROS MARINOS CON TARJETAS DE CREDITOS O CHEQUES?

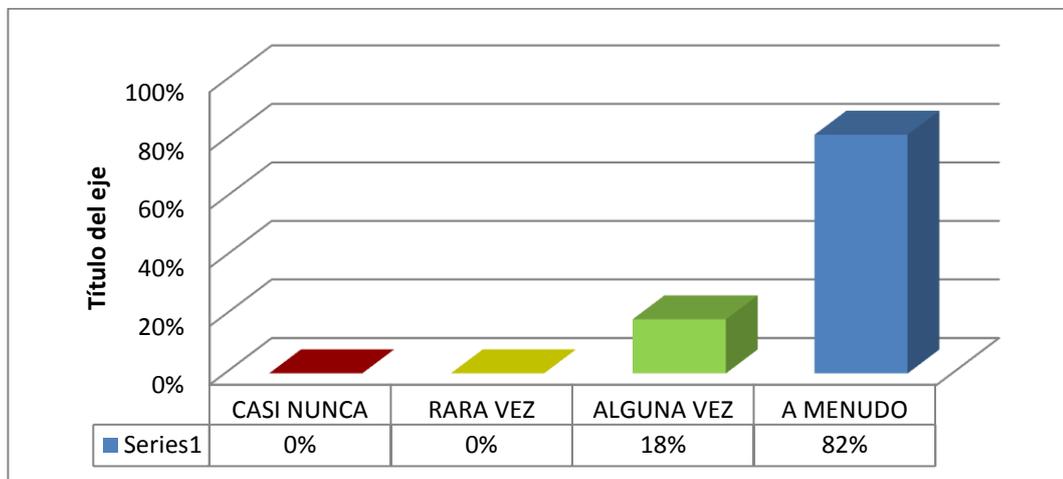
TABLA 13 Formas de pago al comprar.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	72	18%
	A MENUDO	318	82%
Total		390	100%

Fuente: Forma de pago del producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 13 Formas de pago del producto



Fuente: Forma de pago del producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: De las personas encuestadas una gran proporción manifestaron que a menudo les gustaría realizar compras de productos marinos con tarjetas de crédito o cheques.

¿PARA USTED ES MUY IMPORTANTE QUE LA FERRETERIA MARINA "IMPROPESCA" SE ENCUENTRE CERCA DEL SECTOR PESQUERO?

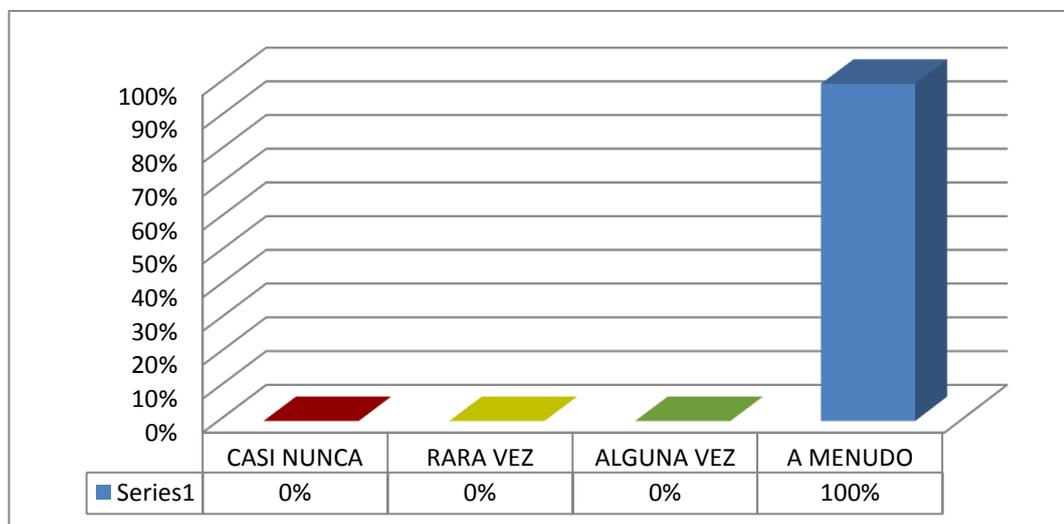
TABLA 14 Ubicación de la Ferretería.

ÍTEMS	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	0	0%
	A MENUDO	390	100%
Total		390	100%

Fuente: Ubicación de la ferretería

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 14 Ubicación de la ferretería.



Fuente: Ubicación de la ferretería

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: La mayoría de las personas encuestadas manifestaron que es muy importante que la ferretería se encuentre cerca del sector pesquero.

¿LES GUSTARÍA REALIZAR SUS COMPRAS DE ALGÚN PRODUCTO FERRETERO Y RECIBIR UN SERVICIO ADICIONAL DE MANTEMINIENTO DE SU MARCA DE ORIGEN?

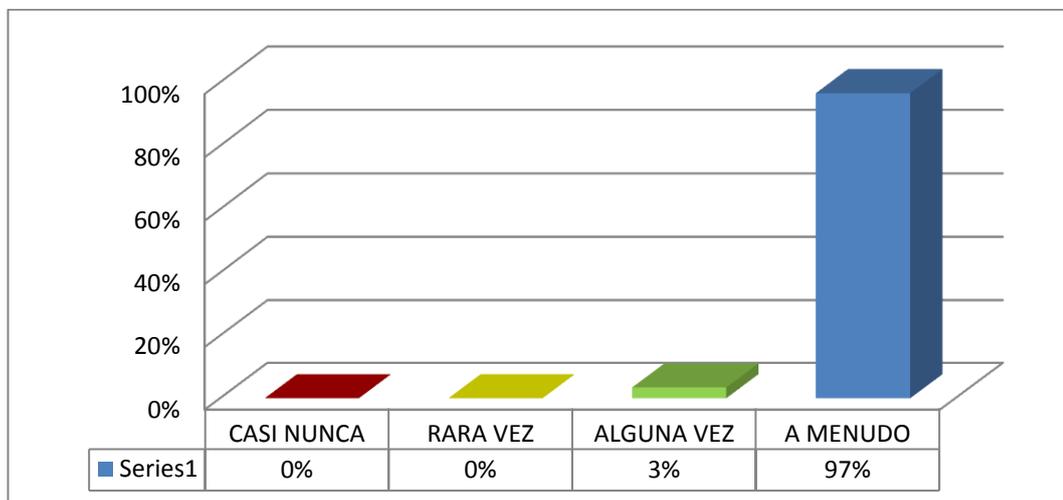
TABLA 15 Servicio adicional al adquirir un producto.

ITM'S	CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	CASI NUNCA	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	ALGUNA VEZ	10	3%
	A MENUDO	380	97%
Total		390	100%

Fuente: Servicio adicional al adquirir un producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

GRÁFICO 15 Servicio adicional al adquirir un producto.



Fuente: Servicio adicional al adquirir un producto

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Análisis: De las personas encuestadas los resultados estadísticos nos demuestran que a menudo les gustaría el servicio adicional como lo es el de mantenimiento del producto de la marca de origen

Resultados estadísticos de la oferta.

A manera de resumen los resultados estadísticos de la oferta determinan la imperiosa necesidad que tiene la localidad de que exista un establecimiento especializado en la comercialización de artículos ferreteros marino para abastecer a la demanda de la flota pesquera artesanal, industrial y atunera que tienen como punto de operaciones el Puerto de Posorja.

Existe una deficiente oferta de productos ferreteros marinos, no se dispone de un establecimiento especialmente destinado a es gama de productos

CUADRO 5 Oferta

FERRETERIAS EN LA PARROQUIA POSORJA	
FERRETERIAS	PRODUCTOS QUE VENDEN
FERRETERIA FABRIMAR	PINTURAS
FERRETERIA SOLIS	GRILLETES
FERRETERIA "EVELYN"	DILUYENTE

Fuente: Oferta

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Resultado estadístico de la demanda.

Tal como se señaló en el literal anterior la falta de un establecimiento que surta adecuadamente los requeridos de la demanda dela flota pesquera ha provocado el surgimiento de una demanda insatisfecha, en la actualidad los demandantes de artículos ferreteros marinos tienen que realizar varios recorridos por todas las ferreterías existentes para adquirir los insumos necesario o abastecerse de productos sustitutos al originalmente requeridos.

CUADRO 6 Demanda

PARROQUIA	TOTAL POBLACION DEL SECTOR PESQUERO
POSORJA	
Asociación de pescadores "POSORJA"	45
Asociación de pescadores "LOBO MARINO"	47
Asociación de pescadores "GUERREROS DEL MAR"	58
Asociación de pescadores "1ero de Mayo"	172
pescadores no asociados	14.884
	15.206

Fuente: Demanda

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Resultado estadístico del mercado.

En la localidad no se dispone de un centro ferretero o de distribución dedicada única y exclusivamente al abastecimiento permanente y a entera satisfacción de la gran demanda de los armadores pesqueros sea esta de la pomada, los chinchorreros o los atuneros. Existe un nicho de mercado ávido de ser explotado que requiere inmediata atención. La propuesta planteada se hacer pie justamente en que ha determinado la necesidad de abastecer adecuadamente del aprovisionamiento logístico del sector de dinamiza la economía de la localidad.

3.2 CONCLUSIONES

- ✚ En las encuestas realizadas a la población pesquera de la Parroquia Posorja la mayoría están de acuerdo en que es beneficioso muy grande la creación de una empresa que provea productos pesqueros y materiales para el mantenimiento de sus embarcaciones.
- ✚ La población pesquera está dispuesta a realizar sus compras de sus materiales y productos pesqueros para sus faenas de pesca.
- ✚ Consideran que la empresa debe de tener productos que sean de calidad para no tener dificultades.
- ✚ La empresa debe de ofrecer una gama de productos marinos, para que los consumidores o futuros clientes, se encuentren satisfechos con los productos que se ofrecen en la ferretería.
- ✚ A la población del sector pesquero les gustaría contar con una empresa que aparte de los productos a ofrecer, puedan brindar otros beneficios para ellos, tales como asesorías de cada producto o alguna garantía.

