



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL PROCESO
Y EMPACADO DE CAMARÓN EN LA RUTA
DELSPONDYLUSCOMUNAPALMAR,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2014.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: DIEGO ANTONIO VILLAO SALAZAR

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALA.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL PROCESO
Y EMPACADO DE CAMARÓN EN LA RUTA
DEL SPONDYLUS COMUNA PALMAR,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2014.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: DIEGO ANTONIO VILLO SALAZAR.
TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALA.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad 29 de octubre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora de la tesis de grado “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL PROCESO Y EMPACADO DE CAMARÓN EN LA RUTA DEL SPONDYLUS, COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014” elaborado por el Sr. Diego Antonio Villao Salazar, egresado de la carrera Ingeniería en Desarrollo empresarial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. Hermelinda Cochea Tomalá.
TUTORA

DEDICATORIA

La creación de este proyecto está dedicado a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiera podido conseguir lo que hasta ahora tengo. Su tenacidad y lucha incansable han hecho de ello el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mi hermano y familia en general.

Diego Antonio Villao Salazar

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar, a mi padre Douglas Villao. A mi madre Lucia Salazar; mi hermano por todo su apoyo; y por último a mis compañeros de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado, en especial a la personas más importante en mi vida Stefani Gonzabay, por ser aquella que día a día me motiva a culminar mi trabajo de titulación y a mi Tutor quién nos ayudó en todo momento.

Diego Antonio Villao Salazar

TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Félix Tigrero Gonzales, MCs.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA-TUTORA

Ing. Linda Núñez Guale, MSc.
PROFESORA DEL ÁREA

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

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

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL PROCESO
Y EMPACADO DE CAMARÓN EN LA RUTA
DEL SPONDYLUS COMUNA PALMAR,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2014.**

Autor: Diego Antonio Villao Salazar.

Tutora: Hermelinda Cochea Tomalá, Econ.

RESUMEN

El proyecto de la creación de una empresa dedicada al proceso y empacado de camarón en la Ruta del Spondylus, comuna Palmar, provincia de Santa Elena, tiene como propósito disminuir el déficit de comercialización del camarón ya que por mala manipulación, el producto se golpea y daña su textura y condiciones higiénicas, los productores de este marisco entregan su producción a las empacadoras de otras partes del Ecuador donde le dan el respectivo proceso para comercializarlo dentro o fuera de nuestras fronteras, por otra parte cierta producción que se dá, se la comercializa a pequeños comerciantes que distribuyen el camarón a nivel de provincia y debida a la trasportación, el camarón se golpea y muchas veces se descompone llegando en mal estado a restaurantes de nuestras costas. El objetivo primordial de la empacadora es darle el proceso adecuado al marisco para una comercialización óptima en los mercados nacionales. El proceso metodológico se encuentra basado en un análisis realizado a través de tabulación de las encuestas e interpretación de resultados de las entrevistas, estableciendo que es necesario implementar una planta de proceso y empacado de camarón en la comunidad Palmar. Dentro de la creación de empresa se tiene en cuenta las estrategias de segmentación de mercado, distribución del producto, estrategias de marketing y estrategias financieras, introduciendo a la vez la marca Palmaron S.A. La implementación de la planta de proceso y empacado de camarón permitirá a los restaurantes de la zona costera obtener un producto limpio y en buen estado para posicionarse en el mercado local. En conclusión la aplicación de una planta dedicada al proceso y empacado de camarón en Palmar, mejorará los ingresos de los productores y pobladores de esta comunidad en base a la metodología aplicada y a los estudios financieros.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	2
Tema.....	2
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema	4
Sistematización del problema	4
Justificación.....	4
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos	6
HIPÓTESIS.....	7
Variables.	7
Variable Independiente.	7
Variable Dependiente.....	7
 CAPÍTULO I.....	 10
MARCO TEÓRICO	10
1.1 Antecedentes del tema.	10
1.2. Fundamentación teórica	11
creación de empresa	11
1.2.1 Origen de las empresas.	11
Definiciones de empresas.....	12
Importancia de las empresas.	12
Proceso administrativo de las empresas.....	13
Organización.	13

Dirección.....	13
Evaluación.....	14
Planeación.....	14
1.2.2. Empresas camaroneras y su aporte a la economía nacional.....	14
Proceso y empaçado de camarón	15
1.2.3. Productores de camarón en el país.....	15
1.2.4. Participación provincial en el valor agregado bruto de la industria de acuicultura y pesca de camarón (iapc, 2012).	16
1.2.5. El mercado del camarón en Ecuador.....	17
1.2.6. Participación del camarón ecuatoriano sobre el total de exportaciones de América y el Mundo.....	17
1.2.7. Oferta y utilización de camarón.....	18
1.2.7.1. Camarón y larva de camarón, camarón elaborado oferta (2012).	19
1.2.8. Proceso de producción y encadenamientos.....	19
1.2.9. Escala de producción para el procesamiento de camarón.....	20
1.2.9.1. Clasificación del tamaño de camarón procesado.....	20
1.3. Fundamentación legal	20
Instituciones de apoyo.....	20
1.3.1. Constitución de la república del ecuador, vigencia 2008.....	21
Democratización de los factores de producción enero 2010.....	22
1.3.2. Ley organica de la economía popular ysolidaria y del sector financiero, vigencia 2011.....	22
1.3.3. Superintendencia de compañías vigencia 2012.....	23
1.3.4. Trámites de exportaciónenero 2013	24
1.3.5. Aforo.....	24
1.3.6. Documentos de transporte.....	25
1.3.7. Ley de facilitación de las exportaciones y del transporte acuático 1992. ...	25
1.3.7.1. Declaración-cupón cuota redimible, corpei12.....	25
1.3.7.2. Cupón de exportación.....	26
1.3.7.3. Certificado de origen.....	26

Certificados sanitarios.....	27
Certificado de calidad.	27
1.4. Las nic-normas internacionales de contabilidad1 vigencia 2005.....	27
1.5. Norma internacional de contabilidad2	27
1.5.1. Los costes de venta.....	28
1.5.1.2. Costes de transformación.	28
1.5.1.3. Fórmulas del coste.....	28
1.5.2. Norma internacional de contabilidad16	29
1.5.2.1 Reconocimiento.....	29
1.5.3. Ubicación y actividad económica.	30
1.5.3.1. Desarrollo acuícola.	31
1.5.3.2. Actualidad camaronera en Palmar.	32
1.5.4. Impacto ambiental.....	32
1.6. Entorno social.....	34
1.7. Factor tecnológico.....	35
1.8. Análisis foda.	36
CAPÍTULO II	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	37
2.1. Diseño de investigación.	37
2.2. Modalidades de investigación.....	37
2.2.1. Tipos de investigación.....	37
2.3. Métodos de investigación.....	38
2.3.1. Método Analítico.	39
2.3.2. Método Experimental.....	39
2.3.3. Método inductivo	39
2.3.4. Método deductivo	39
2.3.5. Método de síntesis.....	39
2.4. Técnicas e instrumentos de investigación.	39
2.4.1 Técnicas.	40
2.5. Instrumentos.....	40

2.5.1. Cuestionario de preguntas de la encuesta.....	40
2.5.2 Formato de entrevista.....	40
2.6. Población y muestra	40
2.6.1. Población.....	40
2.6.2. Muestra.....	41
2.7. Procedimiento de investigación	42
2.7.1 Fases procedimentales de la investigación.....	42
Fase 1. Lectura Comprensiva.....	42
Fase 2. Lectura Intertextual-Comparativa.....	42
Fase 3. Relectura Crítico-Interpretativa	42
CAPITULO III.....	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	43
3.1 Análisis de resultados de las encuestas aplicadas a clientes de la provincia de Santa Elena.	43
3.2. Análisis de resultados de la encuesta aplicada a restaurantes de la provincia de Santa Elena.	52
3.3. Análisis de entrevistas realizadas a los productores de camarón en la comuna Palmar.	60
3.4. Conclusiones.....	65
3.5. Recomendaciones.	66
CAPÍTULO IV	67
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL PROCESO Y EMPACADO D CAMARÓN EN LA RUTA DEL SPONDYLUS COMUNA PALMAR PROVINCIA D SANTA ELENA, AÑO 2014	
4. Análisis de la demanda.....	67
4.1. Segmentación del mercado.	67
4.1.2. Determinación de la población objetivo.	68
4.1.3. Identificación de los clientes meta.	68
4.1.3.1. Ingreso aproximado.	70

4.1.3.2. Geografía.....	70
4.1.4. Frecuencia de uso/ compra.....	71
4.1.5. Proyección del precio.....	71
4.2.6. Identificación de los competidores.	72
4.- Marketing mix.....	73
4.2. Producto	73
4.2.1. Precio.	75
4.2.2. Estrategias de precios.....	76
4.3. Estrategias de distribución	77
4.3.1. Promoción.	77
4.3.2. Presupuesto de promoción.	78
5.-Estudio técnico.....	78
5.1.-Infraestructura de la empresa.	78
5.2.-Capacidad instalada.	79
5.3.-Ubicación del proyecto.	80
5.3.1.-Diagrama de flujo de los procesos.....	81
5.4.-Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.....	82
5.4.1. Maquinarias y equipo de producción.....	82
5.4.2. Equipos de oficinas.....	87
5.4.3. Equipo de cómputo.	88
5.4.4. Vehículo.....	88
6.-Estudio administrativo, organizacional y legal.....	89
6.1.Estudio administrativo.	89
6.1.1. Misión.....	89
6.1.2. Visión.....	89
6.1.3. Objetivos generales.....	89
6.1.4. Objetivos específicos.	89
6.1.5. Valores institucionales	90
Marco organizacional.....	90
6.2. Estructura orgánica administrativa.....	90
6.2.1. organigrama estructural	91

6.2.2. Responsabilidades de los departamentos	91
6.3. Acta de constitución.....	102
acta de constitución del proyecto.....	102
7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	103
7.1. Inversión inicial.....	103
7.2. Activos fijos	105
7.3. Capital de trabajo	109
7.4. Resumen de inversión inicial y financiamiento.....	110
7.5. Amortización de la deuda.....	110
7.6. Proyección de ventas.....	111
7.7. Gastos operativos	112
7.8. Depreciación.	113
7.9. Estado de resultado, flujo de efectivo, van y tir.....	114
7.1.1. Rol de pago.	119
8. Análisis de impacto del proyecto	121
8.1. Análisis de la evaluación ambiental.....	121
8.2. Análisis socio-económico del proyecto.	121
CONCLUSIONES.....	122
RECOMENDACIONES.....	123
BIBLIOGRAFÍA.....	124

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización de la variable independiente.....	8
CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente.....	8
CUADRO 3 Participación del camarón en el mercado.....	16
CUADRO 4 Oferta del camarón y larva de camarón.	19
CUADRO 5 Escala de producción para el procesamiento de camarón.....	20
CUADRO 6 Clasificación del tamaño de camarón procesado.	20
CUADRO 7 Elementos de la población.....	41
CUADRO 8 Muestra de la población en aplicar la entrevista.	41
CUADRO 9 Calculo de la muestra	41
CUADRO 10 Consumo de camarón.....	43
CUADRO 11 Consumo de camarón al mes.....	44
CUADRO 12 Establecimientos de compra de camarón.	45
CUADRO 13 Preferencia del camarón.....	46
CUADRO 14 Condiciones como adquiere el camaron.	47
CUADRO 15 Preferencia del camarón.....	48
CUADRO 16 Preferencia del camarón descabezado en porciones.	49
CUADRO 17 Preferencia del camarón.....	50
CUADRO 18 Gusto de empacado de camarón en Palmar.....	51
CUADRO 19 Adquisición camarón.....	52
CUADRO 20 Adquisición del camarón en tamaño.	53
CUADRO 21 Presentacion del producto.	54
CUADRO 22 Entrega del producto.	55

CUADRO 23 Camarón empacado.....	56
CUADRO 24 Precio por libra con valor agregado.....	57
CUADRO 25 Parametros de cantidad.....	58
CUADRO 26 Existencia de una empresa empacadora de camarón en Palmar. ...	59
CUADRO 27 Población objetiva.....	69
CUADRO 28 Población de Santa Elena.....	69
CUADRO 29 Proyección de la demanda.....	72
CUADRO 30 Competidores del mercado nacional.....	72
CUADRO 31 Costo de producción.....	76
CUADRO 32 Precio de venta.....	76
CUADRO 33 Infraestructura de la empresa.....	79
CUADRO 34 Ubicación del proyecto.....	80
CUADRO 35 Procesos de producción.....	81
CUADRO 36 Resumen de flujo del proceso.....	82
CUADRO 37 Organigrama estructural.....	91
CUADRO 38 Inversión inicial.....	103
CUADRO 39 Activo fijo.....	105
CUADRO 40 Capital de trabajo.....	109
CUADRO 41 Inversión inicial y financiamiento.....	110
CUADRO 42 Amortizacion de la deuda.....	111
CUADRO 43 Calcula del precio de ventas.....	118
CUADRO 44 Poryeccion de las ventas.....	113
CUADRO 45 Gastos operativos.....	114

CUADRO 46 Depreciaciones	119
CUADRO 47 Estado de resultados van y tir.....	121
CUADRO 48 Rol de pagos	125
CUADRO 49 Análisis socio-económico del proyecto.....	127

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO 1 El camarón ecuatoriano en las exportaciones.....	17
GRÁFICO 2 Consumo de camarón.	43
GRÁFICO 3 Consumo de camarón al mes.	44
GRÁFICO 4 Establecimientos de compra de camarón.....	45
GRÁFICO 5 Preferencia del camarón.	46
GRÁFICO 6 Condiciones como adquiere el camaron.....	47
GRÁFICO 7 Preferencia del camaron.	48
GRÁFICO 8 Preferencia del camarón descabezado en porciones.....	49
GRÁFICO 9 Preferencia del camarón desecabezado, pelado y desvenado.....	50
GRÁFICO 10 Gusto de empacado de camarón en Palmar.	51
GRÁFICO 11 Adquisición camarón	52
GRÁFICO 12 Adquisición del camarón en tamaño.	53
GRÁFICO 13 Presentacion del producto.....	54
GRÁFICO 14 Entrega del producto.....	55
GRÁFICO 15 Camarón empacado.	56
GRÁFICO 16 Precio por libra con valor agregado.....	57
GRÁFICO 17 Parámetros de cantidad.....	58
GRÁFICO 18 Existencia de una empresa de empacado de camarón en Palmar. .	59
GRÁFICO 19 Empaque.	74
GRÁFICO 20 Logotipo	75

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad haber realizado el estudio para diseñar la propuesta de creación de una empresa dedicada al proceso y empaclado de camarón en la comunidad de Palmar, Ruta del Spondylus, provincia de Santa Elena a través de la detección de problemas que existen en el sector, evaluando de tal manera las posibles soluciones. El objetivo de la investigación tanto general como específico busca tener un enfoque que permita direccionar el trabajo de investigación y determinar si el proyecto contó con aceptación en la población, para su instalación. La justificación mostró la manera de cómo se realizó el trabajo de investigación, la inclusión de teorías técnicas e instrumentos de investigación que se aplicaron en el desarrollo del proyecto, se detalló la población y la muestra considerando el cálculo de la muestra no probabilística.

El primer capítulo, consta del marco teórico contiene información para comenzar a crear el proyecto, de donde obtuvo datos en el cual fundamentaron los puntos planteados en el desarrollo del proyecto. El segundo capítulo, la metodología planteó el tipo de investigación a realizar, en este caso se diseñó la estructura del proyecto, aplicando teorías de diferentes autores, siendo necesario aplicar los tipos de investigación como son: bibliográfica, investigación de campo, en esta última se diseñaron las encuestas y entrevistas obteniendo información para el análisis e interpretación de los datos. El tercer capítulo, es el análisis e interpretación de resultados, en esta parte se analizaron los datos obtenidos por todos los involucrados en la investigación. El cuarto capítulo es la propuesta de cómo se encuentra el mercado para poder ejecutar el proyecto. Los estados financieros, también intervienen en la creación de la empresa, se detallan los activos y los componentes monetarios que se utilizan para la creación de la empresa, los estados financieros también nos proyectan en que tiempo se recupera el dinero invertido y comenzar a obtener ganancias.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

Creación de una empresa dedicada al proceso y empacado de camarón en la ruta del Spondylus comuna Palmar provincia de Santa Elena, año 2014.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es un país localizado en una zona privilegiada, principalmente por su clima, gracias a ello goza de abundancia en recursos naturales. Una de sus principales ventajas que posee es la capacidad productora de camarón. Unas de las zonas con mayor capacidad de cultivo y producción sin duda es Palmar. (<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/490/1/cd-0423.pdf>)

El camarón es el tercer producto con mayor demanda mundial que produce el Ecuador. A través del tiempo, diversas enfermedades han afectado al sector camaronero, impactando directamente en el nivel de exportaciones y bajando el ingreso económico al Ecuador.

Gracias a varias investigaciones realizadas para salvar el camarón, actualmente se ha logrado estabilizar la producción y anular casi en su totalidad las epidemias, la mayoría del camarón comercializado internacionalmente es consumido por un puñado de grandes países importadores: Japón, y algunos países de la Unión Europea. Japón son los principales consumidores de camarón tropical cultivado. Aunque la Unión Europea importa camarón como ninguna región y Japón es el principal importador de camarón de aguas tropicales, Estados Unidos es el mayor consumidor del mundo. (<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/490/1/cd-0423.pdf>)

Ecuador es un país que proyecta una gran cantidad de producción camaronera de calidad hacia mercados internacionales, tratando de satisfacer la demanda externa, debido a que las compañías camaroneras buscan ubicar el camarón fuera del país,

para así comercializarlo a un mejor precio. Este proceso hace que el mercado interno no sea atendido de forma adecuada, descuidando parcialmente la demanda interna, la ciudad de Santa Elena que destina gran parte de sus ingresos en alimentos como es el caso del camarón que ocupa los primeros lugares dentro de los principales mariscos consumidos por la población urbana y personas visitantes.

Ecuador es un país pequeño, las distancias entre las principales ciudades, no son un obstáculo de grandes proporciones para el comercio, como la ciudad de Guayaquil que se encuentra a tres horas de la comuna Palmar tomando en cuenta que la ciudad de Guayaquil es uno de los canales de distribución óptimos para buscar nuevos mercados. Palmar es conocida por ser una zona de pesca artesanal y por sus piscinas de camarón, propiedad de varios pequeños productores, los cuales se ven beneficiados por la abundante cantidad de camarón que produce todo el año, gran parte de la producción viene a ser comercializado a los mercados de la provincia a distintos lugares de nuestra geografía peninsular pero con bajas condiciones de calidad, debido al inadecuado manejo del camarón en el proceso de transporte, ocasionando que pierda calidad y valor en lugar de ganarlo. La falta de empacadoras cerca de esta comunidad hace que otras ciudades sean las beneficiadas con esta producción que le haría un bien a la provincia y los recursos que generan, se queden en este lugar y no sean destinados en otras ciudades.

La comunidad de Palmar por su ubicación y accesibilidad hace económicamente posible obtener camarón de calidad con precios bajos, además que la distancia entre las ciudades con mayor nivel de adquisición de camarón es favorable, esto permite hasta cierto punto, decir que la implantación de una empresa dedicada al proceso y empacado de camarón en la comuna Palmar para generar el valor adecuado al producto y posteriormente a la comercialización es favorable, tomando en cuenta que en esta comunidad con tantas riquezas no se realizaron estudios anteriores.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué incidencia tendría la creación de una empresa dedicada al proceso y empaquetado de camarón en la Ruta del Spondylus, comunidad de Palmar, provincia de Santa Elena, año 2014?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la ausencia de empaquetadoras en la provincia de Santa Elena en su desarrollo empresarial?

¿Cuánto es el nivel de consumo de camarón que existe en la provincia?

¿Existe algún estudio para implementar una empresa dedicada al empaquetado del crustáceo?

¿Cuántas empresas a nivel nacional se dedican al empaquetado de camarón y a la exportación?

¿Aumentaría las fuentes de trabajo en esta comunidad por la implementación de la empresa en esta comunidad?

¿Qué beneficios obtendría la comunidad de Palmar con la implantación de una empresa?

¿Cuáles serían los instrumentos de investigación más idóneos para la recolección de información para gustos y preferencias?

JUSTIFICACIÓN

Después de haber recibido los conocimientos del comercio y ventas del camarón se determinó que se pueden contribuir con necesidades, exigencias y expectativas para los posibles comerciantes mayoristas y minoristas.

Esta investigación se basa mediante la aplicación de teorías de marketing, comportamientos del consumidor, servicio al cliente, costos, administración y finanzas.

El desarrollo de la investigación tiene como finalidad una nueva alternativa en el mercado a nivel local a través de la creación de una empresa dedicada al proceso y empaquetado de camarón que satisfaga las necesidades de la demanda en la provincia de Santa Elena, Ecuador.

Este proyecto procura aprovechar la demanda del producto, el mismo que posee grandes beneficios tanto para los consumidores como el interés de quienes incursionen en esta actividad en calidad de empresarios e inversionistas.

Como emprendedores en el proceso y empaquetado de camarón se debe conocer todo lo relacionado al producto, que es un marisco alimenticio de sabor agradable y que es muy requerido especialmente por su valor comercial y social.

Se trata de conseguir con esta investigación, el conocimiento para entrar en el mercado de productos alimenticios ya que aparte de ofrecer un buen producto es necesario el buen manejo del mismo para que llegue a su destino en forma segura y además cumplir como las cantidades que requieren los comerciantes y consumidores.

Este estudio dará un precedente que con un buen cumplimiento de las normas exigidas por los mercados ecuatorianos, ayuda incrementar la demanda del camarón en mercados locales como en mercados internacionales.

Para establecer empresarialmente la creación de una empaquetadora de camarón que cubra la demanda insatisfecha del sector peninsular considerando principalmente que ayude al cuidado de las personas creando fuentes de trabajo de un grupo de

personas dedicada a las ventas del camarón, los cuales aportan con su servicio para el posicionamiento del mercado local.

La propuesta se lleva a cabo en la comuna Palmar, lugar idóneo para procesar y empacar este producto, la creación de la empresa va a contar con el recurso humano conocedor de la comercialización del producto a nivel provincial ya que al no existir una competencia gigante se podrá llegar al consumidor final de manera limpia y organizada.

De esta manera se generan fuentes de empleo que mucha falta hace en esta comunidad, dedicados a la pesca artesanal, el mejorar la calidad de vida de los habitantes de Palmar es la idea principal de la empresa para un desarrollo a nivel provincial, que generan una competitividad a nivel local regional, nacional y mundial.

Los estudios conjuntos que se realizan sobre este tema en general, ayuda a entender el problema que la investigación se ha enfocado, centrando esfuerzos en el análisis para adoptar la realidad de los cantones estudiando todos los aspectos y dar el primer paso que en un futuro sirva como base principal al resolver los problemas.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar la creación de una empresa utilizando técnicas de mercado que viabilicen la implantación de una empresa dedicada al proceso y empacado de camarón en la Ruta del Spondylus, comuna Palmar, provincia de Santa Elena, año 2014.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Fundamentar teóricamente la creación de una empresa utilizando la aportación de diferentes autores que facilite el conocimiento de información.

- ❖ Determinar la metodología considerando las diferentes técnicas e instrumentos que permitirán la obtención de objetivos estratégicos por medio de la participación de involucrados.
- ❖ Analizar el estudio de mercado que facilite el conocimiento de la aceptación de la creación de una empresa procesadora y empacadora de camarón en la comunidad de Palmar.
- ❖ Elaborar la propuesta de la creación de empresa mediante el estudio técnico, económico y financiero que viabilice la creación de una empresa de empacado de camarón en la comuna Palmar de la Ruta del Spondylus

HIPÓTESIS

Con la creación de una empresa para el proceso y empacado de camarón se logrará un producto de calidad en la comuna Palmar, provincia de Santa Elena, Ecuador, año 2014.

Variables.

Variable Independiente.

Creación de empresa

Variable Dependiente.

Proceso y empacado de camarón

Cuadro 1 Operacionalización de la variable independiente.

