



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA ASOCIACIÓN DE  
“PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL SECTOR #4  
MAGDALENA” EN JOSE LUIS TAMAYO-  
CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE  
SANTA ELENA, AÑO 2015**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: MARIA CRISTINA GONZÁLEZ DEL PEZO**

**TUTOR: ING. GERMAN MOSQUERA SORIANO**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL**  
**“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**

PORTADA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA ASOCIACIÓN DE  
“PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL SECTOR #4  
MAGDALENA” EN JOSE LUIS TAMAYO-  
CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE  
SANTA ELENA-2015**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: MARIA CRISTINA GONZÁLEZ DEL PEZO**

**TUTOR: ING. GERMAN MOSQUERA SORIANO**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**La Libertad, Jueves 24 de Octubre del 2013**

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA ASOCIACIÓN DE “PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL SECTOR #4 MAGDALENA” EN JOSE LUIS TAMAYO-CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA “elaborado por el Srta. María Cristina González Del Pezo, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....

**Ing. German Mosquera Soriano MSc**

**TUTOR**

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación es dedicado en primer lugar a DIOS, que es parte de mi vida, por permitirme cumplir unas de mis metas brindándome salud, fortaleza y sabiduría, por ser la guía de mi camino cada día.

A mi Madre Juanita Del Pezo Suarez por todo el Amor y comprensión brindada, que con su ayuda incondicional contribuyó con la realización de este proceso. A mis hermanos Pablo, Wilmer y Marjorie González por sus palabras de aliento, y a mi sobrinito Samuel Daniel por ser la motivación para seguir adelante con mis objetivos propuesto.

Y de manera muy especial a una persona que forma parte de mi vida, que en todo momento está a mi lado, convirtiéndose en un apoyo fundamental para seguir creciendo profesionalmente.

En segundo lugar a mis guías de curso que me brindó la facilidad para la realización de la misma, además dedicó este fruto de mi esfuerzo a todas aquellas personas que de alguna u otra manera permitieron que este trabajo hayan sido realizadas, entre ellos los docentes y la institución.

Por último a todas aquellas personas que luchan y se esfuerzan por hacer realidad sus sueños.

**María González Del Pezo**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco con todo el corazón a ese ser que de todo  
Lo puede, que esta con todos y cada uno de nosotros,  
Y que irradia amor y esperanza al mundo: DIOS

Agradezco, así mismo a aquellos seres  
Maravillosos, por su amor, por su comprensión y  
Por su esfuerzo transmitido en nombre de  
Quienes tratamos de no defraudarles:  
**NUESTROS PADRES.**

Además el agradecimiento está dirigido a nuestros  
Tutores y Docentes, por la paciencia que nos brindaron para la  
presentación de la tesis, a las autoridades de la  
Institución, compañeros y personas que participaron  
en el apreciado trabajo.

**María González Del Pezo**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Econ. Félix Tigrero González MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA  
INGENERÍA COMERCIAL

---

Ing. German Mosquera Soriano MSc.  
PROFESOR TUTOR

---

Ing. Johnny Reyes De la Cruz MSc.  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Abg. Joe Espinosa Ayala  
SECRETARIO GENERAL

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

Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Sal para la  
Asociación de “Pequeños Productores de Sal sector #4  
Magdalena” en José Luis Tamayo- Cantón Salinas  
Provincia de Santa Elena, Año 2015

Autor: María González del Pezo  
Tutor: Ing. German Mosquera MSc.

## **RESUMEN**

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para diseñar, construir y poner en marcha un centro de acopio de sal, ubicado en la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, utilizando la materia prima que para el caso es la sal blanca que se produce en la zona. Este estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de sal es con el fin de reunir la producción de los socios para luego comercializarla, permitiendo almacenar la sal de los pequeños productores del entorno, conformando con ello un volumen atractivo para los mercados mayoristas e inclusive proyectarse a la exportación, con la que este centro permitirá obtener productos homogéneos en cuanto a la calidad y cantidad. El primer capítulo muestra el problema que enfrenta la asociación y que se verá a solucionarse, con la recolección de datos, organización y sus respectivos análisis de información primaria mediante técnicas de investigación aplicadas a los directivos, socio y clientes del entorno. El segundo capítulo se refiere a la parte teórica del proyecto mediante la recolección de datos secundarios, con la cual se requieren conocimiento teóricos necesarios para conocer los beneficios que el proyecto presenta. El tercer capítulo es la parte de la propuesta del proyecto, ya que nos permitió conocer la oferta en la producción de sal, la demanda de dicho producto en el mercado interno que es el cual va dirigido el producto. También se permitió conocer los principales impactos que forman de manera directa al proyecto y sus beneficios a futuros. Finalmente se detallan varias conclusiones y recomendaciones, cuyo propósito ver la rentabilidad del negocio.



## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
RESUMEN.....	v
ÍNDICE DE TABLA.....	xii
ÍNDICE DE CUADRO.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	xv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
MARCO CONTEXTUAL.....	3
TEMA.....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
Planteamiento del problema.....	3
DELIMITACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	6
Delimitación Espacial.....	6
Delimitación teórica.....	6
FORMULACIÓN DE PROBLEMA.....	6
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
Delimitada.....	7
Evidente.....	7
Concreto.....	7
Claro.....	8
Original.....	8
Factible.....	8
Contextual.....	8
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	9
OBJETIVOS.....	10
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVO ESPECÍFICO.....	10
HIPÓTESIS.....	11
OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES.....	11
Identificación de las variables.....	11
Variable dependiente.....	11
Variable Independiente.....	12
<b>CAPÍTULO # I.....</b>	<b>14</b>
<b>MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO.....</b>	<b>14</b>

1.1.	ANTECEDENTES DEL TEMA.....	14
1.2.	HISTORIA.....	16
1.2.1.	Actividades cotidianas.....	16
1.2.2.	Procedencia de la materia prima.....	17
1.3.	CARACTERÍSTICA DEMOGRÁFICA.....	17
1.4.	ORGANIZACIÓN ECONÓMICA.....	18
1.5.	ACTIVIDAD PRODUCTORA.....	19
1.6.	DESARROLLO DE LA PARTE EN EL ESTUDIO.....	20
1.7.	LA ASOCIACIÓN.....	21
1.7.1.	La procedencia del producto.....	21
1.8.	RECURSOS DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	21
1.8.1.	La sal.....	21
1.8.2.	Clasificación de la sal.....	22
1.9.	FACTORES PRODUCTIVOS.....	23
1.9.1.	Centro de acopio.....	23
1.9.2.	La comercialización.....	26
1.9.3.	Recursos del área de estudio.....	27
1.10.	RESIDUOS, CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS.....	27
1.10.1.	Tipos de sal.....	27
1.10.2.	Derivados.....	28
1.10.3.	Producto final.....	29
1.10.3.1.	La sal ayuda a.....	29
1.11.	Estudio de Factibilidad.....	30
1.11.1.	Definición.....	30
1.11.2.	Objetivos.....	31
1.11.3.	Característica del Estudio de Viabilidad.....	31
1.11.4.	El Proyecto.....	32
1.11.4.1.	Descripción del Proyecto.....	32
1.11.4.2.	Razón social.....	32
1.11.4.3.	Establecimiento y dimensión.....	32
1.11.4.4.	Razón de ser de la empresa.....	33
1.11.4.5.	Razón futura de la empresa.....	33
1.11.4.6.	Objetivos de la empresa.....	33
1.11.4.5.	Filosofía y valores.....	33
1.11.4.6.	Matriz FODA.....	33
1.11.5.	Fases de un Estudio de Factibilidad.....	34
1.11.5.1.	Producto.....	34
1.11.5.2.	Estudio de mercado.....	35
1.11.6.	Estudio técnico.....	37
1.11.6.1.	Técnicas y métodos de elaboración.....	39

1.11.6.2. Técnica.....	40
1.11.6.3. Implantación del proyecto.....	40
1.11.6.4. División de la planta.....	40
1.11.6.5. Dimensión del proyecto.....	40
1.11.7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO.....	40
1.11.8. Estudio Financiero.....	42
1.11.9. Estudio ambiental.....	44
1.11.9.1. Proceso de estimación del impacto ambiental de un estudio.....	45
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>46</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>46</b>
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
2.3. TIPOS INVESTIGACIÓN.....	47
2.4. METODO DE INVESTIGACIÓN.....	48
2.4.1. Método de observación.....	48
2.4.2. Método inductivo.....	48
2.4.3. Método deductivo.....	49
2.4.4. Método de análisis.....	49
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	50
2.5.1.1. Entrevista.....	50
2.5.1.2. Observación.....	50
2.5.1.3. Encuesta.....	50
2.5.2. Fuente secundaria.....	51
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	51
2.6.1. Población.....	51
2.6.2. Muestra.....	52
2.7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
2.7.1. Procesamiento y análisis.....	54
2.7.2. Instrumentos de recaudación de información.....	54
2.7.2.1. Técnicas.....	54
2.7.2.2. Documental.....	55
2.7.2.3. Campo.....	55
2.8. INSTRUMENTOS.....	56
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>59</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO.....</b>	<b>59</b>
3.1. ESTUDIO DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	59
3.1.1. Herramienta de la investigación.....	59
3.1.2. Objetivo a investigar.....	59
3.1.3. Universo de la muestra.....	60
3.2. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.....	82

3.3.	CONCLUSIONES.....	83
3.4.	RECOMENDACIONES.....	84
	<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>85</b>
	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA ASOCIACIÓN “PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL SECTOR # 4 MAGDALENA” EN JOSÉ LUIS TAMAYO-CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA.....</b>	<b>85</b>
4.1.	RESPONSABLE DEL PROYECTO.....	85
4.1.1.	Creadores del proyecto.....	85
4.2.	PRODUCTO FINAL.....	87
4.2.1.	Proceso de la extracción de sal.....	87
4.2.1.	Representación del producto.....	89
4.2.2.	Estimación de la calidad.....	89
4.2.3.	Justificación de la rama de actividad.....	89
4.2.3.1.	Justificación de causas ambientales.....	89
4.2.3.1.1.	El centro de acopio.....	90
4.2.3.1.2.	Razón social de la empresa.....	90
4.2.3.1.3.	Ventajas competitivas.....	92
4.2.3.1.4.	Ubicación y tamaño de la empresa.....	93
4.2.3.1.5.	Justificación de causas económicas.....	93
4.2.3.1.6.	Necesidades a satisfacer.....	93
4.2.4.	Objetivos de la empresa.....	94
4.2.4.1.	Objetivos a largo plazo.....	94
4.2.4.2.	Objetivos a mediano plazo.....	94
4.2.4.3.	Objetivos a corto plazo.....	94
4.2.5.	Valores de la empresa.....	95
4.2.5.2.	Visión de la empresa.....	95
4.2.5.3.	Filosofía.....	95
4.2.5.4.	Valores.....	96
4.2.6.	Organigrama.....	96
4.2.6.1.	Presentación del organigrama.....	96
4.2.6.2.	Diseño de las jerarquías.....	97
4.2.6.2.1.	Departamento administrativo.....	97
4.2.6.2.2.	Departamento de venta.....	97
4.2.6.3.	Funciones específicas de puestos.....	97
4.2.6.4.	Descripción del lugar.....	98
4.2.6.5.	Capacitación del talento humano.....	103
4.2.7.	Estatuto de la empresa.....	108
4.2.7.1.	Requisitos de constitución de la organización.....	109

4.2.7.2.	Registro Único de Contribuyente (RUC).....	103
4.2.7.3.	Certificado de Salud:.....	104
4.2.7.4.	Requisitos para el trámite de contratación de línea telefónica.....	111
4.2.7.5.	Requisitos para el trámite de permiso de funcionamiento municipal. (Pequeño).....	111
4.2.7.6.	Seguridad e higiene industrial.....	112
4.2.7.7.	Objetivo de la seguridad e higiene industrial.....	113
4.3.	MERCADO.....	113
4.3.1.	Estudio de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.....	114
4.3.1.2.	Clientes.....	115
4.3.1.3.	Proveedores.....	115
4.3.1.4.	Análisis de la competencia actual y potencial.....	116
4.3.2.	Estudios situacional.....	117
4.3.2.1.	Estimación de la demanda.....	117
4.3.3.	Matriz FODA.....	117
4.3.3.1.	Estrategias de mercado.....	119
4.3.4.1.	Plaza.....	120
4.3.4.2.	Lanzamiento del producto.....	121
4.3.4.3.	Precios.....	121
4.3.4.4.	Promoción y comercialización.....	122
4.3.4.4.1.	Publicidad.....	122
4.3.4.4.2.	Slogan de la empresa.....	123
4.3.4.4.3.	Etiqueta.....	123
4.3.4.4.4.	Empaque.....	124
4.4.	ANÁLISIS TÉCNICO O INGENIERÍA.....	124
4.4.1.1.	Técnica de cualidad.....	124
4.4.1.2.	Evaluación de cualidades.....	125
4.4.2.	Macro localización.....	125
4.4.3.	Micro instalación.....	126
4.4.4.	Dimensión de planta seleccionada.....	126
4.4.5.	Distribución de planta.....	127
4.4.6.	Infraestructuras físicas.....	127
4.4.7.	Producto o servicio terminado.....	128
4.4.8.	Capacidad productiva.....	129
4.4.8.1.	Provisión de la materia prima.....	129
4.4.8.2.	Producción adecuada para el proyecto.....	129
4.4.8.3.	Disponibilidad de insumos complementarios.....	130
4.4.8.4.	Sistema de distribución/comercialización.....	130
4.4.9.	Proceso de producción.....	130

4.4.10.1. Descripción del proceso de producción.....	132
4.4.10.1.1. Proceso de pesado y sellado.....	132
4.4.10.1.2. Proceso de almacenaje.....	132
4.4.10.1.3. Proceso embarque.....	133
4.4.11. Activos fijos.....	133
4.4.11.1. Distribución de activos fijos por departamento.....	133
4.4.12. Maquinarias y herramientas en el proceso productivo.....	135
4.5.1.1. Recursos humanos.....	139
4.6. PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO.....	140
4.6.3. Plan de financiamiento.....	142
4.6.4. Cronograma de ejecución.....	144
4.6.5. Costo de operación.....	144
4.6.6. Ingresos.....	145
4.7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	146
4.7.1. Estados Financiero Proyecto.....	146
4.7.3. Punto de Equilibrio.....	148
4.8. Indicadores financieros.....	150
4.8.1. Decisión de inversión VAN y TIR.....	150
4.8.2. Decisión de inversión TIR.....	150
4.9. Análisis de impacto del proyecto.....	151
4.9.1. Impacto ambiental.....	151
4.9.2. Identificación de impacto ambiental.....	153
CONCLUSIONES.....	155
RECOMENDACIONES.....	156
BIBLIOGRAFÍA.....	157
ANEXOS.....	159

## ÍNDICE DE TABLA

TABLA N° 1: Operacionalización de las Variables .....	13
TABLA N° 2: Establecimientos Económicos.....	19
TABLA N° 3: Derivados. ....	28
TABLA N° 4: Población.....	52
TABLA N° 5: Muestra.....	53
TABLA N° 6: Etapas de elaboración del cuestionario .....	56
TABLA N° 7: Determinación del nombre de la empresa. ....	92
TABLA N° 8: Capacitación. ....	104
TABLA N° 9: Reclutamiento.....	105
TABLA N° 10: Criterios de evaluación. ....	107
TABLA N° 11: Clientes potenciales. ....	115
TABLA N° 12: Proveedores. ....	115
TABLA N° 13: Competencia .....	116
TABLA N° 14: Demanda.....	117
TABLA N° 15: Publicidad. ....	122
TABLA N° 16: Evaluación cualitativa.....	125
TABLA N° 17: Instalaciones. ....	128
TABLA N° 18: Diagrama de flujo de procesos .....	131
TABLA N° 19: Muebles y enseres. ....	134
TABLA N° 20: Equipo de computación.....	134
TABLA N° 21: Equipo de oficina .....	135
TABLA N° 22: Maquinarias y herramientas en el proceso productivo.....	137
TABLA N° 23: Recurso humano requerido .....	139
TABLA N° 24: Inversión Total del Proyecto .....	140
TABLA N° 25: Inversión fija tangible .....	141
TABLA N° 26: Inversión fija tangible .....	141
TABLA N° 27: Capital de trabajo .....	142
TABLA N° 28: Plan de financiamiento.....	142
TABLA N° 29: Tabla de amortización. ....	143
TABLA N° 30: Cronograma de actividades de “produ & sal”.....	144
TABLA N° 31: Costo de operación.....	144
TABLA N° 32: Ingresos de ventas. ....	145
TABLA N° 33: Punto de equilibrio .....	148
TABLA N° 34: Escenarios de sensibilidad.....	151
TABLA N° 35: Inversión.....	164
TABLA N° 36: Total de inversión.....	166
TABLA N° 37: Gastos de administración .....	167
TABLA N° 38: Gastos de administración .....	168

TABLA N° 39: Costo de la inversión .....	168
TABLA N° 40: Flujo de caja .....	169
TABLA N° 41: Estado de resultados .....	170
TABLA N° 42: Balance general .....	171
TABLA N° 43: Rol de pago .....	172



## ÍNDICE DE CUADRO

CUADRO N° 1: La comercialización de la sal .....	61
CUADRO N° 2: Procesos productivos .....	62
CUADRO N° 3: Uso de tecnología.....	63
CUADRO N° 4: Tipos de sal. ....	64
CUADRO N° 5: Presentaciones del producto.....	65
CUADRO N° 6: Apoyo financiero. ....	66
CUADRO N° 7 : Intermediarios. ....	67
CUADRO N° 8: Competencia. ....	68
CUADRO N° 9: La venta directa.....	69
CUADRO N° 10: Genero de los encuestados.....	70
CUADRO N° 11: Edad. ....	71
CUADRO N° 12: Frecuencia de compra. ....	72
CUADRO N° 13: Lugar de compra. ....	73
CUADRO N° 14: Nivel de compra.....	74
CUADRO N° 15: Tipo de sal.....	75
CUADRO N° 16: Precio de compra.....	76
CUADRO N° 17: Calidad de sal.....	77
CUADRO N° 18: Precio de compra.....	78
CUADRO N° 19: Creación de un centro de acopio.....	79
CUADRO N° 20: Disposición de pago.....	80
CUADRO N° 21: Medios de comunicación .....	81

## ÌNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO N° 1 : La comercialización de la sal .....	61
GRÁFICO N° 2: Procesos productivos.....	62
GRÁFICO N° 3 : Uso de tecnología.....	63
GRÁFICO N° 4 : Tipos de sal.....	64
GRÁFICO N° 5: Presentaciones del producto. ....	65
GRÁFICO N° 6: Apoyo financiero.....	66
GRÁFICO N° 7: Intermediarios.....	67
GRÁFICO N° 8: Competencia.....	68
GRÁFICO N° 9: La venta directa. ....	69
GRÁFICO N°10: Genero de los encuestados. ....	70
GRÁFICO N°11: Edad.....	71
GRÁFICO N°12: Frecuencia de compra.....	72
GRÁFICO N°13: Lugar de compra.....	73
GRÁFICO N°14: Nivel de compra. ....	74
GRÁFICO N°15: Tipo de sal .....	75
GRÁFICO N°16: Precio de compra. ....	76
GRÁFICO N°17: Calidad de sal. ....	77
GRÁFICO N°18: Precio de compra.....	78
GRÁFICO N°19: Creación de un centro de acopio. ....	79
GRÁFICO N°20: Disposición de pago. ....	80
GRÁFICO N°21: Medios de comunicación.....	81

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N°1: Actividades de la PEA. ....	20
ILUSTRACIÓN N°2: Pilos de Sal.....	87
ILUSTRACIÓN N°3: El organigrama. ....	96
ILUSTRACIÓN N°4: Hoja volante .....	121
ILUSTRACIÓN N°5: Precio.....	122
ILUSTRACIÓN N°6: Producto empacado. ....	122
ILUSTRACIÓN N°7: Slogan de la empresa.....	123
ILUSTRACIÓN N°8: Etiqueta. ....	123
ILUSTRACIÓN N°9: Empaque. ....	124
ILUSTRACIÓN N°10: Mapa de macro localización.....	125
ILUSTRACIÓN N°11: Mapa de micro localización .....	126
ILUSTRACIÓN N°12: Mapa de macro localización.....	127
ILUSTRACIÓN N°13: Proceso de extracción.....	129
ILUSTRACIÓN N°14: Sistema de distribución .....	130
ILUSTRACIÓN N°15: Centro de acopio “Produ & sal” .....	131
ILUSTRACIÓN N°16: Proceso de empaque .....	132
ILUSTRACIÓN N°17: Proceso de almacenaje .....	132
ILUSTRACIÓN N°18: Proceso de embarque.....	133
ILUSTRACIÓN N°19: Palas de mano.....	137
ILUSTRACIÓN N°20: Cosedora de sacos: .....	138
ILUSTRACIÓN N°21: Pesa Romana: .....	138
ILUSTRACIÓN N°22: Cosedora de sacos: .....	138
ILUSTRACIÓN N° 23: Cosedora de sacos: .....	138
ILUSTRACIÓN N°24: Punto De Equilibrio .....	148
ILUSTRACIÓN N°25: Foto .....	163

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 : Instrumento de investigación.....	160
ANEXO N° 2 : Encuesta dirigido: a los clientes. ....	160
ANEXO N° 3: Set Fotográfico .....	162

## INTRODUCCIÓN

Al inicio del siglo XXI, los tiempos que corren son ciertamente cada vez más difícil para los productores de sal en general, debido al proceso de cambio acelerado y de la competitividad global que vive el mundo entero, donde la liberación de las economías y la libre competencia vienen a caracterizar el entorno difícil de convivencia para el sector productivo.

Es precisamente en este entorno que en el proceso de comercialización se proyecta vigorosamente y revolucionariamente como un nuevo sistema de gestión distribuidora y factor de primer orden para la competitividad de los demás sectores comercializadoras de sal. La empresa que ha tenido éxito en el proceso de comercialización son aquellas que vienen aplicando de una u otra forma de pensar y por tanto de actuar; de hecho, rediseñando todo el proceso tanto en el aspecto físico como en el espiritual para ser enfocado hacia los productores, clientes y hacerla eficiente para cumplirse y satisfacerles.

El trabajo de investigación se ha enfocado en elaborar un estudio de factibilidad, lo que presentan situaciones generales y la problemática existente en la investigación, que nos permitió entender con exactitud cuáles son las causas y efecto que provoca la inexistencia de un centro de acopio de sal que genera un limitado desarrollo socio-económico, esto se debe los procesos de producción y comercialización de sal, en los cuales se distribuye, ya que existe la presencia de los intermediarios al momento de vender y no se tiene la rentabilidad esperada para la asociación “Pequeño productores de sal sector 4 Magdalena” de José Luis Tamayo del cantón salinas, provincia de santa Elena.

Para ello se estableció los objetivos de investigación que es de realizar un estudio de factibilidad para que determinar la viabilidad, los lineamientos empresariales

que ayudo a mejorar los procesos productivos aprovechando la materia prima  
logra

ndo así el progreso y crecimiento de la asociación. Se definió cuáles son los elementos que intervienen en este tipo de estudios mediante el uso de fuente de información primaria y secundaria que fortaleció el criterio personal del investigador, en la metodología se aplicó técnicas e instrumento que contribuyeron a recopilar los datos relevantes de carácter cualitativo y cuantitativo para ello se utilizó la observación en la cual se logró una interacción directa con el objeto.

El sumario se compone de tres capítulos completamente definidos. La primera unidad comprende los fundamentos teóricos, la metodología sirvió para recopilar información, en la tercera es la generación de la propuesta para sí brindar solución al problema de investigación, se consideró que esta unidad será desarrollada en un periodo de 8 meses que están establecidos en el cronograma de trabajo, la elaboración del presupuesto detallan los gastos realizados y por último las referencias bibliográficas que se mencionó el nombre de los autores de los libros que fueron requeridos por el investigador.

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA “ASOCIACIÓN PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL SECTOR # 4 MAGDALENA” EN JOSÉ LUIS TAMAYO-CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA.

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

#### **Planteamiento del problema.**

En José Luis Tamayo durante los primeros años según cuentan que sus habitantes que por los años 1800-1899, la misma que se caracteriza por su belleza natural, hermosos paisajes, con una vegetación exuberante y una fauna de una diversidad maravillosa. El clima completamente a pesar de ser yodado, se perfilaba con abundante lluvia que eran aprovechados por sus habitantes para la producción agrícola como algodón, maíz, plátano, mango, naranja, sandía, melón, etc., posteriormente fueron emigrados familias de Santa Elena, la libertad, la provincia de Manabí y de otros puntos tanto de la península y del país la misma que tiene 5.05 km de extensión, con una población de 22064 habitantes aproximados, parte que se localiza frente al mar, rodeado de temperatura cálido y por la solidaridad de las personas, mezclada con grandiosos leyendas, tradiciones o cuentos, conocimientos y desarrollos.

En la parroquia José Luis Tamayo cantón Salinas se encuentra ubicada la Asociación de “Pequeños Productores de sal sector # 4 Magdalena” donde una parte de los habitantes se dedican a la extracción de sal y la comercialización de estos productos, especialmente la sal blanca que se utiliza para elaborar el queso, salar pescados, para los agricultores de palmas, viseras, ganaderos, convirtiéndose



este en el problema central que es la inexistencia de un centro de acopio de sal para desarrollo de la Asociación Pequeños Productores de Sal debido a varias causas que enfrentan los socios, en ciertas formas la sal en su producción y comercialización en las zonas de la provincia de Santa Elena se ve muy ligada a lo que sucede al comportamiento del mercado en sus alrededores, específicamente lo que acontece con la comercialización de este producto, los productores venden a los intermediarios por motivo que cada socios obtienen diferentes volúmenes de producción, unos adquieren volúmenes altos y otros bajo debido a que cada socio tienen diferentes metrajes de piletas, de acuerdo a estos factores ellos no participan directamente con la venta directa debido a que las empresas compran de volúmenes altos y por ende recurren a realizar las ventas a los intermediarios, ya que los intermediarios es el que compra cada producción a los socios, que se obtienen en sus respectivas piletas, en ciertas formas se quiere eliminar a los intermediarios ya que este es uno de los productos que generan grandes ingresos, de igual manera, esta es una zona eminentemente buena con respecto a la producción de sal, en ciertas formas se ha de tener presente la manera en que este producto es de excelente calidad ya que se transforma como una fortaleza para la asociación.

Así mismo tienen limitados niveles de capacitación porque es una producción artesanal ya ellos no cuentan con maquinarias suficiente de tecnología avanzada, estos son unos de las razones que dentro de la asociación existen, además no tienen conocimiento técnicos ni administrativos como para realizar estudios, proyectos, ellos solo tienen conocimientos empíricos basados en sus experiencias y no existen financiamiento que apoye a emprender o invertir en un nuevo negocio y expandirse con la producción de sal, el presidente de la asociación ha transcurrido a las autoridades del cantón para la ayuda de financiamiento pero esto no ha dado resultado por partes de los alcaldes por motivos de todos los problemas que enfrentan ya que no tienen mínima competitividad con otras similares, sus ingreso son limitados que solo sirve para cubrir los gastos generales

de su familia y baja rentabilidad de producción, y con respecto a lo administrativo no existe una buena utilización del proceso administrativo, esto lleva como resultado a que no tengan progreso los socios.

Esta asociación cuenta con sus estatutos legales donde tendrá duración indefinida y su número de socio será ilimitado, podrá intervenir en asuntos políticos, partidistas, discriminatorio, religioso, raciales, laborales, sindicales, tienen como fin de agrupar a los pequeños productores de sal de la parroquia José Luis Tamayo a vender a la ciudadanía productos que estén autorizados por las autoridades que se establecen para este tipo de actividades, trabajan en coordinación con el municipio de Salinas, Marina, Ministerio de Salud Pública, Intendencia de Policía.

A fin de realizar el trabajo organizado, encaminado a proporcionar un mejor servicio a la colectividad, así mismo defiende su fuente de trabajo a través de todos los medios permitidos por la ley, proporcionan el socorro y ayuda mutua entre los socios propendiendo su bienestar social y económico donde establecen servicios de ahorro para sus socios, promueven la capacitación, organizan actos sociales, culturales y deportivos, entre sus asociados y organizaciones a fin de mantener relaciones de confraternidad, busca créditos para mejorar los capitales de trabajos de cada uno de los socios para logran mejores ingreso ya que esto no se ha podido alcanzar, cumple con las demás actividades que guarden relaciones con su principios fundamentales, la Asociación vela por sus intereses y beneficios de sus socios brindando asistencia y socorro en caso de calamidad doméstica.

Así que se evidencio la necesidad de hacer un estudio de factibilidad al estudiar las etapas se debe considerar antes de invertir como es en este caso en crear un centro de acopio. Por eso es necesario crear un centro de acopio de sal donde se pueda reunir la sal de todos los socios para poderlo vender en forma directa a las empresas que necesiten producto sin recurrir a los intermediarios y que puedan

competir la asociación “Pequeños productores de sal sector # 4 Magdalena en calidad y cantidad con los mercados grandes y de esta manera puedan expandirse en el mercado local e internacional.

### **DELIMITACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.**

**Delimitación Espacial:** El estudio se desarrollara en la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

**Delimitación Temporal:** El período considerado en que se ejecutara el proceso del propósito es alrededor de un año, posteriormente de haber capitalizado la inversión precisa para la adquisición de todos los equipos e implementos necesarios para el proyecto.

**Delimitación teórica:** Las fuentes de información que se utilizó para la presente investigación fueron de libros, artículos, páginas de internet, etc.

### **FORMULACIÓN DE PROBLEMA.**

¿De qué manera influye la creación de un centro de acopio de sal para la Asociación “Pequeños productores de sal sector #4 Magdalena” en la Parroquia José Luis Tamayo?

### **SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.**

- ¿Existe algún estudio con referencia a la creación de un centro de acopio de sal?
- ¿Cuál sería el mercado potencial al que se tendría que atender?

- ¿Por qué la falta de conocimiento de los socios en cuanto al mercado?
- ¿Qué factores son los causantes de que no exista una adecuada comercialización de la sal?
- ¿Qué alternativas se pueden implementar para lograr que los socios vendan la sal a las empresas sin tener que vender a los intermediarios?
- ¿Sería factible la creación de un centro de acopio de sal para la asociación “Pequeños Productores de sal sector #4 Magdalena” en José Luis Tamayo?

## **DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.**

**Delimitada:** Es porque en la investigación se estudió la problemática que enfrenta la asociación como es la inexistencia de un centro de acopio para esta asociación “Pequeños Productores de Sal” sector # 4 magdalena, ya que es novedoso e innovador que se origina en un segmento específico que son los productores de sal.

**Evidente:** Porque no existe un proceso de venta directa de sal, es decir los productores artesanales no tienen conexión directa con las empresas, lo que ocasiona que exista intermediarios que necesitan ganar el valor adicional pagándole al productor un precio bajo, lo que se pretende mejorar con la creación de un centro de acopio donde exista una mejor comercialización y que los productores se sienta satisfecho trabajando por un precio justo.

**Concreto:** El estudio es por medio de la recolección de datos que se obtuvo información primaria y secundaria necesaria para el estudio ya que se recurrió a la fuente para luego determinar los fortaleza y debilidades que posee la asociación y trabajar para mejorar y aportar al crecimiento económico de la región.

**Claro:** El objetivo de estudio pretende mejorar la calidad de vida y su nivel económico de los socios/productores de sal, mediante la creación de un centro de acopio donde se permita recopilar y entregar su producción para que exista mayor competitividad por lo tanto aumenta el precio pagado al productor y por ende mejoraría sus ingresos.

**Original:** Porque el estudio se pretende realizar por el simple hecho de que la asociación no tiene el personal capacitado o no tiene contacto con los diferentes empresa que requiere este producto y no puede realizar la negociación de forma directa es por esto que tiene que vender al intermediario, con el proyecto se pretende reunirlos y trabajar en conjunto para el beneficio de todos los socios.

**Factible:** Porque se pretende determinar que el negocio es posible mediante los estudios a realizar como el de mercado que le permitirá establecer la demanda y otros factores, el técnico, administrativo, que ayudara con la ubicación del centro de acopio y su estructura organizacional, y por último se realizara el estudio financiero que determinara si es factible o no esta idea, también se realizara el estudio de impacto ambiental que establecerá el daño o el aporte que se le da al medio ambiente.

**Contextual:** El estudio se enfoca a romper paradigmas que siguen siendo parte de la vida de los socios de la asociación, ellos no eligen por perfeccionar la comercialización y por ende su nivel de ingreso ya que siguen practicando sus tradiciones en su jornada de trabajo. Es importante que el estudiante genere alternativas que puedan ayudar a fomentar la cultura empresarial sirviendo como guías de impulso para enfrentar desafíos que enfrentan.

## **JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.**

La idea de negocio consiste en un centro de acopio que está orientado a producir y comercializar la sal de los pequeños productores de sal a los diferentes mercados específicamente en las zonas donde requieren este producto como materia prima, con el fin de captar mejores precios para el productor y con ello el logro de mayores ingresos mediante la organización del proceso de distribución, de esta manera nuestros clientes están ubicadas dentro y fuera de la provincia de Santa Elena, con el propósito de brindar un servicio donde se pueda reunir los productos de cada socio para luego puedan competir en cantidad y calidad, para satisfacer las necesidades de la población económicamente activa como son: las fábricas de pescados, ganaderos, viseras de pescado, agricultores de palma, las queseras y al consumidor final.