Después de haber realizado las investigaciones para poder determinar la aceptación de la hipótesis nos damos cuenta que la creación de una ferretería marina influye mucho en la satisfacción de la demanda y comercialización de implementos de pesca, como resultado de las encuestas realizadas la creación de esta ferretería marina es factible para la Parroquia Posorja debido a que existe mucha demanda insatisfecha.

3.3 RECOMENDACIONES

- ✚ Al verificar que en la Parroquia Posorja, existen 4 asociaciones pesqueras, de las cuales podrán ser nuestros futuros clientes para crear una empresa que brinde servicios a toda la población del sector pesquero, proveer con productos y así que ellos puedan adquirirlo.
- ✚ Existe una gran demanda en la Parroquia Posorja, quienes accederán a comprar el producto, siendo de mucho interés por los pescadores y armadores pesqueros.
- ✚ La ferretería debe ofrecer productos de una excelente calidad, por medio de un producto con una excelente calidad la empresa puede adquirir más clientes y de esta manera mejorando su posición en el mercado.
- ✚ Se debe ofrecer una gama de productos, en la ferretería ya que por medio de esta podemos cumplir todas las expectativas de los clientes.
- ✚ La ferretería debe ofertar los productos de calidad, darles garantía del producto para dar a conocer a nuestros futuros clientes y poder tener clientes fieles, para poder mantenerse en el mercado.

Después de haber realizado las encuestas podemos determinar que si es necesario crear una ferretería marina y se recomienda implementar la ferretería marina debido a que existe mucha demanda insatisfecha en el sector pesquero

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO 2015 - 2016

4.1 PRESENTACIÓN

La propuesta tiene como finalidad contribuir al entorno socioeconómico dando oportunidad de trabajo a jóvenes del sector, además satisfacer una gran demanda insatisfecha que existe al no tener una ferretería que se dedique a la comercialización de productos e implementos marinos; así como, presentar nueva propuesta en términos de innovación empresarial a través de la creación de una empresa “IMPROPESCA S.A.”, dedicada precisamente a la comercialización de productos e implementos marinos, además de querer brindar sus servicios a la comunidad y zonas aledañas.

Los problemas existentes en la parroquia Posorja, es la falta de fuentes de empleo local, desconocimiento de muchas alternativas de ideas de negocios que permiten realizar actividades de producción y comercialización de los recursos que existen en la parroquia, tales como agrícolas, pesqueros, turísticos, culturales, comerciales, emprendimiento.

Así la oportunidad de proyecto factible es de mejorar y diversificar la oferta de productos e implementos de ferretería marina en la población dedicada a esta actividad. El propósito primordial de este proyecto es de contribuir con el sector pesquero en orientar o guiar a los pescadores del sector en optar por un buen producto, además facilitándoles a ellos a obtener todos los productos e implementos marinos necesarios e inclusive podemos incentivarlos también a mejorar su productividad y eficacia al obtener sus insumos en una forma inmediata sin tener que viajar a la ciudad de Guayaquil.

La propuesta señalada se implanta de acuerdo al siguiente plan de acción:

CUADRO 7 Plan de acción

Problema-Oportunidad	Existencia de un desabastecimiento de productos ferreteros marinos para la flota pesquera del puerto de la parroquia Posorja.		
Fin de la propuesta	Creación de una empresa dedicada al comercio de artículos ferreteros marinos	Indicadores Estudio del mercado,	
Propósito	Analizar la factibilidad de inversión privada en el mercado de productos marinos en el sector del puerto de la parroquia Posorja	técnicos, organizacional es y financieros	
Indicadores	Objetivos	Estrategias	Actividades
Estudio Legal	Formalizar la legalidad de la empresa S.A	Constituir una sociedad anónima	Permisos y tasas correspondientes
Estudio de Mercado	Identificar la oferta real y la demanda efectiva del producto	Investigación de campo	Encuestas en situ, entrevistas en profundidad
Estudio Técnico	Determinar la viabilidad técnica del proyecto	Análisis pormenorizado de los aspectos técnico y tecnológicos de la propuesta	Observación directa de los hechos
Estudio Organizacional	Determinar la estructura organizacional del proyecto	Análisis inductivo y deductivo del esquema organizacional	Organigramas y flujo gramas

Estudio Financiero	Determinar la factibilidad financiera	Indicadores financieros	Análisis financiero
Estudio socioeconómico	Impacto social del proyecto	Indicadores de gestión social	Estudio de campo encuestas
Estudio ambiental	Determinar el grado de impacto ambiental	Indicadores ambientales	Estudio de campo encuestas

Fuente: Plan de Acción

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano; 2014

4.2 ESTUDIO LEGAL

La empresa será una sociedad anónima cuya razón social sería IMPROPESCA S.A, constituida bajo lineamientos legales de la Superintendencia de Compañías, con su respectivo registro mercantil, como lo indica la ley.

4.2.1 Responsabilidad social

La responsabilidad social de una empresa está relacionada con la actitud de los administradores de la empresa para cumplir con todas sus obligaciones antes los diferentes organismos de control como son las obligaciones laborales, las obligaciones fiscales y las obligaciones relacionadas con la gestión contable de la empresa.

Adicionalmente la responsabilidad social de una determinada empresa se refleja con el grado de compromiso que la empresa demuestre en los temas relaciones con la preservación del medio ambiente, los programas de colaboración con la comunidad en el medio en el cual se desenvuelven.

4.2.2 Requisitos para la creación de una compañía

La razón social es la parte fundamental para dar inicio al funcionamiento de la empresa, por tanto es necesario comprobar que el nombre o razón social de la empresa no encuentre registrado por otra empresa ante la Superintendencia de Compañías, por lo tanto es necesario realizar la reserva del caso situación que actualmente se puede realizar por internet.

Una vez realizado el requisito anterior se debe registrar y apertura la cuenta integración de capital en una de las instituciones del sistema financiero nacional con al menos el 25 % del monto del capital suscrito.

4.2.3 Escritura de constitución de la compañía.

Todas las sociedades amparadas bajo la Ley de Compañías se constituyen mediante escritura notariada, es por ello que el procedimiento necesario para la conformación de una empresa con personería jurídica se debe realizar ante un notario para que éste, eleve a escritura pública la resolución de constitución emitida por la Superintendencia de Compañías.

El extracto de constitución de la compañía se debe publicar en uno de los diarios de mayor circulación y debe contener al menos la siguiente información:

-  Razón social de la compañía
-  Capital social de la compañía
-  Domicilio de la compañía
-  Objeto social de la compañía
-  Fecha de constitución y lapso de duración

Finalmente la compañía debidamente constituida ante un notario por resolución de la Superintendencia de Compañías debe ser inscrita ante el Registrador Mercantil

de la localidad donde conste el domicilio de la empresa y a falta de éste ante el Registrador de la Propiedad de la misma ciudad.

4.2.4 Actividad Económica

El señalamiento de la actividad o las actividades económicas a las que se dedicará la empresa es un aspecto fundamental puesto que una compañía no puede tener solamente el objeto social que la ley le permita, la actividad económica de una empresa estará supeditadas al tipo de compañía y a la actividad empresarial que desee.

4.2.5 Razón Social

La razón social de una compañía representa la identificación de la personería jurídica, dependiendo del tipo de compañía en que se constituye se debe poner al final del nombre la frase Compañía limitadas (Cía. Ltda.) o Sociedad Anónima (S.A.) según sea el caso.

4.2.6 Registro único de contribuyente

El registro único de contribuyente (RUC) es un documento emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI), constituye la identificación del sujeto pasivo de la obligación tributaria, para su obtención se deben presentar los siguientes requisitos:

- ✚ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- ✚ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- ✚ Original y copia de las hojas de datos otorga por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).

4.2.7 Patentes Municipales

Para realizar la actividad del comercio en general toda empresa en la modalidad de compañía o persona natural requiere obtener la patente municipal para lo cual deberá acudir a la Municipalidad donde tenga el domicilio la empresa para la obtención del documento habilitante portando los siguientes documentos:

- ✚ Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ✚ Registro único de contribuyente debidamente actualizado
- ✚ Especie valorado y formulario en línea
- ✚ Copia a color de la cedula y el certificado de votación del peticionario.
- ✚ Para el caso de la compañía se deberá llevar copia de escritura de constitución y nombramiento del representante legal.

4.2.8 Permiso de Funcionamiento

Completada la documentación requerida la Municipalidad correspondiente emitirá el debido permiso de funcionamiento del establecimiento que va a operar, a partir de entonces se puede iniciar la atención al público sin ningún inconveniente.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

4.3.1 Estratégica de mercadeo

La Estrategia genérica de enfoque a un nicho de implementos y aparejos para la pesca y el valor agregado que se dará en la comercialización de los productos de la ferretería marina y que justamente representa la estratégica comercial que hará la diferencia con la competencia, será la atención personalizada y la asesoría especializada respecto a las características y uso adecuado para cada uno de los ítems que se pondrán a disposición del público en general.

Precios

En el mercado existen tres ferreterías en general pero ninguna especializada exclusivamente en productos marinos, lo cual representa una gran oportunidad de negocios para crear un nicho de mercado que permita captar un gran volumen del mismo.