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Con la creación de una empresa para el proceso y empacado de camarón se logrará un producto de calidad en la comuna Palmar, provincia de Santa Elena, Ecuador, año 2014.	INDEPENDIENTE CREACIÓN DE UNA EMPRESA	La creación de una empresa inicia analizando la situación en la cual se encuentra la idea de negocio viendo el direccionamiento estratégico que tenga, lo principal para la empresa es el marketing que se utilice para su crecimiento en el mercado sin antes olvidar las estrategias de comercialización.	Análisis situacional Direccionamiento estratégico Marketing mix Estrategias de comercialización	Análisis FODA Misión Visión valores corporativos Objetivos Producto Precio Plaza Publicidad Segmentación de mercado E.D. del mercado ED. del producto	¿Cómo se comercializa el camarón en la provincia de santa Elena? ¿Cómo influye la creación de una empresa en Palmar? ¿Considera que los precios que hay en el mercado son accesibles a la economía de los peninsulares? ¿Existe alguna otra forma de comercializar el camarón?	Entrevista Encuesta.

Fuente: Operacionalización de la variable independiente

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Cuadro 2 Operacionalización de la variable Dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Con la creación de una empresa para el proceso y empacado de camarón se logrará un producto de calidad en la comuna Palmar, provincia de Santa Elena, Ecuador, año 2014.	DEPENDIENTE Proceso y empacado de camarón	Conjunto de pasos que se da al camarón para proporcionar valor agregado contando con la aportación de los involucrados en el estudio de investigación como son los productores de crustáceos y tomando en cuenta los recursos necesarios en el proceso y empacado	Contacto con los productores y proveedores Recursos	Desarrollo de nuevos mercados condiciones favorables en las ventas Materiales Financieros Humanos	¿Cuál ha sido el desarrollo actual de la piscicultura? ¿Se cuenta con los recursos principales para el desarrollo de esta idea de negocio?	Entrevista Encuesta.

Fuente: Operacionalización de la variable Dependiente.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.

La piscicultura se inició en Honduras en 1973 y creció rápidamente especialmente en los últimos años de los '80. Los piscicultores hondureños se encuentran representados a través de la Asociación Nacional de Acuicultores de Honduras - ANDAH, fundada en 1986 con el patrocinio de la Federación de Agroexportadores de Honduras (www.hondurassiexporta.hn/download/106)

La producción de camarón cultivado requiere de ciertas condiciones ecológicas, las que mantienen mayor presencia en la región sur del país, es pacíficamente en el golfo de Fonseca, en los departamentos de Valle y Choluteca, donde existen condiciones óptimas por la calidad del agua, manglares y otros organismos del hábitat marino que se encuentran en la zona. Las fincas de camarón se concentran en el golfo de Fonseca en estanques artificialmente creados en zonas de intercambio de aguas dulces y marinas ubicados en playones salitrosos y antiguas salineras e incluso manglares de los esteros del golfo, que las mareas inundan una o dos veces por mes. (www.hondurassiexporta.hn/download/77)

Al igual que la mayoría de los países productores de camarón cultivado en el hemisferio occidental, la especie de camarón preferido en Honduras es el camarón blanco del Pacífico *Penaeus vannamei*, el cual constituye aproximadamente 80% del total, el otro 20% corresponde al camarón azul *Penaeus stylirostris* (www.hondurassiexporta.hn/download/77.)

El camarón, langostino o gamba es un crustáceo marino, decápodo, de unos 10 a 15 centímetros de longitud, patas pequeñas, bordes de las mandíbulas fibrosos,

cuerpo comprimido, cola muy prolongada respecto al cuerpo, coraza poco consistente y color grisáceo. Son relativamente fáciles de encontrar en todo el mundo, tanto en cuerpos de agua dulce como en agua salada.

Los camarones en sus diferentes especies son criaturas relativamente abundantes en los cuerpos de agua dulce o salada en todo el mundo, lo cual los convierte en un importante recurso pesquero y alimenticio muy apetecido en las mesas de todo el mundo (www.diclib.com/Camarón%20/show/es/)

En nuestro país, el camarón es importante fuente de alimentación y base para la preparación de algunos de nuestros platos más típicos. Cabe recalcar que la exportación de camarón es uno de los principales rubros de ingreso al país.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

CREACIÓN DE EMPRESA

1.2.1 Origen de las empresas.

Para Carmen García (2008), *“La empresa es un término nada fácil de definir, ya que a este concepto se le dan diversos enfoques económico, jurídico, filosófico, social, etc. En su más simple acepción significa la acción de emprender una cosa con un riesgo implícito. La empresa es un sistema o conjunto de elementos interrelacionados que persiguen un plan común o unos mismos objetivos.”* pág. 17.

Con la revolución industrial, propiamente el nacimiento de la máquina de vapor en 1776, surge la empresa como el conjunto de procesos colectivos de producción en lugares comunes, siendo poblados con técnicos de procesos industriales, ingenieros y operarios que con distintas responsabilidades. Dentro de los diferentes procesos técnicos dieron lugar a las teorías de administración. Esta es la principal razón por la cual la empresa se ha transformado de acuerdo al pensamiento administrativo

Definiciones de empresas.

Para Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, (2008), *”La empresa se la puede considerar como un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado”* pág. 5

La empresa es uno de los órganos básicos de toda actividad económica creada con o sin fines de lucro y una unidad económica constituida por un conjunto de factores productivos: Capital, Trabajo y Naturaleza, todo ello bajo la dirección y responsabilidad del empresario por sí mismo o por medio de sus representantes.

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común.

Importancia de las empresas.

Lo primordial de una empresa radica en inculcar los valores a los propios empleados de forma que dichos valores afecten a las relaciones que se mantienen con los clientes. Estos valores o formas de comportarse pueden parecer a priori como obligaciones so imposiciones de la empresa hacia sus empleados. (www.importancia.biz/importancia-de-empresa)

En ocasiones no se entiende la política empresarial ni se sabe porque se toman las medidas que se toman. Muchas veces los empleados deben de vestir con ropas determinadas, realizar llamadas siempre de la misma forma, evitando decir ciertas palabras o despidiéndose siempre de la misma manera.

Estas formas son las que a largo plazo van a influir y dar importancia a la empresa.

PROCESO ADMINISTRATIVO DE LAS EMPRESAS

Para Agustín Reyes Ponce (2005),” *La Planeación consiste, en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y de números, necesarias para su realización.*”Pág. 15

La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo.

El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa determinada.

Organización.

Para Bob Garrat (2013),” *Las organizaciones inteligentes crean un clima de trabajo donde los procesos permiten a todos los miembros aprender de forma consciente de su trabajo. Esto a su vez lo hace capaz de mover ese aprendizaje adquirido al lugar que sea necesario de manera tal que pueda ser utilizado por la organización y que este conocimiento pueda ser transformado constantemente.*”pág. 11.

Para realizar el trabajo administrativo es necesario unificar los recursos de manera sistemática; esta función se conoce como organización. Implica poner atención a la estructura de relaciones entre los puestos y los individuos que los ocupan, así como vincular la estructura con la dirección estratégica general de la organización.

Dirección.

Para Martina Menguzzato Boulard (2009),” *La dirección es la habilidad que debería poseer todo equipo directivo para adoptar un proceso de formación de*

las estrategias empresariales capaz de entender tantos criterios de racionalidad en áreas de la eficiencia y eficacia como criterios de emergencia.”Pag.35

A lo largo de los años esta función se ha clasificado de diversas maneras que incluyen el término de liderazgo, este último evidentemente no tiene las connotaciones autocríticas que se asocian a la palabra dirección. No obstante el fundamento de dirigir o liderar es el proceso de intentar influir en otras personas para alcanzar los objetivos organizacionales. Significa motivar a los subalternos interactuar con ellos de manera eficaz en situaciones colectivas y comunicándose de forma estimulante sobre los esfuerzos para cumplir sus tareas y alcanzar las metas organizacionales.

Evaluación.

Es el proceso que tiene como finalidad determinar el grado de eficacia y eficiencia, con que han sido empleados los recursos destinados a alcanzar los objetivos previstos, posibilitando la determinación de las desviaciones y la adopción de medidas correctivas que garanticen el cumplimiento adecuado de las metas presupuestadas(www.eco-finanzas.com/diccionario)

Planeación.

La planeación es la determinación de lo que va a hacerse, incluye decisiones de importancia, como el establecimiento de políticas, objetivos, redacción de programas, definición de métodos específicos, procedimientos y el establecimiento de las células de trabajo y otras más. (www.ingenieria.unam.)

1.2.2. Empresas camaroneras y su aporte a la economía nacional.

La piscicultura han sido grandes fuentes de empleo y generadores de divisas para el país. Según fuentes de la Cámara Nacional de Acuicultura del Ecuador las exportaciones de camarón ecuatoriano llegaron a su punto más alto en 1998 cuando alcanzó la cifra de 11.400 toneladas exportadas, por las cuales se recibió

875 millones de dólares de EE.UU. En el año 2000 la industria camaronera tocó fondo como resultado del impacto del virus de la mancha blanca sobre la actividad camaronera, con una producción de tan sólo 37,7 mil toneladas. Para finales del 2002, el Ecuador alcanzó la cifra de 46,8 mil toneladas exportadas; 3,24 por ciento más que el año anterior, pero todavía lejos de una real recuperación en la producción. Adicional a la mancha blanca, la Industria acuícola camaronera ecuatoriana se ha visto afectada por una drástica caída en los precios internacionales (www.fao.org › FAO › Pesca y Acuicultura)

La producción acuícola del país, casi en su totalidad, es exportada, no existe un mercado local que sea abastecido por la actividad acuícola. La contribución de la acuicultura es mitigar la pobreza en el país está directamente relacionada con la generación de empleo para los estratos económicos más bajos.

El mayor porcentaje de grupos camaroneros y tilapieros son manejados por grupos de mediano y alto poder económico.

PROCESO Y EMPACADO DE CAMARÓN – VARIABLE DEPENDIENTE

1.2.3. Productores de camarón en el país.

Existen 57 productores que se dedican al cultivo de camarón, larvas de camarón y al camarón elaborado en el país, de los cuales la mayoría son pequeños y medianos productores, generando en el año 2013, más de 4.129 empleos.

Sin embargo, el subsector acuicultura y pesca de camarón, dentro del cual está el cultivo de camarón, larvas de camarón y al camarón elaborado, generó en el año 2013, 57.100 empleos.

Además, la producción de camarón de cultivo en Ecuador se centra en dos tipos de especies que poseen mercado a nivel internacional, ya que la participación del Ecuador en las exportaciones de camarón de cultivo y camarón elaborado se

destina a la exportación 86,5%, el resto de lo que no se pudo exportar se comercializa a nivel nacional. (www.flacso.org.ec)

La producción nacional de camarón de cultivo se concentra básicamente en la región costera del país, siendo las provincias de El Oro 40,7%, Guayas 40,1% y Manabí 8,5%, las que agrupan el mayor porcentaje del valor agregado bruto VAB del sector acuícola y pesca de camarón, debido a que la zona presenta un clima tropical subhúmedo con una estación seca que va de los meses de diciembre a abril y una estación lluviosa de mayo a noviembre; condiciones propicias para dicho cultivo, mientras que el resto de la producción aunque menor 10,7% se la realiza en las 10 provincias restantes.(www.flacso.org.ec)

1.2.4. Participación provincial en el valor agregado bruto de la industria de acuicultura y pesca de camarón (iapc, 2012).

El siguiente cuadro nos detalla cómo es la participación del camarón en el mercado de cada provincia del Ecuador en forma porcentual y detallando las cifras en dólares.

CUADRO 3 Participación del camarón en el mercado.

Acuicultura y pesca de camarón	Miles de dólares	Estructura Porcentual
AZUAY	2.994	1,47
BOLÍVAR	94	0,05
CAÑAR	10	0
CARCHI	328	0,16
COTOPAXI	377	0,19
CHIMBORAZO		
EL ORO	82.678	40,69
ESMERALDAS	816	0,4
GUAYAS	81.547	40,13
IMBABURA	8	0
LOJA	7.949	3,91
LOS RÍOS	69	0,03
MANABÍ	17.272	8,5
MORONA SANTIAGO		
NAPO		
PASTAZA		
PICHINCHA	7.601	3,74

TUNGURAHUA	1.296	0,64
ZAMARORA CHINCHIPE	164	0,08
GALÁPAGOS	25.654	13,57
SUCUMBIOS		
ORELLANA		
SANTO DOMINGO		
SANTA ELENA	86.459	46.238
VALOR AGREGADO BRUTO	315.316	99,99

Fuente: bce. Cuentas Provinciales.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

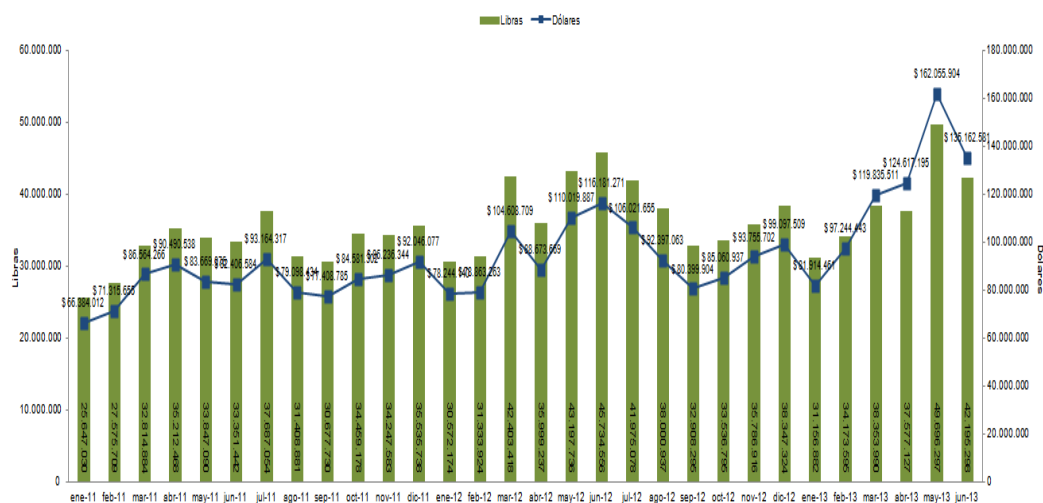
1.2.5. El mercado del camarón en Ecuador.

El mercado de camarón en el Ecuador está representado por una producción destinada en su mayor parte a la exportación 86,5% de la producción se envía al mercado externo. En este sentido, las tasas de crecimiento en las exportaciones de camarón son positivas entre los años 2004 y 2010, a excepción del 2009 en el cual presenta una tasa negativa, debido principalmente a la contracción del mercado mundial en general, como consecuencia de la crisis económica desatada el año 2008.

1.2.6. Participación del camarón ecuatoriano sobre el total de exportaciones de América y el Mundo.

GRÁFICO 1 El camarón Ecuatoriano en las exportaciones

Exportaciones de Camarón Ecuatoriano de Enero 2011 a Junio 2013
libras vs dólares



Fuente: Cámara Nacional de Acuicultura.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Ecuador se constituye en el país con mayor participación sobre las exportaciones totales con 42.95% del total de exportaciones de todos los países, esto representa 135 millones de dólares exportados en el año 2013. Incluso el resto de países exportadores de América Latina (14 países) tienen una participación de más de 100 veces menor a la ecuatoriana.

Estos datos nos hacen ver que el producto del camarón de nuestro país es muy apetecido a nivel mundial y esta sería una de las estrategias más importantes para alcanzar mayor mercado a nivel mundial. Los datos proporcionados en la Cámara Nacional de Acuicultura son primordiales para saber el nivel de exportación del Ecuador en los últimos años.

1.2.7. OFERTA Y UTILIZACIÓN DE CAMARÓN.

La oferta total de camarón y larvas de camarón, camarón elaborado al año 2013 es de 1.343 millones de dólares, de los cuales las importaciones representan apenas el 0,03% de la oferta, la cría de camarón el 45,2%, el camarón elaborado el 47,3%, mientras que los derechos arancelarios constituyen un 0% y los márgenes de comercialización un 7,4% lo que muestra que existe una eficiencia en el proceso de producción y comercialización.

Es decir el procesamiento de camarón es muy eficiente, el cual en su mayor parte va para exportación, mientras que los ingresos que recibe el Estado son nulos, ya que existe altos incentivos para el sector camarero, ya que en el año 2007 apenas pago 6.000 dólares por exportación. Según el portal de www.flacso.org.ec/portal

Recordemos que el 86,55 de cría de camarón y camarón elaborado va a las exportaciones y el resto de la producción va para consumo nacional, la mayor parte de consumo nacional está destinado para hoteles y restaurantes y mercados de mariscos de las zonas con mayor afluencia de personas o turistas sean nacionales o extranjeros pero por lo general la producción queda en las zonas costeras.

1.2.7.1. Camarón y larva de camarón, camarón elaborado oferta (2012).

Los siguientes datos obtenidos del banco central del Ecuador detallan en cifras por miles de dólares como es el total de la oferta obtenida por importaciones, cría de camarón y por elaborar este crustáceo empacado por las empresas de proceso y empacado. www.flacso.org.ec/portal

CUADRO 4 Oferta del camarón y larva de camarón.

Oferta total	Miles de dólares
Importaciones	403
Cría de camarón	608.218
Camarón elaborado	636.153
Total producción producto(pd)	1.244.371
Oferta total(pb)	1.244.371
Derechos arancelarios	6
Márgenes de comercialización	99.509
Oferta total (pc)	1.343.886

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

1.2.8. Proceso de producción y encadenamientos.

Para realizar el proceso de producción, es importante que los mariscos sean frescos sin signos clásicos de estar descompuesto, mal olor, sabor, color, textura y estar completos, es decir que no estén quebrados, descabezados o dañados; deben mantener un buen aspecto y tamaño, tener la talla requerida.

Según el Grupo Quirola 2010, existirían las siguientes escalas de producción para el procesamiento de camarón, en las cuales las PYMES podrían producir hasta 10 toneladas

1.2.9. Escala de producción para el procesamiento de camarón.

El grupo quirola es una de las empresas reconocidas a nivel nacional en este cuadro detalla el tamaño del camarón y cuáles la producción al día que se puede dar y recibir en las empresa

CUADRO 5 Escala de producción para el procesamiento de camarón.

Micro-empresa/artesanal	no aplicable
Pequeña empresa	1a2 toneladas al día
Mediana empresa	De 2a10 toneladas al día
Gran empresa	Más de 10 toneladas

Fuente: Grupo Quirola.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Igualmente los tamaños de camarones pelados y desvenados que van para exportación deben presentar la siguiente clasificación.

1.2.9.1. Clasificación del tamaño de camarón procesado.

CUADRO 6 Clasificación del tamaño de camarón procesado.

Clasificación broken	Pedazo o quebrados
R-L	Supere grande
Large	Grande
Médium	Medianos
Small	Chicos

Fuente: Grupo Quirola

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Instituciones de apoyo.

Tomando en cuenta los nuevos estatutos, reglamentos y leyes a los que se rige la creación de empresas en la constitución ecuatoriana se toma en cuenta las

instituciones que fomenten el desarrollo productivo como del estado: **MIPRO, MAGAP, CFN.**

Determinando el artículo 277 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del estado, entre otros, dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo, el producir bienes, crear y mantener infraestructura.

El artículo 319 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que el Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y alentará la producción que satisfaga la demanda interna.

El artículo 334 de la Constitución de la República del Ecuador, indica que corresponde al estado desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, generar empleo y valor agregado

Según Acuerdo Ministerial No. 09 452, que contiene el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Industrias y Productividad, MIPRO, publicado en la edición especial del Registro Oficial No. 53, de 15 de julio del 2010, en el artículo 7, literal a), consta como misión de este Ministerio: “Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados. (Acuerdo No.11 457 el ministerio de industrias y productividad)

1.3.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, VIGENCIA 2008.

Es el fundamento y la fuente de la autoridad jurídica que sustenta la existencia del Ecuador y de su gobierno. La supremacía de esta constitución la convierte en el texto principal dentro de la política ecuatoriana, y está por sobre cualquier otra norma jurídica, La constitución proporciona el marco para la organización del Estado ecuatoriano, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía.

Democratización de los factores de producción enero 2010.

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá.

Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y Tecnologías orientadas a los procesos de producción.

Para el estado será de forma primordial apoyar a todas las empresas con desarrollo emprendedor a mejorar sus condiciones brindando facilidades de acceso a las tecnologías y nuevos conocimientos científicos para el desarrollo.

1.3.2. LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO, VIGENCIA 2011.

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

Desarrollo productivo, mecanismos y órganos de competencia 29-12-2010.

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado es por ende la implementación de maquinarias que permitan a los emprendedores aumentar la productividad en sus empresas.

a. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción.

d. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este código.

e. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas, populares y solidarias de innovación, transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas, financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel.

j. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia.

1.3.3. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS VIGENCIA 2012.

Art. 430.- La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.

Art. 432.-La vigilancia y control a que se refiere el artículo 431 será total o parcial, según el caso.

La vigilancia y control total comprende los aspectos jurídicos, societarios, económicos, financieros y contables. La vigilancia y control será parcial cuando se concrete a la aprobación o negación que la Superintendencia de Compañías debe dar a la constitución de las sociedades y a cuales quiera de los actos societarios mencionados en el Art. 33 de esta Ley, a la declaración de inactividad, de disolución y de liquidación y a todo lo relacionado con dichos procesos.

1.3.4. TRÁMITES DE EXPORTACIÓNENERO 2013

El FUE-Formulario Único de Exportación se adquiere en la ventanilla de comercio exterior de un banco corresponsal del Banco Central. El documento se llena según las instrucciones indicadas al reverso.

Para la exportación de camarón, y productos pesqueros, se debe declarar el precio mínimo referencial fijado por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros.

Ciertos productos requieren un registro adicional del exportador, autorizaciones previas o certificados, concedidos por diversas instituciones. Hay trámites de carácter obligatorio para el exportador y otros que pueden ser exigidos por el importador.

1.3.5. AFORO.

La Aduana procederá a realizar el aforo de la mercadería, esto es, a verificar su peso, medida, naturaleza, código arancelario, etc. y a determinar los derechos e impuestos aplicables. Si la Aduana aprueba los documentos, se puede entregar la mercadería a las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria APG.

Las exportaciones que se realizan por puertos, pagan tasas en la Autoridad Portuaria y de allí pasan a la compañía naviera.

Las exportaciones aéreas deben tramitarse en la compañía aérea.

1.3.6. Documentos de transporte.

Exportaciones vía marítima:

Requieren conocimiento de embarque marítimo o Bill of Lading, B/L.

Exportaciones vía aérea: Requieren conocimiento de embarque aéreo, guía aérea o carta de porte aéreo, expedido por la empresa aérea que se utilizará; luego de recibir la mercadería para su transporte.

1.3.7. LEY DE FACILITACIÓN DE LAS EXPORTACIONES Y DEL TRANSPORTE ACUÁTICO 1992.

Ley No. 147. RO/ 901 de 25 de Marzo de 1992, art 7 Formulario de autorización de ingreso y salida de vehículos – AISV:

La AISV es un documento de control interno de la APG y no reemplaza ningún otro documento que sea solicitado por las respectivas autoridades.

Este documento será llenado a través del portal de Internet de la APG y será exigido al ingreso del puerto para la realización de cualquier tipo de operación dentro del recinto portuario.

El AISV es un medio tanto de control vehicular como de carga así es que, si un vehículo lleva dos contenedores de 20 Toneladas debe llevar dos AISV, si lleva un contenedor de 20 Toneladas y carga suelta debe llevar un AISV para el contenedor y otra para la carga suelta.

1.3.7.1. Declaración-cupón cuota redimible, corpei12.

De acuerdo a la Regulación 115-2003 del 18 de junio del 2003, del Banco Central del Ecuador, el cupón de cuota redimible CORPEI será considerado como documento que acompaña a la declaración aduanera de exportación.

Con dicha regulación se eliminó el trámite de justificación de divisas, con el objetivo de simplificar los trámites al exportador. Este fue un compromiso conjunto entre el BCE y CORPEI para mejorar la competitividad del sector.

El valor de la cuota redimible debe ser cancelado a través de los bancos autorizados para receptor la cuota Corpei y que sean corresponsales de comercio exterior del Banco Central del Ecuador, como son, a julio del 2003: Banco del Austro, Banco Bolivariano, Banco Internacional, Banco de Guayaquil, Banco del Pacífico, Banco del Pichincha y Produbanco.