Inicialmente se diseñó e implemento una investigación de mercado donde se identificó las diferentes necesidades del cliente, el cual se estableció el nivel de aceptación del centro de acopio de sal para la “Asociación pequeños productores de sal sector # 4 Magdalena” en el mercado meta. Se obtuvieron las herramientas necesarias e importantes para la estimación tanto de la demanda como de la competencia, así como la participación del mercado del servicio, del mismo modo se obtuvo las principales parámetros que serán necesarios para la elaboración de un Flujo de Caja para así evaluar la factibilidad financiera de esta propuesta de inversión.

De acuerdo con los objetivos de este proyecto, nos dará un resultado favorable en el volumen de ventas de los sacos de sal gruesa por partes de los clientes,

recibiendo un beneficio mutuo, en peso, calidad y precio. A su vez, el centro de acopio permitirá mejorar la planificación de la producción y fomentar programas de ventas, estará ubicado en un lugar estratégico y rentable basado en las diferentes investigaciones realizadas dentro del sector (José Luis Tamayo). De esta manera se creara fuentes de trabajo y aportaríamos al nivel socioeconómico de nuestro país.

## **OBJETIVOS.**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Realizar un estudio de factibilidad aplicando estudios de mercado de tal manera que permita la viabilidad de la creación de centro de acopio de sal para la asociación de” Pequeños productores de sal sector #4 Magdalena” de José Luis Tamayo-cantón Salinas-provincia de Santa Elena.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO.**

- Fundamentar teóricamente los diferentes aspectos de la investigación mediante información primaria y secundaria que permitan el cumplimiento de los objetivos del estudio.
- Establecer en el desarrollo técnico mediante el estudio metodológico y herramientas de exploración que provee la investigación.
- Examinar la condición actual de la asociación tomando como referencia los datos obtenidos en la investigación para la identificación de la aceptación de este proyecto para la asociación.

- Tabular las deducciones logrados mediante técnicas descriptivos para el estudio de la realidad real de la investigación
- Construir un estudio de factibilidad con respecto a diferentes variables con el fin de crear un centro de acopio de sal en José Luis Tamayo.

### **HIPÓTESIS.**

- El estudio de factibilidad permitirá conocer la viabilidad de la creación de un centro de acopio de sal para la asociación “Pequeños productores de sal Sector #4 Magdalena” en José Luis Tamayo-cantón Salinas-provincia de Santa Elena.

### **OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES.**

Es significativo estar al tanto con las diferentes variables que actúan en el desarrollo de la investigación para razonar las diferencias del desarrollo de colección de información del proceso de estudio, teniendo una relación directa con el planteamiento del problema. La misma que ayudo a seleccionar cuales serían los instrumentos o técnicas que se han utilizado.

El tema del presente estudio es: Estudio de factibilidad de la creación de un centro de acopio de sal par la Asociación “Pequeños productores de sal del sector #4 Magdalena” en José Luis Tamayo, cantón Salinas. Provincia Santa Elena.

#### **Identificación de las variables:**

**Variable dependiente:** La asociación “Pequeños Productores de sal sector #4 magdalena” en José Luis Tamayo.



**Variable Independiente:** Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de sal.

**TABLA N° 1: Operacionalización de las Variables**

<b>Variabes</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Dependiente:</b> La asociación “Pequeños productores de sal sector #4 magdalena” en José Luis Tamayo.	<b>Parroquia José Luis Tamayo</b>	<b>Parroquia José Luis Tamayo</b> La parroquia se caracteriza por su belleza natural: hermosos paisajes, con una vegetación exuberante y una fauna de una diversidad maravillosa.	Historia Actividad cotidiano Derivación del factor Calidad Geografía Nivel económico Actividad productora	1.1.1 1.1.2 1.1.3 1.1.4 1.1.5 1.1.6 1.1.7 1.1.8	Investigación secundaria Libros Artículos Libros Libros Investigación primaria Investigación Investigación
		<b>Asociación:</b> Son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes	Antecedentes Actividad que realiza Organigrama de la institución	1.2.1 1.2.2 1.2.3	Libros Artículos Encuesta

*Fuente: Marco contextual- hipótesis*

*Elaboración: María González Del Pezo*

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
<b>Independiente:</b> Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de sal.	<b>Estudio de factibilidad:</b>	<b>Estudio de factibilidad:</b> Es el estudio profundo de las deducciones económicos,	Concepto		Encuesta
			Importancia	1.3.1	Encuesta
			Elemento de estudio de factibilidad	1.3.2	Encuesta
			Etapas del estudio de factibilidad	1.3.3	Encuesta
			Estudio de mercado	1.3.4	Encuesta
			Análisis del mercado	1.3.5	Encuesta
			Característica del segmento del mercado	1.3.6	Encuesta
			Consumo a parente	1.3.7	Encuesta
			Demanda potencial	1.3.8	Encuesta
			Estudio técnico del proyecto	1.3.9	Encuesta
			Tamaño del proyecto	1.3.10	Encuesta
			Localización del proyecto	1.3.11	Encuesta
			Proceso administrativo (organizacional)	1.3.12	Encuesta
			Estudio de la organización	1.3.13	Encuesta
			Planeación estratégica	1.3.14	Encuesta
			Organigrama	1.3.15	Encuesta
			Planificación de los recursos humanos	1.3.16	Encuesta
			Marco legal	1.3.17	Encuesta
			Estudio financiero	1.3.18	Encuesta
			Estudio de impacto ambiental	1.3.19	Encuesta
			Desarrollo sostenible	1.3.20	Encuesta
			Proceso de evaluación del impacto	1.3.21	Encuesta
				1.3.22	Encuesta
	<b>Centro de acopio</b>	<b>Centro de acopio:</b> Reunir la producción de pequeños productores para que puedan liderar en cuantía y disposición en los compradores.	Definición		
			Objetivos	1.4.1	Libros
			Medios de acción de un centro de acopio	1.4.2	Libros
			Trasporte y compra de producto	1.4.3	Libros
			Preparación del producto para el transporte y venta.	1.4.4	Libros
			Ventas de productos de calidad	1.4.5	Libros
			Garantizados en las mejores condiciones posibles.	1.4.6	Libros
			Destino de la producción	1.4.7	Libros
			Destino de la producción	1.4.8	Libros
			Destino de la producción	1.4.9	Libros
			Análisis del sistema de comercialización	1.4.10	Libros
			1.4.11	Libros	

*Fuente: Marco contextual- hipótesis*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## **CAPÍTULO # I**

### **MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.**

El proyecto es de tipo económico, siendo este tipo porque se pretende que el centro de acopio se convierta en una empresa económicamente sustentable y que brinde ayuda a los socios de la “Asociación Pequeños Productores de sal sector # 4 Magdalena”, donde se dedicara a producir y comercializar la sal, para esto es necesario poseer una adecuada matriz productiva como mano de obra calificada, y adecuados procesos empresariales, mediante el estudio de mercado donde se identificara los nuevos proveedores, nuevos clientes que compren la sal blanca, es importante porque por medio de esto se va a satisfacer las necesidades del cliente y del socio.

(Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial José Luis Tamayo 2012-2016): sostiene que la parroquia José Luis Tamayo es una fuente de crecimiento socio-económico potencial, que consta con los recursos, servicios básicos, vías de accesos, comunicación, y los factores necesario que el inversionista requiere para la puesta en marcha de un proyecto de obtener utilidades. La parroquia presenta variedad de actividades económicas en las zonas adyacentes a la represa Velazco Ibarra se encuentra escasos parches de vegetación natural, rodeada de pastizales y pequeñas zonas de cultivo: se desarrollan actividades de ciclo corto, que depende de la disponibilidad de escorrentía, adicionalmente se produce sal, se encuentra también en varias zonas de la parroquia y dentro de asentamientos humanos pozos petroleros de la empresa Pacipetrol. De igual manera en los sectores playa de Mar Bravo, Brisas del Mar, San Raymundo, 28 de marzo, Santa Paula y ECUASAL, se identifica actividades extractivas en minas de yeso, arena ferrosa, sal y bancos de arena. Cabe señalar que el área de la playa de Mar Bravo, se caracteriza por las fuentes corrientes, su uso principal se enfoca a la visita de surfista durante todo el año del sol durante la temporada alta. Otras actividades alta son las pescas deportiva, motocrós, deportes náuticos y la caída de sol, el principal obstáculo a enfrentar es que desde la

parroquia no se tiene acceso al Mar Bravo, por medio están la instalaciones de Ecuasal.

## **1.2.HISTORIA**

(Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial José Luis Tamayo 2012-2016), sostiene: La parroquia de José Luis Tamayo, conocida anteriormente como “Muey”, se encuentra localizada en pleno centro del territorio salinense, comunidad que está inmersa con la vasta de la historia de la Península y especialmente con la del cantón Salinas. Pues, deben os recordar que por muchos años, esta localidad fue el centro de abastecimiento de agua dulce, para los habitantes de Salinas, La Libertad y Santa Elena. Cuyas vertientes subterráneas han sido objetos de múltiples estudios por geólogos y científicos, que trabajaban en las empresas petroleras asentadas en la península.

Este fenómeno de la naturaleza ha determinado que grandes corrientes o vetas de aguas subterráneas crucen el subsuelo en esta zona, que van a desembocar en el océano pacífico. Factor preponderante para que José Luis Tamayo o “Muey”, se haya convertido hace muchos años, en la solución de la problemática del agua dulce para los pueblos del cantón Salinas y sus alrededores, de manera especial en tiempos de sequías. Otra teoría que tuvieron los técnicos sobre este suceso natural, es que el drenaje de las aguas que en buenos inviernos formaban la grandes albarradas en esta comunidad, las cuales se filtraban en el subsuelo donde se hallaban capas impermeables formando de esta manera los reservorio de agua dulce, que tiempo después eran bien utilizados por los habitantes.

### **1.2.1. Actividades cotidianas.**

La parroquia presenta variedad de actividades económicas en las zonas adyacentes a la represa Velazco Ibarra se encuentra escasos parches de vegetación natural, rodeada de pastizales y pequeñas zonas de cultivo: se desarrollan actividades de ciclo corto, que depende de la disponibilidad de escorrentía, adicionalmente se produce sal, se encuentra también en varias zonas de la parroquia y dentro de asentamientos humanos pozos petroleros de la empresa Pacipetrol. De igual manera en los sectores playa de Mar Bravo, Brisas del Mar, San Raymundo, 28 de

marzo, Santa Paula y ECUASAL, se identifica actividades extractivas en minas de yeso, arena ferrosa, sal y bancos de arena. Cabe señalar que el área de la playa de Mar Bravo, se caracteriza por fuentes corrientes, su uso principal se enfoca a la visita de surfista durante todo el año y al uso de la playa para baños de sol durante la temporada alta.

Otras actividades alta son las pescas deportivas, motocrós, deportes náuticos y la caída de sol, el principal obstáculo a enfrentar es que desde la parroquia no se tiene acceso Mar Bravo, de por medio están la instalaciones de Ecuasal. Según (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial José Luis Tamayo 2012-2016).

### **1.2.2. Procedencia de la materia prima.**

(Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial José Luis Tamayo 2012-2016), sostiene. En el sur de la parroquia existe una gran extensión de territorio que son piscinas salineras, este sector a la vez tiene un alto valor ecológico-ambiental por haberse constituido naturalmente en un muy importante lugar de descanso de aves migratorias con todas las incidencias conservacionistas, científicas y turísticas. En el sector también existen salineras que son explotadas artesanalmente.

Es un sector donde la mayoría de los habitantes se dedican a la extracción de sal blanca en grano de manera artesanal, que conforman la asociación “Pequeños Productores de sal sector # 4 magdalena” cada socio consta con una o más piletas de sal, obteniendo así 100 sacos o más, dependiendo del clima.

## **1.3. CARACTERÍSTICA DEMOGRÁFICA**

Según (“Gobierno Desarrollo Parroquial José Luis Tamayo” 2012-2016), nos dice que la parroquia rural de José Luis Tamayo, del cantón Salinas en la provincia de Santa Elena es conocida como “Muey”; su clima es seco, su temperatura promedio anual es de 25 grados centígrados, y posee una superficie de 33,88 Km<sup>2</sup>. La parroquia José Luis Tamayo, se encuentra ubicada al sureste del cantón Salinas y sus límites son:

Al Norte: Parroquia La Libertad del cantón La Libertad.

Al Sur: Parroquia Anconcito, Ancón.

Al Este: Parroquia La Libertad y cantón Santa Elena.

Al Oeste: Océano Pacífico.

Es el Territorio donde el cantón Salinas se ha expandido, con una gran tradición local, pues era donde se abastecía de agua la población de la Península. José Luis Tamayo es un territorio urbano y sus problemas tienen esa naturaleza, constituidas en barrios fue creciendo con poca regulación ocasionando una alta densidad poblacional, sin contar con los equipamiento necesarios para el Buen Vivir. Los pobladores son tradicionalmente prestados de servicios sobre todo turísticos, en donde podemos encontrar artesanos, ebanistas, albañiles, mecánicos, servicios de alquiler de carpas, sillas y parasoles, expendedores de helados Ideal, empanadas, entre otros.

#### **1.4. ORGANIZACIÓN ECONÓMICA.**

(INEC, 2010): El establecimiento económico como la unidad económica que, bajo un propietario o control único, bajo una sola entidad jurídica, se dedica exclusiva o principalmente a una clase de actividad económica en una ubicación única. Se observa un gran dinamismo económico en la parroquia, en el año 2001 se registró 409 establecimiento; en tanto que en el 2010 se registra 851 establecimientos.

Es necesario destacar, una minoría de los establecimientos no funcionan regularmente y los volúmenes de la actividad varía a lo largo del año; con la temporada de vacaciones escolares (enero a abril) se incrementa la actividad económica. Además, el número de establecimiento puede incrementarse entre los meses de diciembre a abril que coincide con las vacaciones de la costa. En el año 2001, en promedio existen 30,0 habitantes por establecimiento económico en la parroquia; en tanto que, para el año 2010 el promedio se reduce a 25.9 personas



por establecimiento de acuerdo al resultado del Instituto Nacional del censo 2010 a 2011.

**TABLA N° 2: Establecimientos Económicos**

<b>ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS</b>			
<b>Jurisdicción</b>	<b>EE – 2001</b>	<b>EE – 2010</b>	<b>Variación %</b>
José Luis Tamayo	409	851	108,0

*Fuente: INEC “Establecimientos Económicos 2001”, FSG 2010  
Elaborado: María González Del Pezo*

### **1.5. ACTIVIDAD PRODUCTORA.**

(INEC, 2010): A nivel del sector urbano de la parroquia José Luis Tamayo, con usos de suelo de tipo residencial, se identifica actividades propias de todo asentamiento: pequeños negocios tipo bazares, tiendas, cybers, talleres de cerrajerías, peluquerías, gabinetes de bellezas, farmacias, panaderías, abacerías, talleres, lavadoras de autos, ferreterías, materiales de construcción, comedores, asaderos, La población económicamente activa de José Luis Tamayo, la constituyen un total de 7625 habitantes, cuyas categorías de ocupación es la siguiente: Predominan en un 49% categorías de ocupación marcadas por relaciones laborales de dependencia con el sector privado (empleado, jornalero, domestica) que sumados a los sectores públicos, totalizan un 61% para las relaciones de dependencia; se reconocen como cuenta propia un 26% del total de la PEA.

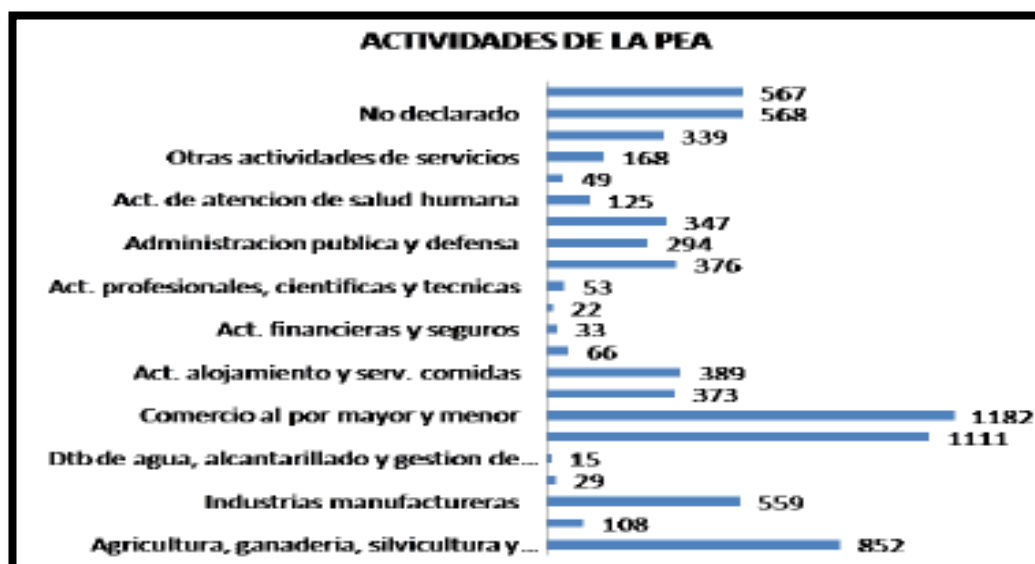
El análisis desde ramas de actividad permite precisar el predominio del sector servicios con un peso mayor al 50% en relación a las actividades del sector primario (agricultura y extractivas) que no pasan del 12%. El análisis desde los grupos de ocupación permite la naturaleza y vocación de la fuerza de trabajo de la parroquia, esto es una población que en lo fundamental oferta servicios de bajos niveles de calificación:

De la información obtenida en el diagnóstico, se destaca lo siguiente:

- En la parroquia existe una variedad de pequeños negocios.

- Estos negocios en referencia en principio están organizados en función de la población flotante de Salinas.

**Ilustración N° 1: Actividades de la PEA.**



*Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda  
Elaboración: María González Del Pezo.*

## 1.6. DESARROLLO DE LA PARTE EN EL ESTUDIO.

El centro de acopio de sal es una actividad social y económica destinada a la comercialización de productos como son los sacos de sal, a los diferentes mercados especialmente a los lugares que requieren el producto como materia prima o composición, en las que predominan la producción artesanal, resultado de su trabajo que realizan los productores de sal sector # 4 Magdalena en José Luis Tamayo.

El centro de acopio brindará un servicio donde se pueda reunir los productos de todos los socios que conforman la asociación para que se pueda competir en calidad y cantidad para satisfacer las necesidades del mercado.

## **1.7.LA ASOCIACIÓN.**

La forma de mejorar la situación de los productores de sal, han logrado que en la actualidad exista la asociación y otras formas, todas con un mismo fin económico y constituirse legalmente.

La producción de la sal lo realiza cada dueño de cada pileta, pero la mayoría de la producción se vende a los intermediarios y otros las empresas directas.

### **1.7.1. La procedencia del producto.**

El área de extracción de sal es un conjunto de piletas explotadas en formas artesanales, existen tres organizaciones que agrupan un total de 165 miembros, teniendo un total de 55 hectáreas a su cargo, los no organizados explotan piletas más pequeños, se estima que en la actividad laboran una 350 personas, el tipo de sal que elaboran no es yodada, la actividad se desarrolla en forma manual, no están asegurados, al final de tres meses de trabajo por evaporación se obtienen en un pozo de 300 m<sup>2</sup> unos 800 sacos por los que obtiene en promedio de comerciantes provenientes de la sierra unos \$1000 a repartirse entre los 12 a 13 personas que trabajan por cada piletas. En este sector #4 se extrae la sal más blanca la “más pura” la de mejor calidad dada su proximidad que se encuentra alejado de los pozos petroleros. En la parroquia existen 3 organizaciones artesanales que agrupan a las personas dedicadas a las actividades extractivas de sal.

## **1.8. RECURSOS DEL ÁREA DE ESTUDIO.**

### **1.8.1. La sal.**

Es un compuesto químico formado por cationes (iones con carga positiva) enlazado a aniones (iones con carga negativa). Son el producto típico de una

reacción química entre base y un ácido donde la base proporciona el catión y el ácido el anión.

La combinación química entre un ácido y un hidróxido (base) o un óxido y un hidronio (ácido) origina una sal más agua, la ubicación de depósito de sal tuvo especial relevancia en los emplazamientos definitivos de los asentamiento humano primitivo, debido a que su consumo no solo es una necesidad humana, sino que permite además conservar los alimentos prolongando su vida comestible.

### **1.8.2. Clasificación de la sal.**

Existen diversos tipos de sal en función de diferentes medidas como pueden ser: geográfica (mina de sal), el tratamiento proporcionado antes de ser ofrecida al consumidor y los aditivos que posea. Todos estos tipos de sal obedecen fundamentalmente a los gustos locales y hacen que sean empleadas de formas diferentes según sea el tipo. Los tipos pueden ser descritos en función de su elaboración sea evaporada, marina, minera; de su contenido en oligoelementos magnesio o calcio; de los aditivos empleados en especias y sabores; de su textura gruesa, suave como copo de nieve.

#### **-Sal fina.**

El proceso de refinamiento proporciona unos granos de sal de color blanco que suele atraer más al consumidor medio, se puede decir que consta de casi una proporción pura (99.9%) este proceso se hace expensas de la calidad final del alimento. Para obtener este efecto se suele añadir agentes antiaglomerantes o yodo así como cierto compuesto de flúor. La sal refinada se emplea fundamentalmente en la alimentación humana.

### **-Sal de tablero.**

La sal de mesa posee un grado de refinamiento menor pudiendo llegar a una concentración de 95% de peso en cloruro sódico. Este tipo de sal es empleado fundamentalmente en alimentación y se suele encontrar generalmente en los saleros que hay en las mesas de comidas, suele acompañarse con dispensadores en forma de saleros que llevan pimenta negra. La sal de mesa desde siempre ha sido una sal que ha poseído anti aglutinantes, para que pueda fluir mejor en los saleros y poder ser vertida desde los orificios del mismo. La sal tiene una densidad de partícula de 2.165 g/cm<sup>2</sup>, y una densidad aparente de 1.154 g/cm<sup>2</sup>.

## **1.9. FACTORES PRODUCTIVOS.**

### **1.9.1. Centro de acopio.**

En lo general se entiende por centro de acopio una construcción en el área rural, que permite reunir los productos de varios productores, para alcanzar un volumen comercial de operación y puedan competir por calidad y cantidad, en el cual es realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles, es decir el centro de acopio no es solo una instalación física, sino que es una estrategia para mejorar el mercado a través de lo que podría llamarse “el empuje de la oferta “ el cual para tener éxito debe encontrarse con una atracción de la demanda de cierto modo debe contar también con instalaciones para la selección, calibrado, selección y/o revisión de deterioro de los productos, tratamiento especiales (lavado, pulido, secado, parafinado, oct.) y envasado o empaque. Se debe entenderse como uno de los medios de mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacía mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercado.

Estos implican que los centros de acopio deben entenderse como una red orgánica, que abarque cierta zona, si su objetivo es impactar los mercados rurales, los mercados mayoristas urbanos, mejorando así la comercialización de los productos

tales como información de precios, normas de clasificación, investigación de métodos de manejo físico de los productos de mercado, extensión, asistencia técnica y sistema de crédito, es necesario entender que la actividad en estos centros de acopio está muy ligada a la de otra etapa del sistema de comercialización. Por lo tanto un centro de acopio es una organización y operación de una infraestructura comercial en el área rural, que permita introducir mejoras tecnológica y económica en el sistema de comercialización ya sea de uno o varios productos así mismo permite obtener mayores ingresos para las asociaciones.

Según el autor Mariano Gladys (2005), define como un centro de acopio como: “un lugar donde se concentran los productos agropecuarios alimenticios o naturales, es decir tal como son producidos en el campo para su comercialización organizada y para el ordenamiento del flujo de dichos productos hacia el comercio mayorista. Estos lugares deben contar con una infraestructura mínima es decir una adecuada área de parqueo para camiones}, con ingresos y salidas que permitan una circulación conveniente, con un necesario y buen control, espacio suficiente para manipular los productos así como edificaciones para oficinas.” Página #13.

Los centros de acopios tiene como finalidad: la creación de un canal adicional de compra segura y confiable en las zonas rurales, que sirva como especialmente aquellos productores que por lo reducido de los volúmenes de cosecha que venden o bien por la gran distancia que tiene a los mercados, no puedan comercializar sus productos adecuadamente en canales más directos y más eficientes. La creación de un canal de compra adicional a los tradicionales forma en la zona rural los precios que reciben los productores.

Contribuir a transmitir eficientemente la demanda de productos a los productores en las zonas rurales ya que esto implica esquemas de clasificación de productos, determinación de precios e información que reflejen la demanda de los consumidores, creando así incentivos para producir y comercializar más productos y de mejor calidad.

**-Medios de la operación de un centro de acopio:** Son acciones para cumplir con los objetivos se debe tomar en cuenta diversas variables como son (tipos de productos, canales de mercadeo, estructura de producción, tipo de demanda, etc. ) se puede enumerar medios de acción o característica básicas de operación que son las siguientes: transportes y compra de producto, preparación del producto para el transporte y venta, ventas de producción de calidades garantizadas en las mejores condiciones posibles, introducción de mejoras en el manejo del producto.

**-Importación y adquisición del producto:** El transporte que el productor realiza es muy costoso pudiendo representar una economía, el hacerlo en camión en puntos de compra. La actividad de compra debe tener una cierta dispersión en el área de atracción de un centro de acopio para poder afectar el resto del mercado rural de la zona, por lo tanto en los aspecto de manejo del producto en el área como en los precios recibidos por productores.

**-Elaboración del producto para la importación y comercialización:** esta función se puede realizar en el centro de acopio dado la variedad en la calidad mínima y ejecutar la preparación final para la venta en el centro de acopio. De este modo se obtiene una mejor flexibilidad en realización a cambios en la forma del producto demandado, lo que es posible dada la ausencia de normas de clasificación del producto, a medida que se entienda y aplican sistema de clasificación y mayor el tiempo que un mismo producto le venda permanentemente a un centro de acopio, menor será la necesidad de efectuar operaciones de preparación de producto en el centro de acopio ya que dichas operaciones del producto se puede realizar en la misma área.

**-Comercialización de productos de calidades avaladas en las excelentes situaciones:** El establecer precios diferenciales para productos de distintas calidades, permiten aumentar el grado de coordinación vertical en los canales de mercadeo y mejorar la práctica de manejo de los productos, además el poder de vender en distintos mercado (dado los volúmenes significativos a acopiarse) tienen a formar un mercado nacional integrado de los producto, con el consiguiente impacto en la especialización regional.

Según el autor López C. (2003), define venta de productos de calidades garantizadas en las mejores condiciones posibles como: “la introducción de manejo del producto, ya que el centro de acopio puede permitir la introducción de tecnología que sean necesarias para determinados propósitos de los programas del Gobierno: introducción de empaques estandarizados, normas, reglamentaciones, organizaciones de productores, clasificación y distribución de inversiones.” Pág. # 16.

#### **1.9.2. La comercialización.**

Se analiza las características principales en el mercado de destino de la producción de las zonas o áreas de estudios para ello se debe obtener información del destino final del producto, condiciones del consumo y su comportamiento. Deben relacionarse los datos de producción con los de abastecimiento normal del mercado y realizarse comparaciones con las proyecciones futuras de la producción y el consumo, una vez definida la producción de una zona, se plantea el problema de determinar qué porcentaje de esta producción se debe comercializar.

Es necesario considerar que uno de los objetivos planteado para el centro de acopio, es causar impacto en los mercados rurales, tanto en el nivel de precio como en la tecnología de mercado, este objetivo imponen la necesidad de canalizar una parte significativa de la producción del área, a través del centro de acopio.



Según el autor Mendoza G. (2005), define que el análisis del sistema de comercialización “es el estudio del sistema actual de comercialización permite conocer las instituciones y relaciones existente en el mercado de los productos en estudio, se trata de identificar cada una de las variables más importante del proceso de comercialización con el objetivo de llegar a conocer las ventajas y desventajas de poseer un centro de acopio.” Pág. # 2.

### **1.9.3. Recursos del área de estudio.**

Los recursos que se utilizaron en el área de estudios fueron las siguientes.

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio financiero.
- Estudio administrativo.
- Estudio ambiental.

### **1.10. RESIDUOS, CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS.**

La sal gruesa, químicamente hablando es  $\text{NaCl}$ , ósea la unión de  $\text{Cl}$  (cloro) con  $\text{Na}$  (sodio) en el átomo de cloro tenemos un anión (-) o partícula negativa. En el átomo de sodio tenemos el catión (+) o partícula positiva por lo tanto lo positivo se liga a la negativo para formar una molécula en equilibrio.

#### **1.10.1. Tipos de sal.**

**-Sal de mar:** Es la sal extraída del agua marina “integral” en salinas mediante evaporación, la sal marina tiene un 86% de cloruro sódico.

**-Flor de sal:** Se origina en las salinas en los primeros momentos de concentración de la sal, siendo cristales finos que flotan en placas sobre la superficie de agua. No es refinada y tiene por lo tanto más proporción de yodo natural y

oligoelementos. Su producción es preciosa suele de ser mayor valor que otras sales debido a que se recoge de manera artesanal.

**-Sal mardon:** Se produce mediante cocción del agua de mar. Es de gran pureza y aparece como placas finas en su estado natural.

**-Sal guerante:** Es una sal artesanal y sin refinar, color gris y tamaño medio.

**-Sal negra:** Sal poco refinada casi como la sal gris.

**-Sal ahumada:** Es una sal empleada como condimento debido a que tiene un fuerte olor a húmedo. Esta sal se emplea fundamentalmente en la cocina para dar al mismo tiempo sabor salado y un olor a húmedo.

**-Sal yodada:** es una mezcla de sal común (NaCl) con yodo sódico (NaI).

### 1.10.2. Derivados.

**TABLA N° 3: Derivados.**

Tipo	Tamaño	Pureza	Destino / Usos Principales
Gruesa	>3/4"	99.70%	Industrial / Suavizadores de agua
Regular	1/4"-3/4"	99.70%	Industrial / Industria química
Mesa	<1/4"	99.90%	Consumo humano
Cocina	<1/4"	95-98%	Consumo humano
Deshielo	<1/4"	98%	Deshielo de carreteras
En bloque	En bloque	90%	Pecuario / alimento de ganado v

*Fuente:* Derivados de la Sal

*Elaboración:* María González Del Pezo

### **1.10.3. Producto final.**

Esta sal se cosecha generalmente en salinas en grandes extensiones de terreno cerca de litoral en donde la acción de sol y de los vientos favorece la evaporación del agua de mar hasta la saturación y la posterior cristalización de la sal gruesa. Se sitúan sobre todo en las zonas costera donde la nula altitud facilita la canalización del agua de las mareas hasta las eras evaporación.

#### **1.10.3.1. La sal ayuda a:**

- **Tratamiento de agua:** Contenido de carbonato de calcio y magnesio determinan el grado de dureza dl agua potable. En algunos casos, principalmente para la generación del vapor, se utilizan resinas para suavizar el agua por iones de sodio que contiene la resina. La sal proporciona nuevos iones de sodio a las resinas para que sean reutilizable indefinidamente.
- **Industria química:** La industria del cloro-álcali es el mayor segmento del sector químico que usa sal para producir cloro y como subproducto hidróxido de sodio, para elaborar la sosa comercial sintética. En plantas que elaboran clorato de sodio, sodio metálico y otros procesos que utilizan sal como materia prima. Es usada en la elaboración de cloruro de vinil, el cual es la base de las resinas poli vinílicas de cloruro. La sal junto con ácido sulfúrico se utiliza para producir sulfato de sodio y ácido clorhídrico. En jabones y detergente en polvo, la sal se utiliza como agente de carga y como coagulante para la dispersión coloidal después del proceso de saponificación. La industria farmacéutica utiliza la sal como reactivo químico electrolito en soluciones.
- **Exploración del petróleo y gas:** Se usa como floculante y para aumentar la densidad de los fluidos de perforación, para evitar la disolución de

horizontes salinos y para aumentar la velocidad de cementación del concreto utilizando en la perforación.

- **Procesado de metales:** En fundiciones, refinerías y fábricas de metales ferrosos y no ferrosos. La sal se utiliza en los proceso de manufactura de aluminio, berilio, cobre, acero, vanadio y en el proceso de concentración de uranio.
- **Celulosa:** Para blanquear o decolorar la pulpa de madera.
- **Textiles y colorantes:** Es utilizadas en forma de soluciones saturadas (salmueras) para separar contaminante orgánicos en las fibras, se mezcla con los colorantes para estandarizar los concentrados y favorece lo absorción de los colorantes en las telas.
- **Consumo humano:** La sal se agrega a los alimentos para resaltar el sabor; como preservativo, aglutinante y aditivo para controlar la fermentación, para dar textura, desarrollar color y como agente deshidratador, ablandador e inhibidor de enzimas.
- **Control de hielo:** Se utiliza para controlar el deshielo.
- **Pecuario:** Es utilizado en los alimentos para los ganados, fertilizantes, pesticidas y químicos agrícolas.

## **1.11. Estudio de Factibilidad.**

### **1.11.1. Definición.**

Sirve para ver cuál será la relación entre el negocio como es en este caso la creación de un centro de acopio de sal para la asociación con el mercado existente.

Es decir se encarga de definir su competencia, lo mismo que la posible clientela en la ubicación elegida. Se le llama “estudio de factibilidad” porque implica investigar la viabilidad de su negocio en cuanto a competencia y demanda, para esto se debe hacer la investigación, acopiar los datos para luego analizar los resultados, ya que la decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos, el inversionista deben tomar en cuenta diferentes variables como son las controlables y las no controlables por el analista.