CUADRO 8 Precios

Descripción	valor unitario	
grilletes 1/4	\$	1,50
grilletes 5/16	\$	1,75
grilletes 3/8	\$	1,75
grilletes 7/16	\$	2,00
grilletes 1/2	\$	2,25
grilletes 5/8	\$	2,50
grilletes 3/4	\$	3,50
grilletes 1"	\$	5,00
sacavuelas 5/8	\$	4,50
Martillo	\$	8,00
SERRUCHO	\$	6,00
piolas negras #16	\$	7,00
piolas negras #24	\$	7,00
piolas negras #36	\$	7,00
piolas negras #90	\$	7,00
cepillos de hierro	\$	2,00
gl. Aceite castrol 40	\$	12,00
gl. Aceite castrol 15w-40	\$	14,00
gl. Aceite castrol 90	\$	14,00
gl. Aceite castrol 140	\$	14,00
lt. Aceite de dos tiempos	\$	4,00

lt. Aceite para motor fuera de borda	\$	3,50
lt. Aceite castrol 40	\$	3,50
lt. Aceite castrol 15w-40	\$	4,00
lt. Aceite castrol 90	\$	4,00
lt.aceite castrol 140	\$	4,00
grasa azul kendall	\$	4,50
grasa roja valvoline	\$	5,00
filtros para gasolina	\$	1,00
chalecos salvavidas	\$	10,00
Gl. pinturas marinas con componente verde oliva	\$	40,00
Gl. pinturas marinas con componente azul	\$	40,00
Gl. pinturas marinas con componente blanco	\$	40,00
Gl. pinturas marinas con componente negro	\$	40,00
piolas nylon #50	\$	1,50
piolas nylon #24	\$	1,50
anzuelos #5	\$	0,25
anzuelos #6	\$	0,25
anzuelos#8	\$	0,25
anzuelos # 10	\$	0,25
Gl. Desoxidantes	\$	12,00
Gl. Diluyente	\$	8,00
Gl.refrigerantes para motores	\$	7,50
bujias champion l77jc4 equivalente NGK b7hs	\$	2,50
bujias champion l78yc equivalente NGK bp6hs	\$	2,50
bujias champion l82c equivalente NGK	\$	2,50

b56hs		
abrazaderas industriales de 1"	\$	1,50
abrazaderas industriales de 1 1/4"	\$	1,75
abrazaderas industriales de 1 1/2"	\$	1,75
abrazaderas industriales de 2"	\$	3,00
abrazaderas industriales de 3"	\$	3,25
abrazaderas industriales de 4"	\$	3,50
abrazaderas industriales de 5"	\$	3,50
abrazaderas industriales de 6"	\$	4,00
linteras sonca de aluminio	\$	3,50
Paq. pilas eveready grandes	\$	8,00
focos osram 12w	\$	3,00
focos osram 24w	\$	3,00
boquillas de caucho cooper	\$	2,00
cintas aislantes	\$	1,00
lamparas tortugas	\$	4,50
guantes de lana rojos	\$	3,50

Fuente: Precios

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

Demanda

La demanda de productos marinos está enfocada directamente hacia todo el sector pesquero artesanal y armador. De acuerdo a la investigación en datos del Instituto de Pesca existen 187 embarcaciones (barcos pesqueros) fijas en el puerto de Posorja que demandan de mantenimiento para sus actividades cotidianas de pesca y 253 pequeñas embarcaciones que la integran botes y canoas de variada composición que ejercen su labor de pesca artesanal .

Publicidad

La comercialización del producto es uno de los puntos de mayor importancia en un plan de ventas por lo tanto se debe elegir el canal adecuado y además ser

estimulado por medio de una apropiada campaña publicitaria que motive al consumidor a comprar el producto ofertado.

La publicidad permite dar a conocer el establecimiento, el stock de mercadería, las promociones que contribuyen al incremento de las ventas se utilizaran medios de comunicación masiva como:

Medios Radiales

Este medio de publicidad es una de las más fundamentales dentro del mundo de los negocios, ya que a través de ella se logra llegar a todos los rincones dependiendo de frecuencia de las ondas radiales. La creación de la empresa será anunciada por el locutor de la radio y dará a conocer a las caletas pesqueras que se sitúan alrededor del Cantón. Se tiene previsto que para realizar todo tipo de campañas publicitarias estos recursos saldrán del porcentaje de sus ventas totales.

Redes Sociales

Las redes sociales son medios de última tecnología de comunicación, este instrumento será de mucha utilidad porque que nos ayudará a difundir de forma masiva la creación de la empresa.

Plaza

El área o zona de mercado del presente proyecto lo constituye la Parroquia de Posorja que constituye un punto estratégico para la comercialización de los productos de la ferretería marina dirigida al sector pesquero, además es una excelente ubicación debido a que es un sector muy reconocido y acondicionado para ejecutar el proyecto con toda la viabilidad del caso.

Proveedores

Los proveedores de la mercadería que abastecerá la ferretería marina es uno de los aspectos de gran importancia en el plan de negocios de la empresa, en este caso los proveedores en su mayoría tienen su domicilio en la ciudad de Guayaquil y brindan el servicio de transporte en compras lo cual permite determinar la viabilidad en el abastecimiento de los productos.

Entre otros, las principales empresas proveedoras de la ferretería se muestran en la siguiente tabla:

CUADRO 9 Proveedores

PROVEEDORES	
NAVSEER S.A	GUAYAQUIL
PROBRISA S.A	GUAYAQUIL
CEPSA S.A	GUAYAQUIL

Fuente: Proveedores

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

4.3.2 Producto final

Nuestro producto final sería entonces todos los productos e implementos de pesca que la ferretería pondrá a disposición del mercado consumidor del sector pesquero tanto para las grandes flotas industriales como para el mediano y pequeño artesano. Una de las características principal del producto a ofertar es sus módicos precios que permitirán tener una mayor demanda, y satisfacer los requerimientos de los consumidores. Además se brindará capacitación sobre la

utilización de los implementos de pesca que utilicen los artesanos, esto pues será un valor agregado para ellos.

4.3.3 Descripción del producto final

En la oferta de productos de la empresa se destaca los siguientes productos que serán la carta de presentación de la nueva empresa:

FIGURA 2 Productos principales



Fuente: Productos principales

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

4.3.4 Características de los productos

Por la naturaleza de la empresa, la característica de los productos que se van a comercializar son diversos pero si poseen características comunes por el ámbito de acción donde van actuar o aplicarse.

Los productos de la ferretería marina en su mayoría se utilizarán en las embarcaciones por lo tanto entre sus principales características son las siguientes:

- Los productos metálicos deben contener acero monel resistente a la salinidad y la humedad

- ✚ Los productos de recubrimiento como las pinturas y resinas deben ser resistentes a la fricción, el sol y el agua salada.
- ✚ Las herramientas deben contener materiales de acero, cobre y metales resistentes a la humedad.

4.3.5 Logotipo

El diseño del logotipo de la empresa es el que a continuación se presenta: **“Impropesca S.A”**, que significa **“IMPLEMENTOS Y PRODUCTOS DE PESCA”**

FIGURA 3 Logo Impropesca S.A.



Fuente: Logo

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

4.3.6 Eslogan

El eslogan que la empresa utilizará como enganche comercial e identificación es el siguiente:

“SU FERRETERÍA MARINA: LO QUE NECESITAS SIEMPRE A TU ALCANCE”

4.4 ESTUDIO INSTITUCIONAL ORGANIZACIONAL

4.4.1 Objetivo de la empresa

Objetivo general

Beneficiar a todos los del sector pesquero de la Parroquia Posorja, con una empresa dedicada a la venta de productos marinos y materiales para el mantenimiento de las embarcaciones, brindar servicio de calidad, con personal capacitado, ofreciendo a los clientes un servicio eficiente y garantizado.

Objetivo específico

- ✚ Contar con personal capacitado, para dar una buena expectativa a la empresa.
- ✚ Obtener un stock de productos muy surtido para la venta.
- ✚ Aumentar las ventas de la empresa mensualmente.
- ✚ Implementar marketing para dar a conocer los productos que ofrece la empresa.

4.4.2 Misión

Comercializar materiales para el uso marino; con liderazgo en costos, atención personalizada, calidad para satisfacer a los clientes de la zona marino costera de la parroquia Posorja y el país .

4.4.3 Visión

En 2018. Ser una empresa referente en el mercado de ferreterías marinas con indicadores de calidad, eficiencia para el sector marino costero de la parroquia Posorja y del país.

4.4.4 Valores de la empresa

Son aquellos que permiten crear una buena imagen positiva de la empresa entre ellos tenemos:

- ✚ Cultura de calidad en el servicio
- ✚ Respeto
- ✚ Responsabilidad social
- ✚ Líderes con el ejemplo
- ✚ Trabajo en equipo
- ✚ Respeto a las personas
- ✚ Apertura al dialogo
- ✚ Honestidad y transparencia
- ✚ Compromiso con la comunidad
- ✚ Integridad y consecuentes

4.4.5 Responsabilidad social

La empresa busca el equilibrio ante el crecimiento socio económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, generando un impacto positivo al aportar con el desarrollo socio económico de la parroquia, esencialmente con el desarrollo del sector pesquero y de esta manera contribuir con la matriz productiva del país.

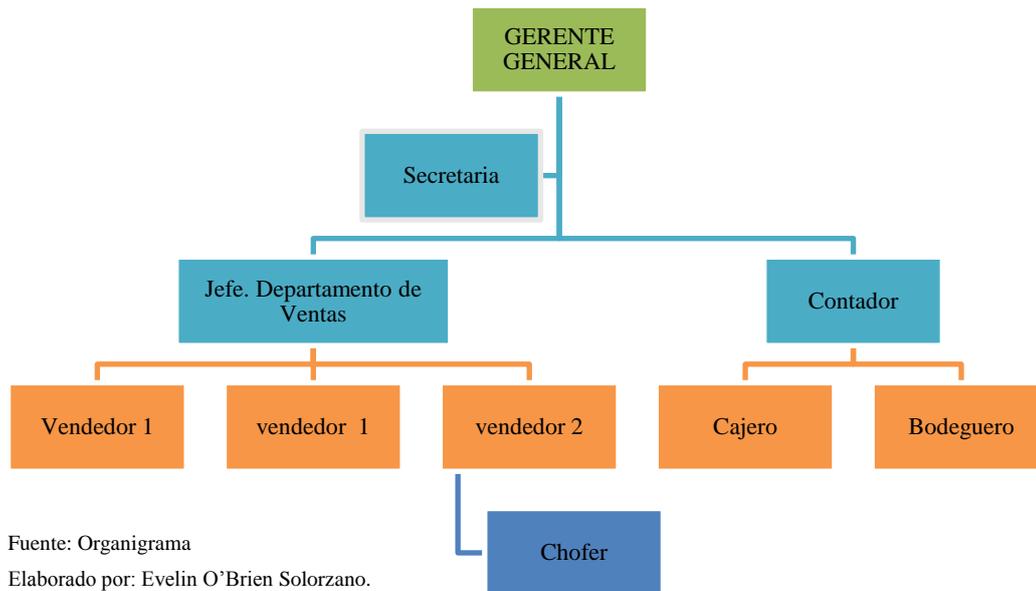
4.4.6 Organigrama

El organigrama representa gráficamente la estructura organizacional de la empresa, determinando las diferentes relaciones de mando y cooperación para llevar adelante la operatividad y administración de la empresa.