Cuando las contribuciones totalizan un mínimo de USD 500, el aportante tiene derecho a cambiar sus cupones por un Certificado de Aportación CORPEI, por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años; garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto. El aportante puede endosar los certificados o utilizarlos para el pago de servicios que la CORPEI realice a su favor.

1.3.7.2. Cupón de exportación.

- Cupón original para CORPEI, copia 1 Aduana y copia 2 Aportante

- En el caso de Exportaciones, el valor a pagar del 1.5 por 1000 del valor FOB exportador.

1.3.7.3. Certificado de origen.

Garantiza el origen de los productos a fin de que, gracias a las preferencias arancelarias existentes entre ciertos países; el importador pueda justificar la exoneración total o parcial de los impuestos arancelarios.

En este caso, para camarones, el certificado lo otorgará el MICIP o la Subsecretaría de Recursos Pesqueros

Certificados sanitarios.

Para el caso del camarón, por ser producto del mar, requiere un certificado ictiosanitario, el cual es otorgado por el Instituto Nacional de Pesca.

Certificado de calidad.

Lo otorga el Instituto Nacional de Pesca.

1.4. LAS NIC-NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD1 VIGENCIA 2005.

Son un conjunto de normas o leyes que establecen la información que deben presentarse en los estados financieros y la forma en que esa información debe aparecer, en dichos estados. Las NIC no son leyes físicas o naturales que esperaban su descubrimiento, sino más bien normas que el hombre, de acuerdo sus experiencias comerciales, ha considerado de importancias en la presentación de la información financiera.

1.5. NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD2

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de las existencias. Un tema fundamental en la contabilidad de las existencias es la cantidad de coste que debe reconocerse como un activo y ser diferido hasta que los correspondientes ingresos ordinarios sean reconocidos.

El valor neto realizable hace referencia al importe neto que la entidad espera obtener por la venta de las existencias, en el curso normal de la explotación. El valor razonable refleja el importe por el cual esta misma existencia podría ser intercambiada en el mercado, entre compradores y vendedores interesados y debidamente informados. El primero es un valor específico para la entidad, mientras que este último no. El valor neto realizable de las existencias puede no ser igual al valor razonable.

1.5.1. Los costes de venta.

El coste de adquisición de las existencias comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales, los transportes, el almacenamiento y otros costes directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el coste de adquisición.

1.5.1.2. Costes de transformación.

Los costes de transformación de las existencias comprenderán aquellos costes directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte, calculada de forma sistemática, de los costes indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Costes indirectos fijos son todos aquéllos que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la amortización y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el coste de gestión y administración de la planta. Costes indirectos variables son todos aquellos que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

1.5.1.3. Fórmulas del coste.

La fórmula FIFO, asume que los productos en existencias comprados o producidos antes, serán vendidos en primer lugar y consecuentemente, que los productos que queden en la existencia final serán los producidos o comprados más recientemente. Si se utiliza el método o fórmula del coste medio ponderado, el coste de cada unidad de producto se determinará a partir del promedio ponderado del coste de los artículos similares, poseídos al principio del ejercicio, y del coste de los mismos artículos comprados o producidos durante el ejercicio.

1.5.2. NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD16

El objetivo de esta norma es prescribir el tratamiento contable del inmovilizado material, de forma que los usuarios de los estados financieros puedan conocer la información acerca de la inversión que la entidad tiene en su inmovilizado material, así como los cambios que se hayan producido en dicha inversión. Los principales problemas que presenta el reconocimiento contable del inmovilizado material son la contabilización de los activos, la determinación de su importe en libros y los cargos por amortización y pérdidas por deterioro que deben reconocerse con relación a los mismos.

1.5.2.1 Reconocimiento

Un elemento de inmovilizado material se reconocerá como activo cuando:

- (a) sea probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo.
- (b) el coste del activo para la entidad pueda ser valorado con fiabilidad.

Las piezas de repuesto y el equipo auxiliar se contabilizan habitualmente como existencias y se reconocen en el resultado del ejercicio cuando se consumen. Sin embargo, las piezas de repuesto importantes y el equipo de mantenimiento permanente, que la entidad espere utilizar durante más de un ejercicio, cumplen normalmente las condiciones para ser calificados como elementos de inmovilizado material. De forma similar, si las piezas de repuesto y el equipo auxiliar sólo pudieran ser utilizados con relación a un elemento de inmovilizado material, se contabilizarán como inmovilizado material.

Esta norma no establece la unidad de valoración para propósitos de reconocimiento, por ejemplo no dice en qué consiste un elemento de inmovilizado material. Por ello, se requiere la realización de juicios para aplicar los criterios de

reconocimiento a las circunstancias específicas de la entidad. Podría ser apropiado agregar partidas que individualmente son poco significativas, tales como moldes, herramientas y troqueles y aplicando los criterios pertinentes a los valores totales de las mismas.

1.5.3. Ubicación y actividad económica.

Palmar se encuentra a 42 km de la cabecera cantonal de Santa Elena y según datos del cabildo comunal posee una población de 8.000 habitantes. Las principales actividades económicas son: la pesca artesanal, el servicio doméstico, la producción de huevos de codornices y talleres artesanales principalmente de tagua, concha perla, caña, madera, coco y piolas. La producción agrícola es mínima, los productos que se cultivan son de ciclo corto como: sandía, melón, camote y en la parte pecuaria también se trabaja en otros productos.

Tiene una playa de 2.5 Km, con un corte natural en los dos extremos: al Norte existen acantilados bajos con vegetación de bosque seco; y, al Sur se puede observar una zona rocosa, la arena es fina y de coloración gris. Además se encuentra un manglar con una extensión aproximada de 36,86 hectáreas, presenta una gran diversidad de especies de flora y fauna, terrestre y acuática propias de este ecosistema. Su clima es cálido-húmedo y la temperatura varía de 18°C como mínima y 38°C como máxima, con una humedad relativa del 90%.

El principal atractivo turístico es su playa, seguido de un estero y manglar que complementa la oferta turística de la localidad, durante los últimos años varias instituciones tanto públicas como privadas han ejecutado estudios con la finalidad de promover las actividades turísticas en la población. (www.santaelenaturistica.com)

Es así que en los actuales momentos la fundación NEO-JUVENTUD con el objetivo de impulsar el emprendimiento de jóvenes universitarios de la zona brinda una serie de alternativas novedosas relacionadas con el eco-turismo, y a

precios módicos, y las personas puedan disfrutar de la práctica del kayak en el estero de la comuna, paseos en canoa por el manglar, recorridos en bicicleta, o hacer camping.

1.5.3.1. Desarrollo acuícola.

El desarrollo acuícola de esta zona empieza en los ochenta con la producción de vannamei en su forma juvenil, debido al gran auge que se vivía en ese entonces, en el país los nuevos productores de aquella época pensaban en tener una rentabilidad alta pero debido a su cercanía con el mar las piscinas poseían una salinidad alta, esto condujo a que ciertas camaroneras probaran con otras especies. (www.dspace.espol)

En la camaronera Opumarsa ubicada en la zona de Palmar se hicieron intentos con stylirostris la cual no dio los resultados esperados debido a que presentaban sensibilidad a cambios de temperatura y a ser más débil ante ciertos virus, los cuales producían enanismo y altas mortalidades, esto llevó a desechar la idea de seguir produciendo esta especie.

En la actualidad se están llevando estudios en la Estación Experimental Cenaim-ESPOL como Huayaibe, Seria larivoliana, ya que se presenta como una alternativa para el desarrollo de la industria acuícola nacional, por lo que el CENAIM durante algunos años viene haciendo investigación sobre esta especie en la fase de larvicultura y engorde. Así mismo la Fundación CENAIM-ESPOL viene desarrollando estudios del uso de probióticos en larvicultura y engorde de vannamei, entre las cepas probióticas tenemos V. alginolyticus, P62, P63 Vibriosp. Y P64 Bacillussp. Además se vienen utilizando artemia como alimento para maduración En los últimos años el sector camaronero ha superado barreras y siguen con la producción y cría, tomando en cuenta que este producto ha ido ganando mercado en los países del extranjero por lo que cada día aumentan las ventas del producto. (www.dspace.espol)

1.5.3.2. Actualidad camaronera en Palmar.

En la actualidad existen 240 hectáreas de camaroneras conformadas por distintos dueños y están dispersas, las empresas mensualmente cosechan 2 a 3 piscinas de varias dimensiones ya que por hectáreas son 1.500 libras de camarón que se van a obtener para realizar la respectiva comercialización a las empacadoras que son las encargadas de procesar el producto y realizar las exportaciones. (www.dspace.espol)

En el Ecuador existen 10 empresas que se dedican al empaqueo y exportación de camarón teniendo grandes márgenes de utilidad y su mayor parte de producción es por la obtención de la materia prima en la península de Santa Elena específicamente en la comunidad de Palmar, ya que es aquí donde se realizan la cría del producto por sus grandes dimensiones de piscinas (www.dspace.espol)

1.5.4. IMPACTO AMBIENTAL.

Como emprendedor se debe estar comprometido con el medio ambiente ya que en la actualidad es uno de los requisitos que toda empresa debe tener bien en claro porque esta iniciativa fomentará el compromiso que se debe tener con el planeta tierra y seguir sosteniendo los recursos que se tienen y no acabarlos el compromiso de las empresas camaroneras es reforestar los manglares donde nacen las actividades camaroneras y al momento de haberlos sacados se destruye una parte del ecosistema. Entre los manglares del sector se posee:

Mangle rojo.- Se caracterizan por sus semillas colgantes de colores verdes o pardos, el tono de la corteza del árbol va de rosa a bastante rojo, la parte inferior de la hoja tiene pequeños puntos de color verde profundo.

Mangle Negro.- Posee hojas de forma puntiaguda con la parte inferior blanca y usualmente con granos de sal, su tronco es de color oscuro.

Mangle blanco.- Se distingue porque tiene dos pequeñas glándulas: anaranjadas o rojizas en la base de la hoja, sus hojas son ovaladas.

Mangle botón.- Posee pequeños frutos en forma de conos redondos de color púrpura o marrón, se puede encontrar en la parte más alta y arenosa del manglar.

Desde el año 2002 la Corporación Coordinadora Nacional para la Defensa del Ecosistema Manglar CONDEM, agrupación de organizaciones de base, frentes, federaciones y uniones de pueblos ancestrales del Ecosistema Manglar y ONG que trabajan por la defensa, conservación y recuperación del ecosistema manglar, garantizando su vitalidad y la de sus pueblos en Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas y El Oro, cuenta con la custodia de 43.85 Hectáreas de manglares en la zona de Palmar

Existe una preocupación por el impacto de los afluentes provenientes de las piscinas camaroneras sobre los ecosistemas acuáticos, sobre todo porque estas descargas al medio natural con alto contenido de desechos orgánicos e inorgánicos pueden modificar el hábitat y provocar pérdidas sensibles de muchos organismos ya que son sustancias sumamente altas en componentes químicos y puedan causar efectos que causen problemas en las especies del sector.

Estas actividades acuícola también provocan la salinización de los acuíferos y de las tierras agrícolas costeras. Otro impacto que cabe destacar es el que se realiza al suelo con la acumulación de materia orgánica y el trato no adecuado para remediar este problema, llegando a transformar estos suelos como inerte o inservibles para otro tipo de actividad.

Los Problemas con la recolección de basura dificultan la eliminación de desechos y causan un impacto visual para la zona, complementado por los desechos sólidos existentes en el perfil de playa. Adicional a esto, la ley estipula que para el funcionamiento de toda actividad acuícola debe desarrollarse un estudio de

impacto ambiental cada cierto tiempo que comprendan, contaminación de aguas residuales, tratamiento de basuras y residuos, prevención y control del medio ambiente y contaminación.

1.6. ENTORNO SOCIAL.

La inmigración se ha convertido en muy pocos años en el fenómeno social más novedoso y potente de cuantos ocurren en España. Un fenómeno que afecta a los más variados aspectos de la vida social, empezando por la demografía.

Los extranjeros conforman el 8,5 por ciento de la población residente en ciertos países unos 3 millones y medio de personas. El incremento demográfico durante el año 2004 ha sido sumamente importante, 910.846, lo que supone un aumento del 2,1%. La parte fundamental de este incremento se debe, sin duda, a la inmigración, durante ese año el número de inmigrantes residentes en el país aumentó en 696.284. De un año para otro la inmigración creció además en un 23%. (www.madrimasd.org)

El resultado de este acelerado proceso de crecimiento de la inmigración es que España ha pasado en pocos años de ser uno de los países de la Unión Europea con menor porcentaje de inmigrantes -2% de su población total en 1998- a ser el cuarto -8,5% en 2005-. En comparación con otros países europeos el fenómeno migratorio en España tiene como característica que es mucho más reciente y sobre todo, que ha sido mucho más intenso y más rápido. España es por séptimo año consecutivo el principal país de acogida de inmigrantes en la UE. (www.madrimasd.org)

Se trata de un fenómeno de unas dimensiones casi únicas en todo el mundo, por su concentración en unos pocos años y cuyo impacto social tendrán que apresurarse a valorar los demógrafos y sociólogos. Los factores por el cual tantas personas se ven obligadas a inmigrar es la falta de fuentes de empleo.

En el Ecuador se debe fomentar apoyo para nuevas ideas de negocios y dar empleos a muchos ecuatorianos que ven como mejor opción ir a otros países.

1.7. FACTOR TECNOLÓGICO.

Ecuador es uno de los grandes productores y comercializadores de camarón en Latinoamérica y en el mundo, es por eso que a nivel tecnológico cuenta con la infraestructura más completa de todas por los altos estándares de producción y de control de calidad.

Para Pere Escorsa Castelles, Jaume Vallspasola (2006),” *La tecnología es un conjunto de conocimientos sistemáticos que sirven para la fabricación de un producto, la utilización de un procedimiento o la presentación de un servicio, ya se trate de una invención de un diseño industrial o de un modelo funcional de un nuevo tipo de fábrica.*”pág. 267

Las empacadoras de camarón para mantener la textura y el buen estado del producto es contar con tanques de acero inoxidable, cámaras de controles químicos para ver las condiciones en las que se encuentran los camarones, gavetas plásticas que son las encargadas de transportar los productos desde la entrada hasta la salida de la empresa.

Las mesas de acero inoxidable son indispensables porque es donde el personal procede a descabezarlo y enjuagarlo con agua a 8°C para asegurar la calidad, Posteriormente es lavado con agua una vez más antes de pasar a la clasificación, las plantas empacadoras de camarón utilizan tolvas clasificadoras encargadas de seleccionar el camarón según el tamaño requerido.

Las cajas parafinadas son para proceder a pesarlas en la medida exacta y el peso que requiera el cliente Libras, Kilos, onzas, etc. todo este proceso se da en una manera alta en estándares de calidad que garanticen al consumidor final que la empresa se dedica a procesar el camarón con efectividad y cumpliendo con las exigencias del mismo

1.8. ANÁLISIS FODA.

Para Justin Gooder (2012) “*El análisis foda incluye los métodos fuera y dentro y dentro; y, fuera para identificar las oportunidades potenciales de negocios que compaginen con el emprendedor y sus proyectos de emprendimiento*” pág. 86

FACTORES POSITIVOS

Fortalezas

- Competencias centrales importantes
- Fortaleza financiera
- Capacidad innovadora
- Administración hábil o experimentada
- Estrategia adecuadamente planeada
- Instrumento eficaz para la incursión
- Tecnología protegida por derechos de autor.

FACTORES NEGATIVOS

Debilidades

- Fuentes financieras inadecuadas
- Estrategia inadecuada diseñada
- Capacidad inadecuada para la innovación
- Reputación negativa en el mercado
- Instalaciones inadecuadas
- Problemas de distribución

Oportunidades

- Potencial del mercado no explotado
- Nuevo producto o nuevo mercado geográfico
- Cambio favorable en la dinámica de la industria
- Mercado con alto potencial de crecimiento
- Tecnologías incipientes
- Cambios que permiten la expansión en el extranjero

Amenazas

- Nuevos competidores
- Incremento de la demanda compradores o proveedores
- Desplazamiento de las ventas hacia productos sustitutos
Cambios adversos en el ciclo de negocios
- Desaceleración del crecimiento de los clientes

Fuente: Administración de Pequeñas Empresas.
Elaborado por: Diego Villao Salazar.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. Diseño de investigación.

En el presente trabajo de investigación, para obtener información de primera mano se tuvo que utilizar modalidades de investigativas que son primordiales para el proceso de investigación, de la misma forma el proyecto se manejó con datos estadísticos. En el proceso investigativo descubrió las diferentes técnicas como la encuesta y la entrevista que se utilizaron para levantar información determinando el grado de aceptación de la propuesta, exponiendo así resultados por la población para que el análisis de las mismas, corroborando la factibilidad del proyecto.

2.2. Modalidades de investigación.

La modalidad de investigación es cuali-cuantitativa ya que determina todas las cualidades que se tomaron en cuenta en el objeto de estudio, sabiendo que el área cuantitativa es la parte fundamental de esta modalidad porque es donde se manejan los datos numéricos que indican cifras, en el cual se puede tomar decisiones en la investigación.

2.2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Por el propósito, de la investigación es aplicar cuáles fueron los diferentes tipos de estudio porque de esta forma se desarrolló de una investigación veraz y óptima

Por el nivel de estudio, que se desarrolla en la investigación, formó parte la descripción de la magnitud del proyecto porque despliega todo tipo de información, cuales fueron puntos principales en este tipo de trabajos para la presentación y la aceptación.

Descriptiva, para el presente proyecto se utilizó este tipo de investigación, porque se tiene que describir los procesos de cultivo y cuantitativo de la crianza del camarón, costos de producción, las exportaciones ecuatorianas, precios, consumo, cantidades de producción y gastos de logística, los gustos y preferencias de los involucrados en la investigación.

Por el lugar de estudio, es la población de Palmar donde antecedentes nos indicaron que en este lugar no se han realizado este tipo de investigación posibilitando la obtención de información con un gran contenido para el desarrollo del estudio.

Investigación de Campo. Se utilizó este estudio porque permitió la participación real del investigador, desde el mismo lugar donde ocurren los hechos hasta el problema en consideración. Se establecieron las relaciones entre la causa y el efecto; y se predice la ocurrencia del caso o fenómeno.

Investigación Documental. Se utilizó este estudio a partir de la revisión de diferentes fuentes bibliográficas o documentales, literatura sobre el tema de investigación porque predomina, el análisis, la interpretación, las opiniones, las conclusiones y recomendaciones del autor o los autores.

Investigación histórico-lógica. Este tipo de investigación se lo utilizó para estudiar las estadísticas históricas de los diferentes datos encontrados en las fuentes secundarias porque de esta forma ayudaron a determinar el comportamiento del consumo de camarón ecuatorianas durante los cinco años anteriores a ésta investigación.

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos en la investigación permitieron conocer el camino hacia el objeto de estudio conduciendo el pensamiento a la acción para alcanzar un fin, los métodos utilizados formaron parte fundamental para trabajar con orden y eficiencia.

2.3.1. Método Analítico.

Este método permitió conocer de forma detallada el objeto de estudio ya que ayudó a desglosar información para obtener partes fundamentales de la investigación y detectar las causas y los efectos.

2.3.2. Método Experimental.

Método fundamental para el proceso de la investigación porque fue aquel que permitió dar un resultado final de los análisis realizados por las encuestas y las entrevistas realizados en el objeto de estudio, permitiendo interpretar y entender resultados vertidos en este proceso investigativo.

2.3.3. Método inductivo

Por medio de la utilización de este método ayudó a sacar conclusiones en general de todo el objeto de estudio, incluyendo los instrumentos de investigación que se utilizaron para los involucrados.

2.3.4. Método deductivo

El siguiente método de investigación se lo utilizó para deducir conclusiones finales de todos los instrumentos de investigación que se toman en cuenta en la etapa de interpretación de resultados también de los estudios desarrollados con anterioridad.

2.3.5. Método de síntesis

Se utilizó este método para estructurar nuevos conceptos del tema a tratar, dar nuevas teorías de los temas investigados para sostener una ideología estable de los textos en el proceso investigativo.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas e instrumentos de investigación que se utilizaron en el proceso investigativo fueron de vital importancia porque de ellos dependieron todos los resultados obtenidos en esta etapa. La parte esencial de los instrumentos y fueron

la de recopilar información de manera más sencilla y realizar los análisis pertinentes

2.4.1 Técnicas.

Encuesta, esta técnica se utilizó para obtener datos numéricos de las necesidades de los involucrados en el objeto de estudio que son vitales al momento de realizar un análisis global de todas las preguntas que se aplicaron en el instrumento.

Entrevista, esta técnica se utilizó de forma cualitativa porque es aquí donde se obtuvo información directa con los involucrados en el objeto de estudio, se pudo realizar un análisis extenso y sacar conclusiones favorables para la investigación.

2.5. INSTRUMENTOS

2.5.1. Cuestionario de preguntas de la encuesta.

Este instrumento permitió en la obtención de resultados la adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en la muestra sobre un asunto dado

2.5.2 FORMATO DE ENTREVISTA

El cuestionario entrevista fue elaborado con preguntas de fácil comprensión y desenvolvimiento de los entrevistados y obtener información de peso en la investigación.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.6.1. Población.

La población a la que se orientó el presente estudio, corresponde a los productores restaurantes y clientes de Santa Elena que desarrollan actividades de gestión empresarial. El universo del presente trabajo está conformado por 332 personas, como lo demuestra el cuadro

CUADRO 7 ELEMENTOS DE LA POBLACIÓN

ELEMENTO	N
Productores	9
Restaurantes	89
Cientes	224
Total.....	332

Fuente: Cámara de Comercio y cámara de turismo.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

2.6.2. Muestra.

El tamaño de la muestra es el parámetro más importante del diseño muestral porque afecta la precisión, el costo y la duración de la encuesta más que cualquier otro factor. Se debe considerar el tamaño muestral en términos del presupuesto disponible para la encuesta y sus requisitos de precisión.

CUADRO 8 CÁLCULO DE LA MUESTRA.

$$n = \frac{n(pxq)}{(n-1)(e/k)^2 + pxq}$$

$$n = \frac{332(0.5 \times 0.5)}{(332 - 1)(0.05 / 2)^2 + 0.5 \times 0.5}$$

$n = 182 \text{ encuestas.}$

CUADRO 9 MUESTRA DE LA POBLACIÓN EN APLICAR LA ENCUESTA.

ELEMENTOS	N
Restaurantes	46
Cientes.	136
Total.....	182

Fuente: Cámara de Turismo.

Elaborado por: Diego Villao Salazar

2.7. PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN

El procedimiento de la investigación está dado por pasos para la obtención de información en el desarrollo del objeto de estudio en este punto se explicaron las diferentes fases que se vinieron utilizando en la investigación desde la búsqueda de los elementos teóricos.

2.7.1 FASES PROCEDIMENTALES DE LA INVESTIGACIÓN

Fase 1. Lectura Comprensiva

Consistió en un proceso de revisión y búsqueda de información sobre tópicos, teorías, hipótesis y hechos característicos relacionados con el tema a investigar; en este caso la creación de una empresa dedicada a proceso y empaqueo de camarón en la comunidad de Palmar.

Fase 2. Lectura Intertextual-Comparativa

Después de haber seleccionado y revisado el material, se organizó el conocimiento que respecta a los postulados, teorías de autores e instituciones que han abordado la temática propuesta, todo ello bajo la modalidad de un proceso de análisis y síntesis

Fase 3. Relectura Crítico-Interpretativa

La aplicación del instrumento está dividida en dos formas, preguntas abiertas y cerradas, una encuesta estuvo dirigida a los restaurantes de la provincia de Santa Elena especialmente para los del cordón costanero y otra para los clientes de la provincia, las entrevistas estuvieron dirigidas a los piscicultureros de la población.

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis de resultados de las encuestas aplicadas a clientes de la provincia de Santa Elena.

PREGUNTA N° 1¿En su hogar se consume camarón?

