



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE
SANTA ELENA**

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA
PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: BRÍGIDA CAROLINA RIVERA FLORES.

TUTORA: ING. SABINA VILLÓN PERERO, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE
SANTA ELENA**

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA
PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: BRÍGIDA CAROLINA RIVERA FLORES.

TUTORA: ING. SABINA VILLÓN PERERO, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, 20 de enero de 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**, elaborado por **RIVERA FLORES BRÍGIDA CAROLINA** 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 Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

**Ing. SABINA VILLÓN PERERO MSc.
TUTORA**

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 20 de enero del 2015

Atentamente,

.....

Brígida Carolina Rivera Flores

C.I. 0924543028

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación primeramente a DIOS, que siempre me ha sabido guiar, cuidar mi camino y fortalece en todos los pasos que doy.

También quiero dedicarle este trabajo de manera muy especial a mi madre Lolita Flores Suarez quien con su esfuerzo ha sabido guiarme con sus principios y valores brindándome su amor y apoyo para seguir adelante, a mis hijos Nahim y Eiker, pilar fundamental en mi vida quienes me han apoyado con su amor incondicional y a personas especiales que sirvieron de soporte para la culminación de mi carrera.

Carolina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por abrirme sus puertas, a los Docentes por impartir sus conocimientos en las aulas de clases y formarme como profesional.

También agradezco a mi tutor Ing. Sabina Villón, a la Econ. Hermelinda Cochea, al Econ. Feliz Tigreiro González por guiarme con sus conocimientos en cada paso del desarrollo de mi trabajo de Investigación y ser parte de mi formación profesional.

Carolina

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá, MSc.
PROFESORA DEL ÁREA

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.
PROFESORA -TUTOR

Abg. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

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

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO, EN LA
PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.

AUTORA: BRÍGIDA CAROLINA RIVERA FLORES.

TUTORA: ING. SABINA VILLÓN PERERO MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en el Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia de Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, la propuesta se crea con la necesidad de fomentar el desarrollo económico de la parroquia y sus habitantes que les permita de esa manera demostrar sus capacidades, habiendo investigado la principal materia prima que es el pescado que va a ser utilizado para el salado que es una manera de conservación del producto. Este proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad financiera para el desarrollo del presente proyecto, de esta manera el proyecto se realiza estudios mercado, técnicos, y financieros, que permitieron establecer la factibilidad de la empresa “Labrisa S.A.”. En el estudio de mercado se determinó las expectativas de los gustos y preferencias de los consumidores, distribuidores y empresarios que permitieron obtener información cuantitativa y cualitativa que permitió conocer la realidad de problema y de esa manera buscar los mecanismos necesarios para aprovecharlos y aplicar en la propuesta. El estudio técnico se determina la ubicación de la planta, los equipos y materiales para procesar el producto, el recurso humano que se utilizará y la capacidad necesaria de la materia prima para su respectivo procesamiento para obtener el producto final. Una vez analizado e interpretado el estudio de mercado, técnico procedemos a realizar el estudio financiero que determinará el valor actual neto (VAN) que es \$ 156,540.75 y la tasa interna de retorno (TIR) con un 31%, donde se establece que el proyecto es rentable. En el marco legal la empresa estará constituida legalmente denominada como sociedad anónima (S.A.) y obtener todos los requisitos necesarios para la misma.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
TRIBUNAL DE GRADO.....	vii
RESUMEN	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xix
INTRODUCCIÓN	1
El Problema.....	2
Planteamiento del Problema	2
Formulación del Problema.....	4
Sistematización del Problema	5
Objetivos.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivo Específicos.....	5
Hipótesis	6
Operacionalización de las Variables.....	6
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO	
1.1. RESEÑA HISTÓRICA.....	9
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	111
1.2.1. Estudio de Factibilidad.....	111
1.2.1.2. Objetivos del Estudio de Factibilidad	12

1.2.2. Etapas del Estudio de Factibilidad	12
1.2.2.1. Estudio de Mercado.....	12
1.2.2.2. Estudio Técnico.....	14
1.2.2.3. Análisis Financiero.....	16
1.3. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL.....	18
1.4. ANÁLISIS ECONÓMICO	20
1.4.1. PIB del sector	20
1.4.2. Inflación	20
1.5. RECURSO DEL ÁREA DE ESTUDIO	21
1.5.1. Pesca en el Ecuador.....	21
1.5.2. Sistema de captura en el puerto de Anconcito	23
1.5.3. Diferentes sistemas de pesca en Anconcito.....	23
1.5.4. Temporada de pesca en el puerto Anconcito	25
1.6. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	26
1.6.1. Pesca artesanal	26
1.6.2. Pesca industrial	26
1.6.3. Historia de preservación de los alimentos.....	27
1.7. DERIVADOS DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	28
1.7.1. Especies capturadas en el puerto de Anconcito	28
1.7.2. Tipos de pescado que se utilizan para el salado	29
1.7.2.1. Dorado.....	29
1.7.2.2. Albacora.....	29
1.7.2.3. Bonito.....	30
1.7.2.4. Bacalao.....	30
1.8. PRODUCTO FINAL	30
1.8.1. Descripción del secado de Pescado Salado.....	30
1.8.1.1. Pescado.....	30
1.8.1.2. Sal.....	31
1.8.1.3. Tipos de Salado.....	31
1.8.1.4. Secado	32
1.9. MARCO LEGAL.....	34

1.9.1. Constitución de la República	34
1.9.2. Plan del Buen Vivir.....	36
1.9.3. Impacto Ambiental.....	36
1.9.3.1. Leyes Ambientales en el Ecuador	36
1.10. LA EMPRESA.....	38

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	40
2.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	41
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	42
2.3.1. Investigación Bibliográfica	42
2.3.2. Investigación de Campo.....	43
2.3.3. Encuestas y Entrevista.....	43
2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	45
2.4.1. Método de Observación	45
2.4.2. Método Inductivo.....	45
2.4.3. Método Deductivo.....	46
2.4.4. Método Histórico Lógico	46
2.4.5. Método de Análisis	46
2.4.6. Método de Síntesis	46
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	47
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	48
2.6.1. Población.....	48
2.6.2. Muestra.....	49
2.7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	51

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. ENCUESTAS DE LOS CONSUMIDORES.....	53
3.2. ENCUESTAS DE LOS DISTRIBUIDORES.....	64

3.3. ENTREVISTA A EMPRESARIOS.....	74
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES.....	78

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD EJECUTORA	79
4.1.1. Responsable del Proyecto	79
4.1.2. Promotores del Proyecto	79
4.1.3. Actividad Económica.....	80
4.1.4. Ubicación	80
4.1.4.1. Macro Localización.....	81
4.1.4.2. Micro Localización	81
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA	83
4.2.1. Constitución de la Empresa.....	83
4.2.1.1. Misión	83
4.2.1.2. Visión.....	83
4.2.1.3. Meta	83
4.2.1.4. Valores	84
4.2.1.5. Responsabilidad Social	84
4.2.1.6. Nombre de la Empresa.....	85
4.2.2. Objetivos	85
4.2.2.1. Objetivo General.....	85
4.2.2.2. Objetivos Específicos.....	86
4.2.3. Producto a Ofrecer	86
4.2.4. Justificación e Importancia	86
4.3. MERCADO.....	88
4.3.1. Análisis de las Fuerzas Competitivas de Mercado.....	88
4.3.1.1. Clientes.....	89

4.3.1.2. Análisis de la Competencia Actual y Potencial	90
4.3.1.3. Proveedores	90
4.3.1.4. Valoración de la Demanda	90
4.3.2. Análisis de la demanda.....	91
4.3.2.1. Selección del Mercado Meta.....	91
4.3.2.2. Análisis de la Oferta.....	91
4.3.2.3. Análisis de Precios	91
4.3.3. Análisis Situacional.....	92
4.3.3.1. Definición y Cuantificación de los Segmentos del Mercado	92
4.3.3.2. Herramienta Foda.....	93
4.3.4. Estrategia de Mercadeo	94
4.3.4.1. Producto	94
4.3.4.2. Precio	99
4.3.4.3. Plaza	99
4.3.4.4. Distribución.....	99
4.3.4.5. Sistema de Comercialización	99
4.3.4.6. Publicidad.....	99
4.4. ESTUDIO TÉCNICO	100
4.4.1. Tamaño de Planta Seleccionado.....	100
4.4.2. Proceso de producción	101
4.4.2.1. Pescado Salado.....	101
4.4.2.2. Descripción del Proceso.....	103
4.4.2.3. Control de Calidad	104
4.4.2.4. Factores que afectan la salazón	105
4.4.3. Programa de Producción	106
4.4.4. Recurso Requerido	108
4.4.6. Maquinarias y Equipos.....	110
4.4.7. Recurso Humano.....	113
4.4.7.1. Organigrama de la Empresa	113
4.4.7.2. Descripción de Puestos	114
4.4.8. Materias Primas.....	122

4.4.9. Permisos.....	123
4.5. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO.....	127
4.5.1. Plan Inversión.....	127
4.5.1.1. Inversión Fija Tangible.....	128
4.5.1.2. Inversión Fija Intangible.....	131
4.5.1.3. Capital de Trabajo.....	131
4.5.2. Plan de Financiamiento.....	132
4.5.3. Cronograma de Ejecución.....	133
4.5.4. Costo de Operación.....	133
4.5.5. Ingresos.....	134
4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	135
4.6.1. Estados Financieros Proyectados.....	135
4.6.1.1. Estado de Ganancias y Pérdidas o Estado de Resultado.....	135
4.6.1.2. Flujo de Efectivo (Corriente De Liquidez).....	137
4.6.1.3. Balance General.....	138
4.6.2. Indicadores de Rentabilidad de la Inversión.....	139
4.6.2.1. Tasa Interna de Retorno.....	139
4.6.2.2. Valor Presente Neto.....	139
4.6.2.3. Período de Retorno de la Inversión.....	140
4.6.3. Coeficiente de Rentabilidad Nacional.....	140
4.6.3.1. Valor Agregado.....	140
4.6.3.2. Generación de Empleos.....	141
4.6.3.3. Beneficios Socio Económicos.....	141
4.7. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PROYECTO.....	141
4.7.1. Análisis de Impacto Ambiental.....	141
CONCLUSIONES.....	142
RECOMENDACIONES.....	143
BIBLIOGRAFÍA.....	144
PÁGINA WEB.....	146
GLOSARIO.....	147
ABREVIATURA.....	149

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 1. Extensión territorial	18
TABLA # 2. Población de la Provincia De Santa Elena.....	19
TABLA # 3. Población de Anconcito.....	19
TABLA # 4. Inflación.....	21
TABLA # 5. Producción de pesca en el Ecuador	22
TABLA # 6. Temporada de pesca en Anconcito.....	25
TABLA # 7. Población.....	48
TABLA # 8. Muestra.....	50
TABLA # 9. Género	53
TABLA # 10. Conoce la pesca Artesanal.....	54
TABLA # 11. Le gusta el pescado salado.....	55
TABLA # 12. Clase de pescado salado usted consumiría	56
TABLA # 13. Lugar que le gustaría comprar este producto.....	57
TABLA # 14. Frecuencia semanal consumiría pescado salado.....	58
TABLA # 15. En qué cantidad compraría el producto	59
TABLA # 16. Estaría dispuesto a pagar \$ 2,20 por la libra de pescado	60
TABLA # 17. Como le gustaría su presentación	61
TABLA # 18. A través de que medio obtiene información de este producto.....	62
TABLA # 19. Recomendaría este producto a familiares y amigos.....	63
TABLA # 20. Qué opina acerca del pescado salado y su conservación	64
TABLA # 21. Ha distribuido alguna vez pescado salado	65
TABLA # 22. Ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado.....	66
TABLA # 23. Desventajas encuentra el consumidor en el pescado salado	67
TABLA # 24. Compraría este producto, para distribuirlo al consumidor	68
TABLA # 25. Temporada existe mayor demanda de pescado	69
TABLA # 26. En qué cantidad compraría este producto	70
TABLA # 27. Estaría dispuesto a pagar \$ 4,25 el kilo de pescado salado.....	71
TABLA # 28. Cuál es la presentación más solicitada.....	72
TABLA #29. Aportará al crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito.....	73