44.7 Presentación del organigrama

Se presenta la siguiente estructura orgánica que regirá para la empresa IMPROPESCA S.A

FIGURA 4 Organigrama de IMPROPESCA S.A



4.4.8 Descripción del alcance de las jerarquías

La presente estructura organizacional planteada para la operatividad del proyecto de creación de la empresa IMPROPESCA S.A. se describe pormenorizadamente a continuación:

4.4.8.1 El Gerente General

El Gerente General es un profesional graduado en la carrera de Ingeniería en Desarrollo empresarial (Evelin O'Brien), tiene la función principal de representante legal, judicial y extrajudicial, que estando por encima de toda la empresa, manda y dirige la gestión de la misma; tiene la responsabilidad de formular conclusiones, recomendaciones y reportar directamente a los socios acerca de los avances de la organización.

Funciones:

- a) Se encarga de planear, organizar, dirigir y controlar que todo marche bien y responderá por el buen progreso de la empresa.
- b) Velar por el prestigio del comercio, impidiendo la competencia ilícita y desleal, vigilando el cumplimiento de todas las disposiciones vigentes.
- c) Presidir las reuniones y demás actos oficiales de la empresa, convocando a sesiones de asamblea general de socios.
- d) Administrar los recursos humanos, materiales y los servicios en la venta de productos, de acuerdo a lo establecido en las leyes, reglamentos, normas y procedimientos vigentes.
- e) Informar y asesorar permanentemente a los socios, poniendo a su disposición una serie de servicios que le ayuden en su actividad comercial.
- f) Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- g) Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- h) A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- i) Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- j) Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- k) Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- l) Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- m) Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

4.8.2 Secretaria

Funciones:

- ✚ Archiva con mucha responsabilidad la documentación de la empresa.
- ✚ Organiza la agenda de la Gerencia General
- ✚ Pone al corriente del Gerente General de las actividades pendientes.

4.8.3 Jefe del Departamento de Ventas

Entre las funciones a desempeñar están:

- ✚ Brindarle una atención cordial y amable al cliente.
- ✚ Atender sus requerimientos y necesidades.
- ✚ Facilitarle información sobre nuestros servicios y formas de pago.
- ✚ Generar una orden de servicio que luego se enviara al departamento de servicio técnico.

4.8.4 Vendedor

- ✚ Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los materiales marinos que comercializa.
- ✚ Asesorar a los clientes acerca
- ✚ Mantener y retener a los clientes.
- ✚ Aumentar las ventas de la empresa.

4.8.5 Contador

- ✚ Llevar el control de ingresos y egresos de la empresa.
- ✚ Elaborar roles de pagos y otros del personal.
- ✚ Elaborar estados financieros y otros que se requieran
- ✚ Estableces costos directos, indirectos, generales y control presupuestal,
- ✚ Elaborar cuadros estadísticos requeridos por la gerencia.

4.8.6 Cajero

En el área de atención al cliente y facturación se llevaran a cabo tareas relacionadas directamente con nuestros clientes, los mismos que podrán acudir a esta área para poder realizar sus debidos pagos una vez emita la factura.

Entre sus funciones están:

- ✚ Recibir los valores que por cualquier concepto ingresen a la empresa y depositarlos en una cuenta bancaria, no pudiendo por ningún motivo retener en su poder cantidades de dinero en efectivo por más de 8 horas hábiles, y por cualquiera que sea su monto de recaudación.
- ✚ Brindarle una atención cordial y amable al cliente.
- ✚ Atender sus requerimientos y necesidades.
- ✚ Facilitarle información sobre nuestros servicios y formas de pago.
- ✚ Generar una orden de servicio que luego se enviara al departamento de servicio técnico.

4.8.7 Conductor. (Chofer)

El chofer tiene la función de encargarse del transporte de las mercaderías, desde los almacenes de los proveedores hasta la ferretería, adicionalmente se encargara de facilitar la transportación de los funcionarios de la empresa

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

4.5.1 Ubicación y tamaño de la empresa

La Empresa IMPROPESCA S.A., se encontrará ubicada en la parroquia Posorja que se encuentra al sureste de la ciudad de Guayaquil, frente al canal de El Morro y en la carretera que conduce a Playas.

El proyecto tendrá su ubicación en el barrio 10 de Agosto en la calle Simón Yaqui y Juan del Valle. La mencionada ubicación es estratégica por ser una de las

principales calles de la parroquia y por su cercanía al lugar de operaciones de las embarcaciones del sector.

FIGURA 5 Ubicación de la empresa



Fuente: Ubicación de la empresa
Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

4.5.2 Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa ferretera IMPROPESCA S.A. se desarrolla sobre una superficie total de 600 m² distribuido de la siguiente forma: 150 m² para el área de ventas y comercialización, 300 m² para el área de bodegas y exhibiciones y 150 m² para el área administrativa.

4.5.3 Capacidad operativa de la mercadería a vender

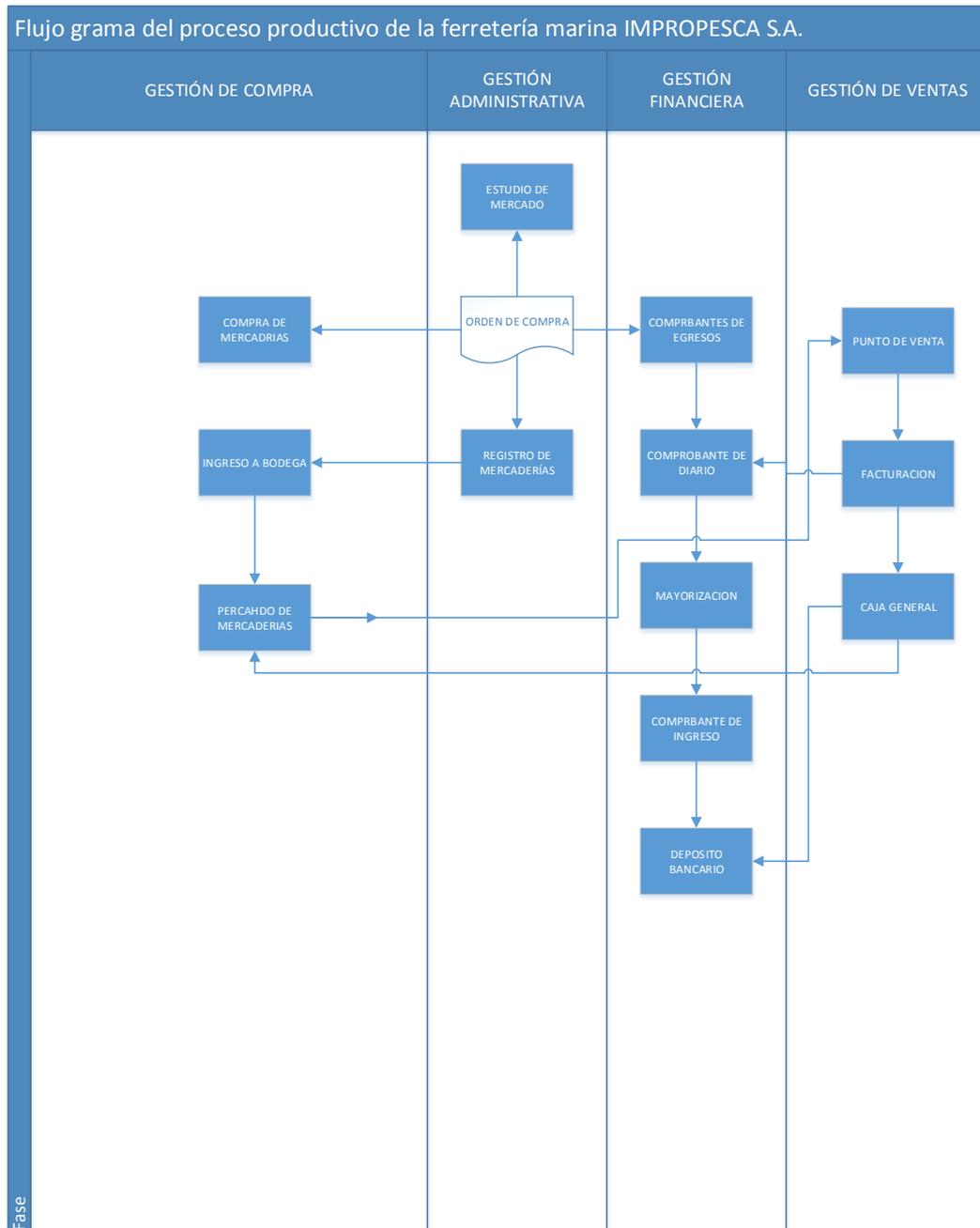
La capacidad operativa de la empresa se adapta a las necesidades de la demanda, puesto que se dispone de los inventarios necesarios y del personal suficiente para surtir eficientemente los requeridos de los clientes

4.5.4 Proceso comercial de la ferretería

El proceso productivo de la empresa ferretera marina IMPROPESCA S.A. está compuesto de dos macro procesos claramente identificados, el de vender y el de

comprar o abastecerse de las mercaderías para la venta, lo cual se expresa gráficamente en el siguiente flujo grama de procesos:

FIGURA 6 Flujograma del proceso productivo IMPROPESCA



Fuente: Flujograma de proceso productivo

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

4.6 ESTUDIO TÉCNICO FINANCIERO

Sobre la idea de crear esta ferretería marina obligatoriamente se necesita realizar el estudio económico- financiero, es imprescindible que este análisis sea de manera efectiva, puesto que de este factor depende lograr y llegar a los objetivos propuestos para el desarrollo y crecimiento óptimo de la empresa.

4.6.1 Análisis Financiero

El análisis financiero de la empresa permitirá tener un diagnóstico real de la situación actual y una proyección sobre las expectativas de la empresa en el corto, mediano y largo plazo.