### **1.11.2. Objetivos.**

Un proyecto permite encontrar soluciones inteligentes a un problema, la cual va a llegar a resolver una necesidad humana, es decir pueden haber lluvias de ideas, inversiones de montos distintos, metodologías con diferentes enfoques pero todas ellas tienen un mismo fin de satisfacer las necesidades del ser humano en todo sentido como pueden ser: alimentos, educación salud, vestimentas, cultura, y por ende para un emprendedor son oportunidades para elaborar y desarrollar una respectiva propuesta en crear una empresa o innovar un producto o un servicio que durante su periodo generara gastos e ingresos al negocio y aportara a la sociedad en general.

### **1.11.3. Característica del Estudio de Viabilidad.**

**-Formulación y preparación:** Tiene como objetivo definir todas las características que tengan algún grado de efecto en el flujo de ingreso y egreso monetarios del proyecto y calcular su magnitud. A su vez se divide en dos sub tapas: ya que caracteriza por recopilar información, y la otra que se encarga de sistematizar, en términos monetarios, la información disponible, tomando en cuenta los análisis investigados durante el proceso.

La sistematización es la preparación o construcción de un flujo de caja proyectado, que servirá de base para la evaluación del proyecto. De esta manera se medirá la rentabilidad de toda la inversión, independiente de sus fuentes de financiamiento, así mismo mide la rentabilidad solo de los recursos aportados por el inversionista y para medir la capacidad de pago.

**-Valoración:** Tiene como fin de buscar y determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto, ya que depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el con el objetivo general del proyecto, así mismo en un estudios de evaluación de proyecto se distingue tres niveles: se llama **perfil** más conocido como gran visión o identificación de la idea, el segundo nivel se denomina estudio **de pre factibilidad o anteproyecto**, y el ultimo nivel es el más profundo y final es **proyecto definitivo**.

#### **1.11.4. El Proyecto.**

##### **1.11.4.1. Descripción del Proyecto.**

Se describe a la situación, lo que se utiliza como base para llegar hacer la organización esperada en el tiempo establecido y bajo los parámetros que da el estudio de factibilidad.

##### **1.11.4.2.Razón social.**

Es nombre por el cual se reconocerá a la futura empresa y como se registrara en los respectivos títulos reglamentarios.

##### **1.11.4.3. Establecimiento y dimensión.**

Se refiere al sector o lugar donde estará ubicada la empresa es por ello que se debe realizar la cuantificación del tamaño de la empresa el número de trabajadores, capital social, numero de maquinarias, volumen de ventas.

#### **1.11.4.4. Razón de ser de la empresa.**

Llamado también como la misión de la empresa, es decir se considera que es la razón de ser una entidad.

#### **1.11.4.5. Razón futura de la empresa.**

Es la descripción de lo que se quiere ser al futuro para la empresa en términos de crecimiento, diversificación, nuevos sucursales donde plantear negocios, participación de mercado, ventajas competitivas y mayor rentabilidad

#### **1.11.4.6. Objetivos de la empresa.**

Se refiere a los fines que debe obtener la empresa ya sea a largo, mediano y corto plazo y se debe establecer en un determinado tiempo que es máximo de cinco años. Es decir son metas que todos los entes deben establecer antes de iniciar un negocio.

#### **1.11.4.5. Filosofía y valores.**

Es un conjunto de valores, creencias y principios que se en camina a las acciones y objetivos de una organización, es importantes que se evalúen las variables:

#### **1.11.4.6. Matriz FODA**

**Fortalezas:** Son capacidades exclusivas con que cuenta la organización, y que le permite tener una situación favorecida frente a la competitividad.

**Oportunidades:** Son aquellos elementos que resultan verdaderos, favorables, disponibles que se deben descubrir en el medio en que actúa la organización.

**Debilidades:** Son aquellos elementos que estimulan una posición negativos frente a la competitividad, recursos de los que carecen, destrezas que no poseen.

**Amenazas:** Son aquellas circunstancias que provienen del medio y que pueden llegar a tentar incluso contra la estabilidad de la organización.

#### **1.11.5. Fases de un Estudio de Factibilidad.**

Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica. Otras factibilidad son de gestión, políticas y ambiental.

##### **1.11.5.1. Producto.**

Es el resultado de la transformación de diferentes flujos de materiales, ya que se denomina producto a todo lo que la organización ofrece en el mercado para ser usado o consumidor, pueden ser un bien o un servicio.

##### **Lapso de existencia de un producto.**

- Cuando un producto se introduce en el mercado en la etapa que se denomina “**desarrollo**”.
- Una vez instalado el producto se da la segunda etapa que es la de “**Crecimiento**” que normalmente está relacionada con el éxito que el producto tenga.
- Durante la etapa de la” **madurez** “el producto está estancado, existe una tendencia muy fuerte a efectuar cambios o adecuaciones para lograr su permanencia.



- En la etapa de la “declinación” el producto deja de ser requerido y por lo tanto se discontinúa su fabricación.

#### **1.11.5.2. Estudio de mercado**

Es un análisis de la oferta y de la demanda o de los precios del proyecto, mucho costo de operación pueden prevenir la situación futura especificando las políticas y procedimientos que se utiliza dentro de la empresa, con las estrategias comerciales se toma las respectivas decisiones en el precio de introducción al mercado, inversiones para fortalecer la imagen a los locales de venta en función a los requerimientos observados en el estudio de los clientes potenciales, políticas para el resultado de la evaluación se considera cuatros aspectos que deben estudiarse: la primera es el consumidor y las demandas del mercado este tiene como objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales identificando sus preferencias, hábitos de consumos y motivaciones, etc., para obtener un perfil sobre el cual puede basarse en las estrategias comerciales así mismo el análisis de las demanda su fin es de cuantificar el volumen de bienes o servicio que el consumido ya que se podría adquirir en la producción del proyecto.

Del mismo modo se analiza a la competencia y la oferta del mercado su fin es conocer estrategias que sigue la competencia, para aprovechar su venta y evitar dificultades; al mismo tiempo nos ayuda a recopilar información para luego calcular las posibilidades de cómo captar mercado y también para el cálculo de los costos involucrados también se analiza la comercialización del producto o servicio generado por el proyecto ya que es uno de los factores más difíciles de precisar, por cuantos las estrategias que se enfrentan al problema es de estimar reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto y por último el análisis a los proveedores, disponibilidad y precio de los insumos actuales y proyectados esto nos quiere decir que dentro del mercado de los proveedores pueden llegar hacer un factor clave para el éxito o fracaso de un proyecto ya que

desde ahí nace la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento.

Según el autor Córdoba M. (2006), considera el estudio de mercado “permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien para saber si existe demanda potencial que puedes ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos. El estudio de mercado es el primer punto y el más importante a considerar en la elaboración del informe del proyecto, su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el bien que se pretende fabricar y vender, es decir proporcionar los consumidores de juicio necesario para establecer la presencia de la demanda así como la forma para suministrar el producto a los consumidores.” Pág. 2.

**-Tipos de Segmento:** Consiste en definir el segmento del mercado objetivo, estableciendo el perfil del comportamiento de compra del consumidor de la categoría de producto a desarrollar. La información busca dar una visión sobre tres tipos de comportamientos: adquisición, utilización, posesión. Tiene como finalidad de analizar las diferentes reacciones del mercado de acuerdo a los consumidores de un bien o servicio.

**-Consumo aparente:** Consiste en establecer el consumo del producto o servicio durante un período, ya sea mensual o anual, según sea el horizonte de planificación de la empresa.

**-Análisis de la demanda.**

Según el autor Córdoba M. (2006), considera que la demanda potencial “consiste en una estimación del consumo del bien o servicio propuesto sobre la base del consumo aparente. Para ello, se debe identificar el número de clientes potenciales, así como su consumo probable del producto que la empresa ofrece, tomando como referencia sus hábitos y posibilidades de compra. Luego de establecer el cálculo de la demanda potencial del mercado meta, se debe establecer el consumo real del producto o servicio de la

empresa, proyectando el crecimiento promedio del mercado a corto, mediano y largo plazo. Para esto se debe realizar una proyección del porcentaje del se pretende abarcar para garantizar la rentabilidad de la empresa, tomando en cuenta que este porcentaje deberá aumentarse al transcurrir el tiempo” Pág. 21.

#### **1.11.6. Estudio técnico.**

El aspectos técnicos de un proyecto comprueba la posibilidad técnica de fabricación del producto y/o servicio al mismo tiempo comprende todo aquellos que tengan relaciones con funcionamiento y operatividad del mismo ya que pretende resolver las preguntas referentes a; donde, cuanto, cuando, como y con que producir lo que se desea. Este estudio comprende lo siguiente aspectos que a su vez son las partes que conforman: análisis y determinación de la localización optima del proyecto, análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, identificación y descripción del proceso, determinación de los recursos humanos requeridos para la correcta y operación del proyecto.

Deberá incluir dentro de sus secciones de desarrollo los siguientes aspectos: las especificaciones del producto o servicios esto implica las descripciones técnicas del producto para el cual se está haciendo el estudio de pre-factibilidad es decir deben realizarse todas las descripciones técnicas del producto, especificarse en qué consiste el producto o servicio a través de una descripción detallada del mismo, incluyendo (cuando sea posible) dimensiones, colores, materiales y otras características que lo definen, así mismo estudia la descripción del proceso de la producción o prestación del servicio esto nos quiere decir la descripción escrita, el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o un servicio en él se detalla las maquinaria o equipo a utilizar.

La materia prima, la mano de obra requerida, los suministros y materiales, ya que es fundamental organizar todas las actividades que componen el proceso productivo de manera secuencial incluyendo los tiempos necesarios para llevar a cabo cada una de las actividades, se debe aprender un esquema de creciente del estudio ya que es una perfil detallada que refleja la frecuencia de todos los procedimientos, observaciones, importaciones, aplazamientos y almacenamientos en el desarrollo fructífero del proyecto. Tiene como objetivo principal el detallar y analizar el proceso de producción, mediante la siguiente simbología: primero la capacidad instalada de la planta esto estudia principalmente los recursos con que cuenta la empresa como son las maquinarias e instalaciones físicas en otras palabras se debe determinar la cantidad de unidades que se pueden producir por unidad de tiempo y su rangos, dependiendo de las especificaciones de la maquinaria y del espacio físico con el que se cuenta, para establecer cuál será la que determinará el “cuello de botella” y cómo se integra a las demás.

Es importante determinar la capacidad instalada de la planta ya que esto permitirá conocer tiempos de entrega, posibilidades de expansión, posibilidades de diversificación, y requerimientos de inversión. Como segundo aspecto es la ubicación de la empresa tiene como fin de detallar cuántas máquinas tienen y las especificaciones de cada una. En este punto se debe especificar la ubicación de la empresa, existen elementos muy importantes a considerar para determinar la ubicación ideal como por ejemplo la distancia hacia el cliente, distancia hacia los proveedores, distancia hacia los trabajadores y requerimientos legales. El tercer aspecto que debe de considerarse son los equipos e instalaciones esto se encarga de detallar las necesidades de las instalaciones ya que luego de realizar el diagrama de flujo, se debe elaborar un listado de todo el equipo requerido para desarrollar cada una de las actividades, se especificara cada uno de ellos, tales como marca, capacidad, vida útil, alimentación.

Asimismo es necesario prever el espacio que cada equipo necesitará para un adecuado funcionamiento para poder hacer un pronóstico del espacio requerido en las instalaciones. Como cuarto tenemos distribución de la planta, consiste en el plano de la empresa es decir determinar la forma en la cual se distribuirán las máquinas, herramientas y estaciones de trabajo, lo cual permitirá organizar eficientemente los procedimientos de ejecución, para poder diseñar la distribución de la planta es necesario tomar en cuenta el diagrama de flujo del proceso, ya que a través de este se detectara el orden de las actividades y de esta manera evaluar la secuencia óptima del equipo y el lugar más apropiado para las herramientas.

También es importante el plan agregado de producción ya que tiene como fin definir distintas estrategias de producción que se implementaran al momento de producir el producto como por ejemplo el lote, línea de producción, como se trabaja en la planta, los turnos. Además se debe tomar en referencia la materia prima esto son las especificaciones de las materias primas que se van a utilizar es decir cuánto se requerirá de materia prima por volumen en la producción y por último el manejo de inventarios, es la descripción de un sistema de manejo inventario ya que se calcula la cantidad de materiales que se encuentra en la empresa ya sea en materia prima, producto en proceso o servicio terminado.

Según el autor Córdoba M. (2006), define que el estudio técnico tiene como objeto proveer información para cuantificar el monto de inversiones y de los costos de operación perteneciente a esta área su propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materia Prima, energía, mano de obra, etc.) en este estudio se incluye los aspectos de tamaño, localización e ingeniería. Página 24.

#### **1.11.6.1. Técnicas y métodos de elaboración.**

Se refiere a los diagramas de procesos y especificaciones, es decir todos los sistemas y procesos de producción y los diversos modelos que se aplican al análisis para detectar problemas.

#### **1.11.6.2.Técnica**

Son las maquinarias, equipos, procesos y materiales que se utilizaran para producir un determinado bien o servicio dependiendo al tiempo que se incurrirá en dicha elaboración.

#### **1.11.6.3.Implantación del proyecto**

Se refiere en fijar económicamente el establecimiento de la dimensión de la planta, ya que es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto tomando en cuenta la fuente de insumo (materia prima, energía, mano de obra) así mismo se debe analizar el mercado de los productos.

#### **1.11.6.4.División de la planta.**

Es el plano de distribución de la planta, de las maquinarias y equipos, así también la ubicación de los servicios auxiliares, de acuerdo a los análisis de las ventajas y desventajas de cada uno de ellos.

#### **1.11.6.5.Dimensión del proyecto.**

Este se califica por la capacidad de producción y requerimiento que de los bienes tenga el proyecto y el demandante respectivamente: se deberá definir la selección de: materia primas, diseños, márgenes de capacidad a utilizar, sobre carga y reserva de la capacidad productiva. Los factores que se deben tomar con base para especificar la dimensión del propósito estarán: capacidad de clientes, volumen de capital económico, recursos y personas, problemas de transporte, aspectos políticos, capacidad administrativa.

#### **1.11.7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO.**

Cada proyecto requiere una estructura orgánica que se adapte a los requerimientos de su operación es fundamental que se establezca la estructura ya que nos ayuda a definir el personal calificado para la gestión y estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva. “Más conocido como estudio de gestión es determinar si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.”

Los elementos que encontramos en un estudio administrativo para el desarrollo en un proyecto de inversión serán:

**-Planeación estratégica.** Debe identificar hacia dónde va la empresa, su crecimiento, según las tendencias del mercado, economía y sociedad. Debe tener una misión que identifique propósitos organizacionales con la exigencia social y que sirva de fundamento para tomar decisiones. La visión de la empresa debe identificar las metas, con lo que le dará certidumbre al negocio y por tanto sus líderes podrán establecer nuevos retos. El empresario debe establecer objetivos, guías cualitativas que lo lleven a lograr los resultados.

Las políticas definirán el área de trabajo para la toma de decisiones, aunque no dan la decisión en sí, sino lineamientos. La política la establece el dueño de la empresa y pueden ser, según Anzola, (2002): originadas, internas, externas y jerárquicas asignando los perfiles y funciones de cada puesto que tendrá la organización.

Las estrategias, según Rodríguez, (2000), dan el programa general de acción, definición de la meta, los esfuerzos y recursos encaminados hacia el logro de unos objetivos generales y ejecutar así la misión de la organización. Los valores, según Rodríguez, (2000), van a representar las convicciones filosóficas de los gestores administradores que llevan a la empresa hacia los objetivos para el éxito. Pág. 22

El análisis es una herramienta para ver pasos y acciones en un futuro. Se logra mediante el estudio del trabajo desempeñado en el presente, interior de la empresa, marcando posibles evoluciones para el éxito y permite que la gerencia reflexione y tenga mejor conocimiento de la organización.

**-Organigramas.** Son recuadros que representan los puestos de la organización y sus niveles jerárquicos, líneas, autoridad y responsabilidad. Deben tener claridad y procurar no anotar nombre de quienes ocupan los puestos, no deben ser extensos ni complicados.

**-Organización del talento humano.** Una vez realizado el organigrama se deben definir los puestos, lo que dará claridad a la administración del proyecto, son las personas quienes ejecutarán el trabajo para lograr lo que la empresa tenga marcado como objetivos empresariales.

#### **1.11.8. Estudio Financiero.**

El objetivo primordial es de ordenar y sistematizar la información de índoles monetarias que se proporcionaron en las etapas anteriores, de elaborar los cuadros analísticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Asimismo la sistematización de información ya que consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios realizados con anterioridad, determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.

La información que se deberá contener el estudio financiero consta de las siguientes partes: 1) El presupuesto de los recursos financieros necesarios para el desarrollo del proyecto, 2) La determinación y evaluación de los flujos de efectivo presupuestado con base del método del periodo de recuperación, valor



presente neto, tasa interna de retorno, 3)El plan de financiamiento ya que este nos indica si las fuentes de recursos serán internas (utilidades capitalizables, depreciación, amortización, incremento de pasivos.) o externa entre la que tenemos (crédito bancario, préstamos de empresas afiliadas o accionista) y por último se debe considerar el análisis de sensibilidad esto se refiere a los cambios de uno o varios factores dentro de cierto rango lógico, su fin es de esforzar el proyecto para asegurar su rentabilidad.

**VAN:** También conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros de un proyecto, originados por una inversión. Es decir consiste en descontar al momento actual (actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. Según Manuel Galán Amador (2009).

**TIR:** La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio ponderado de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". También es considerada como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Según Manuel Galán Amador (2009)

#### **1.11.8.1. Periodo de recuperación de capital**

López C. (2007) sostiene que una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que se refiere a la inversión de un proyecto, es la que se refiere al método en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto.

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.

Sus fines son, entre otros:

- a. Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.
- b. Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- c. Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- d. Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- e. Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

#### **1.11.9. Estudio ambiental.**

Se considera como una estructura lógica que consiste en incorporar la consideración ambiental en la preparación del proyecto y que se realiza conjuntamente con el análisis económico y financiero como por ejemplo la estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función del ecosistema presente en el aire previsiblemente afectado, las condiciones de tranquilidad pública tales como ruidos, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambio térmico y cualquier otro perjuicio ambiental derivados de su ejecución, y la incidencia que el proyecto, obras o actividad tendrá unos elementos que componen el patrimonio

histórico, escénico y cultural. Tiene como finalidad prevenir situaciones de deterioro, estableciendo la medida más adecuada las cuales se elaboran las leyes, reglamento que genera un conjunto de instrumento para alcanzar el objetivo propuesto.

Según el autor Córdoba M. (2006), define que el estudio de impacto ambiental “es el conjunto de elemento que implica cambios de la vida económica y cultural del mundo, entre ellos quizás el cambio más significativo que está ocurriendo es el fenómeno de la globalización que también influye en los problemas ambientales que amenazan el mundo, el calentamiento global de la atmosfera y el cambio climático, el adelgazamiento de la capa de ozono, la pérdida de biodiversidad, la disminución de la masa vegetal y el avance de la desertificación.” Pág. # 40.

**-El espacio circunstancial:** estos implica la utilización de medio ambiente ya que se entiende como un sistema natural en que vive la humanidad, con las bases sociales, biofísicos y las relaciones entre ellos. La protección ambiental se demuestra en las tomas de decisiones que afectan a un territorio como una de ellas es donde se ubican y como se operan las urbanizaciones, los rehabilitación de canteras y minas a cielo abierto.

#### **1.11.9.1. Proceso de estimación del impacto ambiental de un estudio.**

Según el autor Córdoba M. (2006), define que el proceso de evaluación del impacto ambiental de un proyecto “es un proceso singular e innovador cuya operatividad y valides como instrumento para la protección y defensa del medio ambiente está recomendado por diversos organismo internacionales. También es avalado por la experiencia acumulada en países desarrollados, que los han incorporado a su ordenamiento jurídico desde hace años.” Pág. # 43.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación se desarrolló mediante el enfoque cualitativo y cuantitativa para ella se realizó las diferentes etapas para así cumplir los objetivos propuesto del estudio, en otras palabras se aplicó métodos para el manejo de materiales relativamente no estructurado, se trabajó con transcripciones de entrevista, notas de campo y otros documentos con el fin de lograr un análisis de la situación, así mismo se examinó datos de manera científica y en formas numéricas los factores de las variables dependientes e independiente.

En la investigación que se realizó fue cualitativa y cuantitativa ya que se orientó a solucionar el problema como es en este caso la inexistencia de un centro de acopio de sal en José Luis Tamayo, a través de la:

- La recolección de datos mediante el manejo de técnicas cualitativas y cuantitativas.
- Se estudió el problema de la investigación.
- Se identificó aspectos principales de la investigación
- Fue subjetiva, porque permitió al investigador ingresar datos e información según su propio juicio crítico.
- No demuestra teorías ni hipótesis sino genera definiciones según las teorías.

- El conocimiento fue dirigido a los procesos de estudio e investigación.

En esta investigación no solo se investigó a los productores de sal sino también las falencias del desarrollo limitado que existe en la asociación para así crear alternativas que ayuden a generar mayor ingreso para los socios, se consideró el apoyo de la investigación de tipo documental y de campo, que conllevó a establecer pautas y características primordiales para la solución del problema orientados a los lineamientos teóricos de la propuesta.

## **2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

La característica del estudio que se ha ampliado en este estudio, es el de proyecto realizable o de medición, según el autor Hernández R, Fernández C, Baptista L. 2006, considera que el proyecto factible “Se comprende en varias etapas la elaboración de empresas o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o de un diseño que incluya ambos tipos.

## **2.3.TIPOS INVESTIGACIÓN:**

La investigación que se aplicó en el presente es de tipo correlacionar, ya que nos permitió medir el grado de relación.

Establece el estudio de la problemática expresado con el objetivo de aumentar, discernir y estudiar la noción originada, por el manejo de principios fundamentales.

### **2.3.1. Investigación de Campo**

La exploración se trató de la indagación desarrollada para entender y solucionar algún escenario, insuficiencia o dificultad en un argumento expreso. El estudioso trabaja en el situación original en que residen las individuos y las principios examinadas, de las que se consiguió los antecedentes más principales donde se investigó a los pertenecientes implicados ya que en este caso lo que fueron estudiados son: personas, conjuntos y actores o generalidades, ya que auxilio al disertación sistemático del tema de exploración y su interacción con la naturaleza.

## **2.4. METODO DE INVESTIGACIÓN.**

Los métodos empleados en el presente trabajo fueron:

### **2.4.1. Método de observación.**

Según Pedro Cabrera (2005), define el método de la observación como: “una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso a investigar, tomar información y registrarla para su posterior análisis fundamental de todo proceso investigativo.” Pág. # 26.

La observación nos permitió detectar debilidades o aspectos negativos de la situación actual de los socios (productores) de la Parroquia José Luis Tamayo y a establecer características de los socios y de las personas que comercializan la sal y el comportamiento de las familias de la parroquia con relación a los socios.

### **2.4.2. Método inductivo.**

Según Ernesto Moguel (2006), define el método inductivo como: “proyectar la atención del participante sobre objetos, hechos o fenómenos, tal y como se presentan en la realidad, puede ser tanto de objetos materiales de hechos u otros fenómenos”. Pág. # 29.

En el trabajo se empleó el método inductivo en donde se observó hechos particulares, las características de los socios de la Parroquia José Luis Tamayo, la mala comercialización para vender su producto, el nivel de socio-económico que poseen, insuficientes herramientas en su lugar de trabajo.

#### **2.4.3. Método deductivo.**

Según Ernesto Moguel (2006), define el método deductivo como: “una recopilación de datos acerca de los puntos de una obra o tema en particular, para otorgar al espectador un extracto de los aspectos más relevantes del asunto, y formándole una visión general de una manera resumida y adecuada” Pág. # 30.

Este método se utilizó en el estudio con el objetivo de examinar los niveles de ventas, nivel de competitividad, procesos productivos, competidores sus estrategias y el comportamiento del mercado a nivel provincial.

#### **2.4.4. Método de análisis.**

Según Ernesto Moguel (2006), define el método análisis como: es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas y los efectos” Pág. 30.

Para entender la principal de la realidad presente del ente de estudio es significativo alterando sus síntesis y estudiar sus segmentos hacia determinar sus dimensiones con la modalidad de causas y efectos del estudio.

## **2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

El éxito de la investigación depende de la calidad de la información que se adquiera, tanto de las fuentes primarias como de las secundarias así como del proceso y presentación de la investigación.

### **2.5.1. FUENTE PRIMARIO**

Fue muy necesaria para el estudio, ya que se obtuvo directamente de los socios (productores de sal) de la parroquia José Luis Tamayo, a través de una investigación directa en donde se consiguió información relevante sobre el tema, la misma que utiliza las siguientes técnicas:

**2.5.1.1. Entrevista:** A través una reunión planificada nos ayudó a obtener información y profundizar las variables que impiden el desarrollo de la asociación, se debe considerar la investigación cuantitativa y cualitativa, este proceso se realizó a los productores de sal es decir a los socios con el objetivo de conocer los criterios con respecto al nivel productivo y ventas.

**2.5.1.2. Observación:** Esta herramienta es muy importante ya que permitió conseguir datos de manera directa el objeto de estudio y así se consiguió información en cuanto al entorno, las razones por que la inexistencia de un centro de acopio de sal en José Luis Tamayo, sobre características relevantes del problema, y los diferentes aspectos tangible que sirvió como pilar fundamental y complemento para el estudio de la investigación.

**2.5.1.3. Encuesta:** Es fundamental porque nos ayudó a construir un análisis de la situación de la parte beneficioso para así establecer antecedentes cuantitativos y cualidades, por medio de búsqueda encaminada a la asociación en general como son los socios que se determinó qué aspectos que impiden el desarrollo de la misma y que tengan ventas directas sin tener que vender a los intermediarios, así mismo para los clientes ya que por medio de esta se midió el grado de aceptación de la creación de un centro de acopio en José Luis Tamayo.



### **2.5.2. FUENTE SECUNDARIA.**

Lectura Científica de Textos, Revistas y articulo, en estos se consultaron diferentes clases de autores de textos especializados en Ventas, comercialización, Estudio de Factibilidad, formulación y evaluación de proyectos.

Documento de Internet, este permitió recopilar información que brindan los servidores como Google, Yahoo y otras páginas web que nos permitió investigar en temas relacionados al desarrollo de la información y este a la vez facilitó el desarrollo del proyecto a ejecutar, así mismo fue importante para la elaboración del marco teórico, tener referencia de la investigación, como respaldo para fuentes fidedignas y confiables. Estas bibliografías facilitaron el desarrollo del proyecto a ejecutar, tener referencia de la investigación, como respaldo para fuentes fidedignas y confiables, de la misma forma, se utilizaron datos estadísticos del INEC.

### **2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.**

#### **2.6.1. Población.**

Según Paredes G. Wilson González Msc (2009), “El estudio de la población es una de los pasos para desarrollar la investigación ya que es conjunto finito o infinito de elementos con características comunes”, para los cuales fueron extensivas las conclusiones de la investigación. Es decir, se utilizó un conjunto de personas con características comunes que son objeto de estudio. La población a la que se dirigió la presente investigación correspondió a la asociación “Pequeños Productores de sal sector #4 Magdalena, a los clientes que necesitan este producto de acuerdo a su necesidad en la provincia de Santa Elena.

Aunque no existe una población definida involucramos a los productores que extraen la sal y a los clientes. El universo del presente trabajo estará conformado

por 1593 personas, como lo muestra el cuadro # 4 que implica a los productores de la asociación “Pequeños Productores de Sal” en José Luis Tamayo.

**TABLA 4: Población.**

Elementos	NI
Directivos	7
Socios	43
Clientes	350
<b>Total</b>	<b>400</b>

*Fuente: Asociación Pequeños Productores de sal  
Elaboración: María González Del Pezo*

**2.6.2. Muestra:** La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo la asunción de un error se estudia los tipos de un grupo poblacional mucho pequeño que la cantidad general, diferentes escritores que suponen a la muestra desde dos representaciones único de ellos es el enfoque cualitativo y otro es el cualitativo. Según el autor Gloser Bernal y Cesar A. (2010), describe la perspectiva de cualidad a fin de que los “elemento de estudios o grupo de individuos, argumentos, sucesos o acontecimientos” (Pág. # 257).

En la investigación se realizó el muestreo probabilística ya que por medio de este todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegido para formar parte de una muestra aplicando así el uso de una fórmula considerando muestreo probabilístico según el autor Gloser Bernal y Cesar A. (2010) considera: “El muestreo probabilístico, son aquellos que basan en el principio de aquí-probabilidad” (Pág. # 260).

Para el cálculo de la muestra se realizó la fórmula como lo muestra el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 5: Muestra**

**Muestreo**

$$\frac{Ni}{e^2 * (Ni - 1) + 1}$$

Dónde:

n = Número de la muestra.

K = Nivel de confiabilidad.

N = Población objetivo total.

P = Probabilidad de aceptación.

Q = Probabilidad de rechazo.

e = Error

Entonces:

$$n = \frac{400}{0,05^2 * (400 - 1) + 1}$$
$$n = \frac{400}{1.9975}$$
$$n = 200,25$$

**Tabla 5: Muestra**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>Ni</b>
Directivos	3,50
Socio	21,53
Clientes	175,22
<b>Total</b>	<b>200,25</b>

*Fuente: Asociación Pequeño Productores de sal  
Elaboración: María González Del Pezo*

La muestra obtenida es de 200 encuestas. La fórmula aplicada es confiada para el estudio ya que el objetivo es identificar las características de cada uno de los elementos en el estudio de factibilidad.

## **2.7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.**

Los métodos que se desarrolló en este estudio, cuenta con conjunto de estrategias, políticas y técnicas y habilidades que ayudaron a realizar este tipo de

investigación, el cual tiene como objetivo convocar a las personas interesadas los resultados de una manera clara y sencilla, de tal forma que haga posible al lector comprender los datos y determinar la validez y confiabilidad de las conclusiones y pertinencia del estudio.

### **2.7.1. Procesamiento y análisis.**

Terminada esta etapa, se procedió a la tabulación de la información en función de cada uno de los ítems, se elaboraron tablas de distribución de frecuencia de cada uno de los ítems considerando los diferentes elementos de la muestra y categoría, las misma que se realizaron en forma ascendente.

Con los datos de las tablas estadísticas, se elaboraron gráficos de barras en porcentaje, por ser la más conveniente de acuerdo a las características de la información. Y la última etapa alcanzó el estudio y comentario de las deducciones, que fue separado en tres segmentos. La principal representación del ítems, la segunda el estudio de datos y la tercera las conclusiones y recomendaciones.

### **2.7.2. Instrumentos de recaudación de información.**

Para alcanzar el éxito de la investigación fue importante recopilar información necesaria por ese motivo se utilizó fuentes primarias y secundarias que nos ayudó a conocer cuál es la realidad de la situación que enfrentan la asociación, para luego procesarla y presentar un análisis de la información recopilada.

**2.7.2.1. Técnicas:** Estas son herramientas que nos ayudó a entender la información requerida en el presente estudio para esto fue primordial identificar los resultados que se esperaron alcanzar mediante el uso de técnicas de investigación de tipo documental y de campo.

**2.7.2.2.Documental:** La investigación se derivó de 3 aspectos importantes que son: el fichaje, lectura científica, análisis de contenido, redacción y estilo ya que en este estudio se utilizó el fichaje que es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación; consistió en registrar los datos que se obtuvo en el instrumentos llamados fichas, las cuales, fueron debidamente elaboradas y ordenadas que contienen la mayor parte de la información que se recopiló en una investigación.

**2.7.2.3.Campo:** El estudio ayudó al investigador a vincularse con el problema de la inexistencia de un centro de acopio en José Luis Tamayo, la observación permitió conseguir información directa con los productores de sal, socios que tengan relación con el problema, que ayudaron a completar datos concretos, para esto fue necesario utilizar la entrevista ya que según el autor Manuel Galán Amador (2009), considera que la entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permitió obtener una información más completa a través de una conversación planificada se consiguió información y se profundizó los aspectos que impiden las ventas directas a causas de la presencia de los intermediarios, la encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Para ello, a diferencia de la entrevista, se utilizó un listado de preguntas escritas que se entregaron a los socios y clientes, con la finalidad de establecer un diagnóstico, la factibilidad y la propuesta del Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Sal para la asociación “Pequeños Productores de sal Sector #4 Magdalena” en José Luis Tamayo.

## 2.8. INSTRUMENTOS

Para la aplicación de este instrumento fue importante elaborar la función de las necesidades y de los resultados que se consiguió en el presente estudio, se facilitó de esa manera la obtención de información eficaz y confiable.

Con el propósito de proporcionar contestación a las metas proyectadas en el estudio, se planteó una herramienta que accedió coleccionar búsqueda de la obtención de sal. Los instrumentos se validaron mediante el juicio de tres expertos que fueron la observación que llevo un registro de las observaciones realizadas, en la entrevista se estableció una guía para el desarrollo, y por último la encuesta que se utilizó cuestionarios ya que todos estos fueron prioritarios para el estudio.

Para la construcción del instrumento se consideró un plan en el cual constan los diferentes pasos y etapas seguidos en el diseño y elaboración del cuestionario, aplicando la escala de tipo Likert y donde establece un set de preguntas.