TABLA # 30. Tabla de ponderación.....	82
TABLA # 31. Competencia indirecta	92
TABLA # 32. Análisis de los precios	92
TABLA # 33. Herramienta Foda	93
TABLA # 34. Distribución de la planta.....	101
TABLA # 35. Maquinarias y equipos.....	110
TABLA # 36. Muebles y enseres.....	112
TABLA # 37. Terreno	128
TABLA # 38. Edificio	128
TABLA # 39. Inversión de Maquinarias	129
TABLA # 40. Inversión de Equipos de Computación	129
TABLA # 41. Inversión de Muebles y Enseres	130
TABLA # 42. Inversión de Equipo de Oficina	130
TABLA # 43. Inversión del Vehículo.....	130
TABLA # 44. Inversión de Activos Diferidos.....	131
TABLA # 45. Capital de Trabajo	131
TABLA # 46. Estructura de Capital	132
TABLA # 47. Inversión Inicial.....	132
TABLA # 48. Costo de Venta.....	133
TABLA # 49. Costo de venta en dólares	134
TABLA # 50. Presupuesto de venta	134
TABLA # 51. Estado de Resultado.....	135
TABLA # 52. Estado de Utilidades Retenidas	136
TABLA # 53. Flujo de Efectivo	137
TABLA # 54. Balance General.....	139
TABLA # 55. Tasa Interna de Retorno.....	139
TABLA # 56. Valor Presente Neto (VAN)	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1. Inflación	21
GRÁFICO # 2. Producción de pesca en el Ecuador	23
GRÁFICO # 3. Género	53
GRÁFICO # 4. Conoce la pesca Artesanal.....	54
GRÁFICO # 5. Le gusta el pescado salado	55
GRÁFICO # 6. Le gusta el pescado salado	56
GRÁFICO # 7. Lugar que le gustaría comprar este producto	57
GRÁFICO # 8. Frecuencia semanal consumiría pescado salado.....	58
GRÁFICO # 9. En qué cantidad compraría el producto	59
GRÁFICO # 10. En qué cantidad compraría el producto	60
GRÁFICO # 11. Como le gustaría su presentación.....	61
GRÁFICO # 12. A través de que medio obtiene información de este producto.....	62
GRÁFICO # 13. Recomendaría este producto a familiares y amigos	63
GRÁFICO # 14. Qué opina acerca del pescado salado y su conservación.....	64
GRÁFICO # 15 Ha distribuido alguna vez pescado salado	65
GRÁFICO # 16. Ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado	66
GRÁFICO # 17. Desventajas encuentra el consumidor en el pescado salado.....	67
GRÁFICO # 18. Compraría este producto, para distribuirlo al consumidor	68
GRÁFICO # 19. Temporada existe mayor demanda de pescado	69
GRÁFICO # 20. En qué cantidad compraría este producto.....	70
GRÁFICO # 21. Estaría dispuesto a pagar \$ 4,25 el kilo de pescado salado	71
GRÁFICO # 22. Cuál es la presentación más solicitada	72
GRÁFICO # 23. Aportará al crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito....	73
GRÁFICO # 24. Ubicación.....	80
GRÁFICO # 25. Macro localización	81
GRÁFICO # 26. Micro Localización.....	53
GRÁFICO # 27. Fuerzas Competitivas de Mercado	89
GRÁFICO # 28. Presentación del producto	97
GRÁFICO # 29. Logo de la empresa.....	98

GRÁFICO # 30. Etiquetas	98
GRÁFICO # 31. Proceso del Salado del Pescado.....	102
GRÁFICO # 31. Flujo grama del proceso productivo	107
GRÁFICO # 32. Diseño de la planta	109
GRÁFICO # 33. Organigrama de la empresa	113

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1. Plan de Acción.....	151
ANEXO # 2. Carta Aval.....	152
ANEXO # 3. Procesamiento de la materia prima.....	153
ANEXO # 4. Crecimiento del PIB	155
ANEXO # 6. Maquinarias y Equipos	155
ANEXO # 7. Presupuesto de Venta.....	159
ANEXO # 8. Presupuesto de Venta en dólares	159
ANEXO # 9. Costo de mano de obra directa.....	159
ANEXO # 10. Materia Prima Costo Unitario.....	160
ANEXO # 11. Presupuesto de producción	160
ANEXO # 12. Presupuesto de producción en dólares	161
ANEXO # 13. Presupuesto de producción consolidado	162
ANEXO # 14. Compra de materia prima	163
ANEXO # 15. Materia prima costo unitario.....	163
ANEXO # 16. Compra de materia prima	163
ANEXO # 17. Inversión Inicial	164
ANEXO # 18. Presupuesto gasto de constitución	164
ANEXO # 19. Estructura de Capital.....	164
ANEXO # 20. Tabla de Amortización.....	165
ANEXO # 21. Presupuesto de servicios básicos	166
ANEXO # 22. Presupuesto de sueldo y beneficios sociales.....	167
ANEXO # 21. Gasto de Administración	168
ANEXO # 22. Gasto de venta.....	169
ANEXO # 23. Depreciaciones de activos fijos.....	170
ANEXO # 24. Evaluación Financiera.....	172
ANEXO # 25. Determinación de los flujos futuros.....	172
ANEXO # 26. Método del valor actual neto	172
ANEXO # 27. Encuestas y entrevistas	173

INTRODUCCIÓN

La provincia de Santa Elena es una zona pesquera muy rica, cuenta con puertos marítimos muy concurridos como es el puerto pesquero Anconcito y Santa Rosa del cantón Salinas, se presenta una propuesta de investigación que permita determinar la viabilidad de la empresa de secado de pescado salado, que se puede definir como causa de un problema a resolver en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, en donde la mayoría de sus habitantes se dedican a la pesca que sirve como fuente de sustentación, este producto es comercializado a nivel nacional e internacional, el producto es consumido de varias maneras como enlatados, ahumados, harina y salado; antiguamente las personas utilizaban el pescado para el salado de manera tradicional realizaban el proceso en forma casera sin utilizar los tratamientos adecuados, con la creación de la empresa este producto se procesará con técnicas más especializadas que sirvan como medio de preservación por varios meses, debido a esta problemática se decidió involucrar en el desarrollo de esta investigación para la creación de la empresa de pescado salado y de esta manera beneficiar al crecimiento de la empresa y de la parroquia.

El estudio de mercado por la poca inversión económica que existe en la parroquia que se pretende ayudar al desarrollo socioeconómico, también identificar la oferta y la demanda que permita satisfacer la demanda insatisfecha de los mercados.

El estudio técnico abarca específicamente sobre la localización, la determinación el tamaño y capacidad de la planta, también la estructura del proceso productivo como las maquinarias de alta calidad, los insumos y materias prima.

El estudio financiero se determinará el monto total para implementación de la empresa para realizar todos los estados financieros que nos permita establecer los costos y gastos de la materia prima, maquinarias y sus depreciaciones, mano de obra que nos permitan analizar los recursos necesarios para la empresa.

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.

El Problema

Planteamiento del Problema

El Ecuador es un país situado en la región noroccidental de América del sur, donde da cabida al desarrollo emprendimiento de nuevas ideas y/o oportunidades que benefician a todos los sectores productivos de la región, que cuenta con una gran diversidad de recursos naturales tanto terrestres como acuáticos, es uno de los mayores productores, comercializadores y exportadores de petróleo, banano, camarón, flores, cacao y pesca, recursos en la cual resaltan un factor importante para el beneficio y crecimiento económico y social del país.

La provincia de Santa Elena se caracteriza por tener muchas riquezas naturales pesqueras y acuícolas que tienen una gran diversidad de productos que se pueden producir, comercializar y exportar, esto hace que seamos una provincia muy productiva, entre ella encontramos a la parroquia Anconcito que se encuentra ubicada al sureste del cantón Salinas, con una población de 13,820 habitantes, la gran parte de esta población se dedica a la labor pesquera, son los principales generadores de empleo y riqueza para las personas y la parroquia buscan mejorar la situación económica y pueden salir adelante y mejorar su calidad de vida, las personas que hacen posibles que el proceso de producción sea diario para a su vez ser sustento de su familia.

Debido a que la mayor parte de los trabajadores (pescadores) eran informales buscaron una mejor manera de asegurar y legalizar documentos, ellos están

afiliados a las cuatro cooperativas existentes, las cuales se encuentran constituidas en legal y debida forma como es:

- ✓ Cooperativa de Producción Pesquera Fuerza Anconcito
- ✓ Cooperativa de Producción Pesquera Artesanal 20 de Agosto
- ✓ Cooperativa de Producción Pesquera Artesanal 2 de Junio
- ✓ Cooperativa de Producción Pesquera 25 de Marzo.

En las cuales las cooperativas sirven como fuente de ayuda para cualquier problema. Además cuenta con dos gasolineras una de ella es privada y se encuentra ubicada en el sector de la playa y la segunda es financiada por el Estado Central previo proyecto de la Cooperativa Fuerza Anconcito.

Anconcito es un puerto pesquero, su economía se basa en la pesca y en el comercio, su gente es muy trabajadora se esmeran en sobresalir entre la sociedad. La pesca artesanal de mar es significativa tanto en el consumo doméstico como en la industria peninsular, actualmente la parroquia cuenta con la terminación de un muelle pesquero, el cual dará facilidades con el embarque y desembarque de las diferentes producciones que arriban en la parroquia.

La mayoría de estas personas que se dedican a la mencionada actividad se guían por dos fases denominadas claras son ocho día en las cuales no se puede faenar porque no se divisa la pesca y la oscura son de veinte y dos en el cual puede seguir con la actividad, además tienen diferentes tipos de pesca los cuales son: pesca de chinchorreros, pesca al trasmallo, pesca al espinel, cada de uno de estos tipos de pesca tiene su propio proceso de captura dependiendo del periodo de faena y el diferente tipo de pesca que se captura tales como: dorado, albacora, corvina, langosta, sierra, huayaipe, robalo, etc., siendo con esto la parroquia Anconcito el segundo puerto principal pesquero de la Provincia de Santa Elena, por la abundante producción que ascendió aproximadamente a 1.500 toneladas mensuales.

En la parroquia donde se realiza esta actividad pesquera, se basa al mayor porcentaje de su economía de esta actividad que le permite obtener finalidad de lucro y sustento de la familia es por ello que se piensa en crear la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, de la Provincia de Santa Elena dedicada a la comercialización de este producto, se pretende eliminar la demanda de la pesca y evitar que sea llevada a la pampa, su precio baja y ocasiona pérdida a ese sector por lo que se pretende utilizar esta materia prima para el proceso de salado y que siga los siguientes proceso de empaquetarlo y este a su vez ser comercializado en diferentes zonas del país.

Existen empresas mayoristas de productos frescos que utilizan diferentes tipos de pesca permitiendo de esta manera iniciar transformaciones que permiten alargar el periodo de comercialización y asentar los productos en las líneas de gran distribución, los diversos tipos de transformación determinan la formación de cadenas de producción.

El secado de pescado salado se lo conoce por el consumo en celebraciones religiosas (cuaresma o semana santa), también se lo podría utilizar como mecanismo para la conservación del pescado que se recurre al proceso de secado y salado como medio para la preservación por varios meses que pudiera ser transportado y consumido en largos viajes, la demanda va creciendo debido al consumo de este producto que se lo empieza a tomar en cuenta como autoconsumo y distribuir diferentes partes del país.

El que nos va a permitir ver la identificación y descripción de lo que se observa en el estudio, debido a la demanda de la materia prima, hay que identificar el problema del estudio para la creación de una empresa de pescado salado.