4.6.2 Estados Financieros

Por su parte la emisión de Estados Financieros de la empresa determinan su situación económica a la fecha del corte del reporte a partir del cual se determinará el valor de los activos, la cuantificación de los pasivos y la composición del capital de la empresa.

4.6.3 Inversión Inicial

El monto de la inversión inicial del presente proyecto de creación de una empresa ferretera especializada en abastecer a la flota pesquera artesanal, industrial y atunera de la parroquia Posorja se detalla a continuación:

En primer lugar se determinó el valor total de propiedad, planta y equipos que incluyen el terreno, la edificación, el equipamiento operativo, los muebles y enseres de oficina, los equipos de computación y las instalaciones en general todo lo cual asciende a la cantidad de \$ 264.000,00

El otro rubro que conforma la inversión inicial de acuerdo a las NIIF es el capital de trabajo, es decir la disponibilidad del efectivo para los tres primeros meses de operaciones, cuyo monto asciende a la cantidad de \$ 20.000,00.

El detalle de la inversión indica debidamente desglosada se muestra en la siguiente tabla:

CUADRO 10 Inversión Inicial

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
CAPITAL DE TRABAJO		20,000.00
TERRENO \$50 MTS2	600	30,000.00
INMUEBLE \$300 MTS2	600	180,000.00
INSTALACIONES		3,500.00
MUEBLES Y ENSERES \$500	9	4,500.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN \$500	9	4,500.00
PERCHAS \$500	4	2,000.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10	1,000.00
EQUIPOS DE TRABAJO	1	200.00
MULA DE TRANSPORTE	1	300.00
EQUIPOS DE CLIMATIZACIÓN \$1000	3	3,000.00
VEHÍCULO	1	35,000.00
TOTAL \$ USA		284,000.00

Fuente: Inversión inicial
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Financiamiento

El financiamiento de la inversión inicial está estructurado con el 60 % de aporte de capital propio y un 40 % por medio de un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) con una tasa de interés del 12 % anual a 5 años plazo.

CUADRO 11 Financiamiento

CAPITAL PROPIO	60%	170.400,00
PRESTAMO BANCARIO	40%	113.600,00
		284.000,00

Fuente: Financiamiento
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Amortización

De acuerdo a las condiciones del financiamiento planteado se plantea la siguiente tabla de amortización para el servicio de la deuda tanto del principal como de sus intereses:

CUADRO 12 Tabla de amortización

Interés 12%	Principal	Interés	Dividendo	Saldo	Principal	0,12
Año 1	113.600,00	13.632,00	31.513,75	95.718,25	17.881,75	
Año 2	95.718,25	11.486,19	31.513,75	75.690,70	20.027,56	
Año 3	75.690,70	9.082,88	31.513,75	53.259,84	22.430,86	
Año 4	53.259,84	6.391,18	31.513,75	28.137,27	25.122,57	
Año 5	28.137,27	3.376,47	31.513,75	0,00	28.137,27	
TOTAL		43.968,73	157.568,73		113.600,00	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Principal	17.881,75	20.027,56	22.430,86	25.122,57	28.137,27	113.600,00
Interés	13.632,00	11.486,19	9.082,88	6.391,18	3.376,47	43.968,73
Total	31.513,75	31.513,75	31.513,75	31.513,75	31.513,75	157.568,73

Saldos del Préstamo

Deuda	113.600,00	95.718,25	75.690,70	53.259,84	28.137,27
Corriente	17.881,75	20.027,56	22.430,86	25.122,57	28.137,27
Saldo	95.718,25	75.690,70	53.259,84	28.137,27	0,00

Corriente	20.027,56	22.430,86	25.122,57	28.137,27
No corriente	75.690,70	53.259,84	28.137,27	
	95.718,25	75.690,70	53.259,84	28.137,27

Fuente: Tabla de amortización
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

4.6.4 Presupuesto de Gastos Administrativos

El presupuesto de gastos de administración se divide en gastos del personal y gastos generales.

En cuanto a los gastos del personal se ha estimado incrementos de sueldos del 15% anual. En los beneficios se ha considerado el salario mínimo para el año 2015 por el valor de \$ 354,00 con aumentos anual de \$20,00. Además se proyecta contratar los servicios de alimentación para el personal de la empresa.

Los gastos generales de administración constan de servicio de teléfonos, contratación de servicio de seguridad y limpieza (30%).

CUADRO 13 Gastos de administración

GASTOS DEL PERSONAL	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Sueldos	59.448,00	68.365,20	78.619,98	90.412,98	103.974,92
Décimo Tercer Sueldo	4.954,00	5.697,10	6.551,67	7.534,41	8.664,58
Décimo Cuarto Sueldo	1.770,00	1.870,00	1.970,00	2.070,00	2.170,00
Vacaciones	2.477,00	2.848,55	3.275,83	3.767,21	4.332,29
Fondos de reserva IESS	4.954,00	5.697,10	6.551,67	7.534,41	8.664,58
Aportes Patronal IESS	7.222,93	8.306,37	9.552,33	10.985,18	12.632,95
Capacitación					
Servicio de alimentación	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76	5.797,84
Uniformes	-				
Gastos de constitución	1.000,00				
Agasajo navideño	4.000,00	4.600,00	5.290,00	6.083,50	6.996,03
TOTAL	89.785,93	101.740,32	116.603,07	133.658,45	153.233,18

GASTOS GENERALES	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Teléfonos celulares	600,00	690,00	793,50	912,53	1.049,40
Depreciaciones	3.671,67	3.671,67	3.671,67	3.671,67	3.671,67
Servicio Seguridad	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Servicio Limpieza	1.800,00	4.620,00	5.082,00	5.590,20	6.149,22
otros	600,00	690,00	793,50	912,53	1.049,40
TOTAL	10.271,67	13.631,67	14.696,67	15.878,52	17.190,45

Fuente: Gasto de administración
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

4.6.5 Presupuesto de Gastos de Venta

La gestión de ventas es uno de los macro procesos del sistema de comercialización de mayor importancia por lo tanto se debe abastecer de todos los requerimientos que las gestión de ventas demande.

Las empresas comerciales depende exclusivamente de las ventas que realizan, por tal motivo se debe mantener un presupuesto de venta debidamente financiado en el cual deben constar sobre todo las remuneraciones del personal de ventas y los gastos relacionados

Dentro de la nómina de sueldos se ha considerado incrementos del 15% anual. En los gastos generales de ventas se estima la contratación de servicio de vigilancia y limpieza en un 70%.

CUADRO 14 Gastos de venta

GASTOS DEL PERSONAL	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Sueldos	43.200,00	49.680,00	57.132,00	65.701,80	75.557,07
Décimo Tercer Sueldo	3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42
Décimo Cuarto Sueldo	2.124,00	2.244,00	2.364,00	2.484,00	2.604,00
Vacaciones	1.800,00	2.070,00	2.380,50	2.737,58	3.148,21
Fondos de reserva IESS	3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42
Aportes Patronal IESS	5.248,80	6.036,12	6.941,54	7.982,77	9.180,18
Comisiones	-				
Capacitación	2.000,00	2.300,00	2.645,00	3.041,75	3.498,01
Servicio de alimentación	4.752,00	5.227,20	5.749,92	6.324,91	6.957,40
Viáticos	-				
Agasajo navideño	3.000,00	3.450,00	3.967,50	4.562,63	5.247,02
Obsequios y regalos	-				
Otros	1.100,00	1.265,00	1.454,75	1.672,96	1.923,91
TOTAL	70.424,80	80.552,32	92.157,21	105.458,69	120.708,65

GASTOS GENERALES	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Agua	240,00	276,00	317,40	365,01	419,76
Luz	300,00	345,00	396,75	456,26	524,70
Teléfonos	600,00	690,00	793,50	912,53	1.049,40
Radios	-				
Depreciaciones	15.278,33	15.278,33	15.278,33	15.278,33	15.278,33
Publicidad	3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42
Mantenimiento de edificio	1.200,00	1.380,00	1.587,00	1.825,05	2.098,81
Repar. y mantenimiento oficina	1.200,00	1.380,00	1.587,00	1.825,05	2.098,81
Repar. y mantenimiento equipos	1.200,00	1.380,00	1.587,00	1.825,05	2.098,81
Repar. y mantenimiento vehículos	3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42
Servicio Seguridad	8.400,00	9.240,00	10.164,00	11.180,40	12.298,44
Servicio Limpieza	4.200,00	4.620,00	5.082,00	5.590,20	6.149,22
TOTAL	39.818,33	42.869,33	46.314,98	50.208,18	54.609,13

Fuente: Gastos de ventas
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

4.6.5 Ingresos

Los ingresos provienen de los diferentes productos e implementos marinos que ofertara "Impropesca S.A.", los mismos que están proyectados a cinco años, se incrementan en un 15%

CUADRO 15 Proyección de ingresos

PRODUCTOS	2015	2016	2017	2018	2019
PINTURAS MARINAS GL.	240.000,00	276.000,00	317.400,00	365.010,00	419.761,50
ACEITE CASTROL GL.	67.200,00	77.280,00	88.872,00	102.202,80	117.533,22
DESOXIDANTES GL.	57.600,00	66.240,00	76.176,00	87.602,40	100.742,76
PIOLAS NEGRAS	33.600,00	38.640,00	44.436,00	51.101,40	58.766,61
MARTILLOS	9.600,00	11.040,00	12.696,00	14.600,40	16.790,46
VARIOS	4.800,00	5.520,00	6.348,00	7.300,20	8.395,23
	412.800,00	474.720,00	545.928,00	627.817,20	721.989,78

Fuente: Proyección de ingresos
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

4.6.6 Estados Financieros

Los Estados Financieros están compuestos por el Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados Integral y Estado de Flujos de Efectivos, todos proyectados a cinco años.

Estado de Situación Financiera

En el Estado de Situación Financiera se pueden apreciar el valor total de los activos de la empresa, así como el monto total de los pasivos de la empresa es decir las deudas y obligaciones a corto y largo plazo.