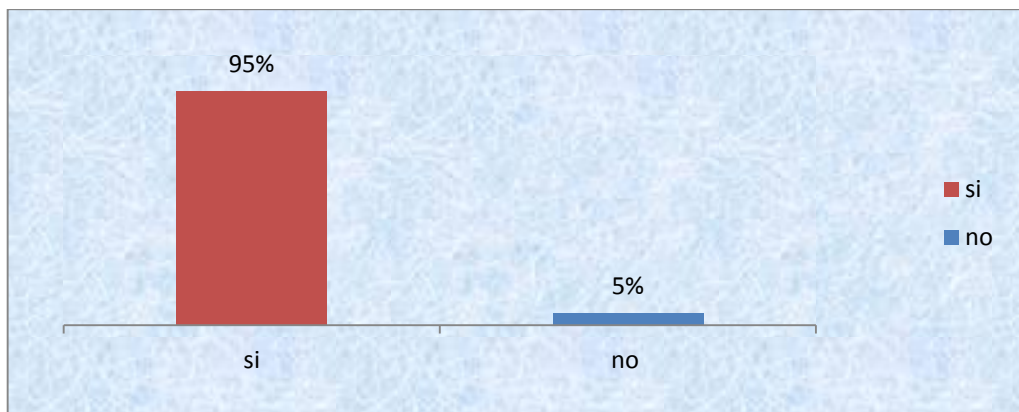
CUADRO 10 Consumo de camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
SI	173	95%
NO	9	5%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 2 Consumo de camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

El resultado de los encuestados indica que la mayoría de los peninsulares consume camarón de piscina y una pequeña parte indica que no lo hacen en sus hogares.

PREGUNTA N° 2: Cuántas veces al mes consume camarón?

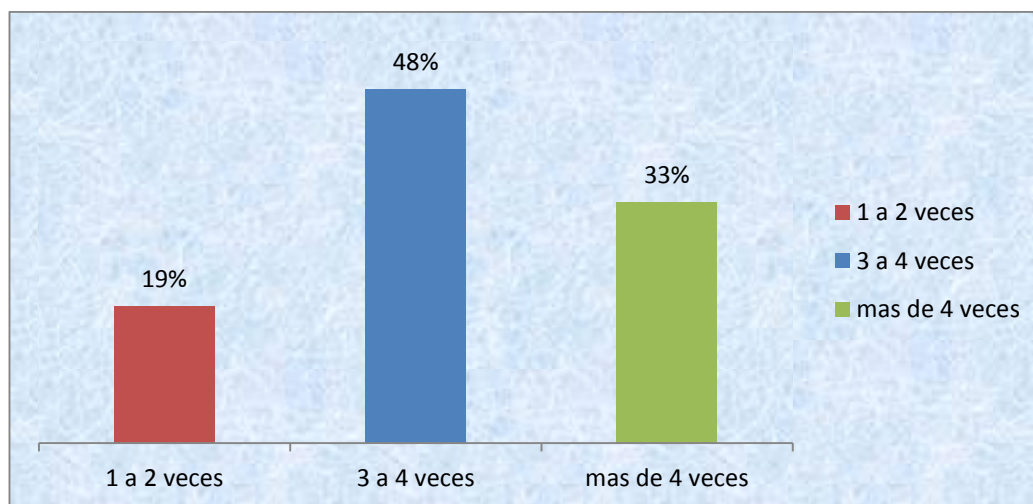
CUADRO 11 Consumo de camarón al mes.

DESCRIPCIÓN	F	%
1 a 2 veces	34	19%
3 a 4 veces	88	48%
más de 4 veces	60	33%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 3 Consumo de camarón al mes.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Los datos obtenidos en esta pregunta indican que la mayoría en sus hogares consumen camarón de 3 a 4 veces al mes, esto influye a una ventaja de crecimiento para la propuesta de creación de la empaedora de camarón tomando en cuenta que hay familias que compran el marisco hasta más de 4 veces al mes.

PREGUNTA N° 3: En qué establecimientos compra usted el camarón?

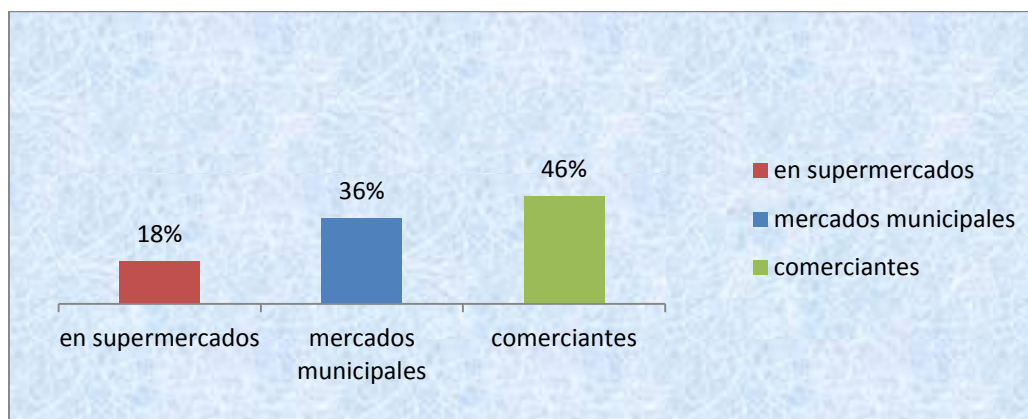
CUADRO 12 Establecimientos de compra de camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
En supermercados	33	18%
Mercados municipales	66	36%
Comerciantes	83	46%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao.

GRÁFICO 4 Establecimientos de compra de camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar

Las personas regularmente adquieren el producto en distintos lugares de la provincia de Santa Elena pero por lo general y con mayor frecuencia ellos hacen sus compras a los comerciantes informales ya que ellos transportan el camarón por las calles de la misma, pero por otra parte los pobladores realizan su compra en los mercados municipales.

PREGUNTA N° 4: ¿Usted prefiere camarón?

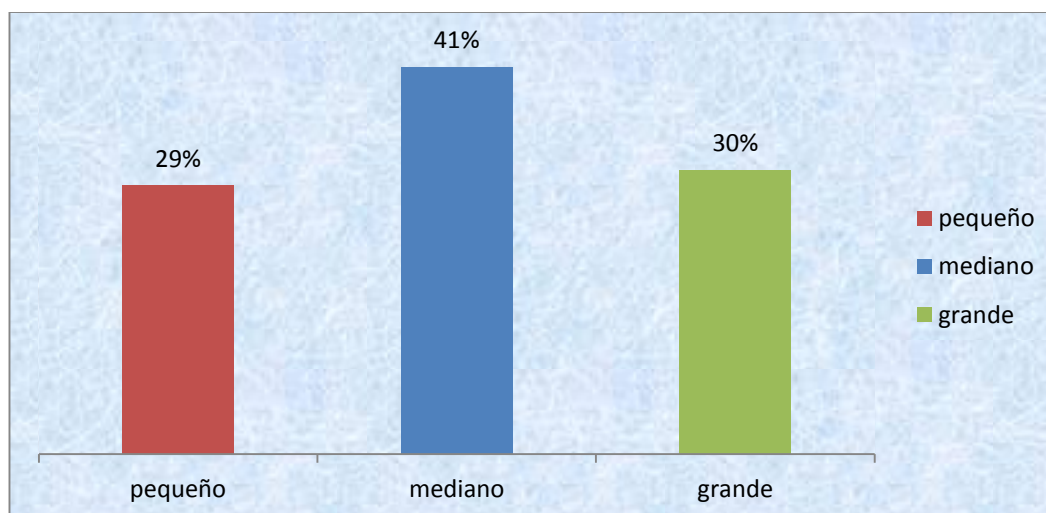
CUADRO 13 Preferencia del camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
Pequeño	52	29%
Mediano	75	41%
Grande	55	30%
Total	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 5 Preferencia del camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado: Diego Villao Salazar.

En la siguiente pregunta los encuestados prefieren comprar camarón de distintos portes como se detalla en la gráfica sean estas por gustos o preferencias.

PREGUNTA N° 5. ¿En qué condiciones adquiere camarón?

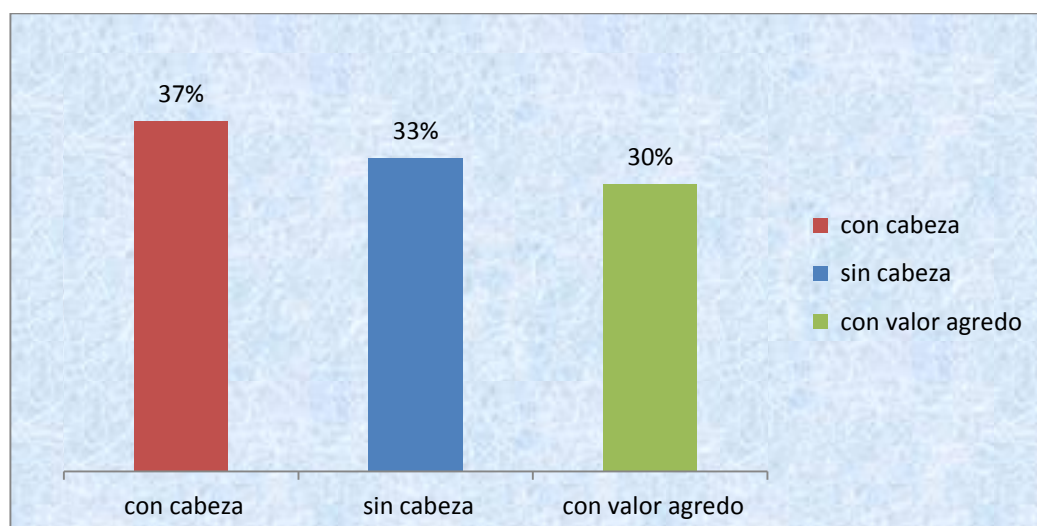
CUADRO 14 Condiciones como adquiere el camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
Con cabeza	67	37%
Sin cabeza	60	33%
Con valor agregado	55	30%
Total	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 6 Condiciones como adquiere el camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

En la siguiente pregunta los peninsular cuentan con preferencias similares de comprar camarón de distintas formas como lo describe la pregunta, esto depende de cada uno de los hogares de como se les hace factible adquirir este marisco.

Pregunta N° 6.¿Usted prefiere camarón con cabeza en porciones de?

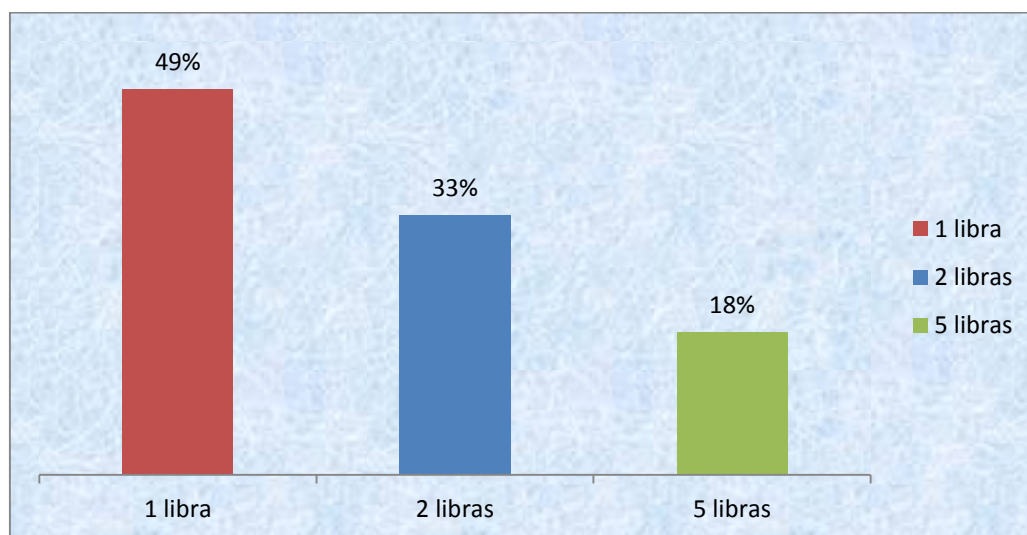
CUADRO 15 Preferencia del camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
1 libra	89	49%
2 libras	60	33%
5 libras	33	18%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 7 Preferencia del camaron.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Para las familias adquirir camarón es muy fácil pero en esta pregunta que la preferencia de adquisición es de una libra hasta dos libras para realizar cualquier actividad con este marisco.

Pregunta N° 7.¿Usted prefiere camarón descabezado en porciones de?

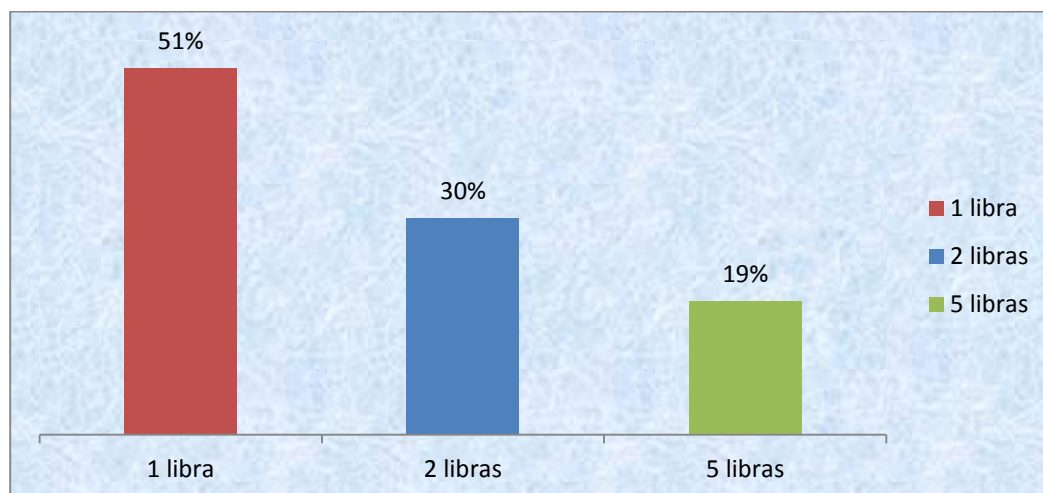
CUADRO 16 Preferencia del camarón descabezado en porciones.

DESCRIPCIÓN	F	%
1 libra	93	51%
2 libras	55	30%
5 libras	34	19%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 8 Preferencia del camarón descabezado en porciones.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

La preferencia de los encuestados en adquirir camarón descabezado en porciones de una libra es muy relevante antes las demás opciones, tomando en cuenta que con un porcentaje no muy alejado, una parte de la población los prefiere en cantidades de dos libras.

Pregunta N° 8¿Usted prefiere camarón descabezado, pelado y desvenado en porciones de?

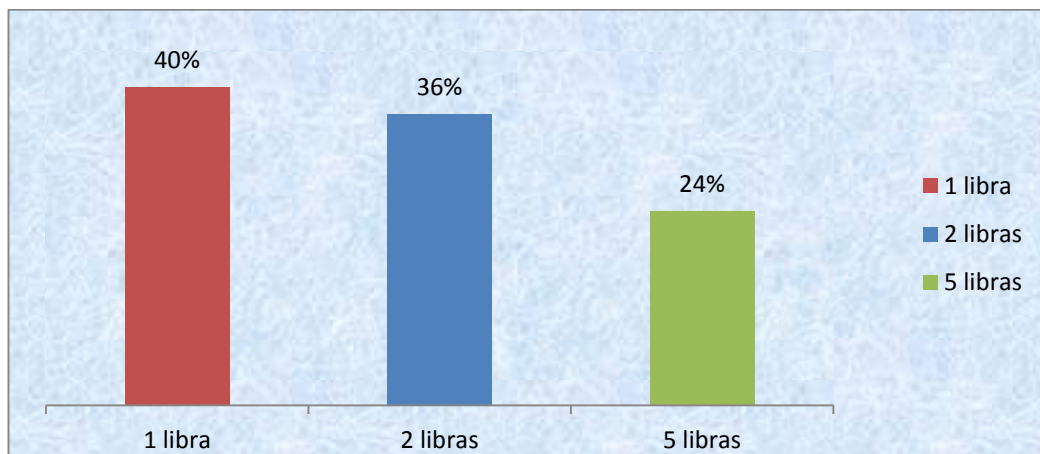
CUADRO 17 Preferencia del camarón.

DESCRIPCION	F	%
1 libra	72	40%
2 libras	66	36%
5 libras	44	24%
Total	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 9 Preferencia del camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

La preferencia de los encuestados se da en adquirir camarón con valor agregado en porciones de una libra, a dos libras esto depende de los gustos y preferencias que cada uno tenga.

Pregunta N° 9.¿Le gustaría que exista una empresa empacadora de camarón en Palmar?

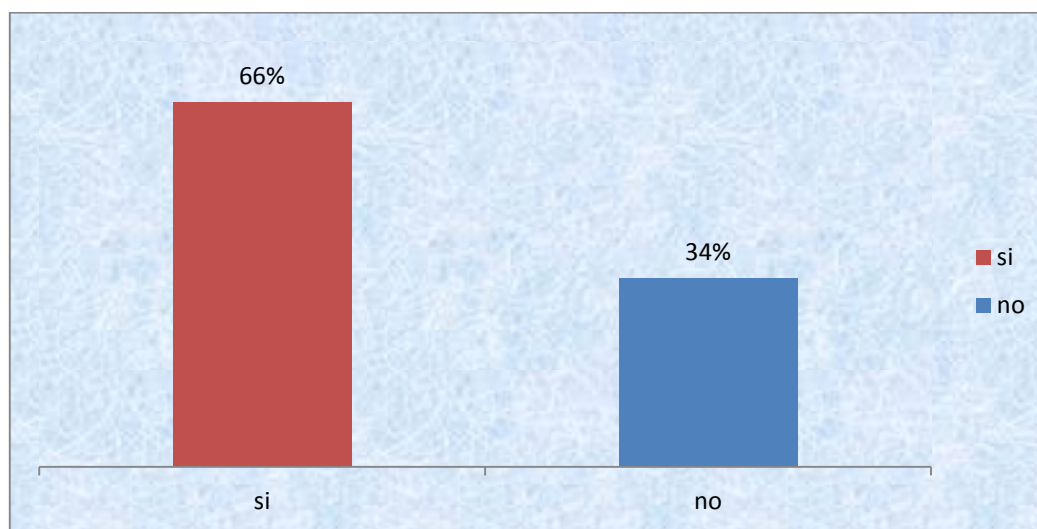
CUADRO 18 Aceptación de la empresa empacadora de camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
Si	120	66%
No	62	34%
Total	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 10 Aceptación de la empresa empacadora de camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

En la siguiente pregunta se determina el margen de aceptación de un empresa de empacado de camarón en Palmar, esto da a conocer que la población está de acuerdo con la instalación de una empresa de este tipo de actividad en la comunidad.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A RESTAURANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Pregunta N° 1: ¿Le gustaría adquirir camarón descabezado, pelado y desvenado.

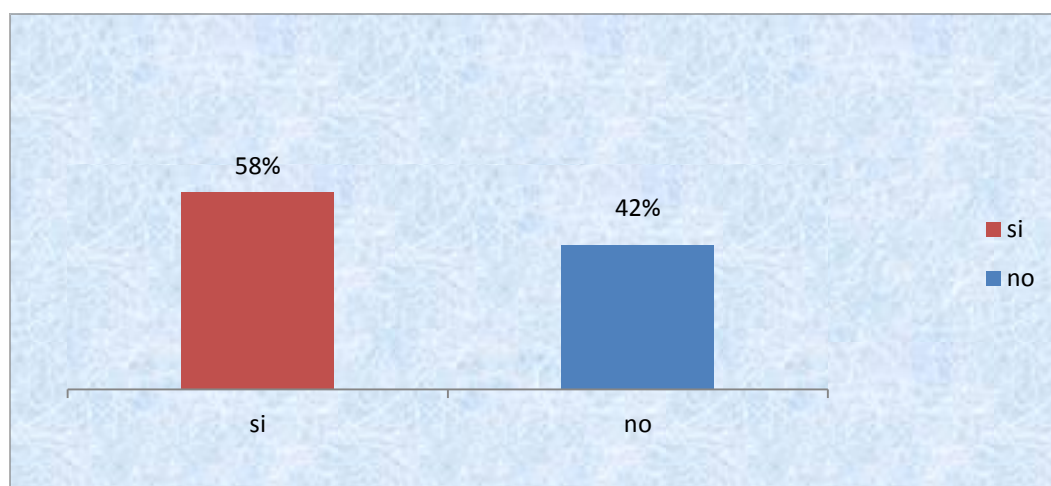
CUADRO 19 Adquisición de camarón.

DESCRIPCIÓN	F	%
Si	105	58%
No	77	42%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 11 Adquisición de camarón.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Los datos obtenidos en la investigación indican que en los restaurantes están dispuestos a adquirir camarón con el valor agregado, lo que permitirá a la empresa desarrollar una producción directamente establecida para los restaurantes.

Pregunta N° 2: Con las características anteriores adquiere el camarón en tamaño?

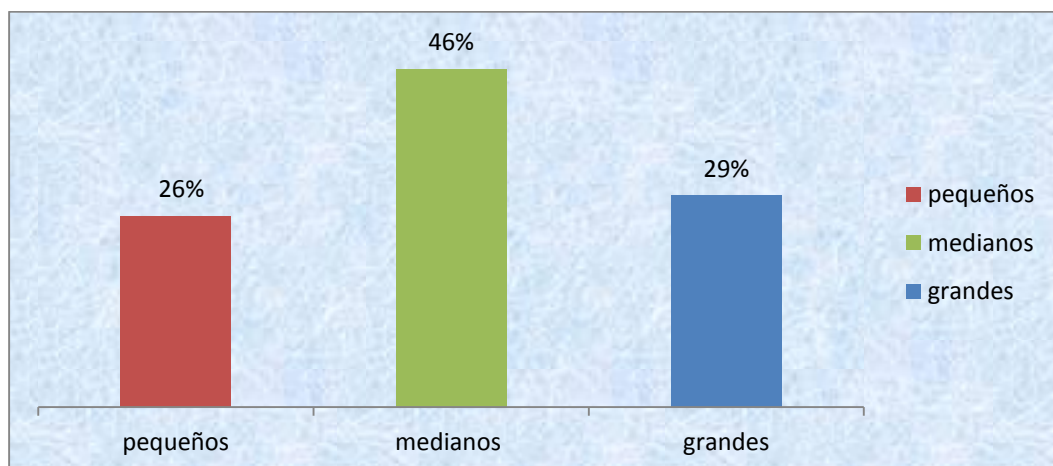
CUADRO 20 Adquisición del camarón en tamaño.

DESCRIPCIÓN	F	%
Pequeños	47	26%
Medianos	83	46%
Grandes	52	29%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 12 Adquisición del camarón en tamaño.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Según los resultados de las encuestas realizadas a esta población, estos lugares tienden a comparar el marisco en tamaños medianos y grandes, esto por cuestiones de logística que cada uno de los restaurantes tiene al momento de ofrecer sus platos al consumidor final.

PREGUNTA N° 3. ¿Le gustaría que el producto esté en?

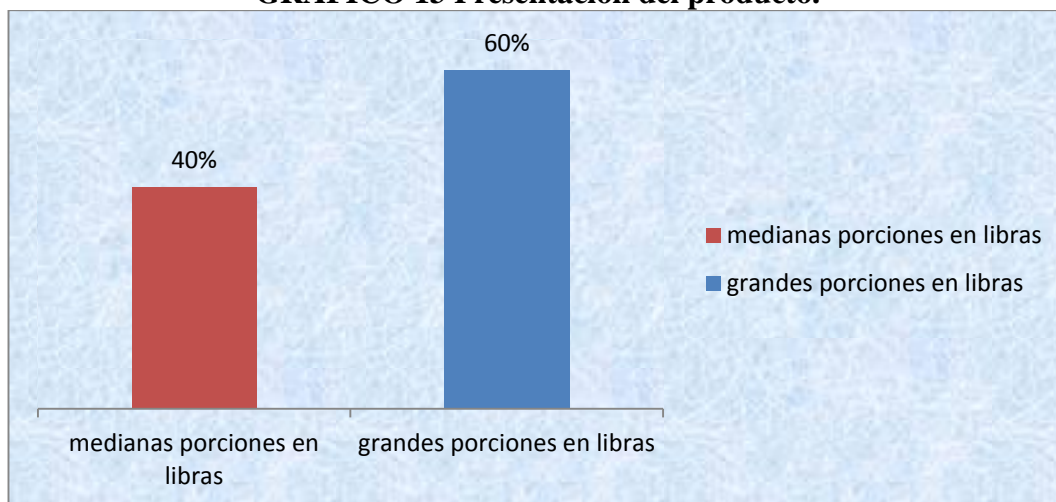
CUADRO 21 Presentación del producto.