La falta de este tipo de producto dentro del mercado nacional que permita darnos cuenta la falta que hace la creación de una empresa que se dedique al proceso de secado de pescado salado, que permita cubrir la oferta oportuna a los clientes, lo

que implica la escasa comercialización del pescado salado en la provincia, por la falta de inversión privada que coadyuve al crecimiento de esta actividad.

Formulación del Problema

¿De qué manera aportaría el estudio de factibilidad en la creación de una empresa para el procesamiento del secado de pescado salado en la parroquia de Anconcito del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena?

Sistematización del Problema

¿Existe suficiente material bibliográfico para el desarrollo de esta investigación?

¿Cuáles son los métodos que se pretende utilizar para esta investigación?

¿Qué factores del entorno externo del proyecto pueden utilizarse en el proceso de secado del pescado salado?

¿Cuál es el mercado potencial para la producción secado del pescado salado?

¿De qué modo influyen las empresas que producen este producto?

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de la creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.

Objetivo Específicos

- ✓ Fundamentar teóricamente los diferentes criterios referenciales a estudios de factibilidad de la creación de una empresa de secado de pescado salado, de los diferentes autores con la finalidad que facilite el objeto de estudio.
- ✓ Determinar metodologías, en función de los métodos, técnicas e instrumentos de investigación que oriente la información confiable y coherente.
- ✓ Elaborar los instrumentos de investigación con los criterios de expertos que oriente a la mejor información del trabajo de investigación.
- ✓ Validar los instrumentos de investigación con los criterios de expertos que oriente a la mejor información del trabajo de investigación.
- ✓ Aplicar los instrumentos de investigación, mediante los cuestionarios para la recopilación de información.
- ✓ Realizar un estudio de mercado que nos permita identificar la demanda del producto dentro de las empresas que conforman el mercado.

Hipótesis

¿El estudio de factibilidad permitirá determinar el grado de viabilidad de la creación de la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito, cantón Salinas, Provincia de Santa Elena?

Operacionalización de las Variables

- ✓ **Variable Independiente :** Estudio de Factibilidad
- ✓ **Variable Dependiente:** Creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito

CUADRO # 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
El estudio de factibilidad permitirá determinar el grado de viabilidad de la creación de la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito, cantón Salina, Provincia de Santa Elena.	<p>Variable Independiente</p> <p>Estudio de factibilidad</p>	Estudio de factibilidad nos permitirá el análisis que realiza la empresa para determinar si el negocio es bueno o malo y cuáles son las estrategias que se van a utilizar para que sea exitoso y permita la viabilidad económica financiera, social, ambiental y legal de la empresa.	<p>Estudio de Mercado</p> <p>Estudio Técnico</p> <p>Estudio Financiero</p>	<p>Definición del producto Análisis de la demanda Análisis de la Oferta Análisis de los Precios Análisis de los canales de los productos</p> <p>Localización del proyecto Determinación del tamaño óptimo de la planta Ingeniería del Proyecto Organización Humana y jurídica</p> <p>Análisis Financiero Flujo de Caja Índices Financieros Valor Presente Neto Tasa Interna de Retorno Periodo de recuperación de la inversión</p>	<p>¿Determinar el nivel de aceptación de la empresa?</p> <p>¿Definir clientes para realizar promoción de los productos?</p> <p>¿Realizar los diferentes estudios para determinar la viabilidad de la nueva empresa?</p> <p>¿Determinar la capacidad de la planta?</p> <p>¿El análisis financiero nos permitirá determinar la rentabilidad de la nueva empresa?</p>	<p>Entrevista,</p> <p>Encuestas</p>

Fuente: Operacionalización de las variables

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. RESEÑA HISTÓRICA

Desde hace mucho tiempo atrás la península de Santa Elena estuvo habitada desde la prehistoria por distintas culturas tales como las culturas Las Vegas, la cultura Valdivia y la cultura Machalilla y muchos de sus elementos culturales como la cerámica que se fabricaban distintas figurillas femeninas eran objetos relacionados con la salud y la fertilidad; la cultura Las Vegas entre 8000 AC y 4600 AC. Existen 31 asentamientos de esta cultura en la provincia, el pueblo las vegas se dedicó a la caza y a la recolección, también desarrollo técnicas primitivas de agricultura. Luego la cultura Valdivia que se desarrolló entre 3500 AC y 1800 AC que dio paso en la misma región a la cultura Machalilla y muchos de sus elementos culturales como la cerámica de barro y piedra; no hay duda que los valdivianos siguieron tradiciones arcaicas de la caza, la pesca y la colección.

La provincia de Santa Elena está integrada por tres cantones tales como Santa Elena, La Libertad y Salinas; el cantón Salinas llamado antiguamente sumpa en la lengua aborígen, nace el 1° de Enero de 1938, por Decreto Supremo por el entonces Jefe Supremo de la nación Gral. Alberto Enríquez Gallo con fecha 22 de diciembre de 1937. El nombre que ostenta el cantón se origina en si inagotable fuente de producción de sal yodada, por muchos se ha explotado de sus pozos.

El cantón Salinas uno de los lugares más atractivo y turístico de la provincia está compuesta de tres parroquias, una urbana que es Salinas y dos rurales, que son Anconcito y José Luis Tamayo.

La parroquia de Anconcito inicia su población en el año de 1850 con el nombre de Ancón, con familias provenientes de Julio Moreno, Engabao y Chipipe, fue ahí donde se iniciaron las exploraciones petrolíferas varias familias optaron por cambiarse a los campamentos mineros al que por su trascendencia se quedó con el nombre de Ancón, por otra parte las 5 familias conformado por los Suarez, Clemente, Santos, Tumbaco y Piguave, quienes se quedaron ahí optaron por agregarle un diminutivo al nombre de Ancón por el nombre de Anconcito con la finalidad de diferenciarlo del campo minero. La parroquialización de la población fue el 22 de diciembre de 1937.

En la parroquia Anconcito la pesca es considerada como principal actividad económica, por ese motivo inmigrantes de otras provincias y de la península hacen el crecimiento acelerado de la población, es lo que permite organizarse por barrios.

Anconcito era considerada como el primer puerto pesquero que se encuentra ubicada al sureste del cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, con una población de 11.822 habitantes según el último censo poblacional del 2010; el puerto pesquero netamente artesanal ha crecido significativamente que ha llegado a transformarse en una zona comercial originado por la pesca; gran parte de la población de género masculino de esta parroquia se dedica a la labor pesquera y acuícola que son las principales generadores de empleo y riqueza, quienes hacen posible que el proceso de producción sea diario para sobresalir día a día y esto a su vez ser sustento de sus familias.

El crecimiento de la actividad pesquera se ha incrementado por que el número de población se ha duplicado, en Anconcito existen unas 500 embarcaciones, la mayoría son fibra de vidrio y 35 barcos nodriza que son utilizadas más o menos por 1.900 pescadores artesanales, la mayoría cuentan con sus propias embarcaciones, por eso que Anconcito ve la necesidad de crear un muelle pesquero artesanal para la protección de los mismos y una forma más fácil del embarque y desembarque de los navíos.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad profundiza las fuentes primarias y secundarias de la investigación de mercado, para ello es necesario realizar un análisis que permita determinar la viabilidad económica, financiera social, ambiental y legal de la empresa, con el objetivo de obtener información para la elaboración del flujo de caja, que permita determinar la factibilidad del proyecto, al momento de implementarse serán la base para la toma de decisiones que permita alcanzar el desarrollo.

Según Baca U. Gabriel (2010), el estudio de factibilidad es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización, el objetivo principal es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado y el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo producto con la existencia de un nuevo competidor en el mercado, también es útil para prever una política adecuada de precios.

1.2.1.1. Estructura del Estudio de Factibilidad

La estructura del estudio de factibilidad es la combinación de todos los elementos económicos y técnicos que permitirán analizar la inversión desde el punto de vista de cuantitativos y cualitativos.

- ✓ Información General del Proceso de Inversionista
- ✓ Identificación del mercado Potencial
- ✓ Análisis de la Demandas y la Oferta
- ✓ Valoración de la competencia
- ✓ Especificaciones del Proyecto de inversión

- ✓ Evaluación Económica Financiera
- ✓ Conclusiones de Factibilidad Económica
- ✓ Análisis de Riesgo de la evaluación de Proyectos

1.2.1.2. Objetivos del Estudio de Factibilidad

- ✓ Saber si podemos producir algo
- ✓ Conocer si la gente lo comprará el producto
- ✓ Si el producto se puede vender
- ✓ Definir si tendremos ganancias o pérdidas
- ✓ Contribuir a la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente
- ✓ Decidir si implementamos o buscamos otra empresa o producto
- ✓ Realizar un plan de producción y comercialización
- ✓ Aprovechar todos los recursos
- ✓ Reforzar los puntos débiles de la empresa
- ✓ Aprovechar las oportunidades de financiamiento
- ✓ Lograr el máximo en las ganancias

1.2.2. Etapas del Estudio de Factibilidad

1.2.2.1. Estudio de Mercado

Según Malhotra N. (2004), el estudio de mercado describe como un tipo de investigación descriptiva que permite analizar los datos sobre el tamaño, el poder de la compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

El estudio de mercado del proyecto de una empresa de secado de pescado salado es para saber a profundidad los gustos y preferencias de los posibles consumidores con relación al nuevo producto en el mercado. La finalidad del estudio es la

determinación y la cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización enfocada en la evaluación de proyectos, que se pueden obtener de las fuentes primarias (información directa) y fuentes secundarias (algunos productos). Poder seleccionar el proceso y las condiciones de operación, establecer la capacidad de la planta, adquirir y diseñar equipos del proyecto.

- ✓ Análisis de la oferta
- ✓ Análisis de la demanda
- ✓ Análisis de los precios
- ✓ Análisis de los canales de comercialización

Definición del Producto

Es la descripción exacta del producto que se va a elaborar, siguiendo las normas y estándares de calidad, si es un producto alimenticio debe especificar bien las normas especificadas por el ministerio de salud correspondiente a los aspectos microbiológicos que permitan que el producto sea aceptado, de esta manera la empresa debe contar materia prima excelente y que las personas que elaboran el mismo tener los mecanismos necesarios que hagan que el producto sea óptimo con altos estándares de calidad.

Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda persigue determinar cuáles son los requerimiento del mercado respecto al producto o servicio y la posibilidad que tienen el producto de entrar al mercado, La demanda es la cantidad que un individuo desea comprar en un periodo determinado, es una función o depende del precio de dicho artículo, el ingreso de dinero de la persona o empresa y los gustos y preferencias del consumidor, el análisis que se está implementando en este proyecto se identifica el mercado meta son a consumidores, clientes a un costo accesible para toda clase social.

Análisis de la Oferta

El análisis de la oferta determina las cantidades o condiciones que pone la economía en el mercado sobre un producto o servicio, la oferta al igual que la demanda están en una serie de factores como el cambio de los precios en el mercado. La oferta tiene como por objeto identificar como se han atendido o como se atenderá las demandas de los consumidores, el análisis es para tener un claro conocimiento del entorno competitivo que rodea a la empresa y aplicar estrategias comerciales que nos permita salir adelante y se tomara en cuenta varios factores que puedan provocar incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente.

Análisis de los Precios

El análisis de los precios es de suma importancia, pues influye más en la percepción que tiene el consumidor al momento de comprar un producto o un servicio, siempre hay que fijarse en los gustos y preferencias del consumidor, también debemos tener en cuenta cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. El precio de un producto o servicio que se relaciona con la variable que son la plaza, publicidad y producto.

Análisis de los canales de comercialización

Los canales de distribución son los medios que utiliza la mercadotecnia para hacer llegar de una manera eficiente el producto a su destino, de no ser así la empresa podría quebrar. La comercialización no es simplemente es la actividad de conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar adecuados, siendo esto una buena comercialización que permita que el consumidor se sienta satisfecho.