ETAPAS	PASOS
<b>DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS Y DEL INSTRUMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Revisión y análisis del problema de investigación.</li> <li>▪ Definición del propósito del instrumento.</li> <li>▪ Revisión de bibliografía y trabajos relacionados con la construcción del instrumento.</li> <li>▪ Consulta a expertos en la construcción de instrumentos.</li> <li>▪ Determinación de la población.</li> <li>▪ Determinación de los objetivos, contenidos y tipos de ítems del instrumento</li> </ul>
<b>DISEÑO DEL INSTRUMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Construcción de los ítems.</li> <li>▪ Estructuración de los instrumentos.</li> <li>▪ Redacción de los instrumentos.</li> </ul>
<b>ENSAYO PILOTO DEL INSTRUMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sometimiento del instrumento a juicio de expertos.</li> <li>▪ Revisión del instrumento y nueva redacción de acuerdo a recomendaciones de los expertos.</li> <li>▪ Aplicación del instrumento a una muestra piloto.</li> <li>▪ Análisis de</li> </ul>
<b>ELABRACIÓN DEFINITIVA DEL INSTRUMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impresión del instrumento</li> </ul>

## nario

*Fuente: Paredes W. (2010)*

*Elaboración: María González Del Pezo*

El estudio de diagnóstico se realizó a través de las encuestas aplicadas a los directivos, socios y clientes de la parroquia José Luis Tamayo- cantón Salinas. Los ítems, se realizó con el propósito de recolectar datos sobre el estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de sal para la asociación de “Pequeños Productores de Sal Sector #4 Magdalena” en José Luis Tamayo- cantón Salinas- provincia de Santa Elena. Anteriormente a la aplicación se efectuó una prueba piloto y se requirió la asesoría de un experto.

En esta investigación se utilizaron los siguientes instrumentos:

1. Para el diagnóstico
2. Para la validación

### 3. Para la factibilidad

El contenido de las preguntas tuvo relación con los objetivos planteados y se utilizó la Operacionalización de la variables para que así se tenga un enfoque de cuáles son los aspectos que se deben tomar en cuenta, el número de preguntas varía de acuerdo a las dimensiones por eso fue importante considerar las diferentes respuestas, se elaboró un diagnóstico verídico de las personas involucradas en el estudio, respondieron de manera eficaz así se cumplió con los requerimientos de la investigación.

La aplicación del instrumento fue individual, la muestra que se requirió fue de 4 directivos, 21 socios y 175 clientes de José Luis Tamayo, cantón Salinas. Las respuestas fueron cerradas en un 99% estuvo enfocadas en el modelo de Likert, de esta manera el investigado marco con una (X), la respuesta según su criterio de acuerdo con la siguiente escala:

Siempre	1
A menudo	2
A veces	3
Casi nunca	4
Nunca	5

Las preguntas abiertas en la cual se solicitó que escriban sugerencias en relación al tema de estudio es por ello que se realizó las respectivas tabulaciones de manera resumida, se consideró el criterio de cada uno de los encuestados.



## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO.**

En esta parte se refleja las deducciones del estudio, el cual implica el estudio e definición de las deducciones, soluciones y recomendaciones.

Las encuestas y entrevista son unas de las herramientas más elementales en una investigación, porque a través de ellas se puede acceder a mayor información del estudio, como es ¿De qué manera influye la creación de un centro de acopio de sal para la asociación “Pequeños Productores de sal sector #4 Magdalena” en la parroquia José Luis Tamayo?

Los resultados de los datos se reflejan gráficamente ya que permiten una mayor interpretación y un análisis eficaz.

#### **3.1. ESTUDIO DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.**

Las encuestas fueron dirigidas a los socios de la “Asociación pequeños productores de sal sector # 4 magdalena” y clientes, con el fin de determinar la oferta, demanda y el mercado futuro.

##### **3.1.1. Herramienta de la investigación.**

**Encuesta:** En la investigación de mercado se utilizó este tipo de instrumento para conocer las necesidades y frecuencias de los clientes potenciales.

##### **3.1.2. Objetivo a investigar.**

La población objetivo a investigar fueron los clientes como son: Las empresas queseras, fábricas de pescado, viseras de pescados, agricultores de palma,

ganaderos, consumidor final, que son parte de la población económicamente activa que es 22064 por el 88.36% que mostraron interés en la creación de un centro de acopio “Produ & Sal” definiendo así la población objetivo en 19495.

### 3.1.3. Universo de la muestra.

La encuesta se aplicó a los 19495, que se definió como objetivo del estudio, los mismos que representan tanto a hombres y mujeres que son de las empresas queseras, fábricas de pescado, viseras de pescados, agricultores de palma, ganaderos, consumidor final; lo que constituye un mercado meta para el centro de acopio “Produ & Sal”.

#### Muestreo.

$$n = \frac{K^2 * N * P * Q}{e^2 * (N - 1) + K^2 * P * Q}$$

Dónde:

n = Número de la muestra.

K = Nivel de confiabilidad.

N = Población objetivo total.

P = Probabilidad de aceptación.

Q = Probabilidad de rechazo.

e = Error

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2 * 19495 * 0.5 * 0.5}{0.10^2 * (19495 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{18722.99}{49.70}$$

$$n = 378$$

La muestra obtenida es de 378 encuestas. La fórmula aplicada es confiada para el estudio de mercado ya que el objetivo es investigar el nivel de aceptación del centro de acopio.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

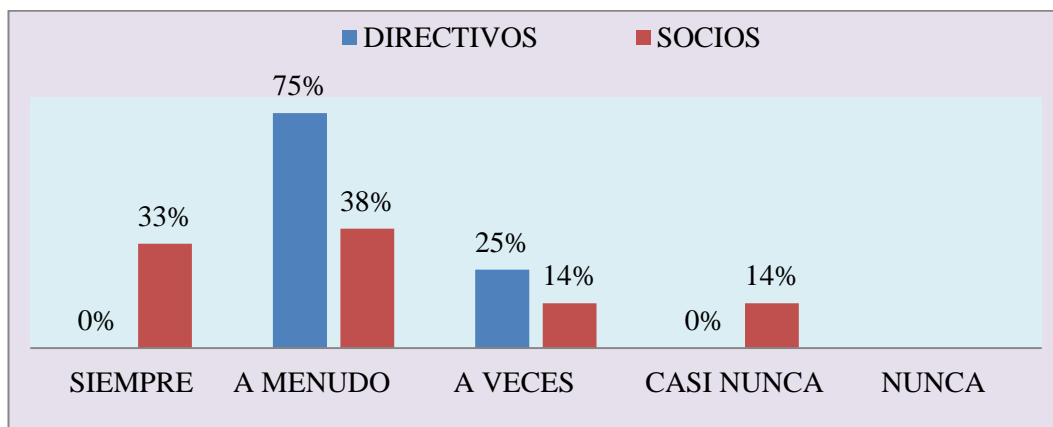
**¿La comercialización de la sal contribuye al desarrollo económico de los socios?**

**CUADRO N° 1: La comercialización de la sal**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		f	%	f	%
<b>1</b>	SIEMPRE	0	0%	7	33%
	A MENUDO	3	75%	8	38%
	A VECES	1	25%	3	14%
	CASI NUNCA	0	0%	3	14%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

*Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 1 : La comercialización de la sal**



*Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo*

### **Análisis**

De la pregunta planteada tanto los directivos y los socios respondieron que la comercialización de la sal a menudo y a veces si contribuye al desarrollo económico de los socios.

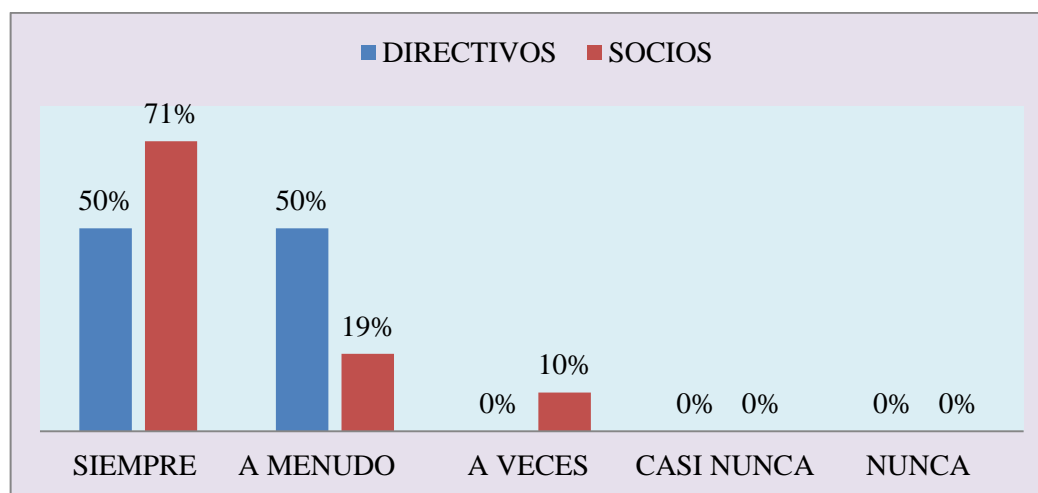
¿En los procesos productivos las herramientas son adecuadas?

**CUADRO N° 2: Procesos productivos**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		F	%	f	%
2	SIEMPRE	2	50%	15	71%
	A MENUDO	2	50%	4	19%
	A VECES	0	0%	2	10%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 2: Procesos productivos**



Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**Análisis:**

Como resultados obtenidos satisfactoriamente, tanto los socios y directivos nos dice si son adecuadas las herramientas que utilizan dentro de los procesos productivos de la extracción de sal.

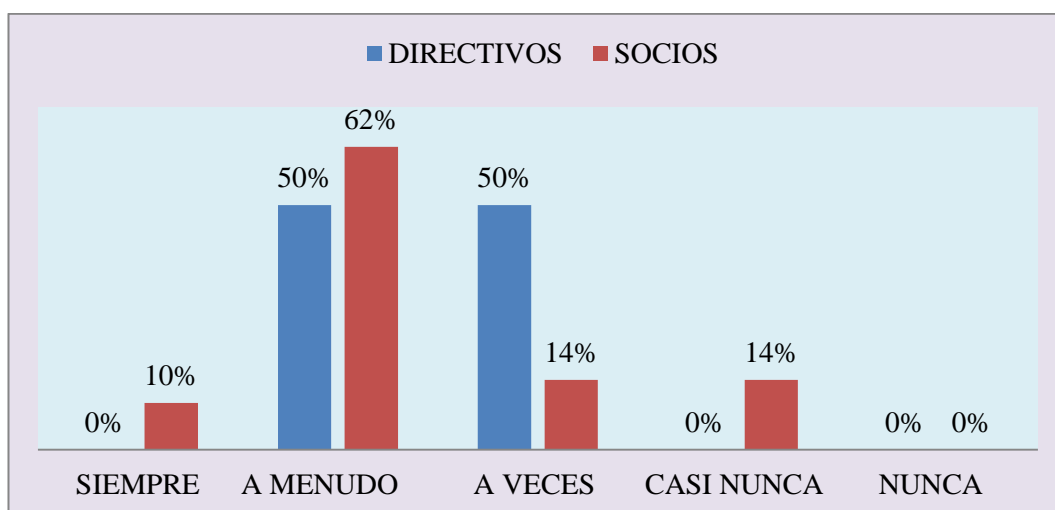
**¿Es necesario el uso nuevas tecnologías para la extracción de la sal?**

**CUADRO N° 3 : Uso de tecnología.**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		f	%	f	%
3	SIEMPRE	0	0%	2	10%
	A MENUDO	2	50%	13	62%
	A VECES	2	50%	3	14%
	CASI NUNCA	0	0%	3	14%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

Fuente: *Instrumento de Investigación*  
 Elaboración: *María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 3 : Uso de tecnología**



Fuente: *Instrumento de Investigación*  
 Elaboración: *María González Del Pezo*

**Análisis:**

Según los datos mostrados anteriormente, tenemos que tanto los directivos y socios respondieron que a menudo y a veces si es necesario implementar el uso de nuevas tecnología en el proceso productivo dentro de la extracción de la sal.

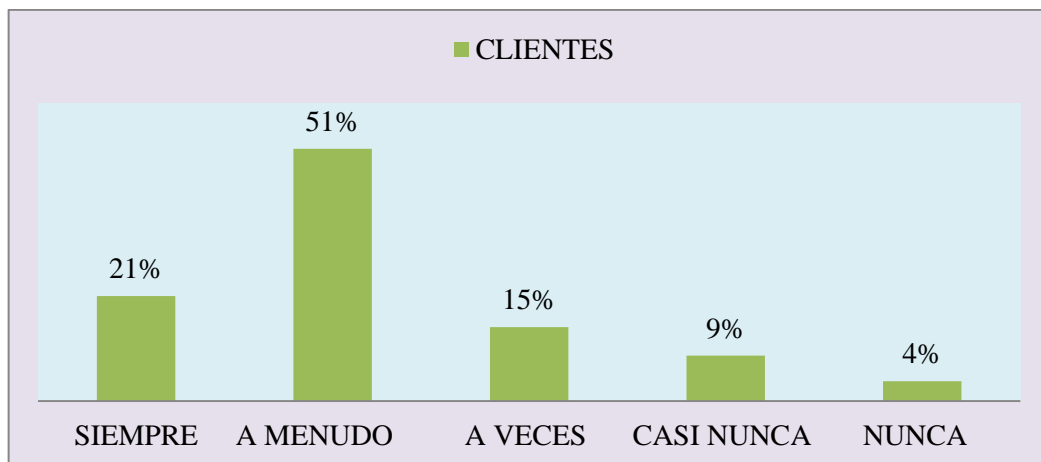
**¿En la actualidad conoce usted los tipos de sal que ofrece la Asociación Sector #4?**

**CUADRO N° 4: TIPOS DE SAL.**

ÍTEM	VALORACIÓN	CLIENTES	
		f	%
4	SIEMPRE	37	21%
	A MENUDO	89	51%
	A VECES	26	15%
	CASI NUNCA	16	9%
	NUNCA	7	4%
	<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Instrumento de Investigación*  
 Elaboración: *María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 4 : TIPOS DE SAL.**



Fuente: *Instrumento de Investigación*  
 Elaboración: *María González Del Pezo*

**Análisis:**

Según la pregunta planteada nos muestra que los clientes encuetados respondieron que siempre y menudo si conocen los tipos de sal que ofrece la Asociación Pequeños productores de sal sector # 4.

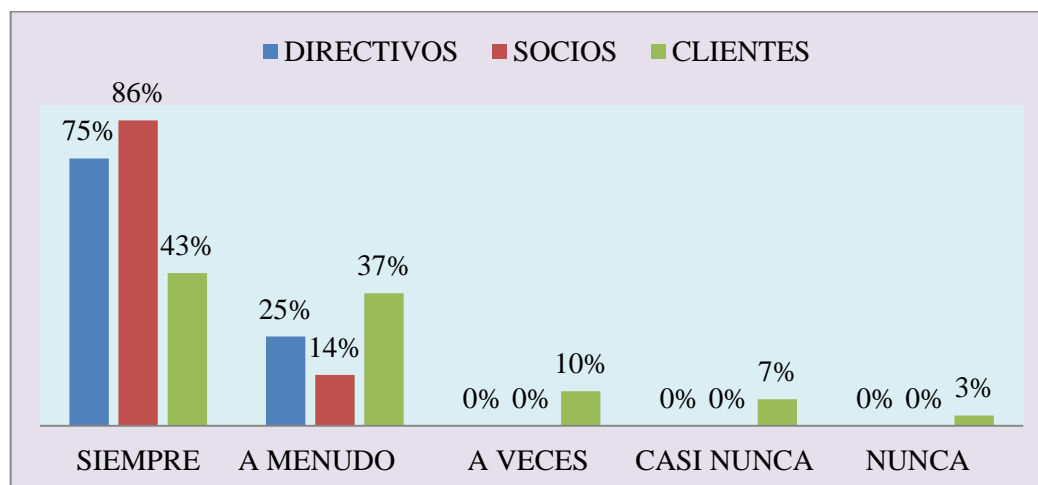
**¿Es necesario mejorar las presentaciones del producto al momento de su venta?**

**CUADRO N° 5: Presentaciones del producto.**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS		CLIENTES	
		f	%	f	%	f	%
5	SIEMPRE	3	75%	18	86%	75	43%
	A MENUDO	1	25%	3	14%	65	37%
	A VECES	0	0%	0	0%	17	10%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%	13	7%
	NUNCA	0	0%	0	0%	5	3%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>175</b>

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 5: Presentaciones del producto.**



Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**Análisis:**

De acuerdo a la gráfica tenemos que tanto lo socios, directivos y clientes nos dicen que si es necesario mejorar la presentación del producto, tanto en el empaque y marca de la misma.

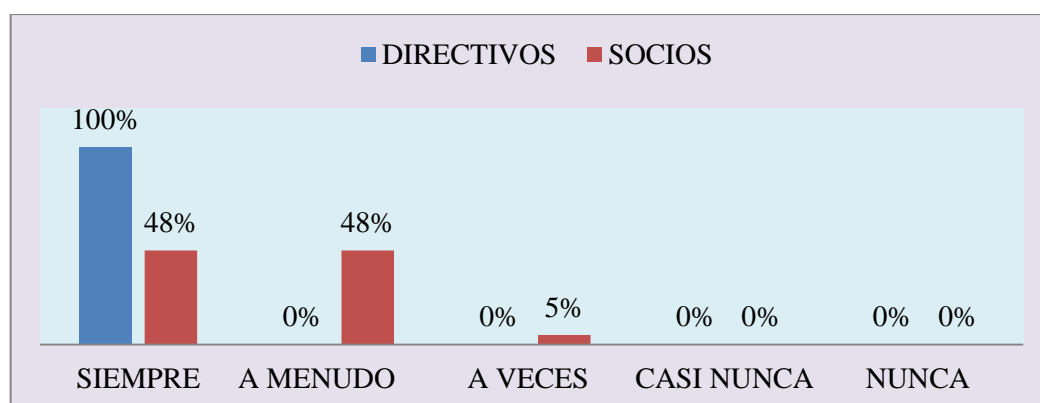
**¿El apoyo financiero es importante para la elaboración de nuevos proyectos que beneficien a los pequeños productores de sal?**

**CUADRO N° 6: Apoyo financiero.**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		f	%	f	%
6	SIEMPRE	4	100%	10	48%
	A MENUDO	0	0%	10	48%
	A VECES	0	0%	1	5%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

Fuente: *Instrumento de Investigación*  
 Elaboración: *María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 6: Apoyo financiero.**



Fuente: *Instrumento de Investigación*  
 Elaboración: *María González Del Pezo*

**Análisis:**



Según los datos mostrados anterior, nos muestra que tanto los socios y directivos encuestados nos dicen q siempre y a menudo si es importante el apoyo financiero para elaborar nuevos proyecto que beneficien a los pequeños productores de sal de las distintas asociaciones que existen.

**¿Considera usted que los intermediarios desarrollan funciones importantes al momento de realizar la venta?**

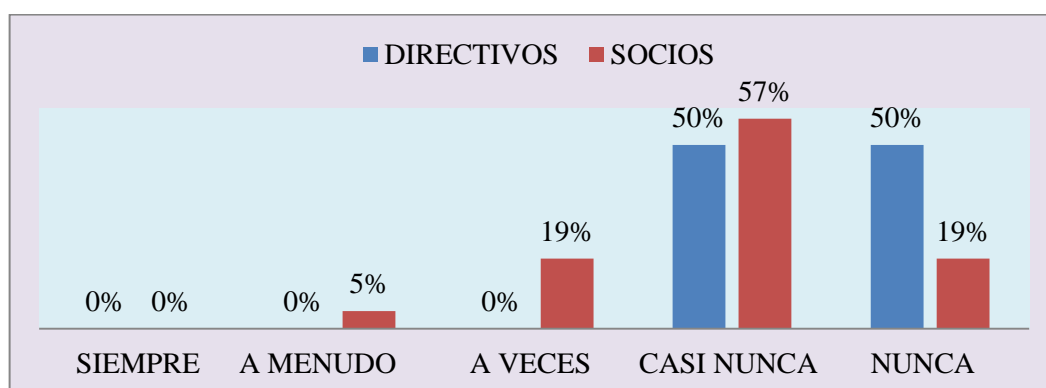
**CUADRO N° 7 : Intermediarios.**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		f	%	f	%
7	SIEMPRE	0	0%	0	0%
	A MENUDO	0	0%	1	5%
	A VECES	0	0%	4	19%
	CASI NUNCA	2	50%	12	57%
	NUNCA	2	50%	4	19%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

*Fuente: María González Del Pezo*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 7: Intermediarios**



*Fuente: María González Del Pezo*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**Análisis:**

Como conclusión tenemos que tanto los directivos y socios que casi nunca y nunca es necesario los intermediarios es decir que no consideran importante la presencia de los intermediarios al momento de la venta por lo que los compradores adquirirán el producto en un solo lugar, de esta manera ganaría en calidad, cantidad y se ahorraría tiempo tanto para el comprador y el vendedor.

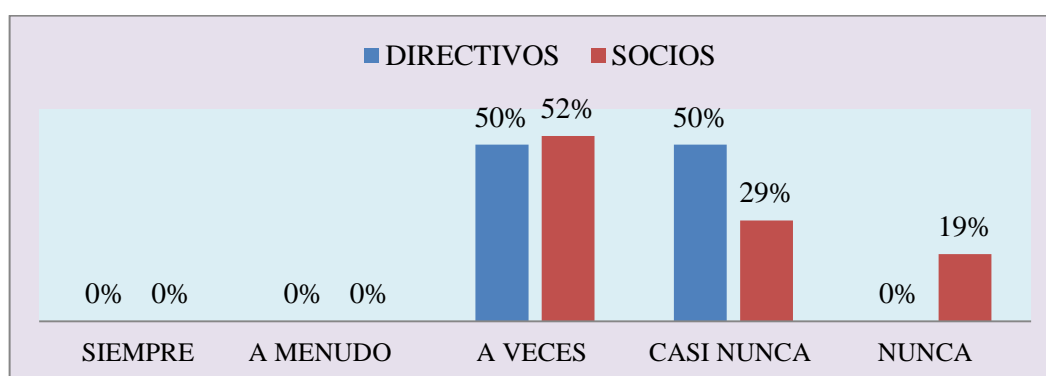
**¿La competencia entre los productores afecta de una u otra manera en las ventas de sal?**

**CUADRO N° 8 : Competencia.**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		f	%	f	%
8	SIEMPRE	0	0%	0	0%
	A MENUDO	0	0%	0	0%
	A VECES	2	50%	11	52%
	CASI NUNCA	2	50%	6	29%
	NUNCA	0	0%	4	19%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 8: Competencia.**



Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**Análisis:**

Según los datos mostrados anterior, tiene como resultado tenemos que el 50% a veces, en socios es el 52% a veces y en clientes tenemos 37% casi nunca, es decir que las personas encuestadas si considera que a veces la competencia entre los productores si afecta de una u otra manera en la venta de sal.

**¿La venta directa a las empresas es necesario para el beneficio de la asociación?**

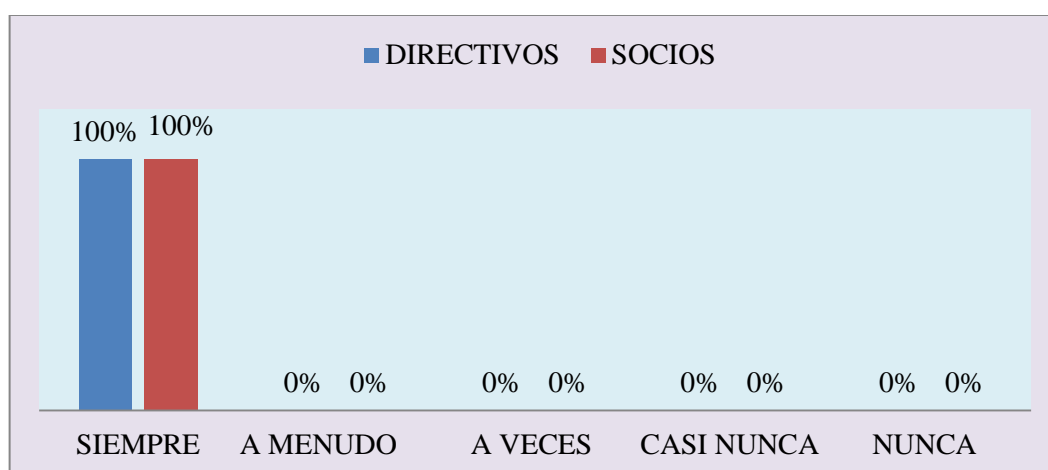
**CUADRO N° 9: La venta directa.**

ÍTEM	VALORACIÓN	DIRECTIVOS		SOCIOS	
		f	%	f	%
9	SIEMPRE	4	100%	21	100%
	A MENUDO	0	0%	0	0%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

Fuente: Instrumento de Investigación

Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 9: La venta directa.**



Fuente: Instrumento de Investigación

Elaboración: María González Del Pezo

**Análisis:**

Según las encuestas realizadas de acuerdo a la pregunta planteada los directivos y socios respondieron siempre, es decir que si son necesaria e importante las ventas a las empresas que requieren este producto como materia prima o componente de algún producto para el beneficio de la asociación y en la comunidad en general.

### ENCUESTAS A LOS CLIENTES.

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

-¿Cuál es su género?

**CUADRO N° 10: Genero de los encuestados.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
	Masculino	260	69
	Femenino	118	31
Total		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 10: Genero de los encuestados.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## ANÁLISIS:

Los resultados que refleja la gráfica de acuerdo a las encuestas la mayor parte recayeron al género masculino, ya que la mayor clientela son empresario y agricultores.

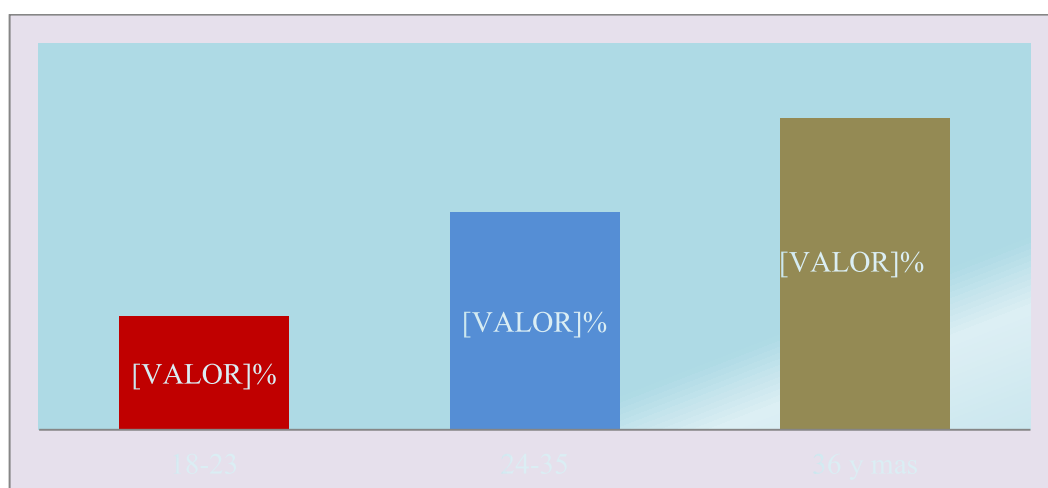
-¿Cuál es su edad?

**CUADRO N° 11: EDAD.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
Total	18-23	67	18
	24-35	128	34
	36 y mas	183	48
		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 11: Edad.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas a los clientes tenemos como conclusión que la mayoría de las personas encuestadas es de un rango de 36 años de edad, tantos como empresario, agricultores, comerciantes y comunidad en general.

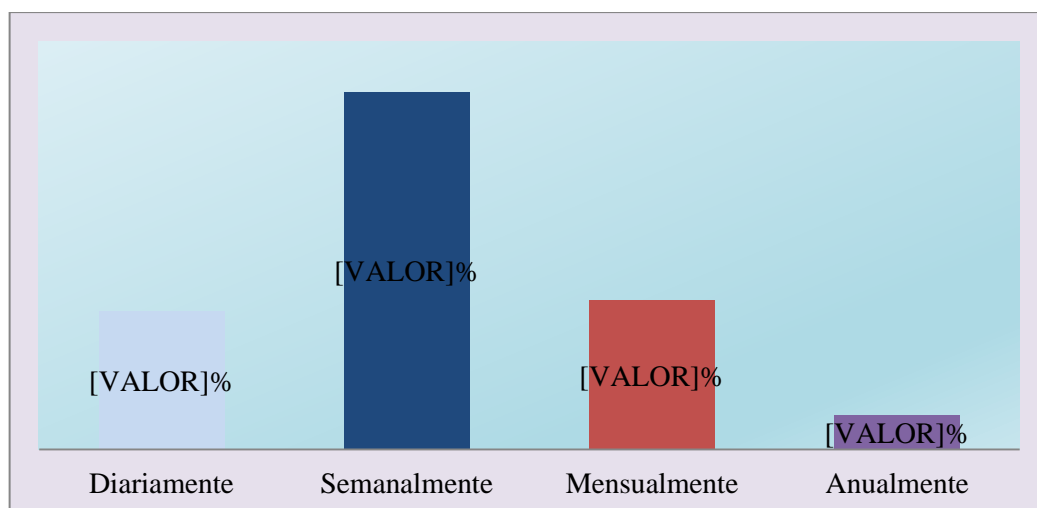
### 1. ¿Con que frecuencia compra los sacos de sal en grano?

**CUADRO N° 12 : Frecuencia de compra.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
1.	Diariamente	77	20
	Semanalmente	199	53
	Mensualmente	83	22
	Anualmente	19	5
Total		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 12: Frecuencia de compra.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## ANÁLISIS:

En conclusión la mayoría de las personas encuestadas compra los sacos de sal en grano semanalmente por la es un producto reconocido para la empresas ya que es de excelente calidad para las fábricas de pescado, empresas queseras, para los agricultores de palma y las empresas textiles que requieren este producto.

### 2. ¿Dónde normalmente compra los sacos de sal?

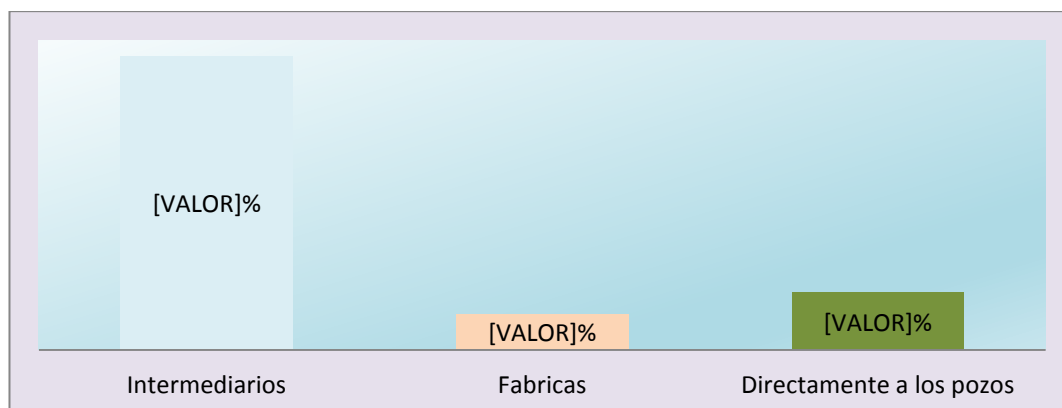
**CUADRO N° 13: Lugar de compra.**

Frecuencia		Respuesta	
		Nº	%
2.  Total	Intermediarios	287	76
	Fabricas	35	9
	Directamente a los pozos	56	15
		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 13: LUGAR DE COMPRA.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*

### ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas tenemos como conclusión que la mayoría de las personas compran la sal a los diferentes intermediarios que se dedican a comprar la sal a los productores para luego venderlo a los clientes finales.

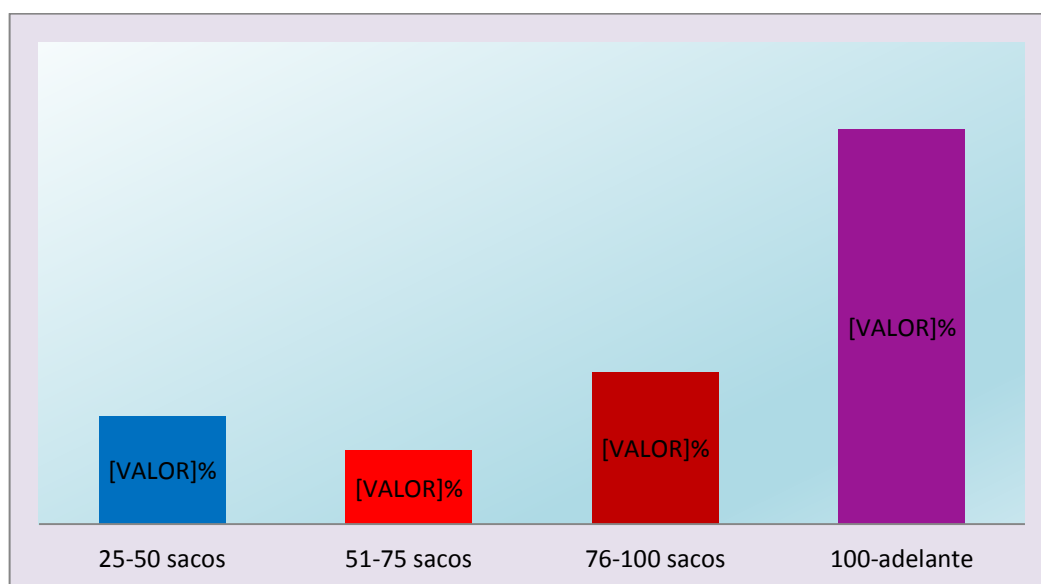
### 3. ¿Cuántos sacos de sal compra?