DESCRIPCIÓN	F	%
Medianas porciones en libras	72	40%
Grandes porciones en libras	110	60%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 13 Presentación del producto.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

En esta pregunta los encuestados indican que prefieren adquirir grandes porciones en libras de camarón para sus actividades cotidianas; sin embargo, existe un valor particular que adquieren cantidades menores pero que sigue siendo representativa para emprender la propuesta de empacadora de camarón.

PREGUNTA N° 4. ¿Le gustaría que el producto sea?

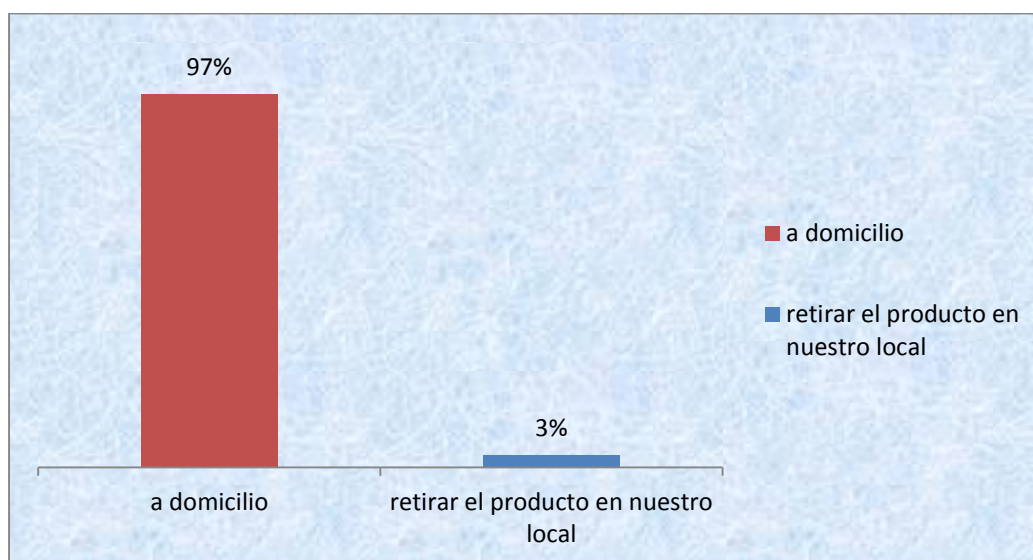
CUADRO 22 Entrega del producto.

DESCRIPCIÓN	F	%
A domicilio	176	97%
Retirar el producto en nuestro local	6	3%
Total	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 14 Entrega del producto.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

En esta pregunta los dueños de los restaurantes con un porcentaje muy relevante indican que les gustaría que la empacadora entregue la producción a domicilio.

PREGUNTA N° 5. ¿Le gustaría en paquetes de?

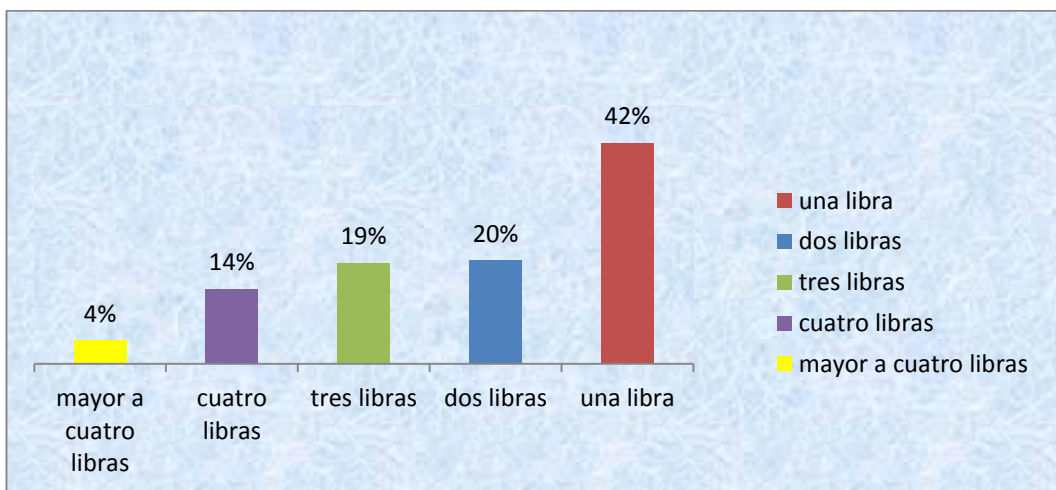
CUADRO 23 Camarón empacado.

DESCRIPCIÓN	F	%
Una libra	77	42%
Dos libras	36	20%
Tres libras	35	19%
Cuatro libras	26	14%
Mayor a cuatro libras	8	4%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 15 Camarón empacado.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Para los dueños de los restaurantes es preferible que el camarón esté empacado en porciones de una libra y dos libras para su mejor manejo y facilidad de almacenamiento en sus lugares de conservación.

Pregunta N° 6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una libra de camarón con valor agregado?

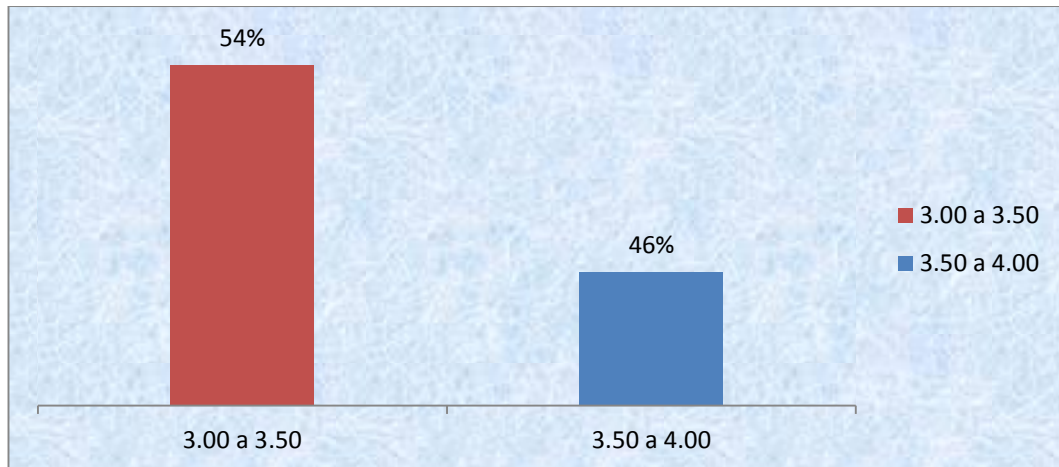
CUADRO 24 Precio por libra con valor agregado.

DESCRIPCIÓN	F	%
3.00 a 3.50	98	54%
3.50 a 4.00	84	46%
Total	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 16 Precio por libra con valor agregado.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

En el análisis de esta encuesta los restaurantes estaría dispuestos a cancelar de \$3.00 a \$3.50 la libra de camarón con valor agregado pero por otra parte estarían dispuestos a pagar de \$3.50 a \$4.00 dólares la libra, por cuestiones de valorar el trabajo que les evita al personal de estos restaurantes en limpiar incluyendo tiempo en cada uno de ellos, que ocupando en otras actividades.

PREGUNTA N° 9. ¿Escoja el parámetro de la cantidad semanal de camarón que demanda su empresa?

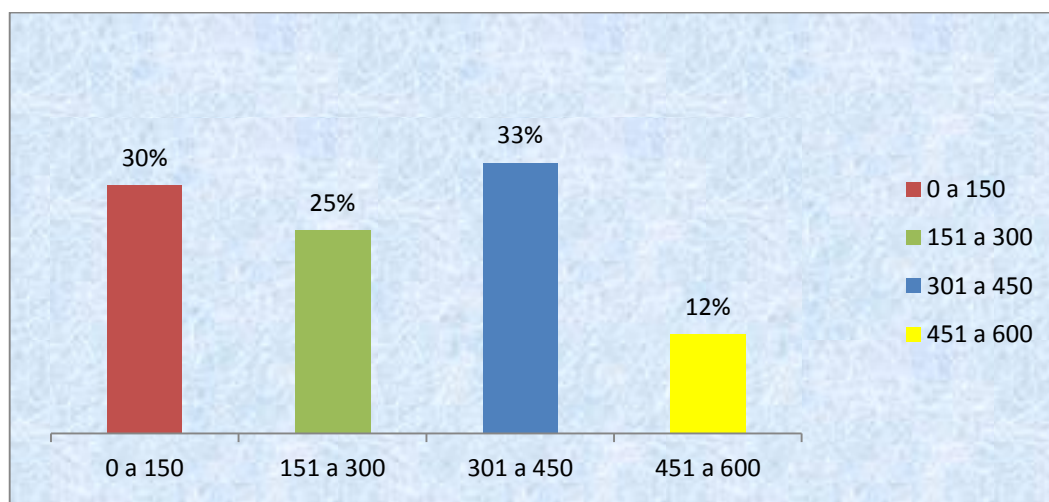
CUADRO 25 Parametros de cantidad.

DESCRIPCIÓN	F	%
0 A 150	55	30%
151 A 300	45	25%
301 A 450	60	33%
451 A 600	22	12%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 17 Parámetros de cantidad.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

El resultado de las encuestas indica que la adquisición del camarón está mayoritariamente dada por cantidades semanales de 301 a 450, pero también por cifras de 150 esto da a entender que el cliente compra grandes proporciones de este marisco a la semana.

Pregunta N° 10 ¿Le gustaría que exista una empresa empacadora de camarón en Palmar?

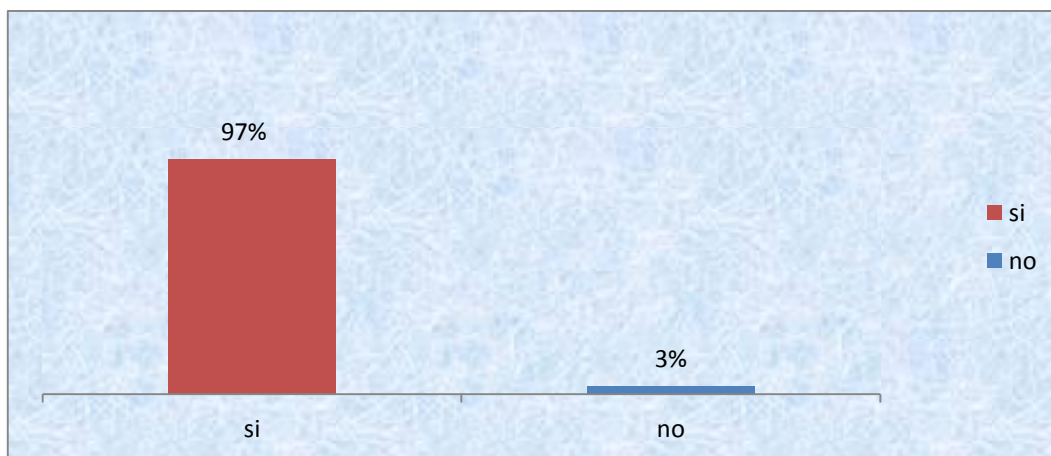
CUADRO 26 Existencia de una empresa empacadora de camarón en Palmar.

DESCRIPCIÓN	F	%
SI	176	97%
NO	6	3%
TOTAL	182	100%

Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

GRÁFICO 18 Existencia de una empresa empacadora de camarón en Palmar.



Fuente: Metodología de la investigación

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

En la siguiente pregunta los encuestados determinan que les gustaría contar con una empresa que se dedique a esta actividad, tomando en cuenta que en Palmar existe mucha demanda de camarón para empezar este tipo de negocios y les convendría por la cercanía, la calidad y la frescura del camarón que van a adquirir.

3.3. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS PRODUCTORES DE CAMARÓN EN LA COMUNA PALMAR.

¿Usted al momento de cosechar su camarón ya tiene establecido donde va a entregar su producción?

Por lo general las camaroneras que hay en esta localidad tienen establecidos sus lugares de entrega como son las empacadoras de camarón que frecuentemente son las que se encuentran ubicadas en la ciudad de Guayaquil, ellos tienen trabajando años con este tipo de empresas porque es rentable la entrega de su producción, por los precios que están dispuestas a cancelar, dependiendo el tamaño de camarón que se entregan.

Por lo general la producción que ellos tienen es bastante grande porque cosechan de dos a tres piscinas camaroneras al mes y les resulta financieramente rentables por las magnitudes que cada una de ellas cuenta y es así donde ellos llaman a las empacadoras y envían sus furgones y se realiza la traspotación.

¿Es importante la textura y la coloración del camarón al momento de cosecharlo y entregarlo?

Es uno de los principales detalles que cada uno de los productores tiene en cuenta antes de realizar su cosecha, ejecutan un procedimiento llamado muestreo en el cual se encargan de coger el camarón y revisarlo de manera minuciosa para determinar si el producto no se encuentra enfermo o cualquier tipo de novedad, es decir que no se encuentre en muda, porque en ese momento el camarón cambia de piel y el marisco se encuentra débil y muy delicado para su manipulación.

Si los productores envían el camarón con un algún tipo de novedad o el camarón llega con desperfectos ajenos a la traspotación, tiende a ser rechazada y esto ocasiona pérdidas para los productores y para las empresas porque ellos cuentan con un determinado número de pedidos y esto representa tiempo y dinero.

¿Es favorable que ustedes controlen el tiempo de producción en cada una de sus piscinas camaroneras?

Para cada uno de los productores de camarón en Palmar es primordial el tiempo de cría de este marisco ya que cada uno de ellos tiene organizado los límites de producción en cada piscina, por lo general están establecidos de tres a cuatro meses y si se cumple ese ciclo de crianza antes de lo estimado es mucho mejor para los productores, porque les brinda la oportunidad a sembrar y seguir cosechando de manera rápida, Si se demora antes de lo estimado, es perjudicial porque esto demanda gastos en alimentación y tratamientos que se dan a las camarones pero son muy pocas las veces que pasan estos escenarios, la demora del camarón en criar es cuando están pequeños y tienden a enfermarse.

¿La producción de camarón que existe en Palmar abastece para empezar a obtener beneficios económicos?

En Palmar existe una gran producción de camarón por las distintas empresas que se dedican a la cría de este marisco muy apetecido a nivel nacional e internacional, el camarón siempre ha dado apertura a personas que comiencen con comercializar el camarón, estos pueden ser de manera formal e informal, como puede ser para la comercialización en mercados de mariscos como para las personas que se encargan de comprar este marisco y realizar las ventas de manera ambulante.

Para los productores de este marisco en la comuna palmar dándole un proceso y un tratamiento adecuado al momento de la producción y sabiendo realizar su comercialización y de la misma forma teniendo localizados a las personas con el cual se realicen la entrega del producto ya terminado de procesarlo, se puede llegar a obtener grandes oportunidades mercantiles para poder crecer personalmente y como empresa a futuro realizando comercio con este marisco y de a poco irse expandiendo en el mercado nacional.

¿La variación de precios en este marisco afecta la economía tanto de los productores como de las empacadoras?

Para los productores de este marisco, la variación de precios es dependiendo como se encuentre el mercado, este puede ser favorable o a la vez perjudicial; para ellos y para las empresas de empaçado, cuando los precios son buenos, se encargan de cosechar de manera rápida todas las piscinas que estén óptimas para las ventas, para aprovechar, y ganar tiempo y dinero; esta es la parte positiva. Cuando los precios son altos, tanto las empacadoras como los productores se encargan de controlar el tiempo hasta cuando pasa la crisis que exista en ese momento, es ahí donde los productores y empacadoras aprovechan para vender su producción en muy buenos precios.

¿El camarón que se cultiva en Palmar cumple con todos los parámetros de calidad para exportarlo?

Tomando en cuenta la zona geográfica donde se encuentra ubicado Palmar, por clima y temperatura este marisco se desarrolla de manera óptima con tamaño y coloración adecuada, cumpliendo con parámetros idóneos para comercializarlo de manera interna; es decir, a nivel de Ecuador o parte externa, nivel internacional. Nuestro país es privilegiado por contar con lugares donde se cría camarón con normas de calidad muy buenas para su comercialización, no tan solo Palmar sino otras partes, donde se cultiva este marisco es muy bueno para exportarlo y cumple con las normas exactas de exportación.

¿Usted como productor de camarón estaría dispuesto a vender una pequeña parte de su producción para empezar un nuevo negocio en Palmar dedicado al empaçado de camarón?

Los negocios de esta magnitud empiezan siempre en pequeñas cantidades por lo tanto existen disposición a ofrecer su producción para iniciar este negocio que a

la larga beneficiara la población en general, los productores de camarón aportarían a esta nueva iniciativa de empackado de camarón en la comunidad de Palmar para el desarrollo mutuo de esta población, como el de la empresa, porque sería beneficioso que una porción de lo que ellos producen se quede en esta comunidad y a la larga sea entregando toda su producción a esta empresa que con perseverancia saldría a flote crecería en el mercado

¿Cree usted que una empresa de esta magnitud en la localidad de Palmar mejoraría las condiciones de vida de sus pobladores?

Después de analizar los resultados de cada uno de los entrevistados indicaron que cada idea de negocio siempre es buena sabiendo llevar a un nivel de que solo importe ganar y ganar, si se crea un empresa en esta Palmar será muy bueno por los índices de desempleo que hay en esa comunidad, claro dependiendo de que estos negocios se empiezan desde abajo.

La empacadora de camarón mejoraría la calidad de vida de los pobladores porque se abrirían fuentes de trabajo y beneficiaría a muchos de ellos y de la misma forma a la comunidad en general con emprendimientos sociales que cada una de las empresas, en el Ecuador realizan.

¿El camarón ecuatoriano tiene buena aceptación en los mercados internacionales?

Los entrevistados en esta pregunta supieron detallar que el Ecuador es uno de los países que mayor aceptación tiene en el mercado internacional por el tamaño color y más que todo el sabor que tiene este marisco.

El Ecuador es un país que compite en exportación con Japón, Cuba y Panamá que son países de gran magnitud en los que tiene que ver con el comercio de este marisco, pero Ecuador despunta por los beneficios del marisco, que son aspectos

que estos otros países competidores no cuentan, es por ello que el camarón ecuatoriano tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales superando a los países ya mencionados.

¿Cree usted que con darle un valor agregado al camarón se abrirían nuevas puertas en el mercado internacional?

Para los entrevistados el valor agregado viene de parte de las empresas que prefieren no comercializar un producto simple sino brindar un servicio que mejore y beneficie al cliente en la obtención del producto.

El valor agregado siempre va a ser bueno supieron indicar los entrevistados, debiendo ser al mercado específico, porque al momento de presentar un nuevo producto se debe conocer que necesidades están atravesando para aceptar el producto que se está ofreciendo y cubrir sus expectativas.

3.4. Conclusiones.

Una vez realizado los instrumentos de investigación del presente proyecto, se tiene información necesaria y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

- ✚ El nivel de conocimiento del producto por parte de los involucrados en el objeto de estudio es significativo, por lo tanto se puede decir que si existe cabida en la comunidad de Palmar para crear este tipo de empresa.
- ✚ Este proyecto motivará la población de Palmar y lugares aledaños a fomentar la producción porque se abrirán fuentes de trabajo y ayudarán con la contribución, el desarrollo y crecimiento económico de la zona.
- ✚ Una empresa empacadora cercana será beneficiosa para todas las personas involucradas porque tendrán un lugar específico donde adquirir su camarón con mayor rapidez y facilidad
- ✚ La creación de esta planta empacadora, reducirá el índice de comercio informal donde se manipula de muy mala forma este marisco y se contamina.
- ✚ Existe un alto nivel de aceptación para la empacadora por parte de los involucrados, así lo demuestra la investigación realizada, en la que se observa la disponibilidad de empacar este marisco para mejorar la aceptación de los clientes

3.5. Recomendaciones.

- ✚ Tener en cuentas el alto nivel de conocimiento por parte de los involucrados en el objeto de estudio para tenerlos como apoyo a la creación de la empresa.

- ✚ Informar a los pobladores de Palmar y sectores cercanos sobre la creación de una empresa de empacado de camarón y brindarles todos los beneficios que conlleva esta empresa.

- ✚ Trasmistir detalles de cómo es la adquisición de este marisco y cuál es el beneficio de comprarlo en la empresa empacadora.

- ✚ Dale al marisco empacado una buena presentación de higiene para que los compradores prefieran adquirir el marisco en la empresa o este se entregué a los restaurantes, y no compren un camarón mal tratado y expuesto a la mala manipulación

- ✚ Mantener activo los contactos que tiene la empacadora ir detectando pequeños errores que pueda tener la empresa al empacarlo o al comercializar el producto.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL PROCESO Y EMPACADO DE CAMARÓN EN LA RUTA DEL SPONDYLUS COMUNAPALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.1. Segmentación del mercado.

La aplicación de esta estrategia tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los segmentos definidos. El mercado se segmenta en los tres cantones de la provincia de Santa Elena: Salinas, Libertad y Santa Elena, con lo cual se logrará un mejor posicionamiento del producto y a la vez, la empresa será reconocida en el mercado local y nacional. Esta estrategia está dirigida para captar clientes en el mercado local es decir de todo el cordón costanero de la península de Santa Elena y con el pasar del tiempo captar un mayor número de compradores.

Los productos van dirigidos a los diferentes mercados, hoteles y restaurantes mediante los respectivos contactos con los dueños de los mismos, por ende la empresa establece su propio canal de distribución. En este caso se aplicará un canal directo.

Las empacadoras de todas partes del mundo se caracterizan por realizar su producción y exportar, es por eso que la nacionalidad de otros países también estará en las listas de nuestros consumidores potenciales como Estados Unidos, Europa, Asia, España, Francia, Italia, Holanda porque son ellos quienes consumen con mayor frecuencia el marisco ecuatoriano.

Características:

Clase de clientes: Personas de criterio formado que cuenten con la capacidad de aceptar el producto en comercialización.

Nivel socioeconómico: La empresa va a estar dirigida a un nivel socioeconómico medio alto y alto personas que con frecuencia adquieren camarón y productos procesados.

Edades: El producto va a estar dirigido a personas de un rango de edad entre 18 a 67 años de edad.

Ocupaciones: Dependiente o independiente de labores diarias como trabajo.

4.1.2. Determinación de la población objetivo.

El mercado a analizar es la provincia de Santa Elena con una población de 308.693 según datos obtenidos del INEC 30 de octubre del 2011, de los cuales el 53.61% se encuentran dentro del mercado objetivo, por lo tanto se estratifican por edades considerando el rango de 18- 65 años pues son los consumidores que tienen sus propios criterios al momento de realizar la selección entre las opiniones de compra en el mercado.

4.1.3. Identificación de los clientes meta.

Los estudios realizados indican que contamos con una población de 162.911 distribuida por edades entre hombres y mujeres tomando en cuenta que 50,8% son hombres y el 49.2% son mujeres. Los restaurantes que existen en la provincia de Santa Elena son 289, los cuales se encuentran distribuidos en los cantones de la provincia de Santa Elena de la siguiente manera:

Clientes potenciales: Restaurantes y hoteles de un nivel medio alto, alto que son los cuales la empresa se encuentra dirigida para distribuir el producto.

Lugares: La empresa se enfocará a los hoteles y restaurantes de las zonas costeras de la provincia de Santa Elena

CUADRO 27 Población objetivo

Restaurantes, comida preparada	Población	%
Santa Elena	68	23,53%
Salinas	153	52,94%
La Libertad	68	23,53%
Total	289	100%

Fuente: <http://www.registro.turismo.gov.ec/consultaestado.php>.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

POBLACIÓN DE SANTA ELENA

CUADRO 28 POBLACIÓN DE SANTA ELENA

18-22	27.175
23-27	25.512
28-32	22.669
33-37	20.091
38-42	17.237
43-47	15.280
48-52	12.010
53-57	9.957
58-62	7.149
63-67	5.831
TOTAL	162.911

Fuente: INEC.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

4.1.3.1. Ingreso aproximado.

La provincia de Santa Elena se considera uno de los lugares más paradisíacos de todo el Ecuador por sus playas y lugares muy exóticos que a cualquiera les encantaría conocer, al ver que cuenta con estos atributos, la gran fuente de ingreso de los peninsulares es en la parte turística, es así que en cada lugar de las playas de Santa Elena se encuentra un sinnúmero de hoteles y restaurantes que se dedican a la gastronomía invitando a degustar los platos más exquisitos de nuestra región como son los preparados con mariscos y entre los más apetecidos son los camarones.