1.2.2.2. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como finalidad determinar si es posible procesar y vender un producto de calidad, cantidad, costos requeridos y proveer de toda la

información pertinente para la empresa referente a los costos de la inversión, costos operaciones de cada área, la localización de la planta, capacidad de la planta, instalaciones, maquinarias, distribución física e ingeniería del proyecto y su localización, cabe recalcar que el análisis técnico va coordinado con el mercado.

Según Baca U. Gabriel (2010), el estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y lo referente al análisis organizativo, administrativo y legal.

1.2.2.2.1. Partes que conforman el Estudio Técnico

Estructura básica de lo que está compuesto un estudio técnico.

- ✓ Análisis y determinación de la localización óptima 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 la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

Localización del Proyecto

Tiene como objetivo determinar el sitio exacto donde se instalará la empresa. La localización del proyecto contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener un costo unitario mínimo. En la localización se encuentra la Macro localización y la Micro localización

Determinación del tamaño óptimo de la planta

La determinación del tamaño óptimo de la planta se refiere a la capacidad instalada del proyecto y se expresa en producción de años. Para determinar el tamaño óptimo

de la planta es necesario conocer con mayor precisión tiempos y movimientos del proceso. Cabe recalcar que es imposible desarrollar un método estandarizado para determinar la capacidad de la planta productiva. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales.

Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso hasta la adquisición del equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta que permita definir la estructura jurídica y de organización.

Organización Humana y jurídica

Una vez analizado la estructura de la organización se procederá a elaborar un organigrama de jerarquización que nos permita saber los puestos y jerarquías de la empresa. Además en la parte jurídica la empresa de no estar constituida legalmente deberá de conformarse de acuerdo al marco legal vigente.

1.2.2.3. Análisis Financiero

Una vez finalizada la parte técnica en donde se da cuenta de que existe un mercado potencial que se necesita cubrir y analizando todos los parámetros demuestra que no existe impedimento para la implementación del proyecto, el estudio económico nos permite determinar las necesidades de los recursos financieros de manera cuantitativa ordenar todos los estados financieros con su respectivo anexo que nos facilite determinar la viabilidad del proyecto.

Flujo de caja

El flujo de cajas son las variaciones de entrada y salida del caja o efectivo que ayuda al administrador a evaluar la capacidad de la empresa y así determina las

necesidades del capital en el desarrollo de la empresa, permitiendo hacer una comparación de los ingresos y egresos.

Índice Financieros

Los índices financieros son los que determinan la factibilidad financiera del proyecto. Los índices más importantes tomados en el análisis financiero son el valor neto (VPN), la tasa interna de Retorno (TIR) y el periodo de recuperación

Valor presente Neto (VPN)

El valor presente neto (VPN) es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, es decir se considera el valor del dinero a través del tiempo.

Para calcular el VPN del proyecto de inversión se debe determinar el VPN de todos los flujos futuros que se generan en el proyecto, luego sustraer la inversión original que permita precisar el beneficio neto de la empresa.

Fórmula para calcular del VPN:

$$VPN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Q^t}{(1+k)^t}$$

Es importante tener en cuenta que el VPN depende de las siguientes variables como es la inversión inicial previa, las inversiones durante la inversión, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) es un método de valoración de inversiones, que permite medir la rentabilidad de un proyecto, por lo

cual el valor presente de los flujos de caja son generados por una inversión, también conocida como la tasa de descuento por la cual valor presente neto (VPN) sea igual a cero, es decir que es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Fórmula para calcular el TIR:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

Periodo de Recuperación de La Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es uno de los métodos que permite medir la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, que nos sirve para determinar los periodos para recuperar la inversión inicial, también permite medir el tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recupere su inversión inicial.

1.3. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

La parroquia Anconcito perteneciente al cantón Salinas está ubicada al sureste del mismo, dividida en tres parroquias con una extensión territorial pequeña pero muy productiva en la actividad pesquera debido a que la mayor parte de la población se dedica a la pesca, el cantón Salinas está dividida en:

TABLA # 1. Extensión territorial

Parroquias	Población	Extensión
Salinas	Urbana	25.8 Km ²
Anconcito	Rurales	8.8 Km ²
José Luis Tamayo	Rurales	34.1 Km ²
Total		68.7 Km²

Fuente: Gobierno Descentralizado de Santa Elena
Elaborado: Brígida Carolina Rivera Flores

La población de las ciudades de la provincia de Santa Elena está dividida en cantones y su población se detalla a continuación:

TABLA# 2. Población de la Provincia De Santa Elena

Cantones	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
La Libertad	48.030	30,62	47.912	31,56	95.942	31,08
Salinas	35.436	22,59	33.239	21,89	68.675	22,25
Santa Elena	73.396	46,79	70.680	46,55	144.076	46,67
Total	156.862	100	151.831	100	308.693	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

La parroquia de Anconcito está ubicada al sur-este de la provincia, es la segunda parroquia rural que pertenece al cantón Salinas, lugar donde se establecerá la empresa de secado de pescado salado, a continuación se detalla la cantidad de habitantes:

TABLA # 3. Población de Anconcito

Parroquias	Mujeres	%	Hombres	%	Total	%
Anconcito	5.706	48,27	6.116	51,73	11.822	100
Total	5.706	100	6.116	100	11.822	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

Fuentes económicas

En la provincia de Santa Elena entre las principales fuentes de sustentación económica se encuentran:

- ✓ Pesca
- ✓ Turismo
- ✓ Agricultura

- ✓ Extracción de petróleo
- ✓ Comercio
- ✓ Hotelería
- ✓ Refinación de sal

1.4. ANÁLISIS ECONÓMICO

1.4.1. PIB del sector

Según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), para el año 2014 se estima que crezca el 5% sobre la demanda interna, en particular de la inversión, junto a la recuperación de la actividad de refinación de petróleo, existe un leve incremento de la inflación y aumento de la deuda pública. Por ello el porcentaje de crecimiento del país (2,8%) es superior al proyectado por el organismo para la región (2,2%), a la estimación del Fondo Monetario Internacional (4,2%). Ecuador resalta la tasa positiva de crecimiento, el sector no petrolero se expandirá al 4,9% del actual gobierno en el primer trimestre de este año, en el 2013 el PIB creció el 4,5%, y en el año 2014 subió a 5,0% lo que nos indica tener un resultado es positivo que nos permita poner en marcha el presente proyecto de creación de una empresa de pescado salado que aportaría al crecimiento de este indicador.

Por tal motivo el PIB como indicador financiero determina el porcentaje del crecimiento de la demanda y oferta en el presente proyecto, de tal manera permita determinar estos factores que permitan conocer el nivel de productividad del sector. (Ver anexo #5. Crecimiento del PIB)

1.4.2. Inflación

En Ecuador la inflación anual del índice del precio al consumidor y sus variaciones indica que desde el año 2001 su inflación es del 22,4, que año a año varía dependiendo de la economía del país, en el 2014 su inflación anual es del 4,1 hasta julio del 2014, en la cual podemos apreciar en el cuadro las diferentes variaciones

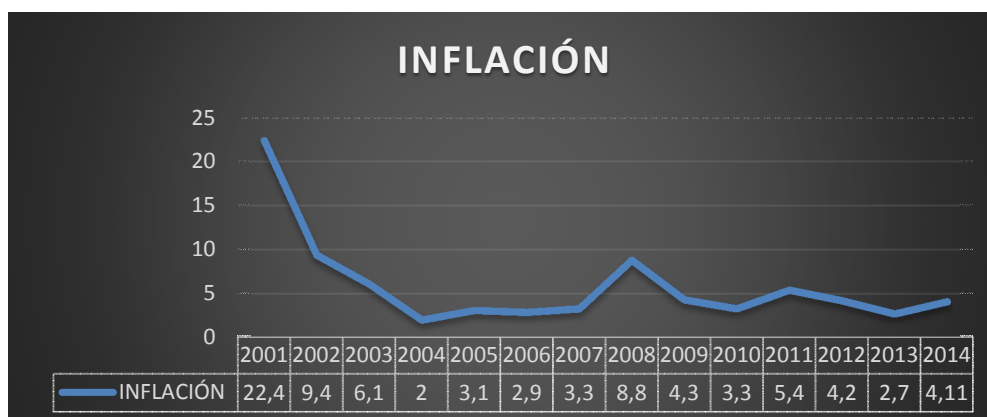
los años siguientes, por lo que es necesario tener un control necesarios de los precios del sector que nos permita tener un beneficio.

TABLA # 4. Inflación

Año	Inflación	Año	Inflación
2001	22,4	2008	8,8
2002	9,4	2009	4,3
2003	6,1	2010	3,3
2004	2,0	2011	5,4
2005	3,1	2012	4,2
2006	2,9	2013	2,7
2007	3,3	2014	4,1

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

GRÁFICO # 1. Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

1.5. RECURSO DEL ÁREA DE ESTUDIO

1.5.1. Pesca en el Ecuador

La pesca en nuestro país es una actividad que se va dando desde hace mucho tiempo atrás ya que la mayoría de los pueblos costeros centran la mayor parte de subsistencia y alimentación en productos marinos, además la industria pesquera no está desarrollando lo suficiente tomando en cuenta las riquezas ictiológicas de

nuestra región costera, la presencia de las corriente marinas permiten darle una gran riqueza marina de interés que ha sido poco aprovechada.

Ecuador es un país productor y exportador del pescado que tiene grandes potenciales de crecimiento en nuestras costas, las principales concentraciones pesqueras son en la provincia de Manabí y Santa Elena, en donde toda las partes de las comunidades realizan esta labor como sustento económico, también existen bastantes clases de pesca, como la pesca blanca que es corvina, dorado, pargo, el lenguado, el cabezudo, el roncador, etc., la pesca de otros productos como la langosta, el cangrejo y el camarón que es la segunda actividad más productiva en el Ecuador y el segundo producto de exportación del país, también considerar la veda de estas especies con el propósito de permitir la reproducción de las especies y evitar la extinción de las mismas.

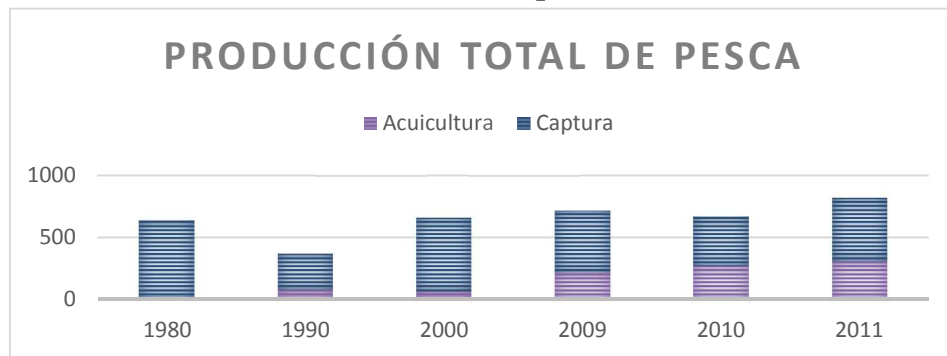
La actividad pesquera se divide en dos partes principales como son la pesca artesanal que abarca la pesca en embarcaciones pequeña y los pescadores viven de la venta, la pesca industrial o comercial como se la conoce se la realiza en barcos que están adecuados con diferentes sistemas de refrigeración para ejercer la pesca.