**CUADRO N° 14: Nivel de compra.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>3.</b>  Total	25-50 sacos	56	15
	51-75 sacos	38	10
	76-100 sacos	79	21
	100-adelante	205	54
		378	100

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 14: Nivel de compra.**



Fuente: Instrumento de Investigación



Elaboración: María González Del Pezo

## ANÁLISIS:

En conclusión que la mayoría de las personas encuestadas compran más de 100 sacos hasta incluso de mil sacos de sal para satisfacer sus necesidades ya que son empresas grandes que utilizan este producto.

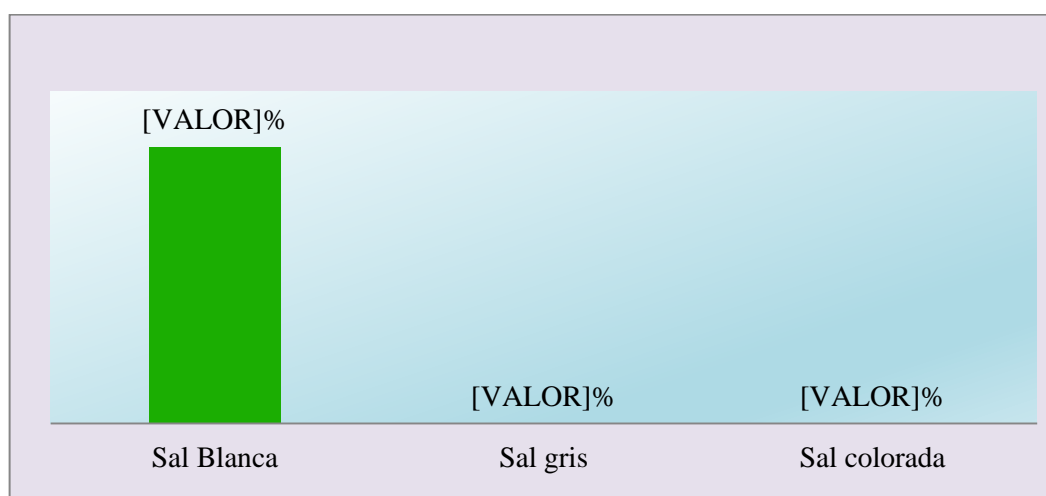
### 4. ¿Qué tipo de sal compra?

CUADRO N° 15: Tipo de sal.

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
4.  Total	Sal blanca	378	100
	Sal gris	0	0
	Sal colorada	0	0
		378	100

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

GRÁFICO N° 15: Tipo de sal



Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

## ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas tenemos como resultado que la mayor parte de los encuestados compran la sal blanca de alta calidad que usan como materia prima en sus necesidades que tiene los clientes.

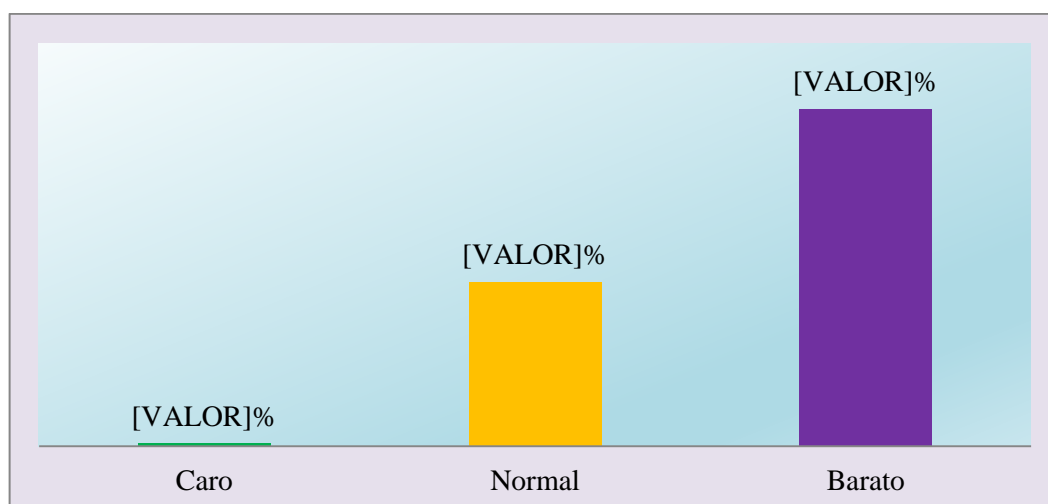
### 5. ¿Cómo considera usted los precios en la compra de sal?

**CUADRO N° 16: Precio de compra.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>5</b> Total	Caro	2	1
	Normal	123	33
	Barato	253	67
		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 16: Precio de compra.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## ANÁLISIS:

Como se observa en la gráfica anterior se refiere que la mayor parte de los clientes encuestados consideran de acuerdo a su criterio que el precio de la sal es barato ya que en otros lugares el producto es demasiado caro.

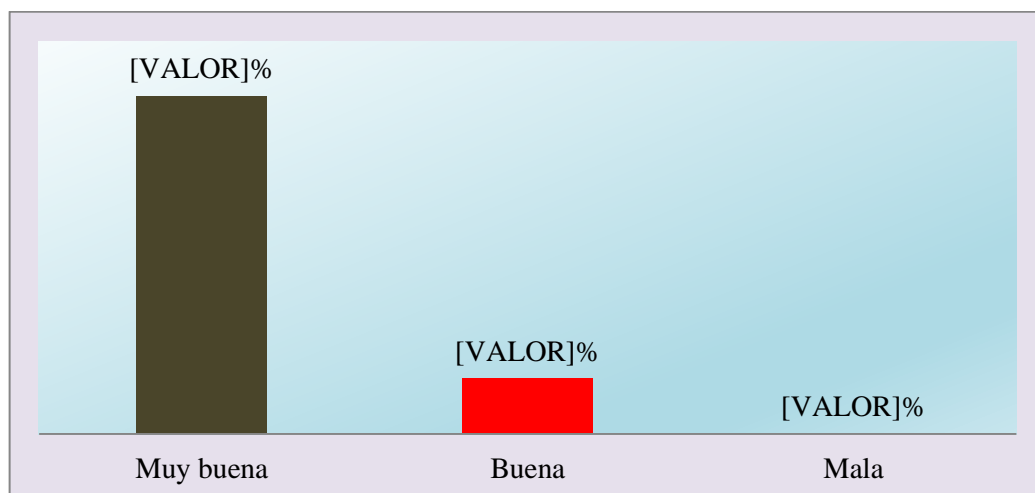
### 6. ¿Cree usted que la presentación es adecuada?

**CUADRO N° 17: Calidad de sal.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>6</b>  Total	Muy buena	325	86
	Buena	53	14
	Mala	0	0
		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 17: Calidad de sal.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*

## ANÁLISIS:

Como nos muestra la gráfica con respecto a la siguiente pregunta sobre como considera la calidad de la sal que compra, en consecuencia la mayoría de las personas considera la calidad de la sal que ofrece los pequeños productores del sector # 4 como muy buena ya que es una sal única dentro de la parroquia.

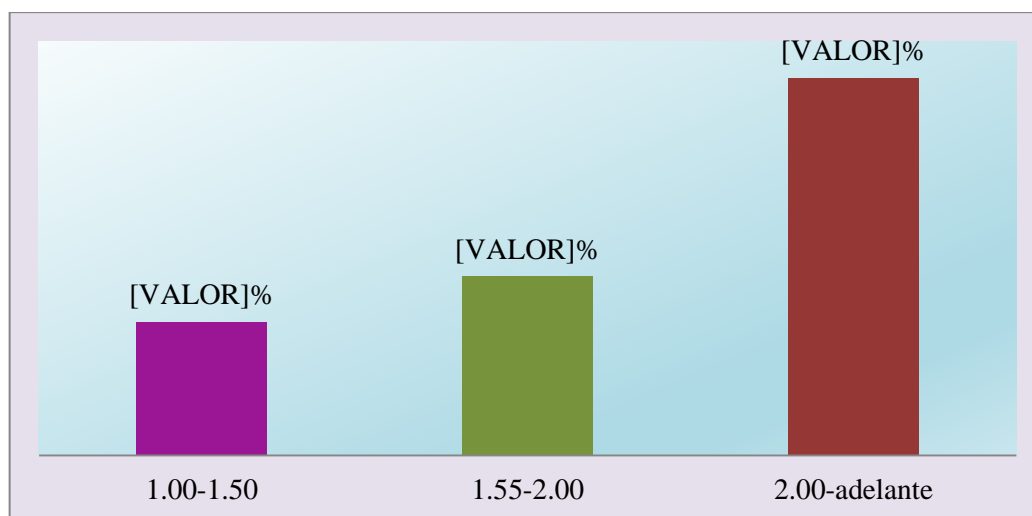
### 7. ¿A qué precio lo adquiere?

**CUADRO N° 18: Precio de compra.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>7</b>  Total	1.00-1.50	73	19
	1.55-2.00	98	26
	2.00-adelante	207	55
		378	100

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 18: Precio de compra.**



Fuente: Instrumento de Investigación

## ANÁLISIS:

En esta grafica podemos apreciar los resultados de la siguiente pregunta sobre el precio en términos monetario. Como conclusión tenemos que los clientes encuestados respondieron que el precio de cada producto es de \$2,00 en adelante.

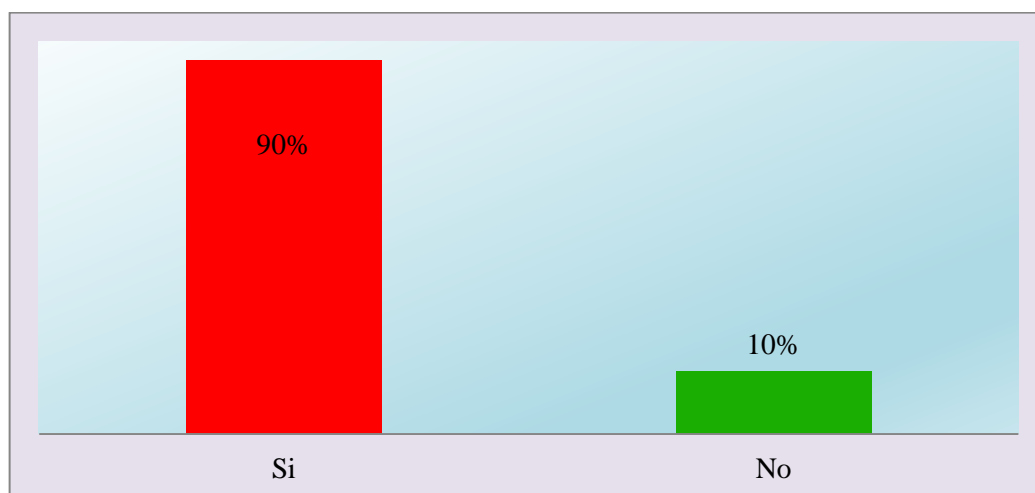
**8.¿Estaria usted de acuerdo con la creación de un centro de acopio de sal con el fin tener un lugar específico y adecuado para la compra de sal en grano?**

**CUADRO N° 19: Creación de un centro de acopio.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>8</b>	Si	324	90
	No	54	10
<b>Total</b>		378	100,00

Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo

**GRÁFICO N° 19: Creación de un centro de acopio.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## ANÁLISIS

En conclusión la mayoría de los clientes encuestados respondieron que si están de acuerdo ya que para ello sería más fácil y cómodo llegar a un lugar idóneo para la compra la sal sin tener que recurrir a los intermediarios y por ende tendría beneficios tanto para ellos como clientes como para los socios y así podrían aportar a la comunidad en general.

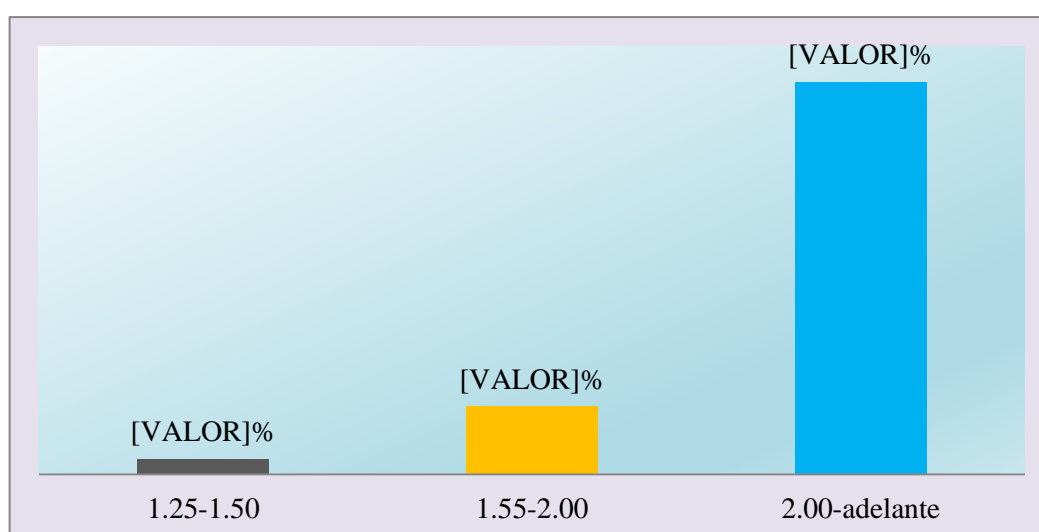
### 9. ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por los sacos de sal?

**CUADRO N° 20: Disposición de pago.**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>9</b> Total	1.25-1.50	12	3
	1.55-2.00	54	14
	2.00-adelante	312	83
		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 20: Disposición de pago.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## ANÁLISIS:

Según los datos obtenidos con respecto a la siguiente pregunta cuánto estaría dispuesto a pagar por cada saco de sal. Ya que en conclusión la mayoría de los encuestados estaría dispuesta a pagar de \$2.00 en adelante por cada saco de sal por motivo que al momento de llegar el producto a su destino o al cliente final llega con otro precio elevado.

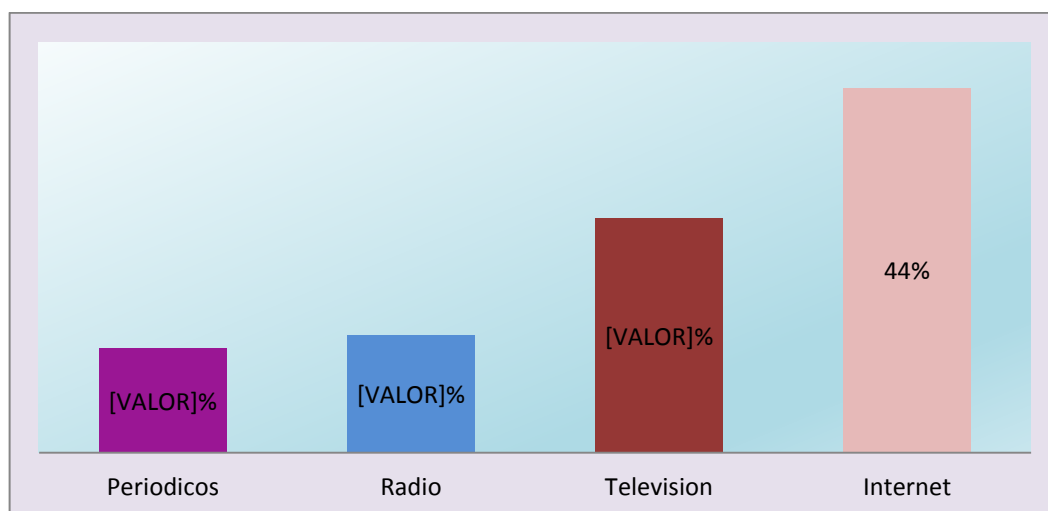
**10. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación masivo es más influyente para usted?**

**CUADRO N° 21: Medios de comunicación**

Frecuencia		Respuesta	
		N°	%
<b>10</b>  Total	Periódicos	48	13
	Radio	54	14
	Televisión	108	29
	Internet	168	44
		378	100

*Fuente: Instrumento de Investigación  
Elaboración: María González Del Pezo*

**GRÁFICO N° 21: Medios de comunicación.**



*Fuente: Instrumento de Investigación*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## **ANÁLISIS:**

Como conclusión la mayor parte de los clientes prefieren conocer el servicio por medio del internet y la televisión ya que son dos herramientas importantes donde se da mayor publicidad y así a nivel mundial conocerá el servicio y producto que va ofrecer el centro de acopio.

### **3.2. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.**

La entrevista estuvo dirigida al presidente de la “Asociación Pequeños Productores de sal sector # 4 Magdalena” en José Luis Tamayo y a los socios que conforman la directiva correspondiente. Los entrevistados coinciden en que los directivos de la asociación de pequeños productores de sal, persisten en buscar mejoras en las actividades productivas y en la comercialización, ya que se cuenta con la materia prima, las experiencias y habilidades para producir un producto de calidad, con deseo de mejorar y aumentar los ingresos de las ventas para mejorar el nivel de vida de cada familia que integran esta asociación. Los entrevistados expresaron que enfrentan variedad problemas empresariales como son la falta de conocimiento empresarial, faltas de proyectos productivos que como asociación se puede emprender, la falta de crédito, de tecnología; ya que estas son unas de los factores que limitan el desarrollo de la asociación, más aun la falta de conocimiento para desarrollar proyectos factibles.

Los entrevistados manifiestan que el emprendimiento empresarial de crear un centro de acopio es una gran oportunidad para la asociación, considerando que cada socio cuenta con sus tierras propias para la producción. Hay muchos clientes que requieren de este producto ya sea como materia prima o como consumidor final. Es decir existe el mercado suficiente para emprender esta actividad, por el producto de buena calidad que ellos producen es el motivo que se quiere competir por calidad y cantidad, ya que en la realidad ellos no cuentan con el conocimiento administrativo y por ende solo venden sus productos a los intermediarios a menor



precio y que se debe aprovechar este recurso en propuestas factibles con el fin de crear fuentes de trabajos y generar empleo, satisfaciendo a los clientes y socios.

Los socios poseen la actitud de superación en mantener la asociación en marcha, incrementando los ingresos y utilidades productivas, mediante la unión del progreso de la asociación ya que es uno de los objetivos que tienen ellos como asociación.

### **3.3. CONCLUSIONES.**

- Con respecto al estudio de mercado se pudo identificar que existe una demanda insatisfecha y un alta oferta en este mercado. Esta demanda existente se va a satisfacer con la creación de un centro de acopio y el servicio y producto será diferenciado en relación al que ofrece la competencia ya que este competirá en cantidad y calidad.
- Tanto los consumidores como los directivos y socios en la actualidad buscan el lugar y la manera de cómo tener ventas directas con las empresas sin necesidad de recurrir a los intermediarios, que puedan tener mayores ingresos, según la investigación realizadas las personas buscan servicios de asesoramiento y apoyo financiero para realizar proyectos que ayuden al beneficio de la asociación y a la comunidad en general.
- Unos de los puntos clave que los encuestados toman en cuenta es la cantidad y calidad del producto para poder ganar posicionamiento en el mercado.
- En base al estudio nuestro principales grupos de interés del proyecto son: los habitantes que se dedican a la extracción de sal segmentada por los

directivos, socios de la asociación “Pequeños productores de sal sector # 4 Magdalena” y consumidores finales que es nuestro mercado meta.

### **3.4. RECOMENDACIONES.**

- Es recomendable analizar los factores y atributos en una investigación de mercado y observar en cual lo hace falta mejorar para con esto tener una mayor competitividad, también se debe tomar en cuenta los factores ambientales ya que es importante para saber efecto o no.
- Proyectarnos a otros sectores del mercado a nivel provincial con la finalidad de medir a nivel local la aceptación del centro de acopio y por ende el producto y así poder establecer la factibilidad de establecer o no un centro de acopio.
- Diseñar estrategias óptimas de comercialización a otros sectores, para lo cual será necesario realizar constantemente encuestas a los consumidores después de haberles entregado el servicio y el producto.
- Se recomienda realizar diseños de propuesta para el proyecto de la creación de un centro de acopio de sal en la parroquia José Luis Tamayo.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA ASOCIACIÓN “PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL SECTOR # 4 MAGDALENA” EN JOSÉ LUIS TAMAYO-CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

#### **4.1.RESONSABLE DEL PROYECTO.**

El presente proyecto se desarrolló mediante una investigación con bases teóricas de diferentes autores relacionados con el tema y se ejecutara organizada y estructurada con el objetivo de que la Asociación de Pequeños Productores de sal tenga un lugar específico la producción y comercialización de sal.

El estudio muestra la factibilidad que determina la viabilidad económica y financiera de la asociación presentada en los estados actuales y proyectados por la Srta. María Cristina González Del Pezo, como responsable del proyecto.

#### **4.1.1. Creadores del proyecto.**

El estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la asociación “Pequeños productores de sal “sector # 4 Magdalena, provincia de Santa Elena, parroquia José Luis Tamayo, tendrá como principales promotores del siguiente listado de los socios, y como respaldo a la elaboración, socialización y ejecución del proyecto se cuenta con una carta aval por el presidente de la asociación.

**Presidente:** Fausto Marciano Del Pezo Laínez

**Vicepresidente:** Johnny Xavier Lucas Borbor

**Secretario:** Juan Víctor Del Pezo Suarez

**Tesorero:** Lucio Teodoro Del Pezo Soriano

## 4.2. PRODUCTO FINAL.

### PRODUCTO.

Es un producto de calidad, la sal blanca en diferencia de los competidores ya que es extraída de una forma adecuada e higiénica para cubrir las necesidades del cliente, el cual estará etiquetado con el nombre del centro de acopio.

#### ILUSTRACIÓN N° 2: Pilos de Sal



#### 4.2.1. Proceso de la extracción de sal.

1. **Formación de pozos de sal.** Se realiza excavaciones poco profundas de pozos de entre 2 metros de profundidad por alrededor de 50 cm de diámetro, los cuales al perforarse en su base permite la entrada de agua del mar.
2. **Bombeo de pozos.** Mediante bombas de gasolina adaptada con mangueras de hule se realiza el bombeo desde los pozos hasta las áreas (distancia de 25 metros).
3. **Evaporación de las áreas.** Mediante la acción del sol y el viento se realiza la evaporación que se forma en sal.
4. **Recolección de la sal.** Se utiliza una lampa para reunir la sal para su transporte.

**5. Transporte hacia la bodega.** Por medio de carretillas se efectúa el transporte de la sal hasta el camión para trasladarse a la bodega.

La materia prima es agua de mar que se encuentra debajo de tierras salitreras con entre 20 y 22 grados salinidad.

#### **4.2.1. Representación del producto.**

El producto va ir empacado en sus respectivos sacos y sellados, todos con un mismo peso de 1 quintal, de una manera higiénica, ya que el saco tendrá el nombre de la empresa y su logotipo.

- ❖ **Sacos:** Blanco con su respectiva logo.
- ❖ **Sal:** Color Blanca.
- ❖ **Tipo de sal:** En grano.
- ❖ **Calidad:** Sellado con las normas INEN.
- ❖ **Cantidad:** 1 quintal.

#### **4.2.2. Estimación de la calidad.**

El Centro de acopio “Produ& Sal” para valorar la calidad de la sal es necesario realizar pruebas para conocer su nivel. Además se trabajará con las normas técnicas ecuatorianas del Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN que plantea el NTE INEN 0095:79 para la sal común y el NTE INEN 0096:79 para el sal industrial.

#### **4.2.3. Justificación de la rama de actividad.**

##### **4.2.3.1. Justificación de causas ambientales.**

La presente investigación considera una gran oportunidad el hecho de colocar el centro de acopio a fin de promover el uso de la mano de obra local y de incentivar la producción artesanal. Así mismo como responsabilidad ambiental y sujetándose a las disposiciones expuestas por el ministerio de medio ambiente es claro

notificar que el proyecto no representa ningún impacto ambiental que pudiera poner en riesgo tanto a personas como a seres vivos en general de la zona.

#### **4.2.3.1.1. El centro de acopio.**

El centro de acopio de sal “Produ & Sal” es una empresa de producción y comercialización de sal blanca ubicada en el cantón Salinas “Parroquia José Luis Tamayo”. El centro de acopios # 4 Magdalena” a través de la investigación de mercado buscando así nuevos proveedores, nuevos clientes que compren sal blanca en “grano”, mediante los estudios de pre inversión que dan información eficaz, eficiente y efectiva para su sustentividad y viabilidad. Lo que persigue la creación del centro de acopio es aceptar mejores proveedores a las ventas de sal a precios justo para los socios y con ello, el logro de mayores ingresos mediante la organización del proceso de la extracción de sal. A su vez el centro acopio permitirá mejorar la planificación de la producción y fomentar programas de ventas.

Este proyecto tiene como beneficiarios a los socios de la asociación “Pequeños productores de sal” puesto que es uno de los sectores al cual debe priorizarse una fuente de desarrollo con respecto al financiamiento ya que para incrementar sus volúmenes de producción necesitan poseer maquinarias adecuadas esto incurrirá a que este proceso de la extracción de la sal sea más fácil, repercutiendo en los costos puesto que se disminuirá considerablemente. Además es fundamental priorizar sectores de actividad comercial dentro de la parroquia José Luis Tamayo cantón Salinas puesto, así no solo se buscara mejorar los ingresos de cada uno de ellos se dará apertura a incursionar en nuevos segmentos de mercados con un producto innovador y por ende no solo se cubrirá a un sector en general sino que se adapte a las nuevas condiciones socioeconómicas del sector.

#### **4.2.3.1.2. Razón social de la empresa**



La empresa deberá poseer un nombre que nos identificara dentro del mercado  
empre

sarial es por ello que se estableció el nombre “**Produ & Sal**” es adecuado para la nueva empresa, dando a conocer el producto que se va a ofrecer si no que cuando el cliente escuche le nombre pueda identificarnos como un producto de sumamente vital, y también lo importante es que mediante el cuadro de calificación de atributos para la determinación del nombre del centro de acopio.

A continuación de detalla el cuadro de calificación.

**TABLA N° 7: Determinación del nombre de la empresa.**

ATRIBUTOS	1= POCO	2= MUY POCO	3= CASI	4= ESTABLE	5= EXELENTE	
NOMBRES	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	ATRACTIVO	CLARO	SIGNIFICATIVO	TOTAL
Produ & Sal	5	5	4	5	5	24
Sal Prinn	4	3	4	4	3	18
Vid & Sal	5	5	4	5	4	23

*Fuente: Estudio de mercado del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### **4.2.3.1.3. Ventajas competitivas.**

- ✓ El centro de acopio de sal será un modelo de negocio y dará mayor énfasis al impulso empresarial que existe en José Luis Tamayo.
- ✓ El servicio que se brindara será de excelente calidad porque se contara con el personal calificado.
- ✓ La sal en grano es más saludable porque estabilizar latidos irregulares del corazón, extrae acidez de las células del cuerpo, balancea los niveles de azúcar, genera energía hidroeléctrica en el cuerpo, establece comunicación entre las células nerviosas y expulsa las flemas de los pulmones.

#### **4.2.3.1.4. Ubicación y tamaño de la empresa.**

El centro de acopio de sal “Produ & Sal” estará ubicada en la parroquia José Luis Tamayo en el “Barrio Brisas del Mar”, debido a muchos factores que se consideraron como una de ellas es la proximidad del lugar donde se extrae la sal ya que es un lugar sumamente estratégico donde fácilmente los camiones pueden realizar las compras sin tener ningún inconveniente posible y además podrá observar el proceso de la extracción de la sal en el sector Magdalena.

La venta será de manera directa a las empresas y fabricas así mismo de establecerá nuevos canales de distribución a nivel local y regional, de esta forma se desarrolla un nivel de competitividad en este sector mediante la infraestructura física creando un lugar donde la comercialización sea optimo e higiénico con el objetivo de satisfacer las necesidades de la comunidad

#### **4.2.3.1.5. Justificación de causas económicas.**

El centro de acopio de sal aportara a desarrollo socio económico de la provincia de Santa Elena pues el 25.9 % de los habitantes se dedican a la producción y comercialización de sal de manera artesanal, ya que esto incide de manera directa en ingresos económicos de los socios, pues es necesarios para el establecimientos de nuevos mercados dentro y fuera de provincia.

#### **4.2.3.1.6. Necesidades a satisfacer**

El centro de acopio “Produ & Sal” dedicada a la comercialización de sal blanca va satisfacer una de las necesidades del clientes, brindando un producto de calidad y servicio personalizado al momento de realizar una venta, se contara con el personal calificado en producción y comercialización.

#### **4.2.4. Objetivos de la empresa.**

##### **4.2.4.1.Objetivos a largo plazo:**

- ✓ Recaudar grandes utilidades para la asociación, mediante el uso y manejo estrategia de marketing para el desarrollo del centro de acopio de sal “Produ & Sal”
- ✓ Determinar segmento de mercado a través del estudio de mercado que permita cumplir con las características socioeconómicas de los clientes.
- ✓ Adquirir maquinarias de alta tecnología mediante financiamiento privado para innovar la producción de sal blanca.

##### **4.2.4.2.Objetivos a mediano plazo:**

- ✓ Expandir nuevos mercados satisfaciendo las necesidades de los clientes para ser competitivos.
- ✓ Evaluar el poder adquisitivo de los clientes mediante encuestas y la observación para la determinación del precio de nuestro producto.
- ✓ Establecer nuevos procesos de comercialización de la sal mediante la aplicación de estrategias empresariales para mejorar el sector productivo del cantón Salinas.

##### **4.2.4.3.Objetivos a corto plazo:**

- ✓ Adquirir la materia prima en buenas condiciones mediante los pequeños productores de sal para la comercialización.

- ✓ Desarrollar modelos organizacionales y administrativos considerando la estructura de la asociación para identificar necesidades del personal del trabajo.
- ✓ Estudiar las características demográficas de los clientes mediante una minuciosa investigación de mercado para la creación de productos innovadores derivados de la sal.

#### **4.2.5. Valores de la empresa.**

##### **4.2.5.1. Misión de la empresa.**

El centro de acopio de sal “Produ & Sal” dedicada a la obtención y comercialización de sal blanca poseerá como misión primordial en ofrecer productos de calidad con precios accesibles y justos con un servicio de excelencia a nuestro consumidores, estableciéndonos como la mejor opción en a la adquisición de este producto satisfaciendo así las necesidades de la comunidad en general trabajando con responsabilidad y ética.

##### **4.2.5.2. Visión de la empresa.**

El centro de acopio de sal “Produ & Sal” dedicada a la obtención y comercialización de sal blanca poseerá como visión ser una organización líder en las oportunidades de venta e innovadora compitiendo así en cantidad y calidad en la venta de sal blanca en grano a nivel nacional en los mercados grandes y centros urbanos, siendo reconocido por su excelente calidad, aportando así al nivel socio económico del País.

##### **4.2.5.3. Filosofía.**

El centro de acopio “Produ & Sal” se crea con la finalidad de ofrecer a toda la provincia de Santa Elena productos de calidad como es la sal en grano usando la

innovación ya que de esta manera se está cubriendo la necesidad y del mismo se estará aportando con el desarrollo socioeconómico de la sociedad.

#### 4.2.5.4. Valores.

Para tener una buena relación con todo los empleados que cumplen diferentes funciones dentro de la empresa, “Produ & Sal”.

**Compromiso:** Desempeñar con cada uno de los demandas requeridos por segmento de mercado.

**Claridad:** Ofrecer un producto de excelente característica, indicando la eficacia y el valor de los recursos humanos.

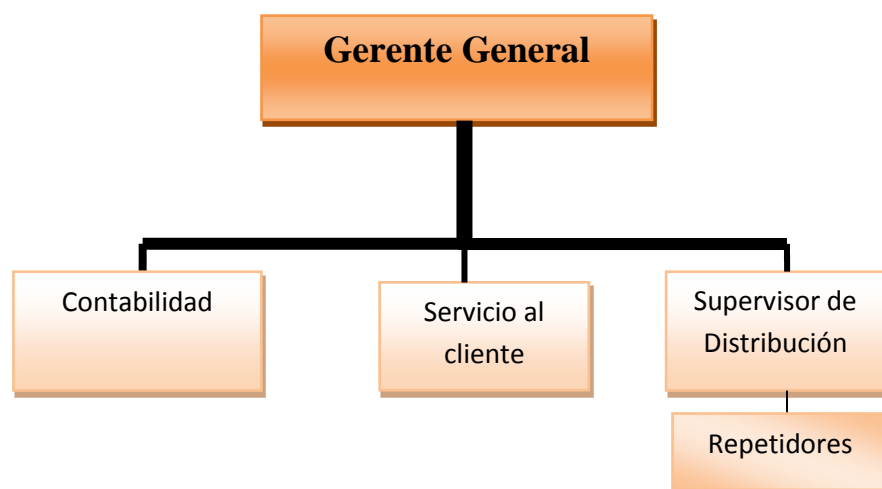
**Puntualidad:** Poseer un excelente equipo de trabajo y poder entregar nuestro producto a los mercados

**Obediencia:** Amabilidad con el público.

#### 4.2.6. Organigrama.

##### 4.2.6.1. Presentación del organigrama.

ILUSTRACIÓN N° 3 : EL ORGANIGRAMA.



*Fuente:* Estudio organizacional del centro de acopio  
*Elaboración:* María González Del Pezo

#### **4.2.6.2. Diseño de las jerarquías.**

##### **4.2.6.2.1. Departamento administrativo.**

En el área administrativa el centro de acopio “Produ & Sal” será encaminada a encomendar cargos y trabajos hacia cada uno de las áreas es por ello que se demanda un gestor que posea disposición efectiva y capacidad de trabajar duro. El departamento de gerencia debe de ser extensa debido que detallara con la parte suficiente para autorizar las actividades.