Finalmente este reporte financiero muestra el valor del capital social y patrimonio empresarial, el detalle antes mencionado se aprecia en el siguiente reporte:

CUADRO 16 Estado de Situación Financiera

	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51	199.326,11
Efectivo y Equivalentes al efectivo	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51	199.326,11
Caja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bancos	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51	199.326,11
Activos financieros					
Inversiones temporales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas por cobrar-clientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ACTIVO NO CORRIENTE	245.050,00	226.100,00	207.150,00	188.200,00	169.250,00
Propiedad, Planta y Equipo	245.050,00	226.100,00	207.150,00	188.200,00	169.250,00
Al Costo de Adquisición	264.000,00	264.000,00	264.000,00	264.000,00	264.000,00
Terreno	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Inmueble	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00
Muebles y Enseres	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
Equipo de computación	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
Maquinarias y equipos	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00

Herramientas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vehículos	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
Instalaciones	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Depreciación Acumulada	-18.950,00	-37.900,00	-56.850,00	-75.800,00	-94.750,00
TOTAL ACTIVOS	289.865,52	296.387,31	311.014,35	334.574,51	368.576,11
PASIVO					
PASIVOS CORRIENTES	103.721,08	87.334,78	69.672,41	50.074,39	28.333,61
Cuentas y Documentos por pagar	103.721,08	87.334,78	69.672,41	50.074,39	28.333,61
Participación Trabajadores	3.562,09	5.182,83	7.305,30	9.764,29	12.611,40
Impuestos por Pagar	4.440,74	6.461,26	9.107,27	12.172,82	15.722,21
Obligaciones con Instituciones Financieras	95.718,25	75.690,70	53.259,84	28.137,27	0,00
Préstamo Bancario	95.718,25	75.690,70	53.259,84	28.137,27	0,00
TOTAL PASIVOS	103.721,08	87.334,78	69.672,41	50.074,39	28.333,61
PATRIMONIO	186.144,44	209.052,53	241.341,94	284.500,13	340.242,50
CAPITAL SOCIAL	170.400,00	170.400,00	170.400,00	170.400,00	170.400,00
Capital Social	170.400,00	170.400,00	170.400,00	170.400,00	170.400,00
Capital suscrito	170.400,00	170.400,00	170.400,00	170.400,00	170.400,00
RESULTADOS ACUMULADOS	0,00	15.744,44	38.652,53	70.941,94	114.100,13
Ganancias acumuladas	0,00	15.744,44	38.652,53	70.941,94	114.100,13
Utilidades Acumuladas	0,00	15.744,44	38.652,53	70.941,94	114.100,13
RESULTADOS DEL EJERCICIO	15.744,44	22.908,09	32.289,42	43.158,18	55.742,38
Resultados del Ejercicio	15.744,44	22.908,09	32.289,42	43.158,18	55.742,38
Ganancia neta del período	15.744,44	22.908,09	32.289,42	43.158,18	55.742,38
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	289.865,52	296.387,31	311.014,35	334.574,51	368.576,11

Fuente: Estado de situación financiera

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Estado de Resultados Integral

La proyección del Estado de Resultados Integral registra los ingresos y gastos en general de la operación de la empresa.

CUADRO 17 Estado de Resultado Integral

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS	412.800,00	474.720,00	545.928,00	627.817,20	721.989,78
(-) COSTO DE VENTAS	165.120,00	189.888,00	218.371,20	251.126,88	288.795,91
UTILIDAD BRUTA	247.680,00	284.832,00	327.556,80	376.690,32	433.193,87
GASTOS DE VENTAS	110.243,13	123.421,65	138.472,19	155.666,87	175.317,78
GASTOS DE ADMINISTRACION	100.057,60	115.371,99	131.299,74	149.536,97	170.423,63
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	37.379,27	46.038,36	57.784,87	71.486,48	87.452,45
(-) GASTOS DE INTERESES	13.632,00	11.486,19	9.082,88	6.391,18	3.376,47
(+) INTERESES GANADOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	23.747,27	34.552,17	48.701,99	65.095,30	84.075,98
(-)PARTICIPACION DE TRABAJADORES	3.562,09	5.182,83	7.305,30	9.764,29	12.611,40
(-)IMPUESTOS	4.440,74	6.461,26	9.107,27	12.172,82	15.722,21
UTILIDAD NETA	15.744,44	22.908,09	32.289,42	43.158,18	55.742,38

Fuente: Estado de resultado integral

Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

Estado de Flujo de Efectivo

El Estado de Flujo de Efectivo es otra herramienta a análisis financiero constituyéndose en la base para el cálculo de los indicadores como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y otros.

CUADRO 18 Estado de Flujo de Efectivo

	2015	2016	2017	2018	2019
Saldo Inicial	0,00	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51
INGRESOS					
Ventas de Contado	412.800,00	474.720,00	545.928,00	627.817,20	721.989,78
Aportes Accionistas	170.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros(préstamo bancario)	113.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Intereses ganados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Ingresos	696.800,00	474.720,00	545.928,00	627.817,20	721.989,78
EGRESOS					
Compras	165.120,00	189.888,00	218.371,20	251.126,88	288.795,91
Gastos de Ventas	94.964,80	108.143,32	123.193,86	140.388,54	160.039,45
Gastos de Administración	96.385,93	111.700,32	127.628,07	145.865,30	166.751,97

Gastos Financieros	13.632,00	11.486,19	9.082,88	6.391,18	3.376,47
Compra de Terreno	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción inmueble	180.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inv. Activos Fijos	19.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inv. Activos Fijos Vehículo	35.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago Préstamo Bancario	17.881,75	20.027,56	22.430,86	25.122,57	28.137,27
Pago pasivos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Participación de Trabajo.		3.562,09	5.182,83	7.305,30	9.764,29
Impuestos		4.440,74	6.461,26	9.107,27	12.172,82
Total Egresos	651.984,48	449.248,22	512.350,95	585.307,04	669.038,19
Saldo Operacional	44.815,52	25.471,78	33.577,05	42.510,16	52.951,59
Saldo Final	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51	199.326,11
Inversiones Temporales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Saldo Final	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51	199.326,11

Fuente: Estado de flujo efectivo
Elaborado por: Evelin O'brien Solorzano.

4.6.7 Indicadores Financieros

Valor actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR)

La determinación del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno son herramientas proporcionadas por las matemáticas financieras y el análisis financiero que busca determinar desde el punto de vista económico si es recomendable o no realizar una determinada inversión productiva.

El cálculo de estos dos indicadores de orden financiero se realizan a partir de la determinación de los flujos operativos de periodo para el cual se calcula la inversión, en el caso del VAN su factor de decisión está relacionada con determinar el valor actual del flujo futuros de la inversión propuesta y se determina su conveniencia con este es mayor a la inversión inicial.

Por otra parte en el caso del TIR el factor de decisión es la determinación de la tasa de interés a la cual se revierte la inversión productiva la misma que para considerarse aceptada debe ser superior a la tasa activa referencial.

CUADRO 19 Método VAN

AÑO	FLUJO	DETALLE
AÑO 1	44.815,52	
AÑO 2	70.287,31	
AÑO 3	103.864,35	
AÑO 4	146.374,51	
AÑO 5	199.326,11	
FACTOR VA		15,00%
VAN de flujos		343.200,23
INVERSION		284.000,00
Proyecto Aceptado (VAN >0)		59.200,23

Fuente: Metodo VAN

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

Comparando el valor actual neto, obtenido de las entradas operativas, con la Inversión inicial, nos damos cuenta de que la diferencia entre estos 2 valores es positiva para nuestro propósito, considerando el criterio de aceptación, podemos deducir que el proyecto es viable y recomendar su ejecución.

CUADRO 20 Método TIR

TIR		
AÑO	FLUJO	
INVERSION	-284.000,00	
AÑO 1	44.815,52	
AÑO 2	70.287,31	
AÑO 3	103.864,35	
AÑO 4	146.374,51	
AÑO 5	199.326,11	
TIR		22%

Fuente: Método TIR

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

Como nos muestra el resultado obtenido mediante el método de la TIR, fácilmente podemos darnos cuenta de que el proyecto es aceptable debido a que mi TIR, obtenido de mi inversión inicial y mis entradas operativas, es mayor a mi Tasa de costo de capital promedio ponderado. Éste criterio garantiza que la empresa gane un rendimiento adicional frente a su costo de oportunidad.

4.6.16 Periodo de retorno de la inversión

Otro de los aspectos para determinar la evaluación financiera del proyecto es el periodo de recuperación de la inversión, en el caso de la ferretería marina se establecieron los siguientes resultados:

CUADRO 21 Periodo de retorno de la inversión

INV. INICIAL	284.000,00
--------------	------------

ENTRADAS OPERATIVAS	
AÑO 1	44.815,52
AÑO 2	70.287,31
AÑO 3	103.864,35
AÑO 4	146.374,51
AÑO 5	199.326,11

44.815,52	1er. Año
70.287,31	2do. Año
103864,35	3er. Año
65032,82	5ms.10ds.
5,33	
10	

Fuente: Periodo de retorno de la inversión

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

Partiendo de que nuestro proyecto es de expansión y considerando un período de recuperación de nuestra inversión aceptable de 3 años, 5 meses, 10 días recomendamos la ejecución del proyecto por cuanto el tiempo estimado es inferior al aceptable.

4.6.17 Análisis de sensibilidad

Aplicando un análisis de sensibilidad en un escenario pesimista que se establece por una disminución del 10 % ,incluso del 15% de todos los flujos proyectos se obtuvo la siguiente evaluación financiera que determina que todavía sigue siendo recomendable la ejecución del proyecto.

CUADRO 22 Análisis de sensibilidad

INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TIR	VAN	
- 284.000,00	44.815,52	70.287,31	103.864,35	146.374,51	199.326,11	22%	59.200,23 \$	
- 284.000,00	40.333,97	70.287,31	103.865,25	131.737,06	179.393,50	19%	37.024,77 \$	DISMINUCIÓN DE FLUJOS 10%
- 284.000,00	38.093,19	59.744,21	88.284,70	124.418,34	169.427,19	16%	7.720,19 \$	DISMINUCIÓN DE FLUJOS 15%

Fuente: Análisis de sensibilidad

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

4.6.18 Punto de Equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio Económico al volumen de ventas que produce utilidad igual a cero, se analiza un producto estrella, la venta de pintura marina cuyo galón tiene un precio de venta al público de \$ 40,00, con un costo de venta de \$ 16,00, una utilidad bruta en venta del 60% y se requieren vender 730 galones de pintura en el año para una utilidad igual a cero.