**TABLA # 5. Producción de pesca en el Ecuador
(Expresado en miles de toneladas)**

Años	1980	1990	2000	2009	2010	2011
Producción	639.50	366.60	657.80	717.00	671.10	817.40
Navegación fluvial	0.50	1.90	9.70	39.60	48.80	49.30
Marino	639.0	364.70	648.10	677.40	622.30	768.10
Acuicultura	9.60	77.70	61.30	218.40	271.90	308.90
Navegación fluvial	0.40	1.30	9.30	39.30	48.60	48.90
Marino	9.20	76.40	52.00	179.10	223.30	260.00
Captura	630.00	288.90	596.50	498.60	399.20	508.50
Navegación fluvial	0.20	0.60	0.40	0.30	0.20	0.40
Marino	629.80	288.30	596.10	498.30	399.00	508.10

Fuente: FOA, Departamentos de pesca y acuicultura
Elaborado por: Brígida Rivera Flores.

GRÁFICO # 2. Producción de pesca en el Ecuador



Fuente: FOA
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

1.5.2. Sistema de captura en el puerto de Anconcito

El sistema de captura en Anconcito se utiliza diferentes métodos, dependiendo de qué tipo de pesca se realiza y el avance de la tecnología que es necesario para su captura, es por ello que existen diferentes sistemas de captura que aportan al comercio en la parroquia;

- ✓ La pesca artesanal son las que realizan las embarcaciones de fibra de vidrio, este tipo de pesca se la realiza diariamente en un tiempo total de 20 horas que utilizan para la faena.
- ✓ La pesca industrial se realizan por medio de barcos nodrizas que llevan a remolque a un grupo de botes de fibra, alrededor de 5 o 6 botes, hasta el determinado sector de pesca, donde se procede a realizar la faena.

1.5.3. Diferentes sistemas de pesca en Anconcito

En Anconcito se opera con diferentes tipos de pesca tales como:

- ✓ Red de cerco
- ✓ Red de Trasmallo
- ✓ Red de Espinel de media agua o superficie
- ✓ Red de Espinel de fondo

Red de cerco:

Es un arte que utilizan para la captura de peces por la embarcaciones industriales que se lo emplea para especies pequeñas como la sardina; ubicando el cardumen en un determinado sitio para luego cercarlo y soltar la red; se lo utiliza para la elaboración de la harina de pescado y la sardina, en Anconcito cuenta con una fábrica de sardina que tiene sus propias embarcaciones.

Red de trasmallo:

Es un arte de pesca que se lo utiliza para la pesca de camarón y ciertos tipos de pesca, son grandes mallas rectangulares que se posicionan en el fondo del mar, para que los peces queden enganchados en las mallas, hay diferentes tipos de redes de trasmallo.

- ✓ Redes de trasmallo de fondo
- ✓ Redes de trasmallo de superficie

Redes espinel de media agua o superficie:

También llamado palangre, este es el arte de pesca más utilizado para las embarcaciones y existen dos tipos de pesca de espinel que son de media agua o superficie y otro de fondo. En la pesca de superficie o media agua se realizan las capturas de especies como la albacora, dorado, picudo, pez espada.

El dorado es la especie más conocida en nuestro país su captura se realiza en barcos grandes nodriza en donde lleva a remolque 5 o 6 fibras, al llegar a la zona cada fibra comienza a la captura de pesca hasta abastecer al barco y ellos a su vez buscan abastecerse de todos los productos (gasolina, hielo, y carnada) para continuar con la faena y después regresan al puerto para realizar su respectiva descarga, también se lo hace en lanchas o fibras casi todas están totalmente equipadas, este sistema se realiza a diario.

Pesca con espinel de fondo:

Arte de pesca que se lleva a cabo en lanchas pequeñas, un método donde se utiliza motores fuera de borda de menos potencia el tiempo aproximado de faena son alrededor de 6 horas y realizan las capturas de corvina, robalo, perela, bagre, etc. Este tipo de pesca se lo realiza más para consumo humano de la región o para abastecer a pequeños mercados ya que para industria no es muy significativo.

1.5.4. Temporada de pesca en el puerto Anconcito

Existen dos temporadas de pesca que son las temporadas altas que son explotados en mayor proporción y las temporadas bajas que son en menor proporción.

TABLA #6. Temporada de pesca en Anconcito

Especie	Temporada	Artes de pesca
Peces Demersales		
Corvina de roca	Junio – Octubre	Espinel de fondo
Corvina Plateada	Octubre – Diciembre	Espinel de Fondo
Crustáceos		
Langostinos	Enero-Mayo	Trasmallo
	Julio – Agosto	
Peces Pelágicos		
Dorado	Diciembre – Abril	Espinel de superficie
Albacora	Mayo – Diciembre	Espinel de media agua
Bonito	Mayo – Julio	Enmalle de superficie
Bacalao	Mayo – Agosto	Trasmallo

Fuente: Instituto Nacional de Pesca

Elaborado: Brígida Carolina Rivera Flores

1.6. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS DEL ÁREA DE ESTUDIO

1.6.1. Pesca artesanal

La pesca artesanal se realiza a lo largo del perfil costanero, con un total de 138 puertos pesqueros en las cuales se comercializa los diferentes tipos de productos del mar; es una actividad que se realiza con técnicas tradicionales y sin utilizar desarrollo tecnológico, su producción es en pequeña escala que puede ser para su autoconsumo o para su comercialización, a este tipo de pesca pueden incluir diferentes tipos de peces, moluscos y crustáceos, se utilizan diferentes sistemas de pesca tales como redes de cerco, trasmallo, espinel de superficie de agua y espinel de fondo.

1.6.2. Pesca industrial

La pesca industrial se realizan grandes embarcaciones, que requieren de una gran inversión económica, con buenos equipos mecanizados y una estructura tecnológica y apropiada para el proceso de desembarque de los pescados, su producción es a gran escala y que se utiliza para su exportación; los diferentes tipos de redes como: palangre, arrastre, grandes redes de cerco, etc.

Según la constitución de la República Ecuador en su Art. 22, la pesca puede ser:

- a) Artesanal, cuando la realizan los pescadores independientes u organizados en cooperativas o asociaciones, que hacen de la pesca hacen su media habitual de vida o la destinan al consumo doméstico, utilizando artes manuales menores pequeñas embarcaciones.
- b) Cuando se efectúa, con embarcaciones provistas de artes mayores y persigue fines comerciales o de procesamiento.

En el Art. 25.- Para ejercer la pesca industrial se requiere de autorización, mediante acuerdo, del Ministro de Recursos Naturales y Energéticos.

En el Art. 26.- Quienes se dediquen a la pesca industrial deberán disponer en propiedad, arrendamiento o asociación, de los buques necesarios, técnicamente equipados de conformidad con el respectivo reglamento.

1.6.3. Historia de preservación de los alimentos

Desde la antigüedad el hombre ha buscado la manera de conservar sus alimentos recolectados o cazados, ya que se degradan rápidamente, ellos pensaban que el hielo era un método de preservación de los alimentos, pero descubrieron que la sal y el aceite no solo servían para condimentar los alimentos, sino también para conservarlos, también las frutas y algunos vegetales se conservan en azúcar, las legumbre y frutos también se conservan en vinagre; también se pueden conservar en grasas, arcilla, aceite y miel, pero estos métodos son de poca duración, el pescado es un producto perecedero que tiende a adquirir más bacterias, pero con la aplicación de este método de conservación es una forma más sana y segura de consumir este producto.

En el siglo XVIII Napoleón, ofrecía una recompensa de 12.000 francos a la persona que buscara un método de conservación para que los alimentos que traían de otras partes duren por un largo tiempo y en buen estado, en el año de 1803 un investigador francés llamado Nicolás Appet se le otorgó el título de “Benefactor de la Humanidad” por haber encontrado el método para poder conservar los alimentos que era por medio del calor por medio de recipientes herméticos cerrados, y aparte de haber obtenido el título también recibió la recompensa que Napoleón ofreció, después descubre que el vapor era más eficaz que el agua hirviendo.

En América latina la fábrica exploradora de conservas está ubicada en Chile, pero esta empresa solo trabaja en ciclos cortos de la pesca y marisquería han venido

avanzando y ampliando su producción en fabricación de envases, en el siglo XXI las conservas y otros métodos tienen más tiempos de vigencia tanto en la preservación de los alimentos como las legumbres, vegetales, carnes, pescado.

1.7. DERIVADOS DEL ÁREA DE ESTUDIO

1.7.1. Especies capturadas en el puerto de Anconcito

Peces pelágicos grandes

- Dorado (*Coryphaena Hippurus*)
- Albacora (*Thunnus alalunga*)
- Bonito Barrilete (*Katsuwonus pelamis*)
- Sierra (*Scomberomorus sierra*)
- Picudo (*Makaira Mazara*)

Peces demersales

- Corvina (*Cynoscion phoxocephalus*)
- Corvina de Roca (*Cynoscion stolzmanni*)
- Camotillo (*Diplectrum maximun*)
- Pargo (*Lutjanus guttatus*)
- Perela (*Paralabrax callaensis*)
- Lenguado (*Pearalichthys adspersus*)
- Robalo (*Centropomus nigrescens*)
- Huayaipe (*Seriola rivoliana*)

Crustáceos

- Langostas (*Panulitus gracilis*)
- Langostinos (*Penaeus (litopenaeus) occidentalis*)

1.7.2. Tipos de pescado que se utilizan para el salado

1.7.2.1. Dorado

Su nombre común es Dorado (*Coryphaena Hippurus*), proveniente de la familia de coryphaenidae, otros nombres comunes como Llampuga, Lampuga, Dairado, Dolphinfish, Goldmakrele, su localización todos los mares tropicales y subtropicales mediterráneo, el tipo de pesca es artesanal e industrial, su arte de pesca es línea de mano, palangre de superficie y red de enmalle superficial, su tamaño máximo es de 210cm; peso máximo de 40kg, y puede durar hasta 5 años de vida, suele vivir en alta mar y se acerca a las costas cuando sube la temperatura del agua, su color es llamativo el dorso es de color verde o azul intenso los flancos son de color oro con manchitas azules, se alimenta de peces y de cefalópodos, la aleta dorsal se inicia sobre la nuca, es continua y solamente presenta blandos; y la aleta caudal es bien furcada, los principales puertos de desembarque son Esmeralda, Manta, San Mateo, Santa Rosa, Anconcito y Puerto Bolívar.

1.7.2.2. Albacora

Su nombre común es la Albacora, proveniente de la familia scombridae, otros nombres comunes: Bonito, atún blanco cordilas, *Thunnus alalunga*, se localiza en los mares cálidos y templados, a 0-50 de profundidad, su tipo de pesca es artesanal e industrial, su arte de pesca es red de enmalle superficial, de media agua y red de cerco, sus principales puertos de desembarque son Manta, Santa Rosa y Anconcito su tamaño máximo de 1 a 1,2 m, peso máximo de 16 a 27 kg, alcanza su madurez sexual a los 4 o 5 años y puede durar hasta 15 años de vida, es un pez alargado y su temperatura del agua por encima de los 15°, su color es el dorso entre negro azulado y bronceo con un brillo metálico, su cuero está cubierto por escama muy pequeñas.

1.7.2.3. Bonito

Su nombre común es el Bonito proviene de la familia de scombridae sus otros nombres comunes son Bonito pata seca, bonito momoy, bonito sierra se localizan en aguas templadas tropicales, que vive en profundidades medias y nada en grande bancos y se acerca a las costas en solo en la primavera, su tipo de pesca es artesanal e industrial su arte de pesca es en red de enmalle superficial, de media agua y red de cerco, sus principales puertos de desembarque son Manta, Santa Rosa, Anconcito y Puerto Bolívar, su tamaño máximo 52cm, peso máximo de 10 kilos y alcanzar una longitud de unos 90 centímetros, posee un cuerpo esbelto y alargado, su color es azul plateado con reflejos irisados, se alimenta de peces pelágicos, como sardina, anchoas y jureles, el cuerpo presenta escamas solo en la parte anterior formando un corselete.