El ingreso estimado de los pobladores de esta parte de la región es de \$318,00 dólares para los trabajadores dependientes de empresas, pero por lo general las demás personas que cuentan con negocios propios obtienen un nivel un poco más elevado, en especial los que se dedican a la ganadería y pesca, turismo, agricultura y artesanía ([www.eldiario.ec/temas/sueldo-basico.](http://www.eldiario.ec/temas/sueldo-basico))

Las empacadoras de todas partes del mundo se caracterizan por realizar su producción y exportar, es por eso que la nacionalidad de otros países también estará en la lista de nuestros consumidores potenciales como Estados Unidos, Europa, Asia, España, Francia, Italia, Holanda porque son ellos quienes consumen con mayor frecuencia el marisco ecuatoriano.

4.1.3.2. Geografía.

Mercado internacional o mercado exterior.- El producto es muy apetecido tanto por el mercado nacional como el extranjero y países de primer mundo como Estados Unidos, Japón, Inglaterra y Alemania entre otros países serían el destino del producto terminado y obtener grandes beneficios al captar estos mercados que son indispensables para el desarrollo de la empresa y del Ecuador en el mercado internacional.

Mercado nacional o mercado interior.- Desde el lugar donde se establecerá la empresa de proceso y empaquetado de camarón, se distribuirá tanto en los mercados principales del país, como Guayaquil, Quito y Cuenca, donde el producto tiene gran acogida.

Mercado local.- Distribuido a los restaurantes, hoteles y personas naturales que gustan del producto, adicional a esto también será comercializado a los negocios informales de la provincia como cebicherías y comedores

4.1.4. Frecuencia de uso/ compra

Dado que en el mercado local, el producto se comercializa en su magnitud en la temporada de invierno, en la cual los turistas de todo el país y extranjeros visitan las playas de la provincia de Santa Elena y del perfil costanero del Ecuador, por este motivo las ventas tienden a elevarse y son estos los meses de Enero, Febrero Marzo, Abril y Mayo que se tienen mayores ingresos en el año.

No se puede descartar la temporada ciclo sierra que es en el segundo semestre del año donde se obtendrán ventas no tan elevadas como en el primer semestre, pero sí tendrán un margen significativo en las utilidades anuales referente a las ventas.

4.1.5. Proyección del precio.

El mercado de camarón se ha mantenido estable desde que se han controlado y se siguen realizando investigaciones en contra de enfermedades que golpearon a este sector productivo en años anteriores. En la actualidad se habla que los precios del camarón oscilan en \$5,00 el kilo, proporcionados 5 meses al año.

Porcentualmente los costos con el 5,5% de ventas va aumentando constantemente, ya para el año 2011 aumentaron las ventas de marisco a \$7,50 y se ubicaron al 7,5% de ventas en ese año, para el presente año se espera que los precios se ubiquen en \$7,10 el kilo de camarón participando con el 7,10% de las ventas.

CUADRO 29 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.



Fuente: Pro Ecuador.

Elaborado por: Pro Ecuador

4.2.6. Identificación de los competidores.

Ecuador por condiciones meteorológicas se considera uno de los países con mayor porcentaje de producción de camarón para el consumo local como para la debida exportación por las condiciones del producto; es decir, cumple con los estándares de calidad para realizar las respectivas comercializaciones.

A nivel nacional, existen empresas que se encargan de procesar y empaquetar el camarón para la venta, sea nacional o exportación de este producto tan apetecido en todos los lugares del mundo, los competidores o las empresas que se dedican a esta actividad son:

CUADRO 30 COMPETIDORES DEL MERCADO NACIONAL.

EMPRESAS

CIUDADES

Empacadora y exportadora calvi cia.ltda	Guayaquil
Empacadora grupo granmar s.a. "empagran".	Guayaquil
somar s.a.	Guayaquil
Expalsa exportadora de alimentos s.a.	Eloy Alfaro (duran)
Industrial pesquera santa priscila s.a.	Guayaquil
Mariscos del ecuador marecuador cia.	Machala
Promarisco s.a	Guayaquil
Marina del rey s.a "marderey"	Guayaquil

Sociedad nacional de galapagos c.a. "songa"	Guayaquil
Langosmar s.a.	Guayaquil
Empacadora dufer cia. ltda.	Bahía
Alquimia marina s.a.	Guayaquil
Estar c.a.	Duran
Negocios industriales real nirsa s.a.	Guayaquil
Exportadora marest c.a.	Machala
Productos cultivados del mar proculmar s.a.	Guayaquil
Omarsa s.a.	Eloy Alfaro (duran)
Dunci s.a.	Guayaquil
Oceaninvest s.a	Guayaquil
Oceanmundo s.a.	Guayaquil
Empacadora del pacifico s.a. edpacif	Bahía
Procesadora del rio s.a. " proriosa"	Eloy Alfaro (duran)
Inepexa s.a.	Huaquillas
Maramar s.a.	Guayaquil
Pcc congelados & frescos s.a.	Huaquillas
Empacadora bilbo s.a. bilbosa	Manta
Criaderos de mariscos s.a. crimasa	Eloy Alfaro (duran)
Oceanfish s.a.	Manta
Exportadora oceanproduct cia. Ltda	Arenillas
Seapronto s.a. seprosa	Guayaquil
Procesadora y exportadora de mariscos s.a.	Guayaquil
Empacreci s.a.	Duran
Dimawork s.a.	Guayaquil
Corpboomeran s.a.	Machala
Emfripesa s.a.	Santo Domingo

Fuente: Cámara nacional de acuicultura.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

4.- MARKETING MIX

4.2. Producto

Pese a ser Ecuador reconocido internacionalmente como un gran productor de camarón tan solo un 3% se destina al consumo interno, por lo cual la gran parte de la población no conoce siquiera cuales son las características físicas y nutritivas del camarón de calidad. El siguiente proyecto busca cambiar esta realidad desarrollando un sistema de comercialización de camarón de calidad en la

provincia de Santa Elena creando una empresa llamada Palmarón cuyas siglas: significan “Palma”, de Palmar por la ubicación y el lugar de origen a desarrollar la idea “Ron” que sería la culminación de la palabra camarón allí, nace la idea de ponerle este nombre a la empresa de proceso y empaçado.

Contenido

Camarón de piscina

Forma

Empaque en forma de fundas plásticas con una dimensión de 12 x 16 con un grosor de 0,03 ml, selladas a presión por calor.

Color

Fundas transparentes con presentación diseño.

Presentación

Fundas de 1 libra y 2 libras

GRÁFICO 19 Empaque.



Fuente: Empaque
Elaborado por: Diego Villao Salazar.

Logotipo: Forma parte de la identidad visual de la marca. El logotipo que maneja la siguiente propuesta se presenta así:

GRÁFICO 20 Logotipo.

Será la imagen que se implementara en las publicidades para que el cliente tenga facilidad de identificar el producto. Se recalca que la imagen representa calidad a confianza la empresa.



Fuente: Logotipo.
Elaborado por: Diego Villao Salazar.

4.2.1. Precio.

El objetivo de rentabilidad implícito en la elección del precio determinado es un factor importante del plan de mercadeo, pero no el único. Por el contrario, el precio elegido por la empresa contempla un conjunto de aspectos tales como:

Igualar a la competencia.

Alcanzar objetivos de penetración en el mercado.

Alcanzar objetivos de volumen y crecimiento.

Alcanzar objetivos de rentabilidad global.

Alcanzar objetivos de segmentación.

Alcanzar objetivos de posicionamiento.

Alcanzar objetivos de servicio al cliente.

CUADRO 31 Costo de producción.

Cálculo de precio	Desvenado	Descolado	Entero
Materia prima	3,03	1,83	1,52
Mano de obra (sueldo/días/prod día)	1,03	0,62	0,52
CIF (divido por unidad de empaque)	0,43	0,26	0,22
Total por unidad	4,5	2,72	2,25

Fuente: Costo de producción

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

CUADRO 32 Precio de venta.

PRECIOS DE VENTA						
PRODUCTO	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Pelado desvenado	4,50	4,95	5,45	5,99	6,59	7,55
Descolado	2,72	2,99	3,29	3,62	3,98	4,38
Entero	2,25	2,48	2,72	2,99	3,29	3,62

Fuente: Precio de venta.

Elaborado por: Diego Villao Salazar

4.2.2. Estrategias de precios.

Es necesario determinar el precio entre la competencia y la demanda por lo cual se debe establecer entre precio y calidad, de esta manera los consumidores pueden obtener un precio con un porcentaje mejor al de la competencia, pero con un producto de mayor calidad:

- ✚ Descuentos por adquisición en grandes cantidades del producto.
- ✚ Créditos a corto plazo para cubrir necesidades permanentes de los clientes.

4.3. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

El propósito fundamental de la distribución es poner el producto lo más cerca posible del consumidor para que este pueda comprarlo con rapidez y simplicidad.

- ✚ Se usarán vendedores que se encargarán de recoger pedidos de los hoteles y restaurantes, con varios días de anticipación, de manera que no existan problemas en la entrega del producto.

- ✚ Se establecerá nexos con supermercados y mercados de mariscos para entregar la producción y sea fácil la adquisición del marisco por parte de los clientes, esta red de distribución debe permitir que el consumidor conozca el producto y pueda adquirirlo, además de obtener la satisfacción de sus necesidades.

4.3.1. Promoción.

Promocionar es esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como es la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e indirectamente las etiquetas y el empaque. Las estrategias de promoción a emplearse en el proyecto serán:

- ✚ Promoción en precio, consistirá en una reducción temporal del precio del producto, por motivo de lanzamiento.
- ✚ Dar muestras gratis en pequeñas proporciones para que el cliente conozca la marca.
- ✚ Al adquirir una cantidad considerable la empresa se encargará de obsequiar una cierta cantidad de libras para que el cliente se sienta a gusto con el servicio que otorga la empacadora.
- ✚ Por la adquisición de cantidades considerables, participan en premios mensualmente.

4.3.2. Presupuesto de promoción.

Al inicio del proyecto se va a tomar en cuenta los gastos de publicidad promoción para cada año y obtener reconocimiento local e internacionalmente como toda empacadora debe tener para la distribución de su mercadería, aumentar la producción y las ventas semestralmente de la empresa.

4.5.- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.

1. Diseñar un esquema operativo libre de fallas, que pudieran afectar la calidad del servicio.
2. Ofrecer al distribuidor un permanente servicio, expandiendo de esta manera más mercado, cumpliendo con tiempos, plazos de entrega y con la calidad ofrecida.
3. Toma de decisiones económicas acertadas, que no influyan en el competitivo precio actual.
4. Capacitación integral al empleado.
5. Crear políticas de calidad apropiadas y cumplirlas a cabalidad.
6. Diseñar una correcta política de promoción y publicidad para dar a conocer el producto a los potenciales distribuidores.

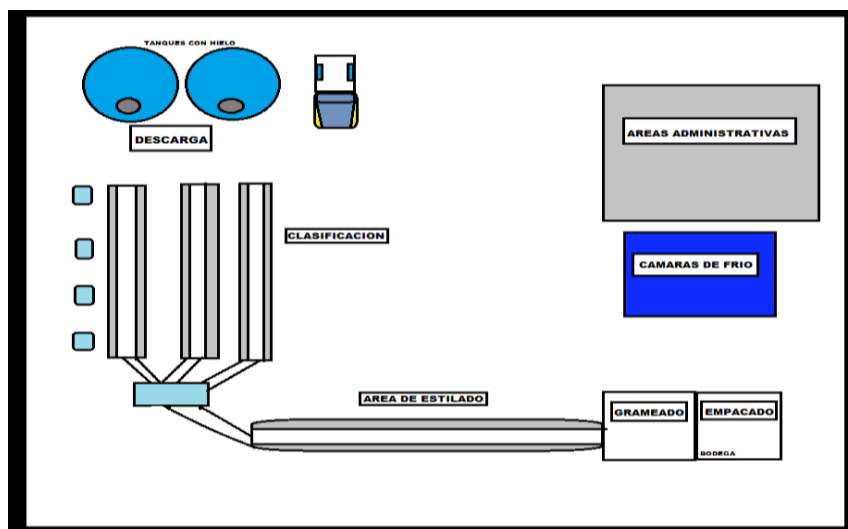
5.-ESTUDIO TÉCNICO.

5.1.-Infraestructura de la empresa.

La planta debe contar con un diámetro de 20x30 mt² en el cual se pueda desarrollar las actividades de producción, tomando en cuenta que se va a tener maquinarias de gran magnitud para el debido proceso; a la vez la empresa va a estar ubicada en un lugar donde no ocasione molestias a los pobladores de la comunidad, con olores o bulla que pueda hacerse en la empacadora. La empacadora debe contar con parqueadero para los furgones donde se transporta el

camarón, tener destinado las cámaras de frío para mantener el camarón a procesar y terminado para la producción y comercialización del mismo, la planta de tratamiento de agua para no causar contaminación el medio ambiente, ya que es una política que toda empresa que se dedican a este tipo de actividad deben tener claras por molestias de aguas sucias y ciertos químicos que se utilizan para tener el camarón en perfecto estado.

CUADRO 33 Infraestructura de la Empresa.



Fuente: Infraestructura de la empresa.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

5.2.-Capacidad instalada.

La empacadora de camarón por lo general va a adquirir una gran cantidad de materia prima para realizar su debida producción y comercialización, pero la empresa Palmaron S.A por ser nueva en el mercado comprará 4.000 quintales de camarón en sus primeros meses o años hasta que la producción o compras y pedidos aumenten hasta acaparar más el mercado.

La capacidad de producción también depende de las instalaciones de la empresa y del estudio de mercado que se haya realizado para obtener mayor materia prima, comenzar los procesos hasta llegar al envío y entrega de los productos.

5.3.-Ubicación del proyecto.

La ubicación de la planta es esencial para el correcto desarrollo del proyecto. La planta estará ubicada en la población de Palmar, se eligió esta zona debido a su gran capacidad de producción camaronera, cabe señalar que esta comunidad es el centro de las poblaciones cercanas que se encargan de actividades turísticas y gastronómicas, cuenta con los servicios básicos suficientes para operar sin problemas.

Las piscinas camaroneras se encuentran a menos de 10 minutos de la comunidad de Palmar, motivo por el cual, para el traslado de la materia prima, desde las piscinas hasta la planta de proceso y empaclado, se utilizarán hielo que es la materia principal para la conservación del marisco con salmuera que sirve para mantener la textura, color y en buen estado hasta su producción.

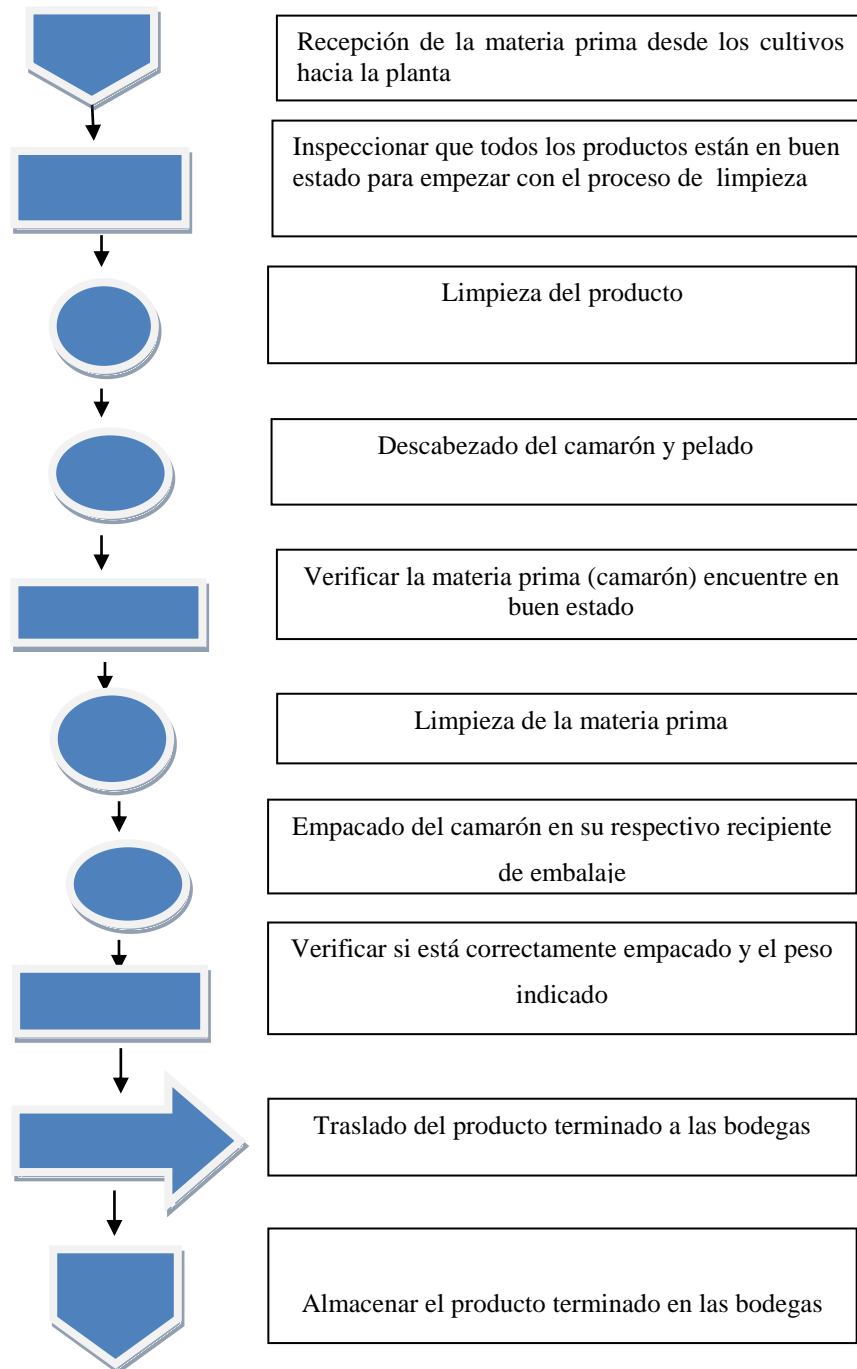
CUADRO 34 Ubicación del proyecto.



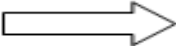

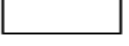

Fuente: Googlemap.
Elaborado por: Google map

5.3.1.-DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS.

CUADRO 35 Procesos de producción



CUADRO 36 Resumen de flujo del proceso.

N°	Actividad	Tiempo	Observación
1		25"	Se realiza la actividad sin ninguna novedad.
2			Se realiza 2 veces esta actividad por la materia prima y el producto final.
2		70"	Se realizan las inspecciones para verificar que el producto este en buen estado y de calidad
7		130"	Describe las actividades a realizar para la elaboración de empa que de los camarones
		220"	Se empleara 200" para el proceso empa qué de los camarones

Fuente: Resumen del flujo de proceso.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

5.4.-RECURSOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS.

5.4.1. MAQUINARIAS Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Silo de hielo:



Esta maquinaria sirve como depósito adecuado y evita problemas de espacio, ahorra tiempo, dinero y garantiza un abundante stock. Los depósitos para

almacenaje, constituyen un elemento indispensable para cubrir grandes demandas de hielo.

Máquina clasificadora MB inspección:



La máquina clasificadora está compuesta por pares de rodillos clasificadores y auxiliares de 3,5 metros de longitud total que permite realizar la clasificación de 5 tamaños de camarones, es decir, 4 tallas y una sobre talla, en líneas de 2000, 3000, 4000, 5000 y 6000 libras/hora, esta maquinaria permite clasificar y seleccionar el camarón por los diferentes tamaños que vienen en los lotes.

Cámara de frío: Para toda empresa de estas características es fundamental contar con este tipo de maquinaria ya que permite almacenar la producción terminada.



Máquina con tolva de recepción:



Esta tolva de recepción es la solución perfecta para recibir el producto directamente desde camiones. Tiene una capacidad de almacenar como máximo 3,5 toneladas de producto y está diseñada para alimentar líneas de manipulado de entre 15 y 25 t / h. es una tolva muy robusta hecha en acero inoxidable con una banda de goma muy resistente a la degradación por tierra e impurezas que puedan acompañar al producto en su recepción.

Máquina de descabezado con bando de recepción:

Está maquinaria cuenta con un sistema de descabezado semi-automático, aunque sigue utilizando operarios ya que son insuperables al momento de descabezar, es capaz de recibir, almacenar, dosificar a cada operario, enfriar, transportar, lavar y colocar en cestas plásticas hasta 45 kilos de camarón con cabeza / hora y por cada operario, cuyo promedio de camarón está en talla de 41-50.



Mesa de acero inoxidable: Estas son diseñadas para poner el camarón y darle el proceso que sea el especificado en la producción.



Empacadora: Esta maquinaria es la principal en la producción ya que permite ir con mayor facilidad empacando el camarón procesado



Selladora: Luego de utilizar los empacados, la selladora se encarga de ajustar los extremos de las fundas por donde ha entrado el camarón.



Carrito de fibra: Este es un implemento ajeno a las maquinarias ya que es realizado de forma técnica sin mecanismos, este carrito de fibra nos permite colocar el camarón con hielo ya procesado para trasladarlos a otras áreas de la empresa.



Coche de almacenamiento: Estos coches de almacenamiento son donde se deposita toda la materia prima terminada pero por producción o proceso designado.



Canastilla de aluminio: Las canastillas de aluminio son para trasladar poco a poco los camarones desde las tolvas de recepción hasta donde se encuentran las áreas de producción.



Balanza Grameras: La balanza está constituida en 2 formas, las de peso total y las grameras. Las de peso total son para las proporciones grandes de embarques y las grameras son para sacar los pesos estimados para un cálculo total.



5.4.2. Equipos de oficinas.

Sillas ejecutivas: Serán ubicadas en la sala de espera, para los clientes que lleguen a realizar pedidos personales y para demás personal que se acerque a las instalaciones para realizar alguna actividad.

Escritorios: Estarán ubicados en las diferentes áreas administrativas de la empresa, indispensables para llevar a cabo todos los trámites.

Mesa de juntas: Estará ubicada en la oficina principal porque es aquí donde se reunirán todos los miembros departamentales para tratar asuntos relacionados con la empresa.

Silla secretaria cajera: Sillas giratorias ubicadas dentro de las oficinas de los funcionarios de la empresa para que puedan realizar sus actividades principales con comodidad.

Archivadores: Conforman una parte primordial para las áreas administrativas donde se guarda la información diaria que se da en la empresa y otro tipo de movimiento de forma interna.

Aire acondicionado: Para toda oficina es de vital importancia contar con ellos en los momentos de calor y en especial para las oficinas que se encuentran dentro de la empresa y no existe entradas de aire.

Sillas: Son aquellas que se encontrarán en las áreas de producción, cuando terminen de realizar ciertas actividades o descansos obligatorios para estar a gustos.

Teléfono: Primordial en cada empresa y en especial en áreas de trabajo porque por medio de estos se tomarán pedidos a larga y a corta distancia, mejora el desempeño laboral y permite receptar los embarques.

5.4.3. Equipo de cómputo.

Computadoras: En cada departamento estarán ubicadas para registrar todo tipo información y es de manera óptima y rápida para llevar el control de los movimientos de la empresa.

Impresora: Permite realizar las impresiones de registros, pedidos, formatos resoluciones que se hayan dado en la empresa.

Scanner: Este equipo permite escanear documentos que no pueden quedar sueltos y más bien quedan registrados en el sistema.

5.4.4. Vehículo.

Vehículo: Medio por el cual se puede hacer todo tipo de movimiento es decir trasportar cualquier tipo de artefacto o al personal de trabajo que necesite salir por asuntos laborales.

6.-ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

6.1.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

6.1.1. Misión.

Ofrecer los servicios de proceso y empaçado de camarón en el mercado peninsular mejorando la comercialización y distribución, contando con infraestructura y personal calificado que garantice las expectativas y necesidades alimenticias en la provincia de Santa Elena.