CUADRO 23 Punto de equilibrio de galones de pintura

PRECIO VENTA PUBLICO GL.PINTURA	\$40
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$16
COSTO FIJO TOTAL	\$17.525
PUNTO EQUILIBRIO	730

Fuente: Punto de equilibrio

Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

Así también se sensibiliza el punto de equilibrio en unidades monetarias durante los 5 años de proyección de las ventas. Y se detalla en el cuadro 18-2

CUADRO 24 Punto de equilibrio en unidades monetarias.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO	350.500	397.989	449.620	508.673	576.236
COSTO FIJO	210.300	238.794	269.772	305.204	345.741
COSTO VARIABLE	165.120	189.888	218.371	251.127	288.796
VENTAS	412.800	474.720	545.928	627.817	721.990

Fuente: Punto de equilibrio en unidades
Elaborado por: Evelin O'Brien Solorzano.

4.7 ESTUDIO SOCIOECONÓMICO

4.7.1 Datos de referencia

Tomando en cuenta el aspecto social y económico el proyecto es recomendable su realización por los índices y variables analizadas, por una parte en el aspecto social la iniciativa contribuye con la generación responsable de ingresos y puestos de trabajo, por otra parte los indicadores señalan que la inversión devolverá una rentabilidad razonable a los inversionistas del proyecto.

Adicionalmente el impacto social que proyecto genera sobre el medio ambiente se ubica en un grado moderado puesto que genera efectos contaminantes al medio ambiente ni constituye un gran riesgo de afectación ambiental.

En virtud de lo establecido el proyecto es aceptable comando en consideración la evaluación social y económica del mismo

4.7.2 Justificación de las causas económicas

El proyecto de inversión se justifica por la evolución financiera, tanto el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión justifican plenamente la inversión

4.8 ESTUDIO AMBIENTAL

4.8.1 Justificación de las causas ambientales

El proyecto ambiental no representa un riesgo contaminante al medio ambiente debido a las siguientes justificaciones:

- ✚ No origina emisiones de gas carbónico en sus procesos productivos
- ✚ No origina desecho contenientes ni radioactivos líquidos o solidados
- ✚ Sus procesos operativos no generan riesgos para la salud de los empleados ni los clientes

4.9 ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO

4.9.1 Análisis de la evaluación ambiental

El proyecto de inversión en mención establece una evaluación ambiental para determinar cuál es el grado de afectación del proyecto sobre el medio ambiente, en el presente caso se determinaron los siguientes resultados

La comercialización de productos ferreteros no implica un proceso productivo que tenga como consecuencias la emisión de gas carbónico o la emisión de desechos contaminantes sólidos o líquidos, lo cual determina que la gestión comercial de la empresa con representa un efecto nocivo para el medio ambiente.

4.9.2 Impacto ambiental (Bajo normas ISSO)

Las normas ISSO relacionadas con la contaminación ambiental son las 14001, las cuales establecen los manuales de procedimientos.

El proceso comercial y los productos que se comercializan no representan un efecto contaminante con el medio ambiente por lo tanto no se requiere normativa especial para su cumplimiento a más de las que regularmente se establecen normalmente.

CONCLUSIONES

- ✚ El entorno político que en la actualidad hay en el país despierta expectativas para los microempresarios, donde existe alternativa para un desarrollo y progreso aprovechando los campos que imparte la nueva ley de Economía Popular y Solidaria.
- ✚ Los organismos encargados de regular todo tipo de compañía exigen; las personas que deseen crear una empresa deben registrarse legalmente en la superintendencia de compañías
- ✚ Existe una demanda insatisfecha de productos ferreteros marinos para abastecer a la flota pesquera chinchorrera, pomadera y atunera que tienen sus operaciones en el Puerto Posorja.
- ✚ La parroquia rural Posorja constituye un polo importante de desarrollo social y económico para su comunidad y la población en general.
- ✚ El mercado ferretero marino se ha mantenido en constante crecimiento y desarrollo generando nuevas plazas de trabajo y mayor distribución financiero.
- ✚ El análisis realizado a través del estudio financiero se obtuvo un VAN de 59.200 y la TIR de 22% es mayor al costo de capital, ratificando de esta forma la rentabilidad del proyecto.
- ✚ Los precios de los productos y la atención personalizada deben ser considerables para tener la venta óptima, de tal forma que el volumen de venta que se distribuya al mercado permita recuperar la inversión en el tiempo previsto.

RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda la creación de la empresa de ferretería marina para satisfacer la demanda insatisfecha de productos marinos para abastecer a la flota pesquera chinchorrera, pomadera y atunera que tienen sus operaciones en el Puerto Posorja.
- ✚ Es necesario que los administradores de la empresa muestren optimismo y confianza hacia sus colaboradores, para que sus colaboradores ejerzan con eficacia y eficiencia los roles encomendados
- ✚ Conviene que todo el personal que preste sus servicios en esta empresa posea atributos morales, sociales e intelectuales para que despierte expectativas a los clientes y proveedores que proporcionan sus productos ferreteros marinos
- ✚ Aprovechar las excelentes expectativas de la Parroquia Rural Posorja para contribuir al desarrollo social y económico del sector.
- ✚ Generar nuevos proyectos de emprendimiento empresarial para incentivar la formación de nuevos profesionales con actitudes que permitan generar nuevas fuentes de ingresos y plazas de trabajo.
- ✚ Fomentar la productividad mediante alternativas de iniciativa privada que esté acorde con las normativas vigentes, bajo una gran responsabilidad empresarial.
- ✚ Se recomienda implementar la ferretería marina, debido al crecimiento poblacional dedicado a la actividad de pesca artesanal

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ Asamblea Constituyente, (2008) Constitución de la república del Ecuador, publicada en el registro oficial 449.

- ✚ Bernal Torres, C. A. (2005). Metodología de la Investigación con énfasis en ciencias empresariales, Cuarta Edición.

- ✚ Córdova Padilla Luis. (2006), Formulación y Evaluación de Proyecto, Primera Edición.

- ✚ Fernández Esteban. (2007), Administración de Empresas; Un enfoque interdisciplinar País; Madrid Paraninfo.

- ✚ Hernández Sampieri R, Fernández. (2005), Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Editorial Mc. Graw Hill, México

- ✚ Pucho Luis. (2007), Como crear tu empresa y convertir en tu propio jefe, Tercera Edición.

- ✚ Raymond Luis. (2006), Métodos y técnicas de Investigación. Guayaquil

ANEXOS

ANEXO 1 Carta Aval

Posorja, 25 de Enero de 2015

Eco. Félix Tigrero González

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO
EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA.**

De mis consideraciones:

Yo el Sr. RAÚL ANTONIO O'BRIEN ALONZO con C.I. 1302487911, tiene a informar que la Sra. EVELIN MARIANELA O'BRIEN SOLORZANO con C.I. 0927903401 de la Carrera de INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL, cuenta con mi aval para que se pueda desarrollar como tema de tesis lo siguiente:

“CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA MARINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS”.

Quedó de antemano agradecido por la atención prestada, de tal manera que el desarrollo del tema me permita tener una nueva alternativa empresarial.

MATERIALES DE CONSTRUCCION
“EVELYN”
Atentamente
R.U.C. 1302487911001
Raúl O'Brien Alonzo
POSORJA - ECUADOR

RAÚL O'BRIEN ALONZO

C.I. 1302487911

Félix Tigrero González MBA
ECONOMISTA

ANEXO 2 Encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



Encuestas para determinar la factibilidad de la creación de una ferretería marina para el sector pesquero de la Parroquia Posorja.

N°	Ítems	CASI NUNCA	RARA VEZ	ALGUNA VEZ	A MENUDO
1	¿USA USTED LOS SERVICIOS DE FERRETERIA MARINA EN OTROS LUGARES?				
2	¿PRODUCTOS FERRETEROS USTED UTILIZA?				
3	¿ESTARIA DISPUESTO USTED A PARTICIPAR COMO NUESTROS FUTUROS CLIENTES DE LA FERRETERIA MARINA "IMPROPESCA"?				
4	¿A RECIBIDO ASESORIA PERSONAL EN LA COMPRA DE ALGUN PRODUCTO FERRETERO MARINO?				
5	¿SE FIJA EN LA MARCA AL ADQUIRIR UN PRODUCTO FERRETERO MARINO?				
6	¿SE FIJA EN EL COSTO AL ADQUIRIR UN PRODUCTO FERRETERO MARINO?				
7	¿CADA QUE TIEMPO LE DA MANTENIMIENTO A SU EMBARCACION?				
8	¿VIAJA USTED A ADQUIRIR IMPLEMENTOS DE PESCA A OTRAS PARTES?				
9	¿SE FIJA SI EL PRODUCTO ADQUIRIDO TIENE GARANTIA?				
10	¿LOS PRODUCTOS QUE USTED NECESITA LOS OBTIENE FACILMENTE EN LA PARROQUIA POSORJA?				
11	¿SE FIJA USTED EN EL ORIGEN DEL PRODUCTO FERRETERO MARINO?				
12	¿LES GUSTARIA QUE LA ENTREGA DE CIERTOS PRODUCTOS FERRETEROS MARINOS SEA A DOMICILIO?				
13	¿LE GUSTARIA REALIZAR SUS COMPRAS DE PRODUCTOS FERRETEROS MARINOS CON TARJETAS DE CREDITOS O CHEQUES?				
14	¿PARA USTED ES MUY IMPORTANTE QUE LA FERRETERIA MARINA "IMPROPESCA" SE ENCUENTRE CERCA DEL SECTOR PESQUERO?				
15	¿LES GUSTARIA REALIZAR SUS COMPRAS DE ALGUN PRODUCTO FERRETERO Y RECIBIR UN SERVICIO ADICIONAL DE MANTEMINIENDO DE SU MARCA DE ORIGEN?				