1.7.2.4. Bacalao

Su nombre común es Bacalao, provenientes de la familia de los Gádidos sus otros nombres comunes son bacalao, murico de lodo, norteño, su localización es en mares fríos y establece su habitad a profundidades de 500 o 60 metros, su tipo de pesca es artesanal e industrial, el tamaño máximo 50 y 80 cm., peso máximo de 40 a 45 kilos su cuerpo es robusto y alargado su color es verde grisáceo en la escala próxima a un tono rojizo, es omnívoros, se alimenta de zooplancton, gusanos, moluscos y crustáceos.

1.8. PRODUCTO FINAL

1.8.1. Descripción del secado de Pescado Salado

1.8.1.1. Pescado

El pescado siendo la materia principal para la elaboración del producto, se compra se analiza una muestra del producto para verificar que este en óptima calidad, el

pescado salado se elabora con el pescado sano en buen estado y apto para el consumo, también se debe tener un riguroso cuidado en los cortes del pescado y tengan un mismo tamaño que permita cumplir con los estándares de calidad.

1.8.1.2. Sal

La sal que utilizan para el salado pescado, es sal gruesa y limpia que no contenga ni un residuo o sustancia cristalina extraña que no afecte en procesamiento de salazón, que no dañe la calidad del producto y de esta manera obtener un producto óptimo.

1.8.1.3. Tipos de Salado

Según su particularidad y su finalidad existen dos tipos de salado, que se aplican de acuerdo a la clase de pescado que se vaya a salar que es la salazón seca y la salazón húmeda.

Salazón seca

Consiste en deshidratar la carne del pescado con el elemento deshidratante según las variaciones de las regiones, clima y tipo final de producto que se desea obtener, dentro de la salazón seca hay tres tipos de métodos diferentes que se aplican a la salazón, las cuales son:

- ✓ Salazón en pila
- ✓ Salazón en salmuera
- ✓ Salazón en licor

Salazón en pila:

La salazón en pila es donde el pescado se coloca en pilas, alternando capas de sal para que se penetre en la parte más gruesa que en la fina y el agua que bota el

pescado hay que tomar los correctivos necesarios para su eliminación, para que el pescado reciba una presión similar en ambas partes después de 48 a 72 horas se descarga y se da vuelta la pila después de tener el respectivo control pasa al secado.

Salazón en salmuera:

La salazón salmuera es donde el pescado se lo sumerge en una solución saturada de sal, se recomienda no meter partes delgadas del pescado por que darán una apariencia rugosa.

Salazón en licor:

La salazón en licor es cuando el pescado después de haber pasado su debido proceso, se coloca en piletas y tanques donde se aplica la sal seca sobre la carne eso produce la difusión de la carne del pescado, la sal y sale el agua.

Salazón húmeda:

La salazón húmeda se coloca en barriles, tanques o piletas el pescado limpio con salmuera saturada o colocación de la sal que se disuelva con lentitud y que mantenga su misma concentración en todas las partes por ello se tiene que moverse en forma circular de una manera constante para evitar los problemas de putrefacción que pueden hacer que se pierda toda la producción del pescado.

1.8.1.4.Secado

Una vez realizado el proceso de limpieza y hecho todos el corte necesario para la incorporación de la sal, después que escurra toda el agua, se procede a secar en las cámaras de secado rápido en donde la circulación del calor les va a permitir cumplir su ciclo que es el pescado seco o el método tradicional que se procede a secar por aire libre con la acción del sol.

1.8.1.4.1. Proceso de Secado

El proceso de secado se describe como un proceso de eliminación de sustancias volátiles (húmedas) para producir un producto sólido y seco, de las cuales existen tres maneras de secar el de pescado:

- ✓ Secado por aire o por contacto
- ✓ Secado al vacío
- ✓ Liofilización

El secado por aire o por contacto

El secado por aire o por contacto es cuando el calor se transfiere al pescado desde una superficie caliente o por aire para arrastrar la humedad, hoy en día todavía utilizan método antiguo para el secado del pescado por medio de la energía del sol para evaporar el agua y que el aire arrastrar el vapor, para arrastrar el vapor de agua que permita aumentar la transferencia de calor por superficie.

El secado al vacío

El secado al vacío es el que utiliza la velocidad de la evaporación del agua a una presión reducida, por medio de la radiación o de superficies calientes para evaporar mediante una bomba de vacío.

Liofilización

La liofilización se realiza por medio de una cámara cerrada donde por medio de bombas de vacío se consiguen presiones muy bajas, esta hace que el pescado se congele con placas refrigeradas y el vapor se elimina en el pescado por medio de las más bombas al vacío.

1.9. MARCO LEGAL

1.9.1. Constitución de la República

Cumplir con todos los artículos de la Constitución de la República del Ecuador y requisitos de la Superintendencia de Compañías, para la constitución de la empresa de secado de pescado salado se deben cumplir con todos los requisitos que exigen la ley y también cumplir con todos los requisitos que exige la Aduna del Ecuador .

Según el art. 14 dice que se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Compañía Anónima

Según el art. 143, la compañía anónima es una sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades y compañías mercantiles anónimas.

Según el art. 144, Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima”, o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que puede confundirse con la compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos en los cuales se determina la clase de empresa como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

De la capacidad

Según el art.145 dice que para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor y fundador se requiere de la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre conyugues ni entre padres e hijo/as no emancipados.

Del capital y las acciones

Según el art.160 dice que la compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de la constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto del capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagados mínimos serán establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de compañías.

De los balances

Según el art. 289 dice que los administradores de la compañías están obligados a elaborar, en el plazo de tres meses contados desde el cierre del ejercicio fiscal económica anual, el balance general, el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios y presentarlos a consideración de la junta general con la memoria explicativa de la gestión y sustitución económica y financiera de la compañía.

El balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y sus anexos reflejaran finalmente la situación financiera de la compañía a la fecha de cierre del ejercicio social y que se trate y el resultado económico de las operaciones efectuadas durante dicho ejercicio social, según aparezcan de las anotaciones practicadas en los libros de la compañía y de acuerdo con lo dispuesto en este párrafo en concordancia con los principios de la contabilidad de general aceptación.

1.9.2. Plan del Buen Vivir

Según lo que establece el artículo 398 Plan del Buen Vivir; es que debemos de adoptar las políticas que eviten impactos ambientales que perjudique al medio ambiente, porque el estado está encargado de tomar medidas protectoras eficaces. La empresa Labrisa S.A. dedicada al proceso de producción, distribución y comercialización debe de prevenir cualquier impacto ambiental, en caso de no tomar las el estado se encargara de tomar sanciones pertinentes, todo daño que perjudique al medio ambiente tendrán la obligación de regenerar el ecosistema y a cada una de las personas afectadas.

Según lo que establece el artículo 400 del Plan del Buen Vivir, es que debemos de cuidar el medio ambiente caso contrario se tomaran medidas correctivas que deben ser consultados por la comunidad y se sancionara de acuerdo a la ley.

1.9.3. Impacto Ambiental

El impacto ambiental es un estudio técnico se realiza sobre el medio físico para ejecutar todo proyecto de desarrollo que puedan generar problemas al entorno y la salud de la población, con la finalidad de conservar, proteger y mejorar los recursos naturales y el medio ambiente, con las nuevas leyes de protección al medio ambiente es importante para el desarrollo de un proyecto realizar un estudio de impacto ambiental que sirve para prevenir la contaminación del medio ambiente y que traigan consecuencias graves en el entorno.

1.9.3.1.Leyes Ambientales en el Ecuador

Según la constitución Política de la República del Ecuador, reconoce a las personas el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación según la Ley de Gestión Ambiental No. 37 Registro Oficial 245.

Ley de Gestión Ambiental

Según lo que establece el Art. 1 de la Ley de Gestión Ambiental, en que se determinará las obligaciones y responsabilidades en la gestión ambiental, y señala los límites permisibles, controles y sanciones de la misma.

Según el Art. 2 dice que la Gestión Ambiental está sujeta a los derechos de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilizando tecnologías ambientales y no perjudiquen el medio ambiente.

Según el Art. 14. Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, que en idioma kichwa se denomina sumak kawsay que declara de interés público la preservación del ambiente y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Según el Art. 15. Nos dice que el Estado tiene la obligación de promover tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas contaminantes y de bajo impacto, tanto como en el sector público y privado.

Según el Art. 21. Nos dice debemos contar con una licencia con la debida autorización del Ministerio del ramo.

Cumplir con todo el control para la verificación de las normas de calidad ambientales referente al agua, aire, suelo, ruido y desechos agentes contaminantes

Según el Art. 71. Reconoce a la Naturaleza donde se reproduce y realiza la vida, e derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructuras, funciones y procesos evolutivos. Todas las personas, comunidad o pueblo podrán exigir a la autoridad pública el

derecho de los recursos de la naturaleza. También el estado. También el estado incentivara a personas naturales y jurídicas a proteger la naturaleza y el respeto a los elementos que conforman un ecosistema.

1.10. LA EMPRESA

La empresa es una entidad de actividad de bienes o servicio, que está conformada por un grupo de personas, bienes materiales, capacidad técnica y capacidad financiera que pretende lograr aspiraciones, que permita dedicarse a la producción y transformación de productos o prestación de servicio, obteniendo la eficiencia y la eficacia sintiéndose satisfechos de cumplir con los requerimientos del cliente, con la finalidad de obtener beneficio o fines de lucro.

Capital

Es el dinero con el que se va a empezar la actividad económica y continuar con las actividades económicas de la empresa de secado de pescado salado.

Trabajo

Es el recurso humano, son todas las personas que intervienen para que la empresa se ponga en funcionamiento, comenzando desde quienes la dirigen hasta las personas que ejecutan todo los procesos y que intervienen en la elaboración del producto y su respectivo control.

Recursos materiales

Los recursos materiales que se van a utilizar en la instalación de la empresa de secado de pescado salado, debe estar bien implementadas por todos los recursos necesarios tales como equipo y maquinarias que nos permita realizar todos los procesos de producción hasta llegar al producto final.

Descripción de la empresa

La empresa es una 100% peninsular dedicada a la elaboración y comercialización del secado de pescado salado, que brinda producto de altos estándares de calidad y que permita llevar una rigurosa manipulación del producto que nos permita comercializar, contar con personal altamente capacitado, contara con departamentos de producción, control calidad, y supervisión en el respectivo procesamiento del sacado del pescado salado y cumpliendo con todas las normas establecidas, que nos permita tener una penetración importante en el mercado.

Los productos que ofrece la empresa constituyen un valor altamente nutritivo con vitaminas, minerales y rico en proteínas que son elementos indispensables para en la nutrición humana y su correcto desarrollo es por ello que la empresa tiene el compromiso de satisfacer al consumidor en calidad, servicio y precio del producto, la empresa está situada en la parroquia Anconcito en el cantón salinas de la provincia de Santa Elena.

La empresa tiene como objetivo general las siguientes características generales:

- ✓ Ofrecer al cliente productos de calidad que satisfagan los gustos y preferencias del consumidor.
- ✓ Cuenta con recurso humano, técnico de capital.
- ✓ Planear las actividades de acuerdo a los objetivos planteados que se desean alcanzar
- ✓ Ser una empresa muy importante visionando el crecimiento socioeconómico.
- ✓ Competir con otras empresas lo que nos va a permitir mejorar el producto y promover el funcionamiento eficiente de la empresa.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En el diseño de la investigación de acuerdo a lo que se está desarrollando en la investigación se pretende alcanzar los objetivos esenciales del “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado en la provincia de Santa Elena del cantón Salinas en la parroquia Anconcito” que se fundamenta en la aplicación de la investigación cualitativa y cuantitativa, para el análisis y recolección de datos considerado en el modelo de conocimiento científico, que se pretende alcanzar en el proyecto factible.

Según H Sampieri (2007), esta perspectiva, el objeto de la investigación es explicar, predecir y controlar los fenómenos. Utiliza la recolección y el análisis de los datos de acuerdo con ciertas reglas lógicas, confía en la medición numérica, el conteo y se transforman las mediciones en valores numéricos cuantificables para analizarse posteriormente con técnicas frecuentemente estadística y extraer los resultados a un universo más amplio. Tales estudios llevan a cuantificar y aportar evidencia a una teoría que se tiene para explicar algo; la teoría se mantiene hasta que se refute o se alcance una mejor explicación.