##### **4.2.6.2.2. Departamento de venta.**

Los vendedores del centro de acopio “Produ & Sal conocen los beneficios y la importancia de la sal, es obligatorio que adquieran noción de los diferentes usos que este posee. En este departamento se requiere un director de venta quién vigile a sus importadores determinados.

##### **4.2.6.3. Funciones específicas de puestos.**

❖ **Lugar:** GERENTE GENERAL.

❖ **Lugares(s) que controla claramente:**

- Obtención.
- Comercialización y ventas.
- Cálculo.

❖ **Lugar:** ADMINISTRADOR CONTABLE.

❖ **Lugar del que depende:** Administrador.

❖ **Lugar:** Supervisor de distribución.

❖ **Lugar del que depende:** Gerente.

❖ **Lugar:** Atención al cliente.

- ❖ **Lugar del que depende:** Supervisor de distribución.
- ❖ **Lugar:** Repartidores.
- ❖ **Lugar del que depende:** Supervisor de distribución.

#### **4.2.6.4. Descripción del lugar.**

El encargado es el individuo que faculta las técnicas de los empleados, también inspecciona el trabajo profesional de sus seguidores, y por ende impulsa a su personal, consiguiendo de este modo que tenga un cargo correcto.

#### **Ocupaciones.**

- ❖ Promover el progreso y entretenimiento de un buen perfil de la organización.
- ❖ Obtener medidas de forma periódica en base al entretenimiento y dirección de la estructura, por ello es indispensable un seguimiento al inicio y final.
- ❖ Plantear y ordenar la organización principal.
- ❖ Impulsar el desempeño de la tarea, enfoque y valores corporales.
- ❖ Producir una búsqueda de cada una de las acciones que ejecuta para así conservar un orden sistemático.

#### **Perfil.**

- ❖ Título de educación superior preferente en las áreas de gestión, auditoria y negocios.
- ❖ Ser inventor, creativo y moralista en sus ocupaciones.
- ❖ Que tenga conocimiento empírico en administración y gestión.



- ❖ Tener tiempo completo.
- ❖ Certificados propios y laborales.

**Preparaciones obligatorias:**

- ❖ Organización indispensable.
- ❖ Valores Humanos.
- ❖ Técnicas de gerencia.
- ❖ Proyecto de seguimiento.
- ❖ Guía de problemas.
- ❖ Conocimientos acerca de la integración de equipos de trabajo y diseño organizacional.
- ❖ Buen manejo de equipos de computación.
- ❖ Varios idiomas.

**Experiencias y habilidades.**

- ❖ Buena comunicación.
- ❖ Buena simpatía personal.
- ❖ Poseer habilidad de guía y estimulación profesional.
- ❖ Poseer habilidad de contratación.
- ❖ Correcta gestión de los procesos de organización y control.

- ❖ Poseer habilidad de tomar compromisos.
- ❖ Poseer decisión propia e inventor.

**Lugar:** DIRECTIVO REGISTRADOR.

**Lugar del que depende:** Directivo.

**Descripción del lugar.**

Desarrollará funciones de soporte en el ámbito económico conservando el excelente control contable de una organización o entidad, forma fichas registrables que son necesarios en otras áreas.

**Ocupaciones.**

- ❖ Inspeccionar los registros económicos y mercantiles de la organización.
- ❖ Confecciona los asientos financieros de forma anual.
- ❖ Probar que se efectúen con todos los procesos precisos antes de efectuar las cancelaciones.
- ❖ Operar con compromiso el departamento financiero.
- ❖ Constituir cada mes los pagos de los honorarios.
- ❖ Ejecutar las inscripciones e informaciones de los acontecimientos del proceso de estudios.
- ❖ Crear flujo de efectivo.

**Perfil.**

- ❖ Título del tercer nivel master en el área: financiera y mercantiles.

- ❖ Título en cálculo.
- ❖ Conocimiento empírico.
- ❖ Administración adecuada del español en comunicación y verbal.

**Preparaciones obligatorias:**

- ❖ Preparación en economía.
- ❖ Manejo de los sistemas como: Microsoft Word y Microsoft Excel
- ❖ Conocimientos para la manejo de sumistas, aparatos caja y computadores.

**Experiencias y habilidades.**

- ❖ Buena comunicación.
- ❖ Procesar procesamiento de datos exactos.
- ❖ Realizar flujo de efectivo.
- ❖ Buen control de dinero en efectivo.

**Género:** Indefinido.

**Edad:** 24- 35 años.

**Estado civil:** Indefinido.

**Lugar:** Supervisor de distribución.

**Lugar del que depende:** Gerente.

Persona capaz de manejar de manera eficiente y ordenada la entrega del producto, además de reportar informes de sugerencias por parte de los clientes.

**Entre sus funciones están:**

- Organizar a los repartidores para la entrega de los pedidos.
- Planificar las rutas y horarios para optimizar la entrega de manera eficiente.
- Elaboración de informes de los gastos para el mantenimiento de las motos.
- Encargado de entregar el dinero a caja por el pago del producto.
- Encargado de supervisar mantenimiento de los camiones.

**Lugar:** Atención al cliente.

**Lugar del que depende:** Supervisor de distribución.

Personal capacitado para responder las inquietudes de nuestros clientes y brindar información acerca de nuestro servicio.

**Ocupaciones:**

- Responsable de la recepción de pedidos a las empresas directas.
- Atender personalmente al cliente en nuestras oficinas.
- Informar al supervisor de distribución acerca de los pedidos del día para que este proceda con la entrega.

**Lugar:** Repartidores

**Lugar del que depende:** Supervisor de distribución.

Personal capacitado en la entrega del producto con el transporte adecuado para el mantenimiento, cuidado y conservación de la misma con el fin de que llegue a su destino en óptimas condiciones.

**Ocupaciones:**

- Cuidar los vehículos.
- Cumplir con las órdenes del supervisor de distribución; entregando el pedido en la hora y lugar acordados.
- Responsable del dinero entregado por el cliente.
- Entregar las facturas a los clientes y al supervisor un recibo de la entrega realizada.
- Evitar que los productos se estropeen en el transcurso del camino.
- Brindar un excelente servicio.

Capacidad de receptar sugerencias de manera cordial y hacerlas conocer a su supervisor inmediato.

**4.2.6.5.Capacitación del talento humano.**

Una vez definido el organigrama de la empresa es posible detectar la cantidad y perfil de los empleados que deberán ser contratados por la organización, ellos deberán pasar por un proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción de personal donde se elegirán los candidatos que reúnan los requisitos

exigidos en cada puesto de trabajo, para que su desempeño en el mismo sea eficiente y eficaz.

**TABLA N° 8: Capacitación.**

Cargo	Curso	Cantidad	Valor	Total
Gerente General		1	150,00	150,00
Contador		1	100,00	100,00
				250,00
Secretaria		1	100,00	100,00
				100,00
Supervisor de distribución		1	100,00	100,00
Repartidores 1		1	25,00	25,00
Repartidores 2		1	25,00	25,00
				150,00
				500,00

*Fuente: Estudio organizacional del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**Reclutamiento:** El centro de acopio “Produ & Sal “los procesos de selección del personal se llevarían a cabo dentro de la empresa, esto podría variar si lo hace el Gerente designado dentro de los socios o la Junta directiva, para nosotros sería bastante benéfico realizar el proceso de selección internamente, ya que se tendría un contacto directo con el personal que se contrataría lo cual nos ayudaría y evitaríamos gastos. Otra de las opciones es el reclutamiento externo en el cual se utilizara los medios de comunicación para dar conocer la vacante de un puesto laboral.

La empresa realiza una publicidad mediante radio, diarios, hojas volantes, en donde el centro de acopio “Produ & Sal “solicitando repartidores que se encargue de distribuir el producto y mantener el producto de calidad como es la sal blanca.

Reclutamiento	Cuñía Radial	Tiempo de duración
Radio Canela	3.00	3 días
Radio Amor	4.00	2 días
Diario Súper	20.00	2 días
Hoja Volante	30.00	2 días
<b>Total</b>	<b>57.00</b>	

**TABLA N° 9: Reclutamiento**

*Fuente: Estudio organizacional del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**Selección:** El personal que trabaje en la microempresa de cafetería como es el Centro de Acopio “Produ & Sal “tendrá una importancia decisiva en el buen funcionamiento para la misma.

Desde de la administración y proceso de productos hasta el acercamiento con el cliente pasando por una gestión eficaz de los recursos asignados.

♣ **Solicitud de empleo.**

El candidato debe llenar la solicitud de empleo en donde exprese todos sus datos personales, adjunte fotocopias de todos los documentos legales necesario para luego ser entrevistado por el supervisor o el propietario de la restaurante.

♣ **Entrevista.**

Durante la entrevista el supervisor tiene que evaluar la capacidad del entrevistado formulando preguntas y cuestiones referente al puesto a cubrir que ayuden al entrevistador a elegir la persona ideal para el puesto.

♣ **Referencias.**

De manera se conocerá la capacidad que tiene y su experiencia que es de mucha utilidad para el desarrollo de la empresa.

**Contrato:** La contratación se establecería a término indefinido, nombrando en un formato específico para este fin los derechos que tiene la empresa con los trabajadores de acuerdo a las cláusulas, artículos o leyes que estén vigentes por el estado para tal fin.

Los requisitos y prestaciones de ley se aplicarían de forma anual, conforme lo establezcan los decretos anuales liberados por el gobierno, en este ítem se podría aplicar una prima adicional por servicios prestados, teniendo en cuenta el desarrollo de la empresa, el desempeño de los empleados y la venta calculada anualmente.

**Inducción.**

Esta la realizara el grupo de socios quienes estarían interesados en conocer el personal que laborara para ellos, de esta forma se podrían escuchar comentarios u opiniones, para la buena marcha de la empresa, por el tamaño de nuestra empresa, la inducción se llevaría a cabo en horas no laborales, esto con el fin de que los empleados no tengan ningún tipo de presión o preocupación por tener que abandonar sus labores.

En esta inducción se podrían utilizar elementos básicos como proyector, con el fin que los empleado tenga una visión más concreta de los objetivos de la empresa expuestos por socio. Esta inducción se realizaría un mes después de comenzadas las labores y de haber completado la planta propuesta inicialmente.

**Desarrollo del talento humano:** Permite mejorar la calidad del individuo en su área de trabajo como su personalidad, donde lo hace sentir motivado para seguir aprendiendo nuevas tareas y, por ende de seguir escalando puestos dentro de la organización.



**Evaluación del cargo:** La evaluación del desempeño es un mecanismo por medio del cual el gerente del centro de acopio “Produ & Sal” se acerca a su personal, lo analiza en cada aspecto de su trabajo y a la vez lo evalúa y se basa a las características que tiene la empresa por medio del formulario que debe contener dos aspectos fundamentales:

- ❖ Capacidad de operación que se evalúa a los empleados como: Efectividad, eficiencia, relaciones humanas, disciplina, rapidez colaboración y sobre todo puntualidad.
- ❖ Cumplimiento de metas y objetivos fijados en su plan de trabajo o de evaluación.

**Tabla N° 10: CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

ESTRATEGIAS	VALORACION	INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACION
# Personas a capacitar	6	Puntualidad	Llegar a la hora puntual a la evaluación.	2
		Participación durante la jornada	Preguntar de manera objetiva si duda de preguntas.	3
Desarrollo de habilidades	11	Creatividad	Tener ideas innovadoras para la aplicar en la evaluación.	7
		Proyecciones	Conocer cuáles son los puntos financieros para proyectar las ventas.	3
Pruebas orales y escritas	11	Expresión oral	Expresar con claridad las preguntas antes sus superiores	6
		Ortografía	Escribir correctamente	4
Materiales	6	Esferos	Los necesarios para tener constancia de los impartido mediante la evaluación	1
		Cuadernos		3
		Marcadore6		1

*Fuente: María González Del Pezo*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**Relaciones de trabajo:** Para nuestra microempresa del centro de acopio “Produ & Sal” el objetivo de inducción es una forma de conocer mejor al personal que trabaja para nosotros no dejando atrás las convenciones normales u oficialmente escritas.

El desempeño, esfuerzo y la dedicación que cada uno de los funcionarios aporte a la microempresa, para realizar la respectiva distribución, salidas a las empresas y fabricas etc. esto podrían ser oportunidades para conocer la satisfacción de cada uno de ellos, con respecto a su permanencia y desarrollo laboral en la empresa.

#### **4.2.7. Estatuto de la empresa.**

Para la constitución de una empresa de cualquier índole existen procedimientos y normas específicas a seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de una empresa son:

Requisitos comerciales requisitos que se debe tramitar en la cámara de comercio del cantón La Libertad, y en cualquier notaria local, teniendo en cuenta:

Reunir los socios para constituir la empresa.

Verificar en la cámara de comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa.

Elaborar la minuta de constitución y presentarlas en la notoria con los siguientes datos básicos:

- Nombre o razón social.
- Objeto social
- Clase de sociedad y socios.
- Nacionalidad.
- Duración.

- Domicilio.
- Causales de disolución.
- Obtener la escritura pública autenticada en la notaria.
- Matricular la sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio
- Diario mayor y Balances
- Inventario
- Actas.
- Certificado de Matricula Mercantil.
- Aporte de capital.
- Representante legal y facultades.
- Distribución de utilidades.

Para llevar a cabo nuestro proyecto debemos regirnos por los reglamentos y estatutos que impone al Estado y es por ello que a continuación detallamos los siguientes requisitos:

#### **4.2.7.1.Requisitos de constitución de la organización.**

Las obligaciones para la constitución de una pequeña organización que se fortalece como una sociedad dentro del estado ecuatoriano.

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO DE SAL “PRODU & SAL”**

#### **4.2.7.2. Registro Único de Contribuyente (RUC).**

- Copia de la cedula de identidad.
- Copia del certificado de la última papeleta de votación (no más de un año de vigencia).
- Planilla de servicios básicos de los 3 últimos meses (agua, luz o teléfono).

#### **4.2.7.3. Certificado de Salud:**

- Exámenes.
- Chequeos odontológicos.
- Consulta médica (Atahualpa)

- Consulta médica (Atahualpa)
- Certificado Odontológica.
- Muestras y exámenes.
- Carpeta.

#### **4.2.7.4. Requisitos para el trámite de contratación de línea telefónica.**

- Original y copia de Cédula de Identidad a colores.
- Copia de certificado de votación.
- Copia del predio urbano del domicilio donde reside.
- Copia de planilla de agua y luz
- El trámite es personal
- En caso de empresa: Ruc y nombramiento del representante legal
- Valor de Línea \$ 98,56 residencial y \$ 134.40 comercial.

#### **4.2.7.5. Requisitos para el trámite de permiso de funcionamiento municipal. (Pequeño).**

- Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de Salud.
- Servicios de Rentas Internas (SRI)
- Pagar derecho de uso de suelo municipal.

- Solicitud del Dpto. Comisaria Municipal.
- Permiso de Higiene.
- Balance Contable de la empresa.
- Certificado del Departamento de medio ambiente.
- Realizar trámite en los Dpto. de Catastro y Rentas.
- Sacar copias de todos los documentos que se han tramitado.
- Retornar al Departamento Comisaria por firma del comisario.

El proceso de registro y control sanitario cumple con la responsabilidad de preservar la salud de nuestra población garantizando la calidad integral de los productos que se aprueban para el consumo de nuestros clientes.

#### **4.2.7.6. Seguridad e higiene industrial.**

Nuestra empresa establecerá normas preventivas con el fin de evitar accidentes y enfermedades ocupacionales-profesionales, causados por los diferentes tipos de agentes.

Por su parte, nuestra entidad suministrará ambientes positivas (mecanismo, instrumentos y materia prima) que certifiquen un mejor trabajo. Por otra parte, garantizaremos que su gente actúe con seguridad. Una empresa vigorosa se preocupa por la resistencia de sus infraestructuras, equipos (mejor trabajo y deterioros) y por la energía de su gente (integridad física y tecnológica y psicológica).

En la rama de la higiene industrial proporcionaremos las herramientas que comprometen utilizar en la labor, como en la situación como en sus funciones, para

En la rama de la higiene industrial proporcionaremos las herramientas que comprometen utilizar en la labor, como en la situación como en sus funciones, para impedir daños de bienestar de los empleados. Se les suministrará:

- Protecciones para una mejor manipulación de los equipos esenciales para la obtención del bien.
- Bastos y mecanismos.

#### **4.2.7.7. Objetivo de la seguridad e higiene industrial.**

El objetivo de la seguridad e higiene industrial el micro-empresa es prevenir los accidentes laborales de los operarios, los cuales se producen como consecuencia de las actividades de producción, por lo tanto, una producción que no contempla las medidas de seguridad e higiene no es una buena producción.

Una buena producción debe satisfacer las condicione necesarias de los tres elementos indispensables, seguridad, productividad y calidad de los productos.

### **4.3. MERCADO.**

Tiene como objetivo primordial lograr publicar y promocionar el producto que ofrece el centro de acopio en todos los mercados grandes, urbano y rural a nivel local y regional.

Dentro del estudio de oportunidades de venta que se efectúo fue un estudio piloto de cualidad para conseguir datos sobre la aprobación del centro de acopio y luego

se llevó a cabo una investigación cuantitativa de forma pro balístico de tipo descriptivo usando información primaria y secundaria.

Las características que se tomaron en cuenta fueron las siguientes:

- ❖ El mercado se identifica a que existe niveles económicos ya que se dirige el producto “sal”, dentro de la provincia de Santa Elena existen dos tipos, el nivel alto y el nivel medio.
  
- ❖ Lugares donde suelen comprar el producto la mayoría de los clientes que adquieren el producto es a través de los intermediarios.
  
- ❖ La demanda de la adquisición del producto esta principalmente en las diferentes empresas y fábricas que utilizan este producto como materia prima, el cual está dirigido el mercado objetivo.

#### **4.3.1. Estudio de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.**

##### **4.3.1.1. Estudio de la oferta.**

La oferta del presente proyecto es considerada supuesto porque no hay una empresa que se dedique exclusivamente a comercialización de la sal en la localidad, por consiguiente se estableció las siguiente consideración para determinar la competencia. El centro de acopio de sal “Produ & Sal” es un modelo de negocio especial y único en la localidad si ejecutara el presente proyecto. Según el criterio de los encuestados, cuando se les consultó donde normalmente compra los sacos de sal, un 93% del total de encuestados respondió la razón por la que estaban de acuerdo a la creación de un centro de acopio de sal es decir que no conocía ninguna existencia que brinde servicio similar. No obstante, para considerar competidores u ofertantes se tomaron en cuenta negocios



con similares características que tengan mayor relación con el mercado que se está manejando.

#### 4.3.1.2. Clientes.

A continuación los siguientes clientes potenciales.

**TABLA N° 11: Clientes potenciales.**

CLIENTES	UBICACIÓN
Las fábricas de pescados	Se encuentran ubicados dentro de provincia; Santa Rosa, Anconcito, Monte Verde, San Pablo, Chanduy, Posorja.
Las vísceras de pescados	Ubicados dentro de provincia; Santa Rosa, Anconcito, Monte Verde, San Pablo, Chanduy, Posorja, etc.
Los agricultores de palmas	Estos se encuentran ubicados dentro y fuera de la provincia como por ejemplo en la Ruta de Spondylus y en la parte de sierra.
Los ganaderos	Personas dedicadas a la cría de ganados dentro y fuera de la provincia.
Las empresas queseras	Estas empresas queseras la mayor parte de ellas se encuentran ubicadas fuera de provincia por ejemplo en la parte de Manabí.
Fábricas textiles	Se encuentra ubicadas en la parte de la sierra donde se dedican a elaborar telas y botones.

*Fuente: Estudio de mercado del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.3.1.3. Proveedores.

Los materiales directos e indirectamente que se manejan en la elaboración y venta del producto se encuentra dentro de la provincia y en la parte de Guayaquil ya se compraría al por mayor y saldría un poco más barato.

**TABLA N° 12 : Proveedores.**

MATERIA PRIMA	PROVEEDORES	CALIDAD	PROVEEDORES CALIFICADO
---------------	-------------	---------	------------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas al por mayor y menor de sal blanca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación “Pequeños Productores de sal sector # 4 Magdalena”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente</li> </ul>	✓
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas de sacos al por mayor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuidoras “Sacos Hidalgo”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy Buena</li> </ul>	✓
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piolas de cocer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferretería “Solís”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy Buena</li> </ul>	✓

*Fuente: Estudio de mercado del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### **4.3.1.4. Análisis de la competencia actual y potencial.**

Hay que tener en claro que nuevos competidores podrían plagiar la idea ya que puede ser innovadora por lo que en el sector no existe un lugar idéntico donde ofrezca sal blanca porque tendrá un servicio único y se realizara las ventas en forma directa sin tener que recurrir a los intermediarios. Se confía que las barreras de entrada para esta área no serán muy fuertes, por lo explicado ante la posible entrada de futuros competidores será necesario el apoyo de variedad de campaña publicitaria. Los beneficios que tiene el lugar es que está cerca del lugar donde se extrae la sal ya que este llamaría la atención de los clientes por lo que observaría el proceso de la extracción de la sal de una manera higiénica.

Se consideró como competidores a los siguientes negocios:

**TABLA N°13: Competencia**

<b>NOMBRE DEL COMPETIDOR</b>	<b>UBICACIÓN</b>
FABRICA “FAMOVISAL”	JOSÉ LUIS TAMAYO AV. 20-21 CALLE 12
ECUATORIANA DE SAL Y PRODUCTOS QUIMICOS C.A. (ECUASAL)	CANTÓN SALINAS, SECTOR MAR BRAVO, Y LA SEGUNDA EN LA ZONA DE PACOA, AMBAS EN LA PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FABRICA “SALFILPIL”	CANTÓN SALINAS, SECTOR MAR BRAVO
LOS INTERMEDIARIOS	JOSE LUIS TAMAYO

*Fuente: Estudio de mercado del centro de acopio*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

Los negocios mencionados están en funcionamiento, instalados en el cantón Salinas y son los que más se relacionan o tienen el 82% de las características que plantea una fábrica o negocio de dicado a la comercialización de Sal.

#### **4.3.2. Estudios situacionales.**

Se constituye el consiguiente investigación para el centro de acopio “Produ & Sal”

##### **4.3.2.1. Estimación de la demanda.**

La demanda potencial del centro de acopio de sal “Produ & sal” está definida por un porcentaje de la población objetivo que es el total de la población económicamente activa del cantón Salinas que tiene aproximadamente 22064 habitantes, considerando que los clientes como socios apoyaron la creación de un centro de acopio de sal “Produ &Sal” en la encuesta aplicada, es decir que un 93.33% que representaría en un promedio que la mayoría de la demanda potencial si está de acuerdo.

**TABLA N° 14: Demanda.**

<b>MENSUAL</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>ANUAL</b>
8333	SAL BLANCA	100000
8333	<b>Total</b>	<b>100000</b>

*Fuente: Estudio de mercado del centro de acopio*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

Entonces considerando la venta del producto detallado en cuadro # 37 es de \$100.000, que corresponde a las ventas mensuales de \$8.333.

#### **4.3.3. Matriz FODA.**

### **FORTALEZA:**

- ❖ .Favorable condiciones para el desarrollo del producto
- ❖ Productores con experiencia en la extracción de sal.
- ❖ Sal en grano blanco y de calidad.
- ❖ Utilización de mecanismo de motivación en el personal administrativo.
- ❖ Poseen espíritu de superación por parte de los socios.

### **OPORTUNIDADES:**

- ❖ Primer centro de acopio en la parroquia José Luis Tamayo.
- ❖ Aprovechar las variaciones diarias de los precios de compra (producto inicial), con la posibilidad de vender a precios más alto (mayor margen de utilidad)
- ❖ Prioridad del alcalde en promover la explotación del sector productivo.
- ❖ Competencia
- ❖ Crear páginas web que permita publicitar a la asociación al exterior.

### **DEBILIDADES:**

- ❖ Falta de capacitación a los pequeños productores, para mejorar la calidad del producto.

- ❖ La “distribución del precio” no es equitativa entre los actores: productores, intermediarios y exportadores.
- ❖ Comercialización individualizada del producto
- ❖ Informalidad en la comercialización en la zona de desarrollo del proyecto.
- ❖ En la instalación del centro de acopio tendrá un arrendamiento temporal, la debilidad es que luego que concluya el contrato el dueño no realice la venta del terreno.

**AMENAZAS:**

- ❖ Condiciones climáticas desfavorable (fenómeno del niño)
- ❖ Aumento de aranceles
- ❖ Crisis financiera económica.
- ❖ Deuda

**4.3.3.1. Estrategias de mercado.**

Son aquellas que nos van a permitir a comercializar el producto en el centro de acopio “PRODU & SAL” de manera eficiente a través del posicionamiento del producto para los posibles clientes potenciales, y de esta manera cumplir con sus objetivos.

**4.3.4. Marketing Mix.**

Para el desarrollo del Marketing Mix del centro de acopio de Sal para la Asociación “Pequeños Productores de Sal” sector # 4 Magdalena “PRODU &

SAL”, se aplicaran diferentes variables importantes para el desarrollo de la estructura. Esta estrategia de mercado se la aplicara para lograr posesionarse en la mente de los consumidores, vendiendo una imagen capaz de satisfacer las necesidades.

#### **4.3.4.1.Plaza.**

##### **¿Cómo se distribuirá el producto al inicio?**

Al inicio el producto o servicio se otorgara con la entrega directamente a los compradores en el centro de acopio y con el pedido para llevar cuando el cliente quiera.

##### **¿Cómo se dará a conocer?**

El Centro de Acopio de sal “Produ & Sal” se dará a conocer por medio de:

- Cuñas radiales.
- Hojas volantes.
- Pág. Web.
- Propaganda en TV.
- Boca a boca.

#### ILUSTRACIÓN N° 4 : Hoja volante



*Fuente: Centro de acopio de sal  
Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.3.4.2. Lanzamiento del producto.

Se realizara un evento donde habrá muestras gratis del producto ofreciendo la mejor calidad para los clientes potenciales.

#### 4.3.4.3.Precios.

Una de las estrategias que se empleara es el precio ya que es un instrumento que adquiere mucha importancia por su capacidad de generar ingresos. El precio permitirá asegurar una ventaja competitiva.

Por otro parte, es importante considerar también la relación que el precio debe tener con la imagen de la empresa. Además el precio estará fijado según las tendencias del mercado y los costos generados en la empresa

A continuación el cuadro de precio:

#### ILUSTRACIÓN N° 5 : Precio

Precios unitarios					
PRODUCTOS	2013	2014	2015	2016	2017
SAL	4,00	4,08	4,16	4,24	4,33

*Fuente: María González Del Pezo*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.3.4.4. Promoción y comercialización.

##### 4.3.4.4.1. Publicidad.

Se difundirá la campaña publicitaria, direccionada a la ubicación, precios, calidad y característica del producto, con lo que se describe “Produ & Sal”, se la realizara por medio de Tv ya que es un medio donde cada día se va posesionado en los hogares de los habitantes, así mismo está el periódico es la prensa escrita donde día a día encontramos anuncios, cuyo valor mensual por la publicidad es de \$ 350, y anualmente es \$ 4.200. A continuación se muestra el cuadro.

**TABLA N° 15: Publicidad.**

GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	ANUAL
<b>DETALLES</b>		
Publicidad y Propaganda	350	4200
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>4200</b>

*Fuente: Centro de acopio de sal*

*Elaboración: María González Del Pezo*

##### Promoción de ventas.

- ❖ Por la compra de sal al por mayor se llevara gratis un sacos sin ningún precio alguno.
- ❖ Se acumularan puntos los cuales les servirán para canjearlos por producto que ofrecerá el centro de acopio.

#### ILUSTRACIÓN N° 6 : Producto empacado.





#### 4.3.4.4.2. Slogan de la empresa.

*“Sal de la Vid”*

**ILUSTRACIÓN N° 7: Slogan de la empresa**



#### 4.3.4.4.3. Etiqueta.

La etiqueta se lo identificara a través de las iniciales P.P.S.A. que significa “Pequeños productores de sal Sociedad Anónima”, con el nombre del centro de acopio “PRODU&SAL.S.A” y también con el dibujo que quiere decir sal de la vid.

**ILUSTRACIÓN N° 8 : Etiqueta.**



#### **4.3.4.4.4. Empaque.**

Este empaque así estará diseñado con el nombre de la empresa y el registro sanitario.

#### **ILUSTRACIÓN N° 9 : Empaque.**



#### **4.4. ANÁLISIS TÉCNICO O INGENIERÍA.**

En esta parte del proyecto se procede analizar las siguientes fases de inversión, equipos y el personal. De acuerdo a los resultados del estudio de mercado, ya que así se podrán tomar decisiones sobre el tamaño del proyecto, localización, alternativas tecnológica más acorde, así mismo se identificara el proceso y distribución de la planta donde operara el proyecto.

##### **4.4.1. Establecimiento.**

La localización del presente proyecto del centro de acopio “Produ & Sal”, se utilizó el método cualitativo y cuantitativo ya que se considera varios aspecto generales importante para definir la macro localización para determinar la micro localización del centro de acopio “Produ & Sal”.

##### **4.4.1.1. Técnica de calidad.**

Consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para así asignarles valores ponderados de peso relativo, al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede asignar calificaciones a cada factor de acuerdo con una escala predeterminada, por ejemplo en este caso será de 0 a 10. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización apropiada que será la que acumule mayor puntaje.

#### 4.4.1.2. Evaluación de cualidades.

**TABLA N° 16: Evaluación cualitativa**

**Método cuantitativo por puntos.**

Factores	Peso	Sector Magdalena		Barrio Brisas del Mar	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia prima disponible	33%	8	2,64	6	1,98
Mano de obra disponible	20%	6	1,2	5	1
Costo de transporte	12%	4	0,48	4	0,48
Disponibilidad de agua	20%	5	1	2	0,4
Comunicaciones	15%	4	0,6	2	0,3
<b>Total</b>	100%		<b>5,92</b>		<b>4,16</b>

*Fuente: Centro de acopio de sal*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.4.2. Macro localización

El centro de acopio estará situado de provincia de Santa Elena.

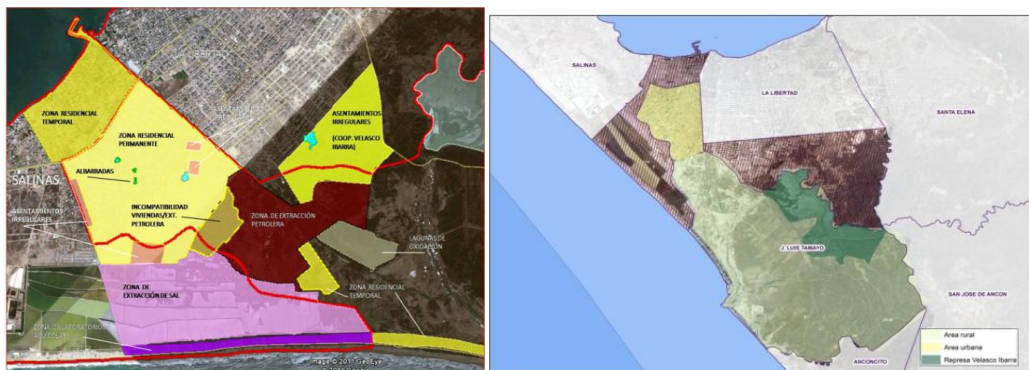
**ILUSTRACIÓN N° 10 : Mapa de macro localización**



#### 4.4.3. Micro instalación.

Este plan se creará dentro de la provincia de Santa Elena, en el cantón Salinas, parroquia José Luis Tamayo, en el sector Magdalena “San Raimundo”. Debido a muchos factores que se tomaron en cuenta como ejemplo la proximidad del área de producción, las vías terrestres. Teniendo en cuenta que estos terrenos van a tener un valor monetarios porque se va alquilar durante unos periodos, luego cuando se obtenga ganancia y realizar un acuerdo mutuo por partes de los socios y el dueño del terreno pasara a realizar la compra de dicho lote de terreno.