6.1.2. Visión.

Liderar la industria del empaçado del camarón a nivel nacional, satisfaciendo al consumidor con productos de calidad garantizada, logrando la fidelidad del cliente con el producto, su valor agregado y los servicios adicionales.

6.1.3. Objetivos generales.

Crear una empaçadora de camarón en la comunidad de Palmar con maquinarias específicamente diseñadas para este tipo de actividad, procesando un producto altamente garantizado con estándares de calidad para satisfacer el mercado meta.

6.1.4. Objetivos específicos.

-Brindar al cliente un producto de calidad y precio competitivo para lograr captar un mercado estable y beneficioso.

- Fomentar un desarrollo armónico empresarial para una expansión sostenida, que permita posicionar a la empresa en el primer lugar la preferencia de los consumidores finales en camarones del Ecuador.

- Obtener una organización sólida, basada en la ética y moral profesional para mantener una organización sólida.

- Adquirir un ambiente laboral excelente, fomentando el compañerismo y la amistad para mantener la excelencia y calidez del trabajador.

6.1.5. VALORES INSTITUCIONALES

Los valores fundamentales son los pilares sobre los que están basada la compañía y son compartidos por todos los miembros de la organización, tienen por objeto brindarle lo mejor a cada uno de sus clientes:

- ❖ Mejora continua
- ❖ Integridad
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Innovación
- ❖ Respeto y responsabilidad.

MARCO ORGANIZACIONAL

6.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA ADMINISTRATIVA

Toda empresa consta necesariamente de una estructura organizacional o una forma de organización de acuerdo a sus necesidades teniendo en cuenta sus fortalezas, por medio de la cual se pueden ordenar las actividades, los procesos y en sí el funcionamiento de la empresa.

La estructura es la forma en que la organización ordena sus actividades para lograr sus objetivos, en el caso de la empresa definirse como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas.

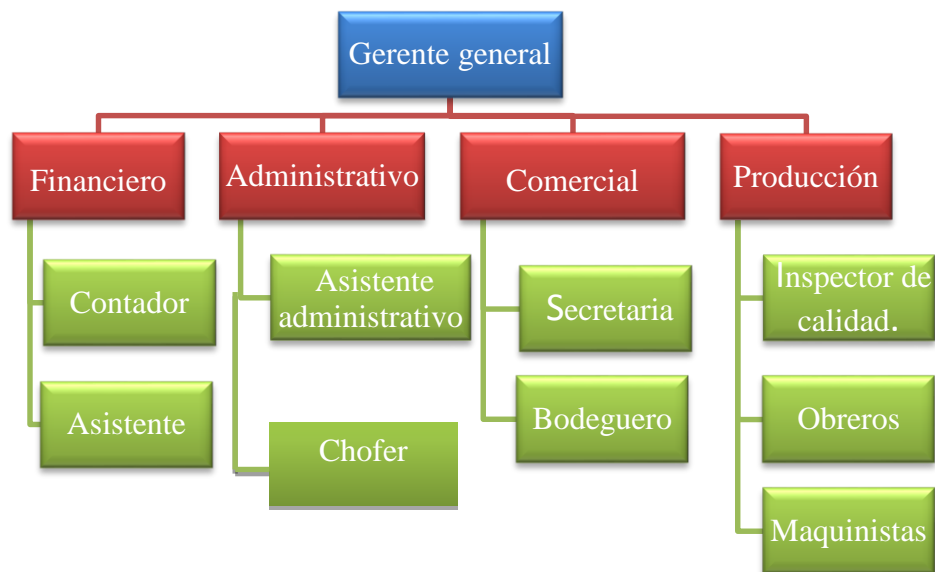
La empresa plantea dos requisitos para las actividades humanas:

- ✓ Externamente, el equipo promotor del proyecto estará controlando continuamente el desempeño del mismo, sus capacidades analíticas en juego en esta aplicación organizacional.

- ✓ Internamente, es la asignación de responsabilidad de cada una de las personas que conformarán la empresa; cada individuo es indispensable para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

6.2.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

CUADRO 37 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.



Fuente: Organigrama estructural.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

6.2.2. RESPONSABILIDADES DE LOS DEPARTAMENTOS

Todos los departamentos que conforman el organigrama de la empresa constituyen un rol fundamental para el funcionamiento y desarrollo de la planta, cada departamento tiene funciones y obligaciones que designar al personal involucrado en su puesto de labores.

Gerente General.

Descripción: Personalidad de líder que pueda controlar a sus subordinados y que pueda manejar de manera responsable y equitativa las funciones que se desempeñan en la empresa.

Funciones:

1. Responsable legal de la sociedad
2. Organizar el régimen interno de la empresa controla y aprueba los presupuestos de inversiones
3. Capacidad de comunicación y hacer cumplir las decisiones que él tome.
4. Cumplir con los contratos firmados.
5. Dirigir, controlar y organizar los distintos departamentos que existen internamente en la empresa.

Perfil:

Edad de: 30 a 35 años.

Sexo indistinto.

Estado civil: soltero o casado.

Estudios: Profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia: En las actividades del puesto mínimo 3 años.

Financiero

Descripción: Responsable de cumplir de manera transparente las etapas de finanzas en la empresa.

Funciones:

1. Tiene el cargo de dirigir, controlar y armar los presupuestos que se den mes a mes en la empresa y presentar los informes.
2. Responsable de cumplir con las obligaciones otorgadas por el gerente general
3. Organizar los estados de cuentas de la empresa, ventas, costos, gastos que se den mensualmente y proyecciones.
4. Mantener una comunicación constante con el área de producción para llevar el control de las materias e insumos que hacen falta en la producción.

Perfil:

Edad de 25 a 35 años.

Sexo indistinto.

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio: Profesional en finanzas y auditoría.

Experiencia en el puesto: Mínimo 2 años.

Talento Humano

Descripción: Persona que se encuentra preparada para cubrir el puesto de talento humano, debe cumplir con planear, formular y coordinar las iniciativas de proyectos estratégicos para garantizar la integración de talento humano en la contribución de valor, formular las políticas de compensación y gestión del desempeño de las personas.

Funciones:

1. Planear la comunicación organizacional interna y externa de la compañía.
2. Revisar el plan de trabajo para la implementación de los diferentes proyectos estratégicos de talento humano.
3. Evaluar permanentemente la efectividad organizacional, instrumentando indicadores y ajustes cuando se presenten desviaciones.
4. Evaluar constantemente la parte anímica de los colaboradores.
5. Evaluaciones constantes de los obreros de la empresa.
6. Capacitaciones temporales para todo el personal de trabajo.

Perfil:

Edad: De 25 a 30 años.

Sexo indistinto.

Estado civil: Soltero o casado.

Estudios: Profesional en administración de empresas.

Experiencia en el puesto mínimo 2 años en cargos de responsabilidad frente a la dirección de personal y/o mejoramiento de procesos de recursos humanos, Manejo de las herramientas de Office: Word, Excel, Power Point e Internet.

Bodega

Descripción: Encargado de llevar un control total de todas las actividades relacionadas con la misma así como responsabilizarse del control de la calidad de los productos que se encuentran en la bodega

Funciones: Estar al tanto en cualquier momento de las existencias en bodega de todos y cada uno de los artículos/productos a su cargo.

1. Vigilar las deficiencias; es decir, empaques dañados, faltantes, sobrantes de insumos que llegan a la empresa.
2. Ratificar que sean enviados diariamente los reportes de bodega al gerente general.
3. Reportar todas las falencias que pueden llegar de los pedidos y de la misma forma, de todas las salidas de mercadería de empresa.

Perfil:

Edad: de 30 a 40 años.

Sexo: Masculino.

Estado civil: Soltero o casado.

Estudios: Profesional en administración de empresas. Desarrollo empresarial.

Experiencia en el puesto mínimo 4 años en cargos de responsabilidad, Manejo de las herramientas de Office: Word, Excel, Power Point e Internet, experiencias en administración de bodegas en institución pública o privada. Conocimientos contables o administrativos.

Producción

Descripción: El jefe de producción supervisa las líneas de producción durante todo el proceso, realiza la atención a los proveedores, además de estar a cargo del correcto funcionamiento y que se cumpla el plan de trabajo establecido

Funciones:

1. Revisa el desempeño del personal así como el de la maquinaria y equipo de trabajo.
2. Controlar la producción planificada y que se cumplan los objetivos trazados por la empresa que no existan maquinarias con déficit y baje la producción.
3. Cumplir con metas planteadas a mediano y a corto plazo.
4. Coordinar capacitaciones para el personal de producción.
5. Cumplir con estándares de calidad en la adquisición de la materia prima.

Perfil:

Edad de 25 a 30 años.

Sexo Indistinto.

Estado civil: soltero o casado.

Estudios: Profesional en ingeniería industrial o ingeniería de procesos.

Experiencia en el puesto: De 1 a 3 años en cargo de producción preferiblemente producto de consumos masivos

Contador

Descripción: Encargado de las aperturas de los libros de contabilidad, estableciendo un sistema de contabilidad, también evaluar los estudios de estados financieros y sus análisis, la certificación de planillas para pago de impuestos, la aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

Funciones:

1. Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

2. Responsable de llevar contabilidad de una forma clara, en los cumplimientos de los principios generales de contabilidad.
3. Aplicar revisiones constantes de los movimientos que se realicen en la empresa.

Perfil:

Edad de 22 a 35 años.

Sexo Indistinto.

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Contador.

Experiencia: En el puesto 1 a 2 años a cargo de asistir en el área de finanzas

Asistente de contador

Descripción: Encargada de ayudar al contador cuando no se encuentre en la empresa y es la responsable de información que solo utiliza los dueños de la el contador.

Funciones:

1. Responsabilidad total cuando el contador no se encuentre.
2. Otorgar información contable a los gerentes de la empresa.
3. Encargada del pagos a los trabajadores.
4. Preparar informes mensuales o semestrales.

Perfil:

Edad de 22 a 35 años.

Sexo: Femenino.

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Contador.

Experiencia: En el puesto 1 a 3 años a cargo de asistir en el área de finanzas

Asistente administrativo

Descripciones: Consiste en asistir en el desarrollo de los programas y actividades de la unidad, participando en la elaboración del anteproyecto de presupuesto de la unidad en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.

Función:

1. Contacto con los proveedores, aportes de la empresa, asignaciones, ayudas, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, cuentas de cursos y otras asignaciones especiales.
2. Responsables de las tareas de oficina, envío de fax, mantener las agendas, llenar documentación.
3. Encargado de la recepción y la transferencia de llamadas telefónicas.

Perfil:

Edad de 25 a 30 años.

Sexo Indistinto.

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Administrador de empresas, Gestión administrativa.

Experiencia: En el puesto 1 a 2 años a cargo de las áreas administrativas de la empresa.

Secretaria

Descripciones: La responsable de reclutar las solicitudes de servicio por parte del departamento de servicio al cliente también para hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos, recibir informar asuntos que tengan que ver con el departamento de correspondencia para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo designado.

Funciones:

1. Asistir a todos los departamentos que están en la empresa tomando ciertas decisiones otorgadas por el gerente o por los jefes departamentales
2. Organizar reuniones de la empresa en distintos departamentos de la misma.
3. Tener un contacto con talento humano para llevar un registro del personal que labora en la empresa.

Perfil:

Edad de 23 a 28 años.

Sexo: Femenino.

Estado civil: Soltera.

Estudio profesional: Administrador de empresas, Gestión administrativa.

Experiencia: En el puesto 1 a 2 años cumpliendo con este cargo o cubriendo puestos similares.

Inspector de calidad

Descripciones: Dar capacitaciones de los diferentes procedimientos y normas emitidos por el departamento de control de calidad, de la misma forma será el responsable de la estabilidad y disponibilidad de las especialidades producidas.

Funciones:

1. Garantizar la realización de las pruebas necesarias para verificar la conformidad de los productos elaborados
2. Capacitar frecuentemente a los trabajadores.
3. Verificar que todos trabajen en la producción
4. Medir la calidad de lo que se está empacando.

Perfil:

Edad de 23 a 28 años.

Sexo: Masculino

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Administrador de empresas, Gestión administrativa, control y producción.

Experiencia: En el puesto 3 años cumpliendo con este cargo o cubriendo puestos similares.

Maquinistas

Descripciones: Son las personas encargadas del manejo diario de todas las máquinas de producción que existan en la empresa, por lo general ellos serán los encargados del mantenimiento y reporte instantáneo de cómo trabaja la maquina

Funciones:

1. Prender, apagar y realizar las pruebas de cómo trabaja la máquina.
2. Mantenimiento diario de la máquina
3. Verificar que las máquinas funcionen normalmente.
4. Estar capacitado para detectar fallas en la misma.

Perfil:

Edad de 23 a 28 años.

Sexo: Masculino

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Que este siguiendo una carrera acorde a las características requeridas, Administrador de Empresas, Gestión Administrativa, Control y Producción, Ingeniero Industrial.

Experiencia: En el puesto 1 a 2 años cumpliendo con este cargo o cubriendo puestos similares.

Obreros

Descripciones: El pilar fundamental de la empresa, ellos son los encargados del trabajo diario en la producción que tenga la empacadora.

Funciones:

1. Trabajo diario en la producción.
2. Cumplir con metas establecidas de entregas.
3. Mantenimiento de sus utensilios de trabajo.
4. Mantener el orden en su lugar de trabajo.

Perfil:

Edad de 18 a 40 años.

Sexo: Masculino y femenino

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Haber terminado con sus estudios del colegio.

Experiencia: En el puesto 1 a 2 años cumpliendo con este cargo o cubriendo puestos similares.

Chofer

Descripciones: Es la persona encargada de transportar la producción del lugar de origen a la empacadora o de transportar al personal de trabajo o de oficina a distintos lugares.

Funciones:

1. Transportar la producción al lugar de entrega.
2. Estar predispuesto las 24 horas del día.
3. Coordinar el mantenimiento del vehículo mensualmente
4. Organizar la adquisición de combustible para el vehículo
5. Brindar reportes de los recorridos

Perfil:

Edad de 18 a 40 años.

Sexo: Masculino

Estado civil: Soltero o casado.

Estudio profesional: Tener licencia categoría E o licencia profesional.

Experiencia: En el puesto 1 a 2 años cumpliendo con este cargo o cubriendo puestos similares.

6.3. MARCO LEGAL

Los fundamentos legales para la creación de la empresa están respaldados por las leyes de las cuales se debe tener en cuenta para la defensa en el entorno interno y externo de la organización y en especial porque se trata de una empresa nueva y de distinto funcionamiento que otras empresas, la importancia de la empacadora de camarón se respalda por estatutos importantes de crecimiento basados en las principales fuentes de aperturas para el desarrollo de la compañía que hoy en día el gobierno está poniendo como punto principal para que el Ecuador sea un país que garantiza fuentes de trabajo para un futuro mejor de los pobladores .

Entre las actas de constitución de la empresa cuenta con el aval de la Constitución de la República del Ecuador que se basa en reglamentos de apoyo a las nuevas empresas, estatutos que como emprendedor debe saber, sea para el trabajo que desempeñe como en la vida cotidiana, los reglamentos de la cámara de comercio del Ecuador son permanentes porque es aquí donde aparece la empresa ya constituida y formalizada con nombre propio, los reglamentos de fichas ambientales son obligatorios para toda institución porque estará fomentando el desarrollo y preservar el medio ambiente como obligación de cada empresa

Estos reglamentos comprenden funciones primordiales en distintas áreas, tanto legal de la empresa como personal de los trabajadores, en las cuales desglosan organismos reguladores de funciones para estabilizar la empacadora y no tener problemas con documentación al momento de impacciones y se optimicen para la creación y viabilizan las distintas fuentes económicas en las cuales se va a desempeñar la empresa.

6.3. ACTA DE CONSTITUCIÓN.

ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO.

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

Nombre del proyecto: Creación de una empresa camaronera para el proceso y empacado de camarón en la comuna Palmar, provincia de santa Elena, cantón Santa Elena ecuador año 2013.

Fecha: 08/10/2013.

Unidad de negocios / Áreas: Gerencia.

Promotor del proyecto: Ing. Héctor Villao, Ing. Álvaro Puy, Sr. Jacinto Gonzales, Sr. Carlos Cacao.

Propósito del proyecto.

Creación dedicada al proceso y empacado de camarón; es decir, darle un tratamiento de limpieza y presentación al producto para llegar a su mercado meta.

Necesidades del negocio.

Las necesidades de la empresa PALMARON S.A., es dar a conocerse por medio de la red, contando con una página web que identifique la empresa y los productos que tienen para la necesidad de los clientes.

7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

7.1 Inversión inicial.

CUADRO 38 INVERSIÓN INICIAL.

INVERSIONES	
VIDA DEL PROYECTO	5 AÑOS
POLÍTICA - VALOR RESCATE	10%
DEMANDA	
camarón entero	
camarón descabezado	
camarón pelado y desvenado	
Inversión Equipos de Computación	\$ 2.170,00
Años de inversión de equipo de cómputo	0
Valor de rescate de equipo de cómputo	217
Vida útil de equipo de cómputo	3
Inversión de instalaciones	\$ 200,00
Años de inversión de instalaciones	0
Valor de rescate de instalaciones	20
Vida útil de muebles e instalaciones	5
Inversión de Maquinaria y Equipos	\$ 218.175,00
Años de inversión de Maquinaria y Equipos	0
Valor de rescate de Muebles Menores	\$ 21.817,50
Vida útil de Maquinaria y Equipos	10
Inversión de Muebles de Oficina	\$ 8.864,00
Años de inversión de muebles de oficina	0
Valor de rescate de muebles de oficina	\$ 886,40
Vida útil de muebles de oficina	10
Inversión de Vehículos	\$ 30.000,00
Años de inversión de vehículos	0
Valor de rescate de vehículos	\$ 3.000,00
Vida útil de vehículos	5
Inversión de capital de trabajo	\$ 183.395,66
Años de inversión de Capital de Trabajo	0
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 44.544,00

GASTOS DE VENTAS	\$ 10.656,10
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 967,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 442.804,66
TASA DE CRECIMIENTO PRECIO	6%
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	15%
IMPUESTO A LA RENTA	22%
INCREMENTO DE LAS VENTAS	2%
INFLACION	3%

Fuente: Inversión Inicial.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

7.2 ACTIVOS FIJOS

CUADRO 39 Activo fijo

Grupos	Vida útil meses	
Equipos de computación	36	3 años
Muebles e Instalaciones	120	10 años
Vehículos	60	5 años
Equipos de oficina	60	5 años
Enseres menores	120	5 años

Grupos	Adquisición	Descripción	Costo original	Depreciación Mensual	Meses de vida	Depreciación Acumulada	Valor en libros
Equipos de computación	05/ene/2013	Computadoras de escritorio	\$ 1.250	\$ 35	\$ 10	\$ 334	\$ 916
Equipos de computación	05/ene/2013	Impresora HP	\$ 720	\$ 20	\$ 10	\$ 193	\$ 527
Equipos de computación	05/ene/2013	Scanner	\$ 200	\$ 6	\$ 10	\$ 54	\$ 146
TOTAL			\$ 2.170	\$ 60	\$ 29	\$ 581	\$ 1.589

EQUIPOS DE COMPUTACION							
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Escritorio	\$ 1.250	\$ 10	\$ 10	\$ 100	\$ 1.150
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Mesa de juntas	\$ 300	\$ 3	\$ 10	\$ 24	\$ 276
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Sillas ejecutivas	\$ 584	\$ 5	\$ 10	\$ 47	\$ 537
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Sillas secretaria cajera	\$ 140	\$ 1	\$ 10	\$ 11	\$ 129
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Archivadores	\$ 750	\$ 6	\$ 10	\$ 60	\$ 690
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Aires Acondicionados(Split)	\$ 2.550	\$ 21	\$ 10	\$ 205	\$ 2.345
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Butaca de espera	\$ 400	\$ 3	\$ 10	\$ 32	\$ 368
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Repisas	\$ 140	\$ 1	\$ 10	\$ 11	\$ 129
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Sillas	\$ 250	\$ 2	\$ 10	\$ 20	\$ 230
Muebles e Instalaciones	05/ene/2013	Alarma	\$ 2.500	\$ 21	\$ 10	\$ 201	\$ 2.299
TOTAL MUEBLES E INSTALACIONES			\$ 8.864	\$ 74	\$ 96	\$ 712	\$ 8.152

Equipos de oficina	05/ene/2013	Teléfonos	\$ 200	\$ 3	\$ 10	\$ 32	\$ 168
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 200	\$ 3	\$ 10	\$ 32	\$ 168
Enseres menores	05/ene/2013	silos de hielo	40000	\$ 333	\$ 10	\$ 3.211	\$ 36.789
Enseres menores	05/ene/2013	maquina clasificadora bm inspección	32000	\$ 267	\$ 10	\$ 2.569	\$ 29.431
Enseres menores	05/ene/2013	camara de frio	65000	\$ 542	\$ 10	\$ 5.200	\$ 59.800
Enseres menores	06/ene/2013	mesa de acero inoxidable	180	\$ 2	\$ 10	\$ 14	\$ 166
Enseres menores	05/ene/2013	empacadora	2340	\$ 20	\$ 10	\$ 188	\$ 2.152
Enseres menores	05/ene/2013	Sellarora	150	\$ 1	\$ 10	\$ 12	\$ 138
Enseres menores	05/ene/2013	carrito de fibra	80	\$ 1	\$ 10	\$ 6	\$ 74
Enseres menores	05/ene/2013	tombler " maq de tratamiento"	60000	\$ 500	\$ 10	\$ 4.817	\$ 55.183
Enseres menores	05/ene/2013	maquinas con tolba de recepción	10000	\$ 83	\$ 10	\$ 803	\$ 9.197
Enseres menores	05/ene/2013	mesas de descabezado con bando de inspección	8000	\$ 67	\$ 10	\$ 642	\$ 7.358
Enseres menores	05/ene/2013	coches de almacenamien	125	\$ 1	\$ 10	\$ 10	\$ 115

Enseres menores	05/ene/2013	canastilla de aluminio	100	\$ 1	\$ 10	\$ 8	\$ 92
Enseres menores	05/ene/2013	Balanza	200	\$ 2	\$ 10	\$ 16	\$ 155
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 218.175	\$ 1.818	\$ 125	\$ 17.497	\$ 200.649
Vehículos	05/ene/2013	Camioneta Chevrolet	\$ 30.000	\$ 500	\$ 10	\$ 4.817	\$ 25.183
TOTAL VEHÍCULOS			\$ 30.000	\$ 500	\$ 10	\$ 4.817	\$ 25.183

TOTAL ACTIVOS			259.409
CAPITAL DE TRABAJO			183.396
CAPITAL REQUERIDO			442.804,66

Fuente: Activo Fijo.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa; es decir, siempre van a estar presente en el proceso de producción interna de la compañía como son los enseres, maquinarias, equipos de cómputos que son primordiales para el desarrollo corporativo. Para la empresa es primordial contar con un capital de 442.804.66 dólares para comenzar a trabajar.

7.3 CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO 40 Capital de trabajo.

ELEMENTOS	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM(periodo medio de maduración)	VALOR MEDIO MASA PATRIMONIAL
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>			\$ 93.204,89
M (MATERIALES)	\$ 679,88	3	\$ 2.039,63
F (PRODUCTOS EN FABRICACIÓN)	\$ 2.266,47	2	\$ 4.532,94
V (PRODUCTOS TERMINADOS)	\$ 2.266,47	6	\$ 13.598,81
C (CLIENTES)	\$ 9.129,19	8	\$ 73.033,51
<u>PASIVO CIRCULANTE</u>			\$ 1.586,38
P (PROVEEDORES)	\$ 1.586,38	1	\$ 1.586,38
EFFECTIVO		10%	\$ 158,64
FM = AC – PC			\$ 91.618,51
FM + 12%			\$ 91.777,15
CAPITAL A FINANCIAR			\$ 183.395,66

Fuente: Capital de trabajo.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

7.4 RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO.

CUADRO 41 Inversión Inicial y financiamiento.

INVERSION TOTAL	
Inversión activos fijos	259.409,00
Inversión capital de trabajo	183.395,66
Total inversión	442.804,66
FINANCIAMIENTO	
Banco	332.103,49
Capital social	83.456,00
Total	415.559,49

Fuente: Inversión Inicial.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

CUADRO 42 Amortización de la deuda.