Según Palella y Martins (2004), se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado al estudio.

Una vez que se va realizando el estudio es necesarios e importante aplicar la investigación cuantitativa y cualitativa nos permite tener un claro conocimiento de los enfoque para la elaboración y desarrollo el tema de investigación y demostrar

que el proyecto si es factible que permita cubrir la demanda insatisfecha de ese sector y la solución de problemas de proyecto, cubriendo las necesidades de la investigación.

Por medio del estudio el proyecto factible se pretende mejorar varias dificultades de los mercados donde se va a comercializar el producto de los diferentes países tales como Estados Unidos, Asia y Europa, provocando que los productos sean adquiridos con mayor facilidad, no existe en nuestra provincia una empresa dedicada al secado de pescado salado. Mediante el diseño de la investigación es recomendable hacerlo y se aplique al estudio de factibilidad para que se desarrolle e implemente en la Provincia de Santa Elena, dando a nuestra provincia un mayor crecimiento productivo y socioeconómico de nuestra empresa y de la parroquia.

2.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

La metodología del proyecto de investigación se utiliza según los lineamientos de un proyecto factible en esta investigación, que presente alternativas de solución para que el proyecto sea viable y cumple con los alcances y el porqué del proyecto, que permitan utilizar varios métodos como una estrategia encaminada a solucionar los problemas planteados que permita llegar a un fin específico. Para la ejecución de este proyecto deben aplicarse investigación de tipo documental y de campo.

Según Arias, (2006, 134), señala que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización.

De lo antes planteado, para llevar a cabo el proyecto factible, lo primero que debe realizarse es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar es plantear y fundamentos con basamentos teóricos la propuesta a elaborar y establecer, tantos los procedimientos metodológicos así como las actividades

y los recursos necesarios, para llevar a delante la ejecución. Aunado a esto, se realiza el estudio de factibilidad del proyecto y, por último la ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación.

Según la modalidad de (UPEL, 2005), La modalidad de proyecto factible, consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la información a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

El trabajo de investigación pretende saber si es factible que nos lleve buscar soluciones óptimas para la implementación de la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, se fundamente diferentes tipos de investigación que permitan la veracidad del desarrollo del trabajo de investigación.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Investigación Bibliográfica

En la investigación bibliográfica es una de las primeras etapas ayuda a constituir una excelente introducción y además es muy importante porque se utilizan fuentes primarias como secundarias que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes y que dan apertura a que sirve de guía para el desarrollo de teorías, experimentos, resultados instrumentos y técnicas aplicadas en el tema a desarrollarse, por ellos la propuesta realizada se hizo por medio de libros, páginas web, que permiten cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

2.3.2. Investigación de Campo

Es aquella que en el mismo objeto de investigación sirve como objeto de investigación sirve como fuente de investigación para el investigador según los siguientes autores manifiestan que:

Según Arias (2006), señala: Una investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar la variable alguna, en las áreas productivas de la empresa, utilizando la observación directa, la entrevista estructurada y la documentación bibliográfica, por medio de actividades previamente planificadas.

La investigación de campo permitió realizar mediante técnicas de investigación para la recolección de datos mediante encuestas y entrevistas en la parroquia de Anconcito de la provincia de Santa Elena, específicamente se realizó a los pobladores de la parroquia quienes conocen del producto y su proceso de conservación.

2.3.3. Encuestas y Entrevista

En el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron dos fuentes de investigación para obtener de esta manera una información representativa exacta de los datos que se presenta en el estudio de factibilidad.

Fuentes Primarias

Las fuentes primarias contienen una información original generada por el investigador para llegar a obtener todos los objetivos planteados de una investigación, ya que del investigador es el que va a obtener los información de primera mano porque va directamente a las a las fuentes ya sea de empresas

similares en este caso empresas de secado de pescado salado para obtener la información.

En el presente estudio de investigación se obtuvo la información de las fuentes primarias como las encuestas y entrevista de primera mano además con temas relacionados al tema de investigación a la pesca y de diferentes empresas que se dedican al proceso y comercialización del pescado salado en el país.

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias contienen información primaria, de manera sintetizada y reorganizada que permiten analizar e interpretar y ampliar el contenido de la información de las fuentes primarias; el medio donde se obtiene la información es de páginas web, periódicos y proyectos de investigación. De la misma manera estas fuentes secundarias fueron de mucha utilidad para complementar la información de las fuentes primarias referente al proyecto, con la finalidad de contribuir de manera relevante acerca del Estudio de Factibilidad para la creación de la empresa de secado de pescado salado.

2.3.4. Investigación Exploratoria .

La investigación exploratoria es la que nos sirve en el objeto de investigación sirve como fuente de investigación para el investigador, le permite aproximarse al objeto de estudio con el fin de aumentar el grado familiaridad que permita lograr obtener datos del sitio donde se está realizando la investigación.

La metodología que se aplica en esta investigación es el cuestionario para ver los gustos y preferencias del cliente, aplicando la observación para la recolección de información requerida para la investigación representa una visión general del tema de estudio, una vez obtenida los resultados de la investigación nos permitirá buscar maneras más tecnificadas de optimizar los recursos naturales.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Permite el procedimiento riguroso que se utiliza de manera lógica para que el investigador utilice para adquirir el conocimiento, a continuación se detallan los métodos que se aplicaron en la investigación:

2.4.1. Método de Observación

El método de observación es muy importante en la investigación científica, que percibe ciertos rasgos sobre el objeto de conocimiento existente en la realidad que permite lograr resultados de los objetivos planteados en la investigación de manera sistemática, el investigador debe definir claramente lo que quiere observar y cuáles son sus posibles resultados es por ello que debe estar relacionado con proposiciones teóricas que tengan que ver con el objeto de investigación. Siendo uno de los métodos más utilizados en la investigación por medio de la observación se puede conocer sobre el trabajo de investigación.

2.4.2. Método Inductivo

El método inductivo es el conocimiento que se inicia por medio de la observación de los fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones generales que conlleven a un análisis ordenado y lógico del problema del trabajo de investigación, tomando como referencias premisas verdaderas, desde las cuales inicia el análisis del problema de investigación, de manera que el método inductivo se sustenta en la generalización de propiedades a casos ya observados, para clasificar el estudio de todos los hechos que permitan llegar a la generalización, el método inductivo nos permitió conocer las causas del problema sobre el trabajo de investigación que nos ayude a llegar a una solución con la finalidad de determinar el problema y poder saber cuál es el problema del objeto de investigación que es la poca comercialización de pescado salado.

2.4.3. Método Deductivo

El método deductivo procede del conocimiento que inicia desde la observación de los fenómenos, con el propósito de señalar las verdades particulares contenidos explícitamente en la situación general, que permiten explicar hechos o situaciones particulares. Se aplicó el método observando el efecto que tienen el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito con el propósito de aumentar el desarrollo socioeconómico de las personas y de la misma.

2.4.4. Método Histórico Lógico

El método histórico lógico esta enlazado al conocimiento de las distintas etapas del objetivo que permita la evolución y el desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado, que es necesario para las conexiones históricas que fundamenten, la lógica interna de desarrollo que permiten profundizar más la esencia del objeto de investigación.

2.4.5. Método de Análisis

El método de análisis es un proceso que permite al investigador conocer la realidad e identifica cada una de las partes que determinan una realidad de tal manera que se establece una relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación; la identificación de todo el análisis que permita aumentar el conocimiento de la realidad del estudio de factibilidad de la creación de una empresa de secado de pescado salado.

2.4.6. Método de Síntesis

El método de síntesis es la interrelación de los elementos que identifican el objeto, que permite que cada uno de ellos se relacione con el conjunto a lo que se está

refiriendo del problema de investigación, lo que quiere decir que el análisis y la síntesis van llevado de la mano por que al análisis debe seguir a la síntesis.

Lo que significa que el análisis se descompone el todo en sus partes y las identifica y la síntesis relaciona los elementos que permiten crear explicaciones que permiten resolver el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Según Arias (2006) “Se entenderá por técnica el procedimiento o forma particular de obtener datos e información”. (Pág. 67)

Al realizar la presente investigación las técnicas de la recolección de datos deben ser válidos y confiables durante todo proceso de la investigación, las técnicas que se van a utilizar:

- Observación directa
- La encuesta
- La entrevista (informal)
- Revisión documental

A través de estas técnicas se pudo obtener información específica del sector que se está investigando de tal forma que esta información ayudo a la obtención de los datos importantes.

Según C. Méndez (2006), es un proceso de conocimiento científico en la recolección de datos. La observación puede definirse en el uso sistemático de nuestros sentidos de búsqueda de los datos que necesitamos para resolver el problema de investigación”. (Pág. 250)

En cuanto a la revisión documental por la naturaleza del proyecto es necesario determinar, sistematizar y aplicar métodos y técnicas relacionados con el tema de estudio que nos va a permitir el desarrollo de estudio de mercado, técnico y financiero, a fin de precisar el tema de estudio.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.6.1. Población

La población que se tomó en consideración para seleccionar la muestra fue en la Provincia de Santa Elena, en el cantón Salinas, parroquia de Anconcito donde la población es de 11.822 habitantes, en la cual se tomó en consideración los consumidores, distribuidores y empresarios que están relacionados con la pesca, el infinito del presente trabajo está conformado por personas como lo demuestra el cuadro # 7 en el que se involucra todo el sector pesquero de Anconcito.

TABLA # 7. Población

Elementos	Ni	%
Consumidores	2042	91,08
Empresarios	15	0,62
Distribuidores	185	8,25
TOTAL	2.242	100

Fuente: Instituciones Públicas y Privadas

Elaborado por: Carolina Rivera Flores

Una vez que se conoce a la población total de investigación para el objeto de estudio; en este caso se considera el tipo de población sujeta a una clase de muestreo, debido a la existencia de un gran número de sujetos se consideró 2.242 de los diferentes segmentos de mercado de la parroquia de Anconcito.

2.6.2. Muestra

El tipo de muestreo se aplicó en el presente trabajo de investigación fue el muestreo probabilístico que permite la segmentación de dicha muestra por grupos, obteniendo un mejor análisis, por tal motivo se ha dividido a la muestra que corresponde a los consumidores, distribuidores y empresarios.

Se aplicaron 328 encuestas a los diferentes segmentos de mercado establecidos considerando un nivel de confianza del 95%. Datos tomados en cuenta para la realización de la entrevista fue la parroquia Anconcito, cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena.

Fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Los elementos a considerar son:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

Z²= Nivel de confianza

e² = porcentaje de error

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad que no se consiga el éxito

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 2242}{0,05^2 (2242 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 0,25 \cdot 2242}{5,6025 + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{2152,32}{6,5629}$$

$$n = 328$$

TABLA # 8. Muestra

Elementos	Ni	%
Consumidores	297	90,61
Empresarios	3	0,91
Distribuidores	28	8,48
Total	328	100

Fuente: Instituciones Públicas y Privadas

Elaborado por: Carolina Rivera Flores

Para aplicar el método de muestreo se consideró 3 segmentos de mercado como son: Consumidores, Distribuidores y Empresarios, quienes tienen más conocimiento acerca del tema de investigación en la parroquia de Anconcito, con un total de 328 encuestas en el mercado antes mencionado, que permitió observar los gustos y preferencias del consumidor así se establecerán los resultados mediante datos estadísticos.

2.7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se llevó a cabo es a través de una planificación de las actividades para cumplir con todo lo propuesto en tema de estudio conocida como descriptiva se desarrollará tomando en cuenta el siguiente procedimiento.