**ILUSTRACIÓN N° 11 : Mapa de micro localización**



#### 4.4.4. Dimensión de planta seleccionada.

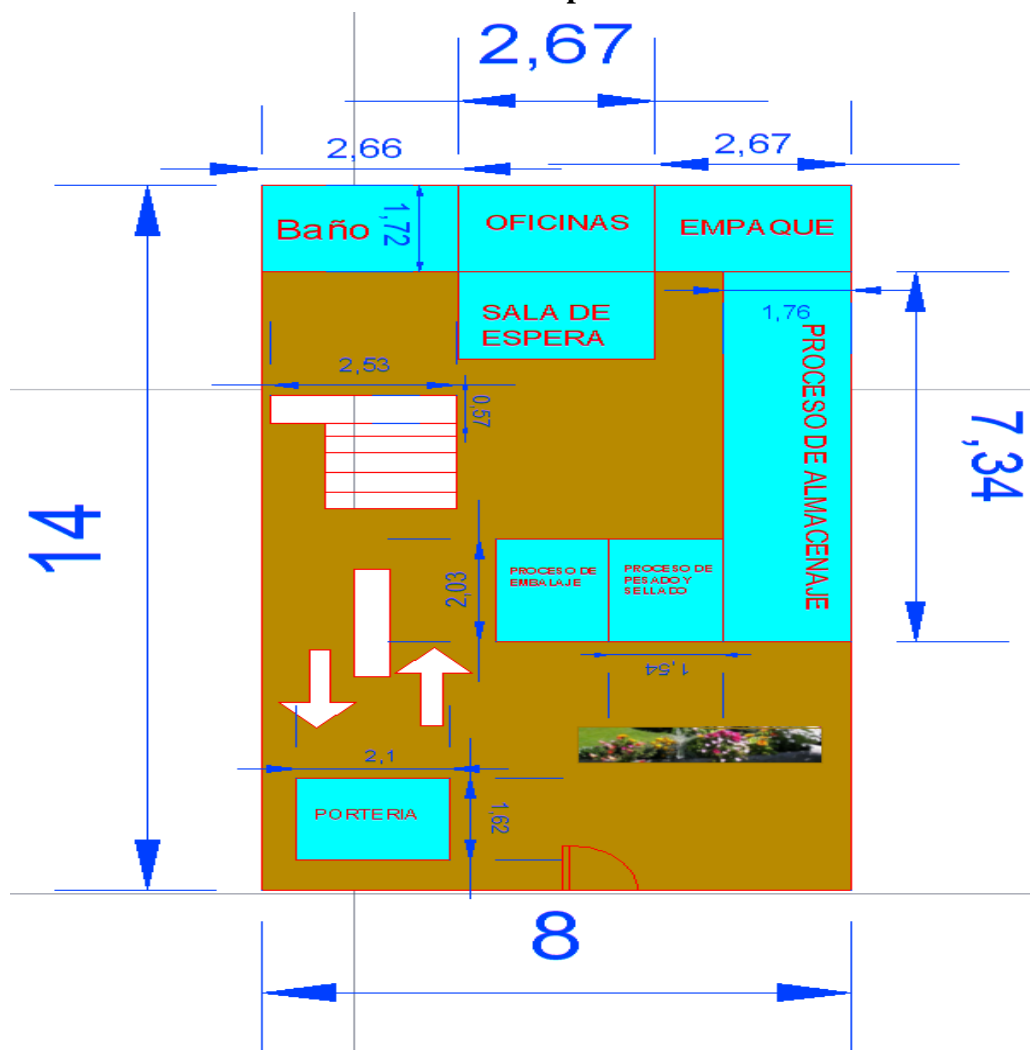
El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada de producción, para la cual se diseñó la instalación. La determinación del tamaño es la parte inicial de la ingeniería del proyecto, esta definitivamente vinculado a los datos que se generan en la etapa previa, como el estudio de mercado que se relaciona directamente en el estudio técnico.

#### 4.4.4.1. Factores que condicionan la dimensión de la planta.

El proyecto contribuirá con el desarrollo socio-económico de los socios de “PRODU & SAL.S.A” y ayudara a generar mayores ingresos para la comunidad en general. A continuación se observa el plano de “PRODU & SAL.S.A” y como va estar establecido su instalación.

#### 4.4.5. Distribución de planta.

ILUSTRACIÓN N° 12 : Mapa de macro localización.



#### 4.4.6. Infraestructuras físicas.

El terreno que se pretende adquirir está ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Salinas, la superficie necesaria para desarrollar el proyecto ha sido

estimada en un área de 24 metros cuadrados de ancho y 42 metros de largo es decir 1008 metros cuadrados, ya que este espacio existe y pertenece a unos de los socios que conforma la asociación “Pequeños Productores de Sal Sector # 4 Magdalena” donde se va a comprar con un precio de \$12.500 dólares de inversión necesaria en terreno, así mismo la infraestructura está valorada por un valor total de \$80.000 dólares por la cantidad de 1008 mts cuadrados.

El espacio establecido de cada oficina es de 1.72 mts ancho por 2.66 mts de largo, el Gerente General junto a la secretaria su espacio determinado es de 1.72 mts d ancho y 2.66 mts de largo, el área de producción con un espacio físico de 24 mts de ancho y 40 mts de largo, incluyendo el área de almacenaje.

**TABLA N° 17: Instalaciones.**

<b>TERRENO</b>		
<b>Cantidad m<sub>2</sub></b>	Concepto	C.T
<b>1008</b>	Terreno	12.500

<b>INFRAESTRUCTURA</b>		
<b>Cantidad m<sup>2</sup></b>	Concepto	C.T
<b>1008</b>	Infraestructura (2P)	80.000

*Fuente: Estudio técnico del centro de acopio  
Elaboración: María González Del Pezo*

#### **4.4.7. Producto o servicio terminado.**

El centro de acopio de sal “Produ&Sal” es una empresa de producción y comercialización de sal blanca en grano ubicada en el cantón Salinas “Parroquia José Luis Tamayo”, brindara producto como uno de ello es la sal blanca en grano que será despachada en sacos de 50Kg, ya que es extraída de una fuente más tradicional mediante la evaporación solar del agua de mar ubicada al pie de océano y además cumplirá las necesidades que requieren las diferentes empresas e industrias.

Con respecto al servicio será atendido de una manera cordial e independiente, ya que será a través de los encargados de la atención al cliente, esto tendrá un orden al momento de tomar el pedido o factura para luego realizar el embarque del pedido. Para fortalecer y optimizar el servicio se contara con trasporte que se encargue de llevar los pedidos a las diferentes empresas o industria que no cuentan con vehículo o tiempo disponible para realizar las compras del producto como es en este caso la sal blanca en grano.

**4.4.8. Capacidad productiva:** Cada socios que conforman la asociación cuentan con una o más hectáreas ya que cada una de ellas producen 100 quintales en tres semanas cuando es verano, y cuando es el tiempo de invierno se obtiene 100 quintales en tres meses, de tal manera que existe un determinado tiempo cuando se produce más, donde existe una gran diferencia en la producción, por ende existen 50 socios y cada una de ellas producen 100 a más sacos de sal, es decir que la asociación cuenta con 13 hectáreas y por lo tanto si existe mayor número de producción para satisfacer todo el mercado.

**4.4.8.1. Provisión de la materia prima.**

**4.4.8.2. Producción adecuada para el proyecto:** La producción varía ya que en los cambios climáticos se produce menos pero en temporadas existe mayor producción y por ende cada socio tiene sus respectivas hectáreas de sal.

#### **ILUSTRACIÓN N° 13 : Proceso de extracción**



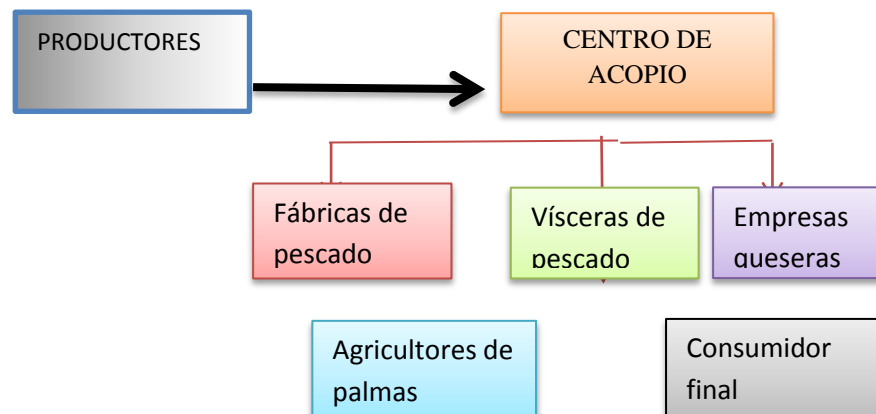
#### 4.4.8.3. Disponibilidad de insumos complementarios.

La compra de insumos complementarios para el etiquetado y embazado se podrán encontrar en la provincia de santa Elena se comprara al por mayor que resulta un menor costo.

#### 4.4.8.4. Sistema de distribución/comercialización.

El sistema a utilizarse para distribuir y comercializar los productos del centro de acopio será mediante la propia planta de producción que mantendrá las características del centro en donde se comparte espacio las áreas administrativa junto con el área de comercialización, así como la propia distribución productos donde se competitividad en calidad, cantidad del producto y la buena atención que permita lograr la satisfacción del cliente

**ILUSTRACIÓN N° 14 : Sistema de distribución**



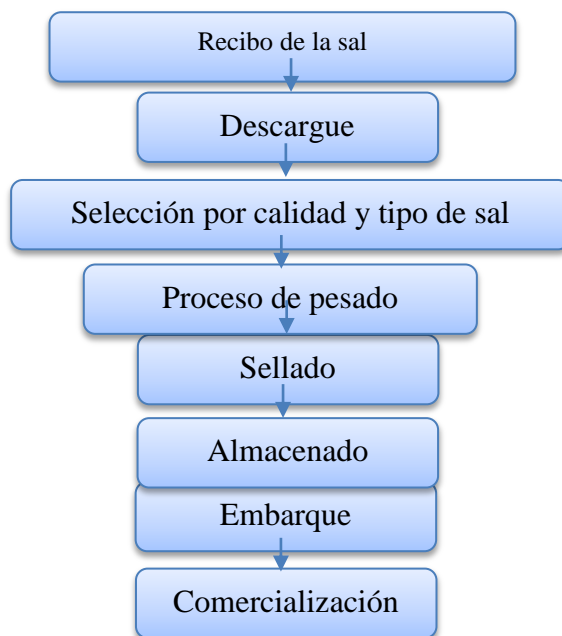
*Fuente: Estudio técnico del centro de acopio  
Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.4.9. Proceso de producción.

Para describir entonces el proceso que se llevará a cabo para la comercialización de nuestros productos, nos basaremos las descripciones. La descripción técnica o científica.



### ILUSTRACIÓN N° 15 : Centro de acopio “Produ & sal”









*Fuente:* Estudio técnico del centro de acopio  
*Elaboración:* María González Del Pezo

#### 4.4.10. Diagrama del proceso de producción.

El centro de acopio “Produ& Sal” describe sistemáticamente el proceso de comercialización de los productos, detallando las operaciones de manera secuencial a que involucra la materia prima e insumos, en su estado inicial hasta llegar a un producto terminado. Entre los métodos utilizados tenemos:

**TABLA N° 18: Diagrama de flujo de procesos**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS		
ACTIVIDAD	SÍMBOLO	RESULTADO PREPONDERANTE
Operación		Se produce o se realiza la actividad de extracción de sal.
Transporte		Traslado del producto al centro de acopio.
Demora		Se verifica la calidad o la cantidad de la sal.
Proceso		Se verifica el peso y sellado.
Almacenaje		Se guarda o se protege el producto.
Comercialización		Embarque.

*Fuente:* María González Del Pezo  
*Elaboración:* María González Del Pezo

#### **4.4.10.1. Descripción del proceso de producción.**

##### **4.4.10.1.1. Proceso de pesado y sellado.**

Antes de proceso de almacenamiento es ahí recién cuando se realiza el sellado, no sin antes pesar los sacos, ya que este proceso se lo realiza antes del empaque por que la sal al momento de hacer la compra al productor suelen llenar más del peso ya establecido que es de 50kilos, con respecto al sellado se utilizaran la cosedora industrial con piolas adecuadas.

#### **ILUSTRACIÓN N° 16 : Proceso de empaque**



##### **4.4.10.1.2. Proceso de almacenaje.**

Una vez embazado en los sacos, la sal será almacenada con sacos ya sellados con sus respectivas etiquetas, hasta que este sea comercializado a un mejor precio. Para el almacenaje los sacos de sal deben caber en un zona amplia con pale, donde los sacos serán asentado y estarán libre de impureza, con ventilación suficiente y lejos de zonas húmedas porque si el producto se llega a estar en la humedad habría perdida.

#### **ILUSTRACIÓN N° 17 : Proceso de almacenaje**



#### **4.4.10.1.3. Proceso embarque.**

Luego de ver cumplido estrictamente todos los procesos, se procede al embarque en el respectivo transporte para su venta, ya que cabe recalca que al momento de llegar al lugar de comercialización, en un porcentaje mínimo se tomara muestra para su calificación y verificación de la calidad del producto.

#### **ILUSTRACIÓN N° 18 : Proceso de embarque**



#### **4.4.11. Activos fijos.**

Este proyecto es nuevo y por lo tanto se debe de empezar de cero, así que debemos adquirir todos los equipos necesarios para poder empezar la comercialización del producto, estos equipos serán depreciados por métodos lineal recta y serán vendidos al final de su etapa en un 40% del precio que fue comprado.

##### **4.4.11.1. Distribución de activos fijos por departamento.**

De los muebles y enseres se necesitarán 6 escritorio ejecutivos de 1.50 M X 0.60 con cajonera cuyo valor es \$300, total de \$ 1800, 6 sillas giratoria gerente Cuerina negra mueble modular su valor equivale a \$ 100,00 dólares, total \$6000, también se necesitará 4 archivadores a un precio de \$135 y \$ 140 dólares, con un total de \$ 11000 dólares, todos estos con una vida útil de 10 años. El costo total de

los muebles y enseres de acuerdo a las diferentes áreas equivale a \$ 3500,00 dólares.

**TABLA N° 19 : Muebles y enseres.**

**“PRODU & SAL”**  
**Muebles y enseres**  
**Expresado en dólares**

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACION	AÑOS DEPRECIACION
ARCHIVADORES	ADM	MUEBLES Y E	4	135	540,00	10,00%	10
ARCHIVADORES	VENTAS	MUEBLES Y E	4	140	560,00	10,00%	10
ESCRITORIOS	ADM	MUEBLES Y E	2	300	600,00	10,00%	10
ESCRITORIOS	PRODUC	MUEBLES Y E	2	300	600,00	10,00%	10
ESCRITORIOS	VENTAS	MUEBLES Y E	2	300	600,00	10,00%	10
SILLAS EJECUTIVA	ADM	MUEBLES Y E	2	100	200,00	10,00%	10
SILLAS EJECUTIVA	PRODUC	MUEBLES Y E	2	100	200,00	10,00%	10
SILLAS EJECUTIVA	VENTAS	MUEBLES Y E	2	100	200,00	10,00%	10
		Total Muebles y Enseres			3,500,00		

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

En los equipos de computación se necesitarán, 4 computadoras de escritorio SONY WAIO. Procesador Intel Core 5 3230M cada una de ellas a \$1000 dólares con un total de \$4000, 2 Impresora L210 Epson + Sistema tinta continua original con una valor unitario de \$900 dólares con un total de \$1800,00. También se necesitará una caja registradora original a un precio de \$700 dólares, teniendo estos equipos una vida útil de 3 años. El total de los equipos de computación es de \$ 6500,00 dólares.

**TABLA N° 20 : Equipo de computación**

**“PRODU & SAL”**  
**Equipo de computación**

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACION	AÑOS DEPRECIACION
COMPUTADORAS	ADM	EQUIPO C	3	1.000,00	3.000,00	33,33%	3
COMPUTADORAS	PRODUC	EQUIPO C	1	1.000,00	1.000,00	33,33%	3
CAJA REGISTRADORA	VENTAS	EQUIPO C	1	700,00	700,00	33,33%	3

IMPRESORA	ADM	EQUIPO C	2	900,00	1.800,00	33,33%	3
		Total Equipo de Computación			6.500,00		

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

En los equipos de oficina se necesitarán 10 aire acondicionado marca SONY WAIO a precio de \$ 500 dólares cada una, con un total de \$ 5000,00 con una vida útil de 10 años.

**TABLA N° 21 : Equipo de oficina**

**PRODU & SAL”  
Equipo de oficina  
Expresado en dólares**

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACION	AÑOS DEPRECIACION
AIRE ACONDICIONADO	ADM	EQUIPO OFICINA	3	500,00	1.500,00	10,00%	10
AIRE ACONDICIONADO	PRODUC	EQUIPO OFICINA	7	500,00	3.500,00	10,00%	10
		Total Equipo de oficina			5.000,00		

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**4.4.12. Maquinarias y herramientas en el proceso productivo.**

Las maquinarias y herramientas se determinaron por el área de trabajo establecida que se va a necesitar para cumplir cada una de sus funciones, a la vez adquiriendo una descripción mensual y anual.

De las maquinarias de producción se necesitarán, 6 palas de manos cada una de ellas a \$25,00 dólares con un total de \$ 150,00. También se necesitarán 3 cocedoras de sacos a un precio de \$ 850,00 dólares cada una teniendo un total de

\$ 2550,00, así mismo 2 pesa “Romana” con un valor unitario de \$ 1000,00 dólares con un total de \$ 2000,00, 20 pale a \$ 15,00 dólares con un total de \$ 300,00, una montacargas a \$ 35000,00 dólares, teniendo todas las maquinarias una vida útil de 7 años. El total de maquinarias y herramientas es de \$ 40000,00 dólares.

**TABLA N° 22 : Maquinarias y herramientas en el proceso productivo.**

**“PRODU & SAL”  
Maquinarias y herramientas  
Expresado en dólares**

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACION	AÑOS DEPRECIACION
PALAS DE MANOS	PRODUC	MAQUINARIA	6	25	150,00	10,00%	7
COCEDORA DE SACOS	PRODUC	MAQUINARIA	3	850	2.550,00	10,00%	7
PESA "ROMANA"	PRODUC	MAQUINARIA	2	1000	2.000,00	10,00%	7
PALE	PRODUC	MAQUINARIA	20	15	300,00	10,00%	7
MONTACARGA	PRODUC	MAQUINARIA	1	35.000	35.000,00	10,00%	7
		Total Maquinarias			40.000,00		

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.4.10.1 Descripción de maquinarias y herramientas

**Palas de manos:** Pala cuadrada metálica con cabo de madera y mango plástico

#### ILUSTRACIÓN N° 19 : Palas de mano



**Cosedora de sacos:** Cosedora remalladora de sacos, costales, industria, se utiliza con energía eléctrica de excelente calidad a un precio estable.

### ILUSTRACIÓN N° 20 : Cosedora de sacos:



**Pesa Romana:** Tiene un peso de 130 kg. Motor de 2x7 KM se utiliza para realizar el respectivo peso de cada saco de sal.

### ILUSTRACIÓN N° 21 Pesa Romana:



**Montacargas:** Motor, gasolina sistema hidráulico en excelente condición, levanta 3.5 mts. Altura del castillo 1.90 que permitan descargar o cargar dentro del contenedor. Provisto de caja mecánica especialmente diseñado para la geografía de nuestro país neumático en excelente estado el montacargas.

### ILUSTRACIÓN N° 22 : Cosedora de sacos:



**Pale:** Pedazo de madera de 25 metro cubico, metros cúbicos 1\*40 HQ, normal a prueba de agua, pegamento de la madera dura, grueso 9. 40 mm

### ILUSTRACIÓN N° 23 : Cosedora de sacos:





#### 4.5.1.1. Recursos humanos.

El recurso más característico para el centro de acopio es el recurso humano, ya que va a permitir que las actividades se desarrollen con normalidad en el área administrativa, y los departamentos de acuerdo a las funciones encomendadas a cada una de ellas.

A continuación se detalla el personal que se solicita de acuerdo al organigrama estructural de “PRODU & SAL”

**TABLA N° 23 : Recurso humano requerido**  
**“PRODU & SAL”**  
**Recursos Humanos**  
**Expresado en dólares**

Cargo	Nombre	Código	Sueldo	Total General
Gerente General	Carolina Soriano	ADM	1.790,00	2.389,50
Contador	Pablo González	ADM	700,00	950,88
		Total ADM	2.490,00	3.340,39
Secretaria	Eugenia Franco	VTA	600,00	814,90
		Total VTA	600,00	814,90
Supervisor de distribución	Andrés Rocafuerte	MOI	500,00	682,92
		Total MOI	500,00	682,92
Repartidores 1	Eduardo Merino	MOD	500,00	682,92
Repartidores 2	Alexis Matías	MOD	500,00	682,92
		Total MOD	1.000,00	1.365,83
		Total general	4.590,00	6.204,04

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*  
*Elaboración: María González Del Pezo*

## 4.6. PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO.

### 4.6.1. Plan de inversiones.

Las inversiones y el financiamiento del proyecto exigen un análisis profundo sobre los principales bienes de capital que requiere el centro de acopio de sal para que pueda funcionar perfectamente.

El objetivo de este capítulo es analizar como la información que proveen los estudios de mercado, técnico y organizacional puede precisar la importancia de las inversiones que un proyecto debe reglamentar, a fin de ser ampliada como un historial más en la proyección del flujo de caja que viabilice su posterior estimación.

Si bien es cierta la mayor parte de las inversiones debe ejecutarse antes de la puesta en marcha del proyecto, pueden existir inversiones que sean necesarias realizar durante el transcurso de evolución ya sea porque se precise reemplazar activos desgastados o porque se solicita aumentar la capacidad en caso de ser necesario por aumentos de la demanda proyectada.

**TABLA N° 24 : Inversión Total del Proyecto  
“PRODU & SAL”  
Expresado en dólares**

Concepto	Valor
Capital de trabajo	20.000
Activos Fijos + Terreno + Inf.	172.500
<b>Total de Inversión</b>	<b>192.500</b>

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio  
Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.6.2. Inversión fija tangible

Como se puede observar en el cuadro la inversión tangible asciende a un total de \$ 172.500 dólares que corresponden a la inversión de equipos de computación, equipos de oficina, muebles de oficina, maquinarias, terreno e infraestructura para llevar a cabo las actividades del centro de acopio de sal.

**TABLA N° 25 : Inversión fija tangible**  
**“PRODU & SAL”**  
**Inversión Fija tangible**

ACTIVOS FIJOS	TOTAL
Equipos de Oficina	5000
Muebles y Enseres	3500
Equipos de Computación	6500
Maquinarias	40.000
Infraestructura	80.000
Terreno	12.000
Total	172.500

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

##### 4.6.2.1. Inversión fija intangible.

La inversión intangible es muy importante ya que son requisitos que se realiza para la obtener la respectiva documentación y así llevar en marcha la empresa, la inversión asciende en \$ 1480 dólares durante los cinco años.

**TABLA N° 26 : Inversión fija tangible**  
**“PRODU & SAL”**  
**Inversión Fija intangible**  
**Expresado en dólares**

CONCEPTO	Valor
Permiso de Sanidad	135,00
Patente municipal	1.100,00
Permiso del cuerpo/ bomb	245,00
Total Dólares	1.480,00

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.6.2.2. Capital de trabajo.

Para obtener el capital de trabajo se utilizó el método analítico donde se manejan las cuentas corrientes de la empresa entre ellos se incorporan las siguientes cuentas: Inventario, Producción Terminada, Costo de Producción, Costo de Ventas y ventas de esta manera se pone en marcha las actividades con normal desarrollo de “PRODU & SAL”, se necesita \$ 20.000 de capital, para que exista una rentabilidad favorable dentro de la administración de la empresa

**TABLA N° 27 : Capital de trabajo**

**“PRODU & SAL”  
Capital de Trabajo  
Expresado en dólares**

<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>20.000</b>
---------------------------------	---------------

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.6.3. Plan de financiamiento.

El plan de financiamiento del centro de acopio de sal “PRODU & SAL”, ha sido desarrollado de acuerdo a estudios observados en el mercado del cantón Salinas, a partir de aquello se han hecho cada uno de los estados financieros, considerando los respectivos costos y gastos y así estableciendo el personal con que se contará para preparar sus actividades administrativas y/o operativas de la empresa. Para cubrir la inversión total de \$ 192.500 dólares, será financiado el 25% de acciones comunes que corresponden a cuatro accionistas en partes iguales, es decir, \$ 77.000, cada una pertenecen al capital social del centro de acopio de sal y el 75% mediante préstamo bancario por la cantidad de \$ 115.500.

**TABLA N° 28 : Plan de financiamiento.**

CONCEPTO	%	APORTES
----------	---	---------

Acciones Comunes	25%	77.000
Préstamos Bancarios	75%	115.500
Total		192.500

*Fuente: Estudio de factibilidad*

*Elaboración: María González Del Pezo*

La entidad financiera con más arranque a créditos, por ende la matriz productiva donde le pertenece al emprendedor como ente para el progreso económico del país y por la cual se le determinó para financiar el presente proyectos se la denomina Corporación Financiera Nacional. Los financiamientos vas dirigidos a personas naturales o jurídicas.

#### **4.6.3.1. Amortización.**

El saldo bancario asciende a \$115.500, el pago se realizará en los 10 años correspondientes, a continuación se detalla la los intereses y los pagos realizados durante cada año.

**TABLA N° 29 : Tabla de amortización.**

**“PRODU & SAL”  
Tabla de Amortización  
Expresado en dólares**

PERIODO	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	SALDO FINAL
				115.500
2014	25.410	13.860	11.550	103.950
2015	24.024	12.474	11.550	92.400
2016	22.638	11.088	11.550	80.850
2017	21.252	9.702	11.550	69.300
2018	19.866	8.316	11.550	57.750
2019	18.480	6.930	11.550	46.200

2020	17.094	5.544	11.550	34.650
2021	15.708	4.158	11.550	23.100
2022	14.322	2.772	11.550	11.550
2023	12.936	1.386	11.550	0

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.6.4. Cronograma de ejecución.

Esta herramienta va a permitir medir el tiempo y poder planificar en orden cronológicamente las actividades de acuerdo al cronograma de trabajo estipulado.

**TABLA N° 30 : Cronograma de actividades de “Produ & sal”**

ACTIVIDAD	TIEMPO	MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Elaboración del estudio													
Constitución de la empresa													
Compra de terreno													
Acondicionamiento de Terreno													
Construcción de la obra civil													
Compra de mobiliario y equipo													
Instalación de mobiliario y equipo													
Inicio de operaciones													

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.6.5. Costo de operación.

El proceso de determinación de costos constituye la parte importante para el centro de acopio de sal, que permite medir el nivel de utilidad o contribución marginal en la obtención de beneficios que posee como ente competitivo, luego de cubrir con los gastos necesarios en el proceso del producto. Con relación a los rubros establecidos varían de acuerdo a los diseños que realice cada socio, se ha establecido el tiempo en que elaboran cada producto, a continuación se detallará:

**TABLA N° 31 : Costo de operación  
“PRODU & SAL”**

### Costo de Operación

PONDERACIÓN DEL COSTO				
PRODUCTO	MONTO	%	PRECIO	PONDERADO
SAL BLANCA	100000	100	1,93	2,05
Total	100000	1		2,05

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

#### 4.6.6. Ingresos.

Es el pronóstico de ventas de la empresa correspondientes a un periodo determinado, que proporciona el departamento de marketing al gerente de finanzas.

“PRODU & SAL”, ofrecerá sal blanca en grano, este producto artesanal es muy adquirido por las fabricas para su respectivo consumo, además de ser considerado como una materia prima para la elaboración de diferentes producto, su precio es muy cómodo para adquirirlo, se pronosticó de acuerdo a una variación, sus ventas son de \$ 100.000 productos diarios a continuación se detalla los ingresos anuales de acuerdo al análisis financiero.

**TABLA N° 32 : Ingresos de ventas.**

**“PRODU & SAL”  
Ingresos de Ventas  
Expresado en dólares**

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>	400.000	440.960	486.114	535.892	590.768

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

## **4.7. EVALUACIÓN FINANCIERA.**

### **4.7.1. Estados Financiero Proyectado**

El Estado Financiero se basa en cálculos estimativos de transacciones que aún no se han realizado, es un estado considerado que acompaña frecuentemente a un presupuesto. La planeación financiera es la parte importante de las instrucciones del centro de acopio de sal “PRODU & SAL”, ya que provee para guiar, coordinar y controlar los movimientos con el propósito de lograr sus objetivos.

#### **4.7.1.1. Estado de Pérdida y Ganancias**

Este documento contable muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida), de la empresa durante los 5 años determinado, además presenta la situación financiera de la empresa, tomando en cuenta los ingresos y gastos efectuados, proporcionado la utilidad neta de la empresa.

El Estado de Resultados o Estado de Pérdida y Ganancias, es un estado financiero que especifica detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante el período terminante; por lo que debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que dicha información se presente confiable para la toma de decisiones respectivamente.

El Estado de Resultados de “PRODU & SAL”, se proyectó a 5 años de vida, en los ingresos se muestra restando el costo de venta para lograr la utilidad bruta; desglosando los Gastos Operativos, Gastos Administrativos, Gastos de Ventas, para así obtener la utilidad antes de impuestos y finalmente para obtener la utilidad neta, cabe recalcar que también se consideran los financieros, intereses del préstamo anuales, los impuestos y participación de trabajadores. La Utilidad Neta para el año 2014 es de \$ 64.947, siguiendo en el años 2015 de \$ 73.082, y así sucesivamente en los años posteriores, finalmente para el año 2018 la utilidad neta es de \$ 132.249, dando como resultado que se obtendrá ganancia en el proyecto.



#### **4.7.2. Flujo de Caja.**

En este estado se muestra la tendencia de egresos e ingresos y la disponibilidad de fondos del periodo definitivo, es decir se estudia el movimiento de dinero del mercado.

Los resultados obtenidos en el flujo de efectivo consiente en conocer el dinero con que contará la empresa una vez efectuada con cada una de las obligaciones por pagar, además se evalúa la capacidad que tiene el centro de acopio de sal, para generar efectivo, así como sus necesidades de liquidez, de esta forma tomar decisiones económicas.

Las proyecciones muestran resultados variables ya que en cada año se realizan transacciones diferentes, como la compra de nuevos activos, además se realizan pagos de dividendos a los accionistas que se cancelan una vez que la empresa genere utilidades. Describiendo el Flujo de Efectivo del centro de Acopio de sal “PRODU & SAL”, se tiene una proyección de cinco años consecutivamente.

El Estado de Flujo de Efectivo en el años 2014, representa un saldo positivo de \$ 68.577, el cual indica que en este año se cumplió con sus obligaciones, así mismo del año 2015 a 2018, donde también existe todas las obligaciones necesarias, además cuenta con un saldo inicial. Como ingresos en los años 2014 se obtuvo en el primer año \$ 400.000, así posteriormente para los demás años hasta el 2018. De esta manera se analiza la utilidad bruta, utilidad Operacional y Utilidad Neta. Además se obtiene la sumatoria de la depreciación menos la inversión sumando el préstamo con el valor de desecho de los activos fijos dando como resultado el Flujo Neto del Efectivo. La empresa del mercado de liquidez aumentará de manera significativa de acuerdo a los estudios realizados donde se tomó en cuenta muchos parámetros.

### 4.7.3. Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio para la empresa “PRODU & SAL”, Se obtuvo de productos a vender 49.384,00 en valor monetario \$197.534 anuales

$$Pe_{(u)} = \frac{CF}{(PV - CV)}$$

$$Pe_{(\$)} = \frac{CF}{1 - (CV / PV)}$$

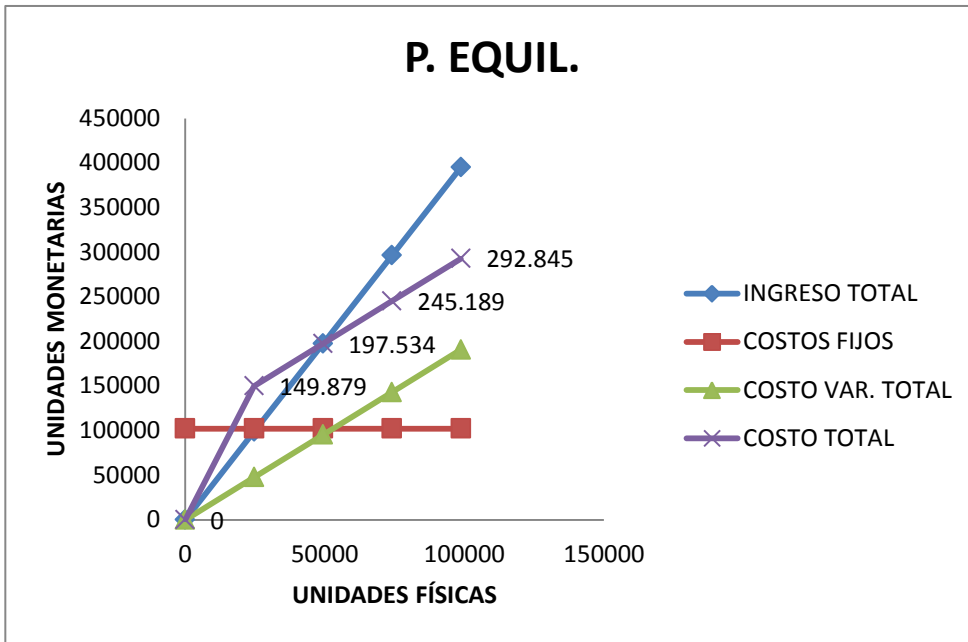
**TABLA N° 33 : Punto de equilibrio**  
**“PRODU & SAL”**  
**Punto de Equilibrio**  
**Expresado en dólares**

DATOS	
PRECIO VTA. UNITARIO	4
UNIDADES VENDIDAS	100000
INGRESO TOTAL	400000
COSTO FIJO TOTAL	102224,0
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	193000
COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS	1,9300
<b>CANTIDAD DE EQUILIBRIO</b>	<b>49.384</b>
<b>VALOR MONETARIO DE EQUIL</b>	<b>197.534</b>

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

### ILUSTRACIÓN N° 24 Punto De Equilibrio



Fuen  
te:  
Estud

io financiero del centro de acopio  
Elaboración: María González Del Pezo

## **4.8. Indicadores financieros.**

### **4.8.1. Decisión de inversión VAN y TIR.**

De acuerdo al criterio de aceptación y rechazo del método del Valor Actual Neto (VAN), que nos dice que si el Van es mayor a 0 es aceptado, y si el Van es menor a 0 es rechazado, en este proyecto los flujos futuros trasladados a valor presente neto, utilizando la tasa de costo de capital promedio ponderado y restada la inversión inicial del proyecto es \$ 358.331,26 por el cual es aceptado.

### **4.8.2. Decisión de inversión TIR.**

De acuerdo al criterio de aceptación y rechazo del método la tasa interna de retorno (TIR) nos indica que si es mayor al costo capital promedio ponderado el proyecto se acepta y si la TIR es menor al costo capital promedio ponderado el proyecto se rechaza, en este proyecto la TIR es el 42% por el cual el proyecto es aceptado.