ANEXO 3 Nómina de Sueldo básico (2015 - 2019)

AÑO 2015

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO
GASTOS ADMINISTRACION					
EVELIN O'BRIEN	GERENTE	30	2.300,00	191,67	29,50
CECILIA MORA	CONTADOR	30	1.200,00	100,00	29,50
MARIA ELENA CRUZ	SECRETARIA	30	600,00	50,00	29,50
JORGE CASTRO	CAJERO	30	500,00	41,67	29,50
FIDEL CRESPIÓN	SERVICIOS	30	354,00	29,50	29,50
			4.954,00	412,83	147,50
GASTOS VENTAS					
JUAN MALDONADO	JEFE COMERCIAL	30	1.200,00	100,00	29,50
FRANKLIN QUIMÍ	BODEGUERO	30	500,00	41,67	29,50
JOSÉ SALTOS	CHOFER	30	400,00	33,33	29,50
FERNANDO BANCHÓN	VENDEDOR	30	500,00	41,67	29,50
GABRIEL TORRES	VENDEDOR	30	500,00	41,67	29,50
MARCELO VALDEZ	VENDEDOR	30	500,00	41,67	29,50
			3.600,00	300,00	177,00
TOTALES			8.554,00	712,83	324,50

AÑO 2016

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO
GASTOS ADMINISTRACION					
EVELIN O'BRIEN	GERENTE	30	2645,00	220,42	31,17
CECILIA MORA	CONTADOR	30	1380,00	115,00	31,17
MARIA ELENA CRUZ	SECRETARIA	30	690,00	57,50	31,17
JORGE CASTRO	CAJERO	30	575,00	47,92	31,17
FIDEL CRESPIÓN	SERVICIOS	30	407,10	33,93	31,17
			5.697,10	474,76	155,83
GASTOS DE VENTAS					
JUAN MALDONADO	JEFE COMERCIAL	30	1380,00	115,00	31,17
FRANKLIN QUIMÍ	BODEGUERO	30	575,00	47,92	31,17
JOSÉ SALTOS	CHOFER	30	460,00	38,33	31,17
FERNANDO BANCHÓN	VENDEDOR	30	575,00	47,92	31,17
GABRIEL TORRES	VENDEDOR	30	575,00	47,92	31,17
MARCELO VALDEZ	VENDEDOR	30	575,00	47,92	31,17
			4.140,00	345,00	187,00
TOTALES			9.837,10	819,76	342,83

AÑO 2017

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO
GASTOS ADMINISTRACION					
EVELIN O'BRIEN	GERENTE	30	3.041,75	253,48	32,83
CECILIA MORA	CONTADOR	30	1.587,00	132,25	32,83
MARIA ELENA CRUZ	SECRETARIA	30	793,50	66,13	32,83
JORGE CASTRO	CAJERO	30	661,25	55,10	32,83
FIDEL CRESPIÑ	SERVICIOS	30	468,17	39,01	32,83
			6.551,67	545,97	164,17
GASTOS DE VENTAS					
JUAN MALDONADO	JEFE COMERCIAL	30	1.587,00	132,25	32,83
FRANKLIN QUIMÍ	BODEGUERO	30	661,25	55,10	32,83
JOSÉ SALTOS	CHOFER	30	529,00	44,08	32,83
FERNANDO BANCHÓN	VENDEDOR	30	661,25	55,10	32,83
GABRIEL TORRES	VENDEDOR	30	661,25	55,10	32,83
MARCELO VALDEZ	VENDEDOR	30	661,25	55,10	32,83
			4.761,00	396,75	197,00
TOTALES			11.312,67	942,72	361,17

AÑO 2018

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO
GASTOS ADMINISTRACION					
EVELIN O'BRIEN	GERENTE	30	3.498,01	291,50	34,50
CECILIA MORA	CONTADOR	30	1.825,05	152,09	34,50
MARIA ELENA CRUZ	SECRETARIA	30	912,53	76,04	34,50
JORGE CASTRO	CAJERO	30	760,44	63,37	34,50
FIDEL CRESPIÑ	SERVICIOS	30	538,39	44,87	34,50
			7.534,41	627,87	172,50
GASTOS DE VENTAS					
JUAN MALDONADO	JEFE COMERCIAL	30	1.825,05	152,09	34,50
FRANKLIN QUIMÍ	BODEGUERO	30	760,44	63,37	34,50
JOSÉ SALTOS	CHOFER	30	608,35	50,70	34,50
FERNANDO BANCHÓN	VENDEDOR	30	760,44	63,37	34,50
GABRIEL TORRES	VENDEDOR	30	760,44	63,37	34,50
MARCELO VALDEZ	VENDEDOR	30	760,44	63,37	34,50
			5.475,15	456,26	207,00
TOTALES			13.009,56	1.084,13	379,50

AÑO 2019

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO
GASTOS ADMINISTRACION					
EVELIN O'BRIEN	GERENTE	30	4.022,71	335,23	36,17
CECILIA MORA	CONTADOR	30	2.098,81	174,90	36,17
MARIA ELENA CRUZ	SECRETARIA	30	1.049,40	87,45	36,17
JORGE CASTRO	CAJERO	30	874,50	72,88	36,17
FIDEL CRESPIÓN	SERVICIOS	30	619,15	51,60	36,17
			8.664,58	722,05	180,83
GASTOS DE VENTAS					
JUAN MALDONADO	JEFE COMERCIAL	30	2.098,81	174,90	36,17
FRANKLIN QUIMÍ	BODEGUERO	30	874,50	72,88	36,17
JOSÉ SALTOS	CHOFER	30	699,60	58,30	36,17
FERNANDO BANCHÓN	VENDEDOR	30	874,50	72,88	36,17
GABRIEL TORRES	VENDEDOR	30	874,50	72,88	36,17
MARCELO VALDEZ	VENDEDOR	30	874,50	72,88	36,17
			6.296,42	524,70	217,00
TOTALES			14.961,00	1.246,75	397,83

ANEXO 4 Depreciación de activos fijos

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% DEPREC.	AÑOS	DEPREC. 1	DEPREC. 2	DEPREC. 3	DEPREC. 4	DEPREC. 5
1	INMUEBLE	180.000,00	180.000,00	5,00%	20	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
1	INSTALACIONES ELECTRICAS	3.500,00	3.500,00	10,00%	10	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
9	MUEBLES Y ENSERES	500,00	4.500,00	10,00%	10	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
9	EQUIPOS DE COMPUTACION	500,00	4.500,00	33,33%	3	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
4	PERCHAS	500,00	2.000,00	10,00%	10	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
10	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	100,00	1.000,00	10,00%	10	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
1	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	200,00	200,00	10,00%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
1	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	300,00	300,00	10,00%	10	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
3	EQUIPO DE CLIMATIZACION \$1000	1.000,00	3.000,00	10,00%	10	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
1	VEHICULO	35.000,00	35.000,00	20,00%	5	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
		221.600,00	234.000,00			18.950,00	18.950,00	18.950,00	18.950,00	18.950,00

VENTAS

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% DEPREC.	AÑOS	DEPREC. 1	DEPREC. 2	DEPREC. 3	DEPREC. 4	DEPREC. 5
1	INMUEBLE / 70%	126.000,00	126.000,00	5,00%	20	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00
1	INSTALACIONES/ 70%	2.450,00	2.450,00	10,00%	10	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00
5	MUEBLES Y ENSERES	500,00	2.500,00	10,00%	10	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
4	PERCHAS	500,00	2.000,00	10,00%	10	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
10	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	100,00	1.000,00	10,00%	10	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
1	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	200,00	200,00	10,00%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
1	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	300,00	300,00	10,00%	10	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
3	EQUIPO DE CLIMATIZACION \$1000	1.000,00	3.000,00	10,00%	10	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
5	EQUIPOS DE COMPUTACION	500,00	2.500,00	33,33%	3	833,33	833,33	833,33	833,33	833,33
1	VEHICULO	35.000,00	35.000,00	20,00%	5	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
		166.550,00	174.950,00			15.278,33	15.278,33	15.278,33	15.278,33	15.278,33

ADMINISTRACIÓN

CAN T.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% DEPRE C.	AÑOS	DEPRE C. 1	DEPRE C. 2	DEPRE C. 3	DEPRE C. 4	DEPRE C. 5
1	INMUEBLE / 30%	54.000,00	54.000,00	5,00%	20	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
1	INSTALACIONES/ 30%	1.050,00	1.050,00	10,00%	10	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
4	MUEBLES Y ENSERES	500,00	2.000,00	10,00%	10	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACION	500,00	2.000,00	33,33%	3	666,67	666,67	666,67	666,67	666,67
		56.050,00	59.050,00			3.671,67	3.671,67	3.671,67	3.671,67	3.671,67

ANEXO 5 Servicios de contratos

CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019
SERVICIO DE SEGURIDAD	12.000,00	13.200,00	14.520,00	15.972,00	17.569,20
SERVICIO DE LIMPIEZA	6.000,00	6.600,00	7.260,00	7.986,00	8.784,60
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	8.712,00	9.583,20	10.541,52	11.595,67	12.755,24
TOTALES	26.712,00	29.383,20	32.321,52	35.553,67	39.109,04

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

VENTAS

CONCEPTO	%	2015	2016	2017	2018	2019
SERVICIO DE SEGURIDAD	70%	8.400,00	9.240,00	10.164,00	11.180,40	12.298,44
SERVICIO DE LIMPIEZA	70%	4.200,00	4.620,00	5.082,00	5.590,20	6.149,22
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN (6empleados)		4.752,00	5.227,20	5.749,92	6.324,91	6.957,40
TOTALES		17.352,00	19.087,20	20.995,92	23.095,51	25.405,06

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

ADMINISTRACIÓN

CONCEPTO	%	2015	2016	2017	2018	2019
SERVICIO DE SEGURIDAD	30%	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
SERVICIO DE LIMPIEZA	30%	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN (5empleados)		3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76	5.797,84
TOTALES		9.360,00	10.296,00	11.325,60	12.458,16	13.703,98

26.712,00	29.383,20	32.321,52	35.553,67	39.109,04
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

ANEXO 6 Fotos de Encuestas

Encuesta a Clientes



Encuesta a Comerciantes