7.5. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

TASA DE INTERES		11,23%		
AÑOS		5		
PRESTAMO		332.103,49		
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Nº DE PAGOS	DIVIDENDOS	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				332.103,49
1	70.505,57	37.295,22	33.210,35	298.893,15
2	66.776,05	33.565,70	33.210,35	265.682,80
3	63.046,53	29.836,18	33.210,35	232.472,45
4	59.317,01	26.106,66	33.210,35	199.262,10
5	55.587,48	22.377,13	33.210,35	166.051,75
6	51.857,96	18.647,61	33.210,35	132.841,40
7	48.128,44	14.918,09	33.210,35	99.631,05
8	44.398,92	11.188,57	33.210,35	66.420,70
9	40.669,39	7.459,04	33.210,35	33.210,35
10	36.939,87	3.729,52	33.210,35	-
TOTALES	537.227,22	205.123,72	332.103,49	

Fuente: Amortización de la deuda.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

7.6.- PROYECCIÓN DE VENTAS

CUADRO 43 Cálculo del precio de venta.

Cálculo de precio	Desvenado	Descolado	Entero
Materia prima	3,03	1,83	1,52
Mano de obra (sueldo/días/pro día)	1,03	0,62	0,52
Cif (divido por unidad de empaque)	0,43	0,26	0,22
Total por unidad	4,5	2,72	2,25

Fuente: Capital de trabajo.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

CUADRO 44 Proyección de las ventas.

PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES						
PRODUCTO	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
pelado						
desvenado	2.000	2.200	2.420	2.662	2.928	12.210
Descolado	1.200	1.320	1.452	1.597	1.757	7.326
Entero	800	880	968	1.065	1.171	4.884

PRECIOS DE VENTA						
PRODUCTO	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
pelado						
desvenado	4,50	4,95	5,45	5,99	6,59	7,55
Descolado	2,72	2,99	3,29	3,62	3,98	4,38
Entero	2,25	2,48	2,72	2,99	3,29	3,62

PRESUPUESTO DE VENTAS EN DÓLARES						
PRODUCTO	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
pelado						
desvenado	9.000,00	10.890,00	13.176,90	15.944,05	19.292,30	335.450,21
Descolado	3.264,00	3.949,44	4.778,82	5.782,38	6.996,67	32.092,71
Entero	1.800,00	2.178,00	2.635,38	3.188,81	3.858,46	17.698,18
TOTAL	14.064,00	17.017,44	20.591,10	24.915,23	30.147,43	385.241,11

Fuente: Estados Financieros.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

7.7.GASTOS OPERATIVOS

CUADRO 45 Gastos operativos

GASTOS OPERATIVOS	\$	ÁREA
Gastos administrativos	25.464,00	Administrativos
Gastos venta(bodega) sueldos	7.632,00	Ventas
Gastos arriendo terreno	15.000,00	Administrativos
Gastos de constitución	967,00	Administrativos
Gastos publicidad	2.100,00	Ventas
Servicios básicos	4.080,00	Administrativos
Gastos de suministro	924,10	Ventas
Administrativos	44.544,00	
Ventas	10.656,10	
Constitución	967,00	

MANTENIMIENTO	
\$	AÑOS
27.688,28	27.688,28

Fuente: Gastos Operativos

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

7.8.DEPRECIACIÓN.

CUADRO 46 DEPRECIACIONES.

Denominación	Característica	Costo/or iginal	Dep/ M	m/vi da	Dep/a cu	v/libros
Maquinaria	silos de hielo	\$ 40.000	333	10	3.211	36.789
Maquinaria	maquina clasificadora bm	\$ 32.000	267	10	2.569	29.431
Maquinaria	camara de frio	\$ 65.000	542	10	5.200	59.800
Maquinaria	mesa de acero inoxidable	\$ 180	2	10	14	166
Maquinaria	empacadora	\$ 2.340	20	10	188	2.152
Maquinaria	Sellarora	\$ 150	1	10	12	138
Maquinaria	carrito de fibra	\$ 80	1	10	6	74
Maquinaria	tombler maq tratamiento"	\$ 60.000	500	10	4.817	55.183
Maquinaria	maquinas con tolba	\$ 10.000	83	10	803	9.197
Maquinaria	mesas de descabezado	\$ 8.000	67	10	642	7.358
Maquinaria	coches de almacenamiento	\$ 125	1	10	10	115
Maquinaria	canastilla de aluminio	\$ 100	1	10	8	92
Maquinaria	Balanza	\$ 200	2	10	16	155
Equipos de computación	Computadora	\$ 1.250	35	10	334	916
Equipos de computación	Impresora	\$ 720	20	10	193	527
Equipos de computación	Scanner	\$ 200	6	10	54	146
Muebles e Instalaciones	Escritorio	\$ 1.250	10	10	100	1.150
Muebles e Instalaciones	mesa de juntas	\$ 300	3	10	24	276
Muebles e Instalaciones	sillas ejecutivas	\$ 584	5	10	47	537
Muebles e Instalaciones	sillas secretaria cajera	\$ 140	1	10	11	129
Muebles e Instalaciones	archivadores	\$ 750	6	10	60	690
Muebles e Instalaciones	aires acondicionados(split)	\$ 2.550	21	10	205	2.345
Muebles e Instalaciones	butaca de espera	\$ 400	3	10	32	368
Muebles e Instalaciones	repisas	\$ 140	1	10	11	129
Muebles e Instalaciones	sillas	\$ 250	2	10	20	230
Muebles e Instalaciones	alarma	\$ 2.500	21	10	201	2.299
Equipos de oficina	Teléfonos	\$ 200	3	10	32	168
Vehículos	camioneta chevrolet	\$ 30.000	500	10	4.817	25.183
TOTAL DEPRECIACION			\$ 2.456	\$ 270	\$ 23.638	\$ 235.742

Fuente: Depreciación.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

7.9.ESTADO DE RESULTADO, FLUJO DE EFECTIVO, VAN Y TIR.

CUADRO 47 ESTADO DE RESULTADO FLUJO DE EFECTIVO VAN Y TIR.

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Inversión Equipos de Computación	(2.170,00)	-	-	(2.170,00)	-	-
Inversión Equipos de Oficina	(200,00)	-	-	-	-	-
Inversión de Maquinaria y Equipos	(218.175,00)	-	-	-	-	-
Inversión de Muebles de Oficina	(8.864,00)	-	-	-	-	-
Inversión de Vehículos	(30.000,00)	-	-	-	-	-
Inversión de capital de trabajo	(183.395,66)	-	-	-	-	-
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	(442.804,66)					

DEMANDA/PRONÓSTICO DE VENTAS	1	2	3	4	5	
ENTERO	30.800	31.416	32.044	32.685	33.339	
PELADO Y DESVENADO	52.575	53.627	54.699	55.793	56.909	
DESCACABEZADO	40.200	41.004	41.824	42.661	43.514	

INGRESOS POR VENTAS		1	2	3	4	5
ENTERO		123.200	90.579	97.934	105.886	114.484
PELADO Y DESVENADO		394.313	426.331	460.949	498.378	538.846
DESCABEZADO		251.250	271.652	293.710	317.559	343.345
TOTAL INGRESOS						
		768.763	788.561	852.592	921.822	996.674
IVA 12%	12%	92.252	94.627	102.311	110.619	119.601
TOTAL INGRESOS BRUTOS		861.014	883.188	954.903	1.032.441	1.116.275

ESTADO DE RESULTADOS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		861.014	883.188	954.903	1.032.441	1.116.275
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
ENTERO		107.800	120.952	135.708	152.264	170.840
PELADO Y DESVENADO		157.725	176.967	198.557	222.781	249.961
DESCABEZADO		100.500	112.761	126.518	141.953	159.271
DEPRECIACION DE MUEBLES E INSTALACIONES		798	798	798	798	798

DEPRECIACION ENSERES MENORES		19.636	19.636	19.636	19.636	19.636
TOTAL COSTO DE PRODUCCION		386.459	431.114	481.217	537.432	600.506
UTILIDAD BRUTA		382.304	357.447	371.375	384.390	396.168
GASTOS OPERATIVOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		44.457	48.903	53.793	59.172	65.089
DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTOS		651	651	651	1.302	1.302
DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINAS		-117	-117	-117	-117	-117
DEPRECIACION VEHICULO		5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
GASTOS FINANCIEROS						
INTERES CFN		37.295	33.566	29.836	26.107	22.377
GASTOS DE CONSTITUCION		967				
TOTAL GASTOS		88.654	88.403	89.564	91.864	94.052
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS		293.650	269.044	281.812	292.526	302.116
PARTICIPACION DE TRABAJADORES 15%		44.048	40.357	42.272	43.879	45.317

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		249.603	228.688	239.540	248.647	256.799
PAGO DE IMPUESTOS (22% IMPUESTO A LA RENTA)		54.913	50.311	52.699	54.702	56.496
UTILIDAD NETA		194.690	178.376	186.841	193.945	200.303

CASH FLOW		1	2	3	4	5
INGRESOS TOTALES		861.014	883.188	954.903	1.032.441	1.116.275
COSTOS DE PRODUCCION		366.025	410.680	460.783	516.999	580.072
GASTOS OPERATIVOS		82.719	82.468	83.629	85.279	87.467
IMPUESTOS TOTALES		147.164	144.939	155.010	165.321	176.097
PAGO DE DIVIDENDOS		70.506	66.776	63.047	59.317	55.587
CASH FLOW		194.600	178.325	192.435	205.526	217.052

CASH FREE	0	1	2	3	4	5
Inversión Equipos de Computación	(2.170,00)	0	0	-2.170	0	0
Inversión Equipos de Oficina	-200	0	0	0	0	0
Inversión de Maquinaria y Equipos	-218175	0	0	0	0	0
Inversión de Muebles de Oficina	-8864	0	0	0	0	0
Inversión de Vehículos	-30000	0	0	0	0	0

Inversión de capital de trabajo	-183395,6597	0	0	0	0	0
VALOR DE RESCATE EQUIPOS DE COMPUTACION		0	0	217	0	0
VALOR DE RESCATE EQUIPOS DE OFICINA		0	0	0	0	20
VALOR DE RESCATE MUEBLES MENORES		0	0	0	0	0
VALOR DE RESCATE MUEBLES DE OFICINA		0	0	0	0	0
VALOR DE RESCATE VEHICULO		0	0	0	0	3.000
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO		0	0	0	0	183.396
FLUJO DE INVERSION	(442.805)	194.601	178.327	190.485	205.530	403.473
FUJO ACUMULADO		-248.203	-69.876	120.608	326.138	729.611
VALOR ACTUAL NETO	\$ 368.249,88					
TASA INTERNA DE RETORNO	38%					
DECISION DE INVERSION	ACEPTAR PROYECTO					
PRI	3 Años 7 Meses 11 días					

Fuente: Estados de resultado van y tir.

Elaborado por: Diego Villao Salazar.

7.1.1. ROL DE PAGO.

CUADRO 48 ROL DE PAGO

MANO DE OBRA DIRECTA												
CARGO	NUMERO DE PUESTO	AREA	SUELDO BÁSICO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	DECIMO 3er Sueldo	DECIMO 4to Sueldo	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE AL IESS 9,35%	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL A PAGAR	TOTAL ANUAL
Jefe de Control de Calidad	1	Producción	400,00	33,33	2,78	33,33	33,33	48,6	37,4	188,78	588,78	7065,33
Maquinista	2	Producción	318,00	26,50	2,21	26,50	26,50	38,637	29,733	150,08	468,08	11233,88
Producción	1	Producción	350,00	29,17	2,43	29,17	29,17	42,525	32,725	165,18	515,18	6182,17
PERSONAL ADMINISTRATIVO												
CARGO	NUMERO DE PUESTO	AREA	SUELDO BÁSICO	FONDOS DE RESERVA	VAVACIONES	DECIMO 3er Sueldo	DECIMO 4to Sueldo	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE AL IESS 9,35%	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL A PAGAR	TOTAL ANUAL
Gerente	1	Administrativos	1272,00	106,00	8,83	106,00	106,00	154,548	118,932	600,31	1.872,31	22.467,76
Secretaria	1	Administrativos	318,00	26,50	2,21	26,50	26,50	38,637	29,733	150,08	468,08	5.616,94
Financiero	1	Administrativos	500,00	41,67	3,47	41,67	41,67	60,75	46,75	235,97	735,97	8.831,67

Administrativo	1	Administrativos	400,00	33,33	2,78	33,33	33,33	48,6	37,4	188,78	588,78	7.065,33
comercial	1	Administrativos	450,00	37,50	3,13	37,50	37,50	54,675	42,075	212,38	662,38	7.948,50
Contador	1	Administrativos	650,00	54,17	4,51	54,17	54,17	78,975	60,775	306,76	956,76	11.481,17
asistente administrativo	1	Administrativos	450,00	37,50	3,13	37,50	37,50	54,675	42,075	212,38	662,38	7.948,50
PERSONAL DE BODEGA												
CARGO	NUMERO DE PUESTO	AREA	SUELDO BÁSICO	FONDOS DE RESERVA	VAVCI ONES	DECIMO 3er Sueldo	DECIMO 4to Sueldo	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE AL IESS 9,35%	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL A PAGAR	TOTAL ANUAL
Bodeguero	1	Bodega	400,00	33,33	2,78	33,33	25,83	48,60	37,40	16,67	416,67	5.000,00
Chofer	2	Bodega	318,00	26,50	2,21	26,50	26,50	38,64	29,73	150,08	468,08	11233,88

Fuente: Rol de pagos.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

8.- ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

8.1.- Análisis de la evaluación ambiental.

La producción de camarón ha sido acusada de generar un impacto ambiental negativo por la tala de manglares, es por eso que la Cámara Nacional de Acuicultura, gremio que agrupa a la mayoría de productores y exportadores de camarón firmó un convenio con la Global Acuicultura Alliance, que incluyen un diagnóstico ambiental, difusión de buenas prácticas de cultivo y una evaluación anual del grado de implementación y mantiene además convenio con Fundación Natura, organización que constituye la principal ONG ambiental del Ecuador encargada de controlar la tala de manglar.

8.2.- Análisis socio-económico del proyecto.

La creación de la empacadora de camarón dará fortaleza y crecimiento a los pobladores de Palmar y más que todo a personas que se encuentran sin empleo, esta será una oportunidad para comenzar a incentivar a muchos jóvenes con ideas claras de empezar a surgir por intereses propios y no por otros.

CUADRO 49 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DEL PROYECTO.

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejor condiciones de vida						X		2
Incentivo al desarrollo productivo							X	3
Reducción de la mala comercialización							X	3
Fomento a fuentes de trabajo							X	3
Aumento de ingresos económicos						X		2
TOTAL						4	9	13

Fuente: Análisis socio económico del proyecto.

Elaborado: Diego Villao Salazar.

CONCLUSIONES

- ✓ El Ecuador cuenta con una óptima capacidad productiva de camarón con calidad de exportación, por lo que el -aumento la demanda del producto, no se convertiría en un impedimento al desarrollo del negocio, sino por el contrario, en una fortaleza.
- ✓ Gracias al contacto personal que la empresa contará con los proveedores del producto, los precios ofertados a los clientes serán bastante atractivos, convirtiéndose el precio de venta en la ventaja competitiva más importante para el ingreso del camarón ecuatoriano al mercado local.
- ✓ De acuerdo al estudio de costos y tiempos realizados, se puede concluir que el producto ofertado es muy competitivo en el mercado nacional, debido a que su precio final de venta es relativamente bajo.
- ✓ Según el estudio financiero realizado, el proyecto es completamente viable, cuenta con una Tasa Interna de Retorno de un 38 %, además de un corto Período de Recuperación de la Inversión fijado a 3 años, lo que demuestra lo rentable del negocio.
- ✓ Tomar en cuenta las opiniones vertidas por los involucrados en el objeto de estudio y los resultados de los estados financieros para tomar decisiones fundamentales para la creación de empresa.

RECOMENDACIONES

- ✓ Aprovechar las condiciones de calidad del camarón de Palmar y establecer una producción para en un futuro realizar exportaciones y de esta forma aumentar la competitividad en la empacadora a nivel nacional.
- ✓ Mantener los nexos con los dueños de las camaroneras para que de esta forma sigan facilitando la adquisición de sus productos para aumentar la producción de la empresa.
- ✓ Establecer precios de venta cómodos al bolsillo del consumidor con los gastos de producción para mantener un mercado satisfecho y no decaiga la producción.
- ✓ Mantener los márgenes de gastos y productividad para que en los primeros años no existan pérdidas considerables determinando los estándares para aumentar las ventas y obtener ganancias
- ✓ Distribuir parte de la producción a supermercados y mercados de mariscos etc, para que los consumidores finales tenga mayor facilidad de adquirir el camarón.
- ✓ Por lo expuesto a lo largo de la Tesis y al lograr la comprobación de la hipótesis planteada, es recomendable la puesta en práctica del proyecto, debido a que se ha demostrado que la comercialización de camarón congelado y pelado, proveniente de Palmar – Santa Elena hacia el mercado nacional, en condiciones de calidad, tiempo y precios competitivos, Generará alta rentabilidad económica y social.

BIBLIOGRAFÍA

- Arrieta Rodríguez Eric (2008) segunda edición El pib y la inflación.
- Cojedes. Bautista, M. (2004).Administración .UNELLEZ.
- Coulter Mary y Robbins, Stephen (2005) octava edición administración, educativo México.
- Davidson Frame j. (2005). primera edición La dirección del proyecto en la organización Buenos Aires.
- Escorsa Castella Pere (2006) tercera edición tecnología e investigación Cataluña España.
- Fernández Espinoza Saúl (2007) los proyectos de inversión financiera 1ra edición.
- Bob Gantt (2013) primera edición la organización moderna.
- Garcia Carmen. (2008) primera edición La empresa y su entorno Argentina.
- Méndez E. Carlos, (2003). Tercera Edición Metodología, Diseño y desarrollo del Proceso de investigación. Tercera Edición Mc. Graw Hill.
- Menguzato Martina (2009) segunda edición Dirección en empresas
- Reyes Ponce Agustín (2005).limusa primera edición Administración moderna México.
- Rebori Alfredo (2009). Administración para pymes Buenos Aires.
- Pallares Zoilo (2008) primera edición hacer empresas México.
- Wein Burger Karen (2009) primera edición Plan de negocios Perú.

PAGINAS WEB

- http://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/COMEX_03.pdf)
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8304/1/Caracterizaci%C3%B3n%20y%20propuesta%20t%C3%A9cnica%20de%20la%20Aculturaci%C3%B3n%20en%20la%20Zona%20de%20Monteverde.pdf>
- <http://www.industrias.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>
- http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- http://www.ambiente.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/11/Prop_AM_politica-celulares.pdf
- <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-crece-35-inicio-2013-reporta-banco-central.html>
- http://www.elcomercio.ec/negocios/inflacion-junio-Ecuador-economia-consumidor_0_949705203.html
- http://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/COMEX_03.pdf)

ANEXO I

		MGV Cia. Ltda. Av. De la Prensa y Lisardo Ruiz Quito - Ecuador www.mgv.com.ec			
Packing List					
For account and risk of Messrs. SUPERMERCADOS "DIA" C/ALONSO CANO 53, 28035 MADRID ESPAÑA ATT. JOSE MANUEL CRIADO		Commercial Invoice No. Date Letter of Credit No. Date Issuing Bank			
Buyer's P.O. or Contract No. Date		Import Permit/License No. Date			
Buyer's Department / Store No.		Marks & Numbers			
Carrier - Voyage/Flight No.	Shipment on or about				
From (Port of Loading) GUAYAQUIL, ECUADOR	To (Port of Discharge) VALENCIA, ESPAÑA				
Via (Tranship At)	For Transhipment To				
<u>Package No.</u>	<u>Item No.</u>	<u>Description of Goods</u>	<u>Quantity</u>	<u>Weight (Kgs./Lbs.)</u>	<u>Measurement (CBM/Cft.)</u>
3540160-DX		CAMARÓN CONGELADO, DESVENADO, PELADO, SIN CABEZA ** MGV SHRIMP **	16.000 Kg.	16.100 Kg.	**1 X 40 HC**
(signature and/or stamp)					

ANEXO III



Inspección del camarón descabezado pesado y empacado del camarón.



Selección del camarón en mesa con banda de inspección.

ANEXO IV



Camarón de 15 gramos.



Empacado de camarón por libra.

ANEXO V



Glaseado con hielo.



Desembarque del camarón.



Inspección, selección y lavado con salmuera.

ANEXO VI

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo: Levantar información técnica que facilite el proceso del estudio de factibilidad por medio de la ficha técnica para determinar el nivel de aceptación en la Provincia de Santa Elena.

DISEÑO DE ENCUESTAS:

1.- ¿En su hogar se consume camarón?

Si _____ No _____ (Si su respuesta es No Fin de la Encuesta)

2.- De ser afirmativa su respuesta ¿Cuántas veces al mes lo consume?

¿O cuantas libras?

De 1 a 2 veces _____ De 3 a 4 veces _____ Más de 4 veces _____

3.- ¿En qué establecimientos compra usted el camarón?

En Supermercados _____

Mercados Municipales _____

Comerciantes _____

4.- Usted prefiere el camarón:

Pequeño _____ Mediano _____ Grande _____

5.- ¿En qué estado adquiere el camarón?

A: Camarón con cabeza _____

B: Camarón sin cabeza _____

C: Camarón sin cabeza, pelado y desvenado _____

6.- Usted preferiría camarón con cabeza en porciones de:

1 libra -----

2 libras -----

5 libras -----

7- Usted preferiría camarón descabezado en porciones de:

1 libra -----

2 libras -----

5 libras -----

8.- Usted preferiría camarón sin cabeza, pelado y desvenado en porciones de:

1 libra -----

2 libras -----

5 libras -----

9.- Le gustaría que exista una empresa empacadora de camarón en Palmar?

si _____

no _____

Encuesta realizada a los hoteles y restaurantes de la ciudad de Santa Elena

1.- ¿Le gustaría adquirir camarón con valor agregado, es decir (descabezado, pelado y desvenado)?

SI _____ NO _____

Si su respuesta fue SI continúe a la pregunta 2; si fue NO fin de la encuesta

2.- ¿Cómo le convendría adquirir el camarón para su negocio?

Entero _____

Cola _____

Descabezado pelado y desvenado _____

3.- Con las características anteriores adquiere el camarón en tamaños:

A: Pequeño _____ B: Mediano _____ C: Grande _____

4.- ¿Le gustaría que el producto este en?

A: Medianas proporciones en libras _____

B: Grandes proporciones en libras _____

5.- ¿Le gustaría el producto?

A: A domicilio _____

B: Acercarse a retirar el producto en nuestro local _____

6.- ¿Le gustaría en paquetes de?

A: Una Libra _____ B: Dos Libras _____ C: Tres Libras _____

D: Cuatro Libras _____ E: Mayor a Cuatro Libras _____

7.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una libra de camarón con valor agregado?

3.00 a 3.50

3.50 a 4.00

8.- ¿Escoja el parámetro de la cantidad semanal de camarón que demanda su empresa?

A: 0 a 150 _____ B: 151 a 300 _____ C: 301 a 450 _____ D: 451 a 600 _____

9.- Le gustaría que exista una empresa empacadora de camarón en Palmar?

si _____

no _____

Lugar y Fecha.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS PRODUCTORES DE CAMARÓN EN LA COMUNA PALMAR.

¿Usted al momento de cosechar su camarón ya tiene establecido donde va a entregar su producción?

¿Es importante la textura y la coloración del camarón al momento se cosecharlo y entregarlo?

¿Es favorable que ustedes controlen el tiempo de producción en cada una de sus piscinas camaroneras?

¿La producción de camarón que existe en Palmar abastece para empezar a obtener beneficios económicos?

¿La variación de precios en este marisco afecta la economía tanto de los productores como de las empacadoras?

¿El camarón que se cultiva en palmar cumple con todos los parámetros de calidad para poder exportarlo?

¿Usted como productor de camarón estaría dispuesto a vender una pequeña parte de su producción para empezar un nuevo negocio en palmar de empacado de camarón?

¿Cree usted que una empresa de esta magnitud en la localidad de Palmar mejoraría las condiciones de vida de sus pobladores?

¿El camarón ecuatoriano tiene buena aceptación en los mercados internacionales?

¿Cree usted que con darle un valor agregado al camarón se abrirían nuevas puertas en el mercado internacional?