### **4.8.3. Análisis de Sensibilidad.**

Para concluir el estudio de factibilidad se hará un análisis de sensibilidad para saber si el proyecto puede resistir a variaciones internas o externas.

Se puede observar que el proyecto es rentable con un precio de \$ 5,00 con una demanda de 12000 productos anuales, teniendo un Valor Actual Neto de \$1.164.438,26 y una Tasa Interna Retorno del 69 %, con un 2,75 de un valor negativo crea que obtenga una renta de 12000 mercancías al año, con un Valor Actual Neto de \$1.683.668,85 y una Tasa Interna Retorno 102 % y esto hace que le proyecto no sea atractivo en este escenario, con el 4,00 se entiende que la

rentabilidad tenga una demanda constante con un VAN de 1.487.484,20 y un TIR 50 %.

**TABLA N° 34 : Escenarios de sensibilidad**

**“PRODU & SAL”  
Escenario de sensibilidad  
Expresado en dólares**

ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD				
INDICADORES	ESCENARIOS			
	OPTIMISTA	PESIMISTA	PROBABLE	
PRECIO	5	2,75	4	
DEMANDA	12000	12000	12000	
RESULTADO				
PRECIO				
VAN	\$ 1.164.438,26	\$ 1.683.668,85	\$ 1.487.484,20	
TIR	69%	102%	50%	
PRI	6 AÑOS			
DEMANDA				
VAN	\$ 1.164.438,26	1683668,85	1487484,2	
TIR	0,69	1,02	0,5	
PRI	6 AÑOS	6 AÑOS	6 AÑOS	

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**Conclusión:** de acuerdo a los métodos de recuperación aplicados concluimos que el proyecto es viable.

#### **4.9. Análisis de impacto del proyecto.**

##### **4.9.1. Impacto ambiental.**

El análisis del impacto ambiental del centro de acopio “Produ & Sal” en el cantón Salinas, parroquia José Luis Tamayo.

Nuestra empresa se compromete a desarrollar las cuatro variables y lograr mayor competitividad al mismo tiempo en que contribuyen al bien común, para lo cual se requiere de la colaboración de todos los involucrados.

Lo hacemos porque todos tienen la oportunidad de crecer, de ser mejores como personas, demostrando la capacidad que poseemos cada uno de nosotros y sin alguna discriminación en el trabajo. Contrataremos a personas capaces de desarrollar sus responsabilidades y obligaciones que se presenten en horas laborables.

En resumen la responsabilidad social es mejorar, como parte de la filosofía de las empresas, la calidad de vida de sus trabajadores, las relaciones con los accionistas, proveedores, competidores y gobierno. Se trata de cumplir con su misión al mismo tiempo en que colaboramos con la construcción de una sociedad mejor, cuidando el medio ambiente. Es un enfoque a largo plazo que, de no practicarse, causaría el deterioro de la empresa y su desaparición en el futuro.

#### **4.9.2. Identificación de impacto ambiental.**

##### **Calidad del aire.**

El recurso como es el aire afectado durante la etapa de construcción principalmente por la generación de material emitido durante la actividad del movimiento de la tierra y compacto al momento de la construcción de la infraestructura, así mismo las maquinarias y vehículo que se encontraran en el desarrollo de la actividad producirán gases de combustión, es importante recalcar que estos efectos dependerán de la calidad del material y el mecánico de los vehículos utilizados en el proyecto.

##### **Nivel de ruido.**

En cuanto al ruido en esta fase se incrementaran un poco de ruido ya que por la operación de la maquinarias, vehículos, etc. Este efecto puede ser puntual pero

también local de acuerdo a lo extensivo de los niveles de presión sonora que se logren identificar.

### **Calidad del suelo.**

Los impactos al suelo van a ser negativos, debido a la probabilidad de derrames de combustibles o aceites lubricantes durante la operación de maquinarias y con respecto a la producción de sal se llevara y se aplicara las normas de calidad para que así la producción se convierta en producto de calidad.

### **Salud y seguridad ocupacional.**

Durante las actividades de construcción y en proceso de la comercialización se tomara mayor precaución en la misma, debido que se puede producir algún accidente en el momento de distribuir el producto, los trabajadores estarán asegurado



## CONCLUSIONES.

- ❖ Después de haber realizado un análisis del estudio de factibilidad a profundidad aplicando estudios de mercado se pudo observar que en la parroquia José Luis Tamayo no existe un negocio parecida a la nuestra, es decir que los resultados que se obtuvo fue que si es viable crear un centro de acopio de sal para la asociación “Pequeños Productores de sal sector # 4 Magdalena”
- ❖ De acuerdo a las investigaciones obtenidas mediante las fuentes primarias y fuentes secundarias se fundamentó teóricamente los diferentes aspectos del estudio desarrollado, ya que permitieron realizar los objetivos.
- ❖ En base al proceso metodológico donde se aplicó métodos e instrumento de investigación, se logró a identificar la población y la muestra respectiva tanto para las encuestas y entrevista que se realizaron a los elementos, donde la mayor parte están de acuerdo con la creación de un centro de acopio porque se beneficiaran la asociación y la comunidad en general.
- ❖ Podemos decir que al analizar las condición actual de los principales grupos de interés del proyecto que son: los habitantes que se dedican a la extracción de sal segmentada por los directivos, socios de la asociación “Pequeños Productores de Sal sector # 4 Magdalena”, se identificó que los socios que pertenecen dicha asociación si apoyan y acepta dicho proyecto.
- ❖ Así mismo después de elaborar y analizar las diferentes variables mediante el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero se identificó la inversión total y los indicadores económicos del proyecto ya que es aceptable debido a que el VAN es mayor a cero, lo que nos quiere decir que se recupera la inversión, además se está obteniendo utilidad satisfactoria, de acuerdo a la TIR siendo mayor a la TMRA, del mismo modo el índice de rentabilidad es mayor a 1, y se deberá cancelar el préstamo respectivo para llevar a cabo el proyecto.

## RECOMENDACIONES.

- ❖ Es recomendable a los micros empresarios aplicar un estudio de factibilidad en todas las ideas de negocio antes de realizar una inversión ya que este permitirá analizar si el proyecto es viable o no, es decir si al futuro el negocio va obtener pérdida o ganancia.
  
- ❖ Es importante destacar la capacitación permanente para los pequeños productores de las asociaciones que se encuentran dentro y fuera de la Parroquia, con el fin de mejorar en calidad de producto y para conocimiento de productor sobre las nuevas tecnología.
  
- ❖ Se impulsa al gobierno, implantar charlas o asesoría a los pequeños productores sobre la implementación de nuevos negocios en el ámbito productivo, técnico y administrativo, con el fin de mejorar sus conocimiento empírico.
  
- ❖ Se recomienda la creación de este centro de acopio para que de esta manera los productores de sal tengan ventajas competitivas al momento de realizar la comercialización en el mercado sin recurrir a los intermediarios.
  
- ❖ Se motiva a directivos que forman parte de la asociación que se proyecten a otros sectores de mercado a nivel provincial con la finalidad de medir a nivel local y regional la aceptación del centro de acopio y el producto por ende establecer estrategias óptimas de comercialización.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- ✓ Baca Urbina, Gabriel Mc Graw Hill (2006), Evaluación de Proyectos, Editora Vicentina, 4ª Edición
- ✓ Córdoba M. (2006) Evaluación de Inversiones: Un enfoque privado y social, Editorial la Republica, 1 era Edición, México.
- ✓ García Anzola. (2002) Administración Financiera I, Editorial 2000, 2da Edición, La Habana Cuba.
- ✓ Gloser Bernal y Cesar A. :(2010) La enseñanza de la matemática financiera: Un modelo didáctico mediado por TIC, 3 era Edición, Cuba.
- ✓ Hernández R, Fernández C, Baptista L. 2006. Metodología de la investigación, Editorial nueva, Hill. 150-155p, 3era Edición, México.
- ✓ López C. (2007) Gerencia de Proyectos Practical Project Management: Tips, Tactics and Tools, Editora Norma, 1ra Edición
- ✓ Manuel Galán Amador (2009), Administración de Proyectos, Editora Vicentina, 1ª Edición
- ✓ Mariano Gladys, Marketing Un Enfoque Global. 2005 (Quinta Edición). México: Ed. Mcgraw-Hill,
- ✓ Mendoza G. (2010) Para Crear Tu Propia Empresa. (Primera Edición). Ecuador: Ed. Aguilar, Grupo Santillana.

- ✓ Méndez Álvarez Carlos (2006) Microeconomía Para Empresarios, (Primera Edición). España: Ed. Bresca,
  
- ✓ Moguel Ernesto (2006). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Instituto Latinoamericano Y Del Caribe De Planificación Económica Y Social (Ilpes), Santiago de Chile
  
- ✓ Paredes G. Wilson González Msc (2009) Metodología Formal de la Investigación Científica, Editorial Limusa, isbn: 968-18-1186-0, 2da Edición, México DF, México.
  
- ✓ Pedro Cabrera.: (2005) Investigación y riesgo de los mercados financieros, Editorial Republica de Colombia, 2da Edición electrónica, Colombia.
  
- ✓ Ramón María Guadalupe (2007), Proyecto de vida y planeamiento estratégico personal, 1 era Edición, Certificado de depósito 2001-3628 Lima-Perú

# ANEXOS



nar el grado de aceptación de la creación centro de acopio de sal para la Asociación Pequeños Productores de sal sector # 4 Magdalena en José Luis Tamayo-cantón Salinas-Provincia de Santa Elena.

**DATOS GENERALES.**

<b>Género</b>		<b>Edad:</b> 18-23	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>	24- 35	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>	36 y más	<input type="checkbox"/>

**1. ¿Con que frecuencia compra los sacos de sal en grano?**

Diariamente	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Mensualmente	<input type="checkbox"/>
Anualmente	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Dónde normalmente compra los sacos de sal?**

A los intermediarios	<input type="checkbox"/>
Las fabricas	<input type="checkbox"/>
Directamente	<input type="checkbox"/>

**3. ¿Cuántos sacos de sal compra?**

25-50 sacos	<input type="checkbox"/>
51-75 sacos	<input type="checkbox"/>
76-100 sacos	<input type="checkbox"/>
100-adelante	<input type="checkbox"/>

**4. ¿Qué tipo de sal adquiere?**

Sal blanca	<input type="checkbox"/>
Sal gris	<input type="checkbox"/>
Sal colorada	<input type="checkbox"/>

**5. ¿Cómo considera usted los precios en la compra de sal?**

Caro	<input type="checkbox"/>
Normal	<input type="checkbox"/>
Barato	<input type="checkbox"/>

**6. ¿Cómo considera usted la calidad de sal que compra?**

Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

**7. ¿cree usted que la presentación es adecuada?**

Acuerdo   
De acuerdo   
Desacuerdo

**8. ¿A qué precio lo adquiere?**

1.00-1.50   
1.55-2.00   
2.00-adelante

**9. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un centro de acopio de sal con el fin de tener un lugar específico y adecuado para la compra de sal en grano?**

SI   
NO

PORQUE: \_\_\_\_\_.

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los sacos de sal?**

1.25-1.50   
1.55-2.00   
2.00-adelante

**11. Para la publicidad de nuestro nuevo servicio de la venta de sal. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación masivo es más influyente para usted?**

Periódico   
Radio   
Televisión   
Internet

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN  
ANEXO N° 3 Set Fotográfico**



ILUSTRACIÓN N° 25 : Foto



**TABLA N° 35 : Inversión  
EXPRESADO EN DÓLARES**

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACION	AÑOS DEPRECIACION	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
COMPUTADORAS	ADM	EQUIPO C	3	1.000,00	3.000,00	33,33%	3	1.000,00	1.000,00	1.000,00			3.000,00
COMPUTADORAS	PRODUC	EQUIPO C	1	1.000,00	1.000,00	33,33%	3	333,33	333,33	333,33			1.000,00
CAJA REGISTRADORA	VENTAS	EQUIPO C	1	700,00	700,00	33,33%	3	233,33	233,33	233,33			700,00
IMPRESORA	ADM	EQUIPO C	2	900,00	1.800,00	33,33%	3	600,00	600,00	600,00			1.800,00
		Total Equipo de Computación			6.500,00			2.166,67	2.166,67	2.166,67	0,00	0,00	6.500,00
AIRE ACONDICIONADO	ADM	EQUIPO OFICINA	3	500,00	1.500,00	10,00%	10	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	750,00
AIRE ACONDICIONADO	PRODUC	EQUIPO OFICINA	7	500,00	3.500,00	10,00%	10	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	1.750,00
		Total Equipo de oficina			5.000,00			500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
INSTALACIONES	ADM	Instalaciones	1	80.000,00	80.000,00	5%	20	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	20.000,00
		Total Instalaciones			80.000,00			4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	20.000,00
PALAS DE MANOS	PRODUC	MAQUINARIA	6	25	150,00	10,00%	7	21,43	21,43	21,43	21,43	21,43	107,14
COCEDORA DE SACOS	PRODUC	MAQUINARIA	3	850	2.550,00	10,00%	7	364,29	364,29	364,29	364,29	364,29	1.821,43
PESA "ROMANA"	PRODUC	MAQUINARIA	2	1000	2.000,00	10,00%	7	285,71	285,71	285,71	285,71	285,71	1.428,57

PALE	PROD UC	MAQUINARIA	20	15	300,00	10,00%	7	42,86	42,86	42,86	42,86	42,86	214,29
MONTECARGA	PROD UC	MAQUINARIA	1	35.000	35.000,0 0	10,00%	7	5.000,0 0	5.000,0 0	5.000,0 0	5.000,0 0	5.000,0 0	25.000,0 0
		Total Maquinarias			40.000,0 0			5.714,2 9	5.714,2 9	5.714,2 9	5.714,2 9	5.714,2 9	28.571,4 3
ARCHIVADORES	ADM	MUEBLES Y E	4	135	540,00	10,00%	10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	270,00
ARCHIVADORES	VENT AS	MUEBLES Y E	4	140	560,00	10,00%	10	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	280,00
ESCRITORIOS	ADM	MUEBLES Y E	2	300	600,00	10,00%	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	300,00
ESCRITORIOS	PROD UC	MUEBLES Y E	2	300	600,00	10,00%	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	300,00
ESCRITORIOS	VENT AS	MUEBLES Y E	2	300	600,00	10,00%	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	300,00
SILLAS EJECUTIVA	ADM	MUEBLES Y E	2	100	200,00	10,00%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
SILLAS EJECUTIVA	PROD UC	MUEBLES Y E	2	100	200,00	10,00%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
SILLAS EJECUTIVA	VENT AS	MUEBLES Y E	2	100	200,00	10,00%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
		Total Muebles y Enseres			3.500,00			350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	1.750,00
VEHICULOS	ADM	VEHICULO	1	25.000,00	25.000,0 0	20,00%	5	5.000,0 0	5.000,0 0	5.000,0 0	5.000,0 0	5.000,0 0	25.000,0 0
		Total general			160.000, 00			17.730, 95	17.730, 95	17.730, 95	15.564, 29	15.564, 29	84.321,4 3

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: María González Del Pezo

**TABLA N° 36 : Total de inversión  
EXPRESADO EN dólares**

Vida Proyecto	10	AÑOS
<b>Inversión Equipos de computación</b>	<b>6.500</b>	\$
AÑO DE INVERSION EQUIPO DE COMPUTO	0	AÑOS
VALOR DE RESCATE EQUIPO DE COMPUTO	650	\$
VIDA UTIL EQUIPO DE COMPUTO	3	AÑOS
<b>Inversión Terreno</b>	<b>12.500</b>	\$
AÑO DE INVERSION TERRENO	0	AÑOS
<b>Inversión Maquinaria</b>	<b>40.000</b>	\$
AÑO DE INVERSION MUEBLES DE OFICINA	0	AÑOS
VALOR DE RESCATE MUEBLES DE OFICINA	4000	\$
VIDA UTIL MUEBLES DE OFICINA	10	AÑOS
<b>Inversión Equipos de oficina</b>	<b>5.000</b>	\$
AÑO DE INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	0	AÑOS
VALOR DE RESCATE EQUIPOS DE OFICINA	500	\$
VIDA UTIL EQUIPOS DE OFICINA	5	AÑOS
<b>Inversión Muebles y Enseres</b>	<b>3.500</b>	\$
AÑO DE INVERSION MUEBLES Y ENSERES	0	AÑOS
VALOR DE RESCATE MUEBLES Y ENSERES	350	\$
VIDA UTIL MUEBLES Y ENSERES	5	AÑOS
<b>Inversión Infraestructura</b>	<b>80.000</b>	\$
AÑO DE INVERSION INFRAESTRUCTURA	0	AÑOS
VALOR DE RESCATE INFRAESTRUCTURA	8.000	\$
VIDA UTIL INFRAESTRUCTURA	20	AÑOS
<b>Inversión Vehículo</b>	<b>25.000</b>	\$
AÑO DE INVERSION VEHÍCULO	0	AÑOS
VALOR DE RESCATE VEHÍCULO	2500	\$
VIDA UTIL VEHÍCULO	5	AÑOS
<b>Inversión Capital de Trabajo</b>	<b>20.000</b>	\$
AÑO DE INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	0	AÑOS
<b>Total Inversión</b>	<b>192.500</b>	
IMPUESTO A LA RENTA	22%	%
PARTICIPACION TRABAJADORES	15%	%
DEMANDA SAL	<b>100.000</b>	SACOS
TASA DE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS	4%	%
PRECIO POR UNIDAD	<b>4</b>	\$
TASA DE CRECIMIENTO DEL PRECIO	6%	%
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	12%	%
MATERIA PRIMA	1,6	
CTO. MO	0,10	\$
CIF	0,23	
COSTO ANUAL DE MANTENIMIENTO	3.000	\$
GTOS. ADMINISTRATIVOS FIJOS	50.000	\$
GTOS DE VTAS	30.000	\$
COSTO DE CAPITAL	12%	%
INFLACION	5%	%

*Fuente: Estudio de factibilidad del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**TABLA N° 37 : Gastos de administración  
EXPRESADO EN DÓLARES**

<b>CUENTAS</b>	<b>2014</b>
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>41.304,62</b>
Sueldos	29.880,00
Beneficios Sociales	10.204,62
Capacitación	500,00
Alimentación	720,00
<b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>	<b>570,00</b>
Viáticos	220,00
Hoteles	200,00
Transporte y movilización	150,00
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	<b>207,25</b>
Energía eléctrica	105,00
Agua Potable	67,25
Telefonía	35,00
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>1.970,00</b>
Mantenimiento	1.970,00
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>1.926,67</b>
Depreciaciones	1.926,67
<b>ALQUILERES</b>	<b>2.880,00</b>
Alquileres	2.880,00
<b>IMPUESTOS Y CONTIBUCIONES</b>	<b>157,86</b>
Patente	32,00
1.5 x mil a los activos totales	100,00
Cuerpo de Bomberos	25,86
<b>OTROS</b>	<b>687,60</b>
Papelería y suministros	204,00
Matriculación de Vehículos	150,00
Seguros	255,60
Otros (Imprevistos)	78,00
<b>Amortizaciones</b>	<b>296,00</b>
Gastos de Constitución	296,00
<b>Total gastos de Administración</b>	<b>50.000,00</b>

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio  
Elaboración: María González Del Pezo*

**TABLA N° 38 : Gastos de administración  
EXPRESADO EN DÓLARES**

<b>CUENTAS</b>	<b>2014</b>
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>10.998,80</b>
Sueldos	7.200,00
Beneficios Sociales	2.578,80
Capacitación	500,00
Alimentación	720,00
<b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>	<b>570,00</b>
Viáticos	220,00
Hoteles	200,00
Transporte y movilización	150,00
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	<b>726,75</b>
Energía eléctrica	315,00
Agua Potable	201,75
Telefonía	210,00
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>325,00</b>
Mantenimiento	325,00
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>56,00</b>
Depreciaciones	56,00
<b>ALQUILERES</b>	<b>4.320,00</b>
Alquileres	4.320,00
<b>IMPUESTOS Y CONTIBUCIONES</b>	<b>127,45</b>
Patente	105,00
1.5 x mil a los activos totales	7,45
Cuerpo de Bomberos	15,00
<b>OTROS</b>	<b>12.876,00</b>
Papelería y suministros	3.720,00
Matriculación de vehículos	700,00
Seguros	56,00
Otros (Imprevistos)	8.400,00
<b>Total gastos de Venta</b>	<b>30.000,00</b>

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**TABLA N° 39 : Costo de la inversión**

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>
Inversión Equipos de computación	-6.500
Inversión Equipos de oficina	-5.000
Inversión Muebles y Enseres	-3.500
Inversión Maquinaria	-40.000
Inversión Terrenos	-12.500
Inversión Vehículo	-25.000
Inversión Infraestructura	-80.000
Inversión Capital de Trabajo	-20.000

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**TABLA N° 40 : Flujo de caja**

**Expresado en dólares**

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>											
INGRESOS BRUTOS	400.000	440.960	486.114	535.892	590.768	651.262	717.952	791.470	872.516	961.862	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	193.000	219.076	248.749	282.523	320.971	364.751	414.611	471.405	536.110	609.840	
COSTOS OPERATIVO	93.860	96.474	99.288	102.312	105.557	109.033	112.752	116.726	120.968	125.492	
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	14.694	16.535	18.435	20.089	22.066	23.148	24.822	26.734	28.549	29.920	
PAGO DE PRESTAMO	11.550	11.550	11.550	11.550	11.550	11.550	11.550	11.550	11.550	11.550	
PAGO DE IMPUESTO	18.319	20.613	22.982	25.044	27.510	28.858	30.945	33.329	35.591	37.301	
<b>CASH FLOW</b>	<b>68.577</b>	<b>76.712</b>	<b>85.111</b>	<b>94.374</b>	<b>103.114</b>	<b>113.923</b>	<b>123.273</b>	<b>131.726</b>	<b>139.748</b>	<b>147.759</b>	
<b>CASH FREE</b>											
Inversión Equipos de computación	-6500	0	0	-6500	0	0	-6500	0	0	-6500	0
Inversión Equipos de oficina	-5000	0	0	0	0	-5000	0	0	0	0	0
Inversión Muebles y Enseres	-3500	0	0	0	0	-3500	0	0	0	0	0
Inversión Maquinaria	-40000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Terrenos	-12500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Vehículo	-25000	0	0	0	0	-25000	0	0	0	0	0
Inversión Infraestructura	-80000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-20000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Equipos de computación		0	0	650	0	0	650	0	0	650	0
Recuperación Equipos de oficina		0	0	0	0	500	0	0	0	0	500
Recuperación Maquinarias y herramientas		0	0	0	0	350	0	0	0	0	350
Recuperación Vehículo		0	0	0	0	2.500	0	0	0	0	2.500
Recuperación Muebles de Oficina		0	0	0	0	4.000	0	0	0	0	4.000
Recuperación Capital de Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	20.000
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>	<b>-192.500</b>	<b>68.577</b>	<b>76.712</b>	<b>79.261</b>	<b>94.374</b>	<b>76.964</b>	<b>108.073</b>	<b>123.273</b>	<b>131.726</b>	<b>133.898</b>	<b>175.109</b>
		-123.923	-44.662	34.599							
<b>VAN</b>	<b>\$ 358.331,26</b>										
<b>TIR</b>	<b>42%</b>										

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**TABLA N° 41 : Estado de resultados**  
**Expresado en dólares**

**ESTADO DE RESULTADOS**

<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>400.000</b>	<b>440.960</b>	<b>486.114</b>	<b>535.892</b>	<b>590.768</b>	<b>651.262</b>	<b>717.952</b>	<b>791.470</b>	<b>872.516</b>	<b>961.862</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
MATERIA PRIMA	160.000	183.040	209.398	239.551	274.046	313.509	358.654	410.301	469.384	536.975
MANO DE OBRA	10.000	10.920	11.925	13.022	14.220	15.528	16.956	18.516	20.220	22.080
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN	23.000	25.116	27.427	29.950	32.705	35.714	39.000	42.588	46.506	50.785
Depreciación Equipos de computación	390	390	390	780	780	780	1.170	1.170	1.170	1.560
Depreciación Equipos de oficina	180	180	180	180	180	360	360	360	360	360
Depreciación Muebles y Enseres	126	126	126	126	126	252	252	252	252	252
Depreciación Maquinaria	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
Depreciación Infraestructura	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>199.816</b>	<b>225.892</b>	<b>255.565</b>	<b>289.729</b>	<b>328.177</b>	<b>372.263</b>	<b>422.513</b>	<b>479.307</b>	<b>544.012</b>	<b>618.132</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>200.184</b>	<b>215.068</b>	<b>230.549</b>	<b>246.164</b>	<b>262.590</b>	<b>278.999</b>	<b>295.439</b>	<b>312.163</b>	<b>328.505</b>	<b>343.730</b>
Gastos Administrativos	50.000	52.500	55.125	57.881	60.775	63.814	67.005	70.355	73.873	77.566
Gastos de Ventas	30.000	31.500	33.075	34.729	36.465	38.288	40.203	42.213	44.324	46.540
Gastos de Intereses	13.860	12.474	11.088	9.702	8.316	6.930	5.544	4.158	2.772	1.386
Depreciación Equipos de computación	1.560	1.560	1.560	3.120	3.120	3.120	4.680	4.680	4.680	6.240
Depreciación Equipos de oficina	720	720	720	720	720	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Depreciación Muebles y Enseres	504	504	504	504	504	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008
Depreciación vehículo	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Depreciación Infraestructura	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
<b>TOTAL COSTO OPERATIVOS</b>	<b>102.224</b>	<b>104.838</b>	<b>107.652</b>	<b>112.236</b>	<b>115.481</b>	<b>124.681</b>	<b>129.960</b>	<b>133.934</b>	<b>138.176</b>	<b>144.260</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>97.960</b>	<b>110.230</b>	<b>122.897</b>	<b>133.928</b>	<b>147.110</b>	<b>154.319</b>	<b>165.479</b>	<b>178.229</b>	<b>190.328</b>	<b>199.470</b>
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	14.694	16.535	18.435	20.089	22.066	23.148	24.822	26.734	28.549	29.920
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	83.266	93.696	104.463	113.839	125.043	131.171	140.657	151.495	161.779	169.549
22% IMPUESTO RENTA	18.319	20.613	22.982	25.044	27.510	28.858	30.945	33.329	35.591	37.301
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>64.947</b>	<b>73.082</b>	<b>81.481</b>	<b>88.794</b>	<b>97.534</b>	<b>102.313</b>	<b>109.713</b>	<b>118.166</b>	<b>126.188</b>	<b>132.249</b>

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*



**TABLA N° 42 : Balance general**  
**Expresado en dólares**

<b>ACTIVOS</b>		2014	2015	2016	2017	2018
EFFECTIVO	20.000	88.577	165.290	250.401	344.775	447.889
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipos de computación	6.500	6.500	6.500	6.500	13.000	13.000
DEP.EQUIPO COMPUTO		1.950	3.900	5.850	7.800	11.750
Equipos de oficina	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
DEP.EQUIPO OFICINA		900	1.800	2.700	3.600	4.500
MAQUINARIAS	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
DEPRECIACION MAQUINARIA		3.600	7.200	10.800	19.380	28.290
VEHICULO	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
DEPRECIACION VEHICULO		4.500	9000	13500	23360	22500
Muebles y Enseres	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500
DEP.MUEBLES Y ENSERES		630	1.260	3.780	2.520	3.150
Infraestructura	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
DEP. INFRAESTRUCTURA		3.600	7.200	10.800	14.400	18.000
TERRENO	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>172.500</b>	<b>157.320</b>	<b>142.140</b>	<b>125.070</b>	<b>107.940</b>	<b>90.810</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>192.500</b>	<b>245.897</b>	<b>307.430</b>	<b>375.471</b>	<b>452.715</b>	<b>538.699</b>
<b>PASIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	115.500	103.950	92.400	80.850	69.300	57.750
PATRIMONIO						
CAPITAL	77.000	77.000	77.000	77.000	77.000	77.000
UTILIDAD DEL EJERCICIO		64.947	138.030	217.621	306.415	403.949
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>192.500</b>	<b>245.897</b>	<b>307.430</b>	<b>375.471</b>	<b>452.715</b>	<b>538.699</b>

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

*Elaboración: María González Del Pezo*

**TABLA N° 43 : Rol de pago  
Expresado en dólares**

Cargo	Nombre	Código	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Gerente General	Carolina Soriano	ADM	1.790,00	149,17	27,00	74,58	199,59	149,17	599,50	2.389,50	28.674,02	30.107,72	31.613,11	33.193,76	34.853,45	158.442,06
Contador	Pablo González	ADM	700,00	58,33	27,00	29,17	78,05	58,33	250,88	950,88	11.410,60	11.981,13	12.580,19	13.209,20	13.869,66	63.050,77
		Total ADM	2.490,00	207,50	54,00	103,75	277,64	207,50	850,39	3.340,39	40.084,62	42.088,85	44.193,29	46.402,96	48.723,11	221.492,83
Secretaria	Eugenia Franco	VTA	600,00	50,00	23,00	25,00	66,90	50,00	214,90	814,90	9.778,80	10.267,74	10.781,13	11.320,18	11.886,19	54.034,04
		Total VTA	600,00	50,00	23,00	25,00	66,90	50,00	214,90	814,90	9.778,80	10.267,74	10.781,13	11.320,18	11.886,19	54.034,04
Supervisor de distribución	Andrés Rocafuerte	MOI	500,00	41,67	23,00	20,83	55,75	41,67	182,92	682,92	8.195,00	8.604,75	9.034,99	9.486,74	9.961,07	45.282,55
		Total MOI	500,00	41,67	23,00	20,83	55,75	41,67	182,92	682,92	8.195,00	8.604,75	9.034,99	9.486,74	9.961,07	45.282,55
Repartidores 1	Eduardo Merino	MOD	500,00	41,67	23,00	20,83	55,75	41,67	182,92	682,92	8.195,00	8.604,75	9.034,99	9.486,74	9.961,07	45.282,55
Repartidores 2	Alexis Matías	MOD	500,00	41,67	23,00	20,83	55,75	41,67	182,92	682,92	8.195,00	8.604,75	9.034,99	9.486,74	9.961,07	45.282,55
		Total MOD	1.000,00	83,33	46,00	41,67	111,50	83,33	365,83	1.365,83	16.390,00	17.209,50	18.069,98	18.973,47	19.922,15	90.565,10
		Total general	4.590,00	382,50	146,00	191,25	511,79	382,50	1.614,04	6.204,04	74.448,42	78.170,84	82.079,38	86.183,35	90.492,52	411.374,52

*Fuente: Estudio financiero del centro de acopio*

**Elaboración:**

*María*

*González*

*Del*

*Pezo*

## ANEXO N°: 4 Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE SAL PARA LA "ASOCIACIÓN PEQUEÑOS PRODUCTORES DE SAL" SECTOR # 4 MAGDALENA			
<b>Problema Principal</b>			
¿Cómo influye la creación de un centro de acopio de sal para la Asociación Pequeños Productores de sal sector # 4 magdalena" ?			
Fin del proyecto		Indicadores	
Creación de un centro de acopio de sal para la Asociación Pequeños Productores de sal sector # 4 magdalena"		* Encuestas a los clientes potenciales de Provincia de Santa Elena y entrevista a los productores de sal.	
Propósito del Proyecto		Indicador	
Crear un Centro de acopio de sal con el fin de mejorar la comercialización de la sal, mejorando el nivel económico de los productores convirtiendo así a la Parroquia José Luis Tamayo en una zona comercial y compitiendo en calidad y cantidad con grandes empresas ya posicionadas para que el producto ingrese al mercado.		* Número de productores que existen en la Parroquia José Luis Tamayo. *Número de clientes potenciales que están de acuerdo en crear el Centro de Acopio	
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Actividades
*Establecer nuevos procesos de comercialización de la sal mediante la aplicación de estrategias empresariales para mejorar el sector productivo del Cantón Salinas	Impulsar a los productores el desarrollo empresarial	Estudio Situacional de la Parroquia y del Cantón Salinas	* Adquirir materia prima en buena condición. * Resultados del Estudio.
* Estudiar las características demográficas de los clientes mediante una minuciosa investigación de mercado.	Producto de calidad logrando cubrir las necesidades del cliente mediante un proceso adecuada	Estrategia de segmentación y Marketing mix	* Evaluar el poder adquisitivo de los clientes. *Realizar un estudio de mercado para evaluar a los competidores.
* Incrementar fuentes de trabajo en la Parroquia José Luis Tamayo.	Avalar un ambiente de trabajo adecuado para el personal que va elaborar en el Centro de Acopio	Modelos de capacitación y motivación para el personal	* Identificar las necesidades del personal del trabajo. *Seleccionar las funciones específicas. *Presupuesto de capacitación
* Determinar los beneficios que produciría en los productores de sal y en la población con la creación del centro de acopio en la Parroquia José Luis Tamayo.	Conseguir que los socios, empleados y los clientes se sientan satisfechos en comprar el producto	Estrategia de comunicación	* Análisis del área para la ejecución del proyecto. * Innovación en técnicas de atención al cliente. * Establecer los presupuestos para la inversión.
* Evaluar el análisis financiero estimando los gastos necesarios para la inversión del Centro de Acopio	Producto a Vender	Estrategia de precio	* Determinar el VAN y TIR con los costos reales, análisis de la demanda. * Realizar un financiamiento por medio de una institución financieras y un capital propio. *Ejecución de la propuesta