- 1) Planteamiento del problema
- 2) Operacionalización de las variables
- 3) Técnicas de recolección de datos
- 4) Población y Muestra
- 5) Elaboración del instrumento
- 6) Proceso y análisis de los datos
- 7) Conclusiones y Recomendaciones
- 8) Formulación de la propuesta
- 9) Preparación del informe final

Este procedimiento de investigación se lo llevo a cabo para la obtención de información en el desarrollo del tema de objeto de estudio a fin de que se explique bien a las personas que se desea conocer respuestas de manera clara y sencilla, las fases secuenciales que se han venido utilizando para el desarrollo de la investigación que permita sustentar la validez y confiabilidad de la investigación.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

El tercer capítulo permite mostrar los resultados de la presente investigación que abarca sobre el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas a consumidores, distribuidores y entrevista realizada a empresarios de la actividad pesquera, una vez de haber sido aprobados se procedió a resolverlos y de esta manera poder analizar e interpretar los resultados obtenidos que se obtuvieron en el proceso de la investigación del Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

Para realizar la tabulación de las encuestas cabe precisar que se hicieron dos tipos de encuestas y una entrevista, de las cuales fueron distribuidas de la siguiente manera para los consumidores con un total de 297, distribuidores con un total de 28 y 3 entrevistas realizadas a empresarios, de esta manera se procede a separar las encuestas para su respectiva recopilación.

De esta manera se procede a recopilación de toda la información y se procede a la tabulación de cada pregunta con su respectivo porcentaje en la selección de las variables que se ingresan en el programa de Excel donde se lleva el control en cuadros de cada ítems y una vez obtenidos los resultados se presenta en tablas, gráficos y análisis de cada pregunta.

Luego de haber concluido con el análisis de cada una de las preguntas realizadas en las encuestas, se plantea una recomendación y conclusión general de la información que se obtuvo por medio de las encuestas que nos ayuda a tener un claro conocimiento y posibilidades existentes por parte de los consumidores y distribuidores que nos permita tener una aceptación de nuestro producto como es el pescado salado.

3.1.PRESENTACIÓN DEL ANÁLISIS Y GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE LOS CONSUMIDORES.

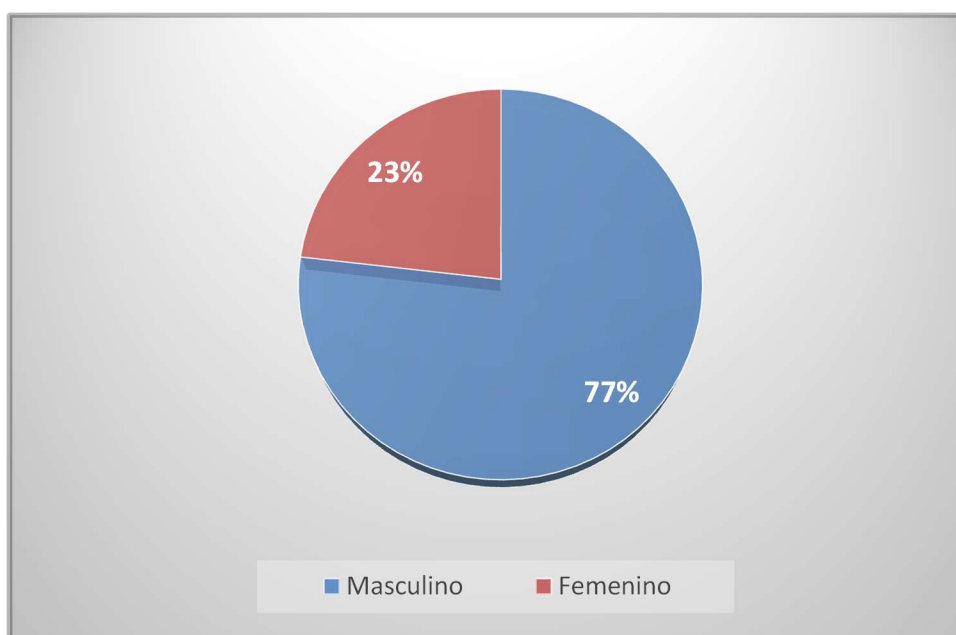
1.- Género

TABLA # 9. Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	252	77 %
Femenino	76	23 %
TOTAL	328	100,00 %

Fuente: Género
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 3. Género



Fuente: Género
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

El instrumento aplicado para obtener la información del proyecto es la encuesta, el mismo que se utilizó para determinar la variable del género de las personas encuestadas, con un total de 328 dividida en consumidores, distribuidores y empresarios, se puede observar en la gráfica en menor porcentaje es el género femenino y en gran porcentaje al género masculino, conocen del producto.

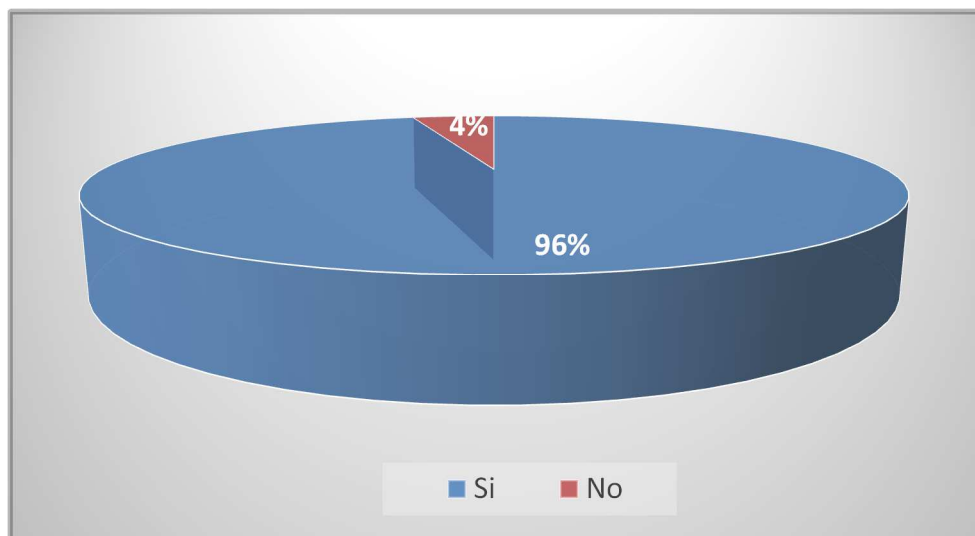
2.- ¿Conoce usted sobre la pesca artesanal en la parroquia Anconcito?

TABLA # 10. Conoce la pesca Artesanal

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente si	284	96 %
	Probablemente si	0	0%
	No estoy seguro	0	0%
	Probablemente no	13	4 %
	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL		297

Fuente: Pesca Artesanal
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 4. Conoce la pesca Artesanal



Fuente: Pesca Artesanal
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

En la gráfica que fue dirigida a los consumidores se puede observar que las encuestas realizadas en la parroquia Anconcito demuestran que las personas encuestadas conocen de la actividad pesquera artesanal y en menor porcentaje demuestran el poco conocimiento de esta actividad, siendo la misma un puerto pesquero y que la gran parte de sus habitantes se dedica a esta labor.

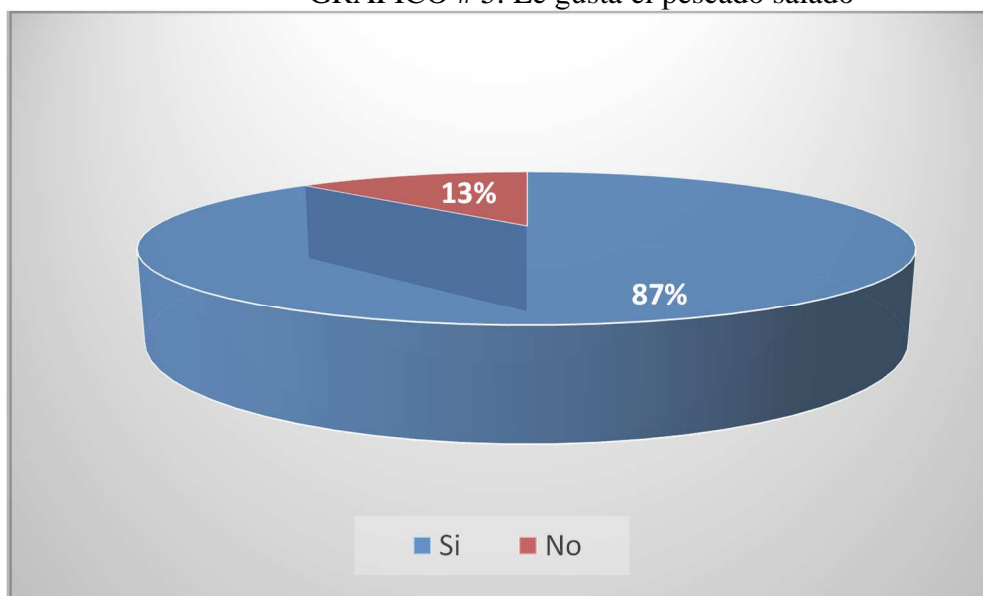
3.- ¿Le gusta el pescado salado?

TABLA # 11. Le gusta el pescado salado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
2	Definitivamente si	259	87 %
	Probablemente si	0	0 %
	No estoy seguro	0	0 %
	Probablemente no	38	13 %
	Definitivamente no	0	0 %
	TOTAL		297

Fuente: Le gusta el pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 5. Le gusta el pescado salado



Fuente: Le gusta el pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

De los estudios realizados la mayor parte de los pobladores de la parroquia Anconcito, manifestaron que si le gusta el pescado salado y los otros afirmaron que no les gusta porque no han probado el pescado salado pero que están dispuestos a degustar. Por lo tanto hay un elevado índice de mercado potencial que orienta a la investigación a la factibilidad del producto.

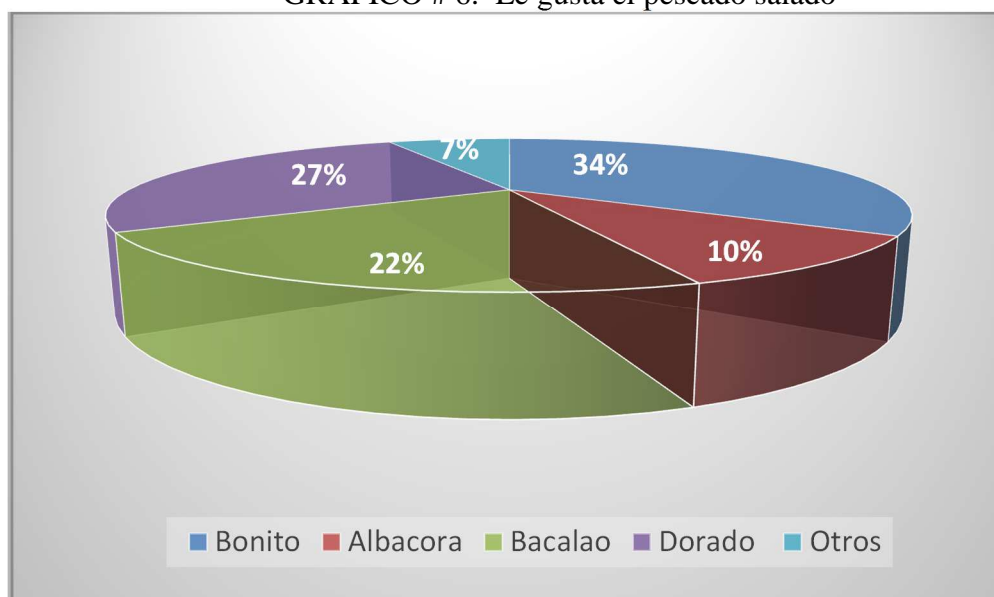
4.- ¿Qué clase de pescado salado usted consumiría?

TABLA # 12. Clase de pescado salado usted consumiría

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
3	Bonito	102	34 %
	Albacora	30	10 %
	Bacalao	65	22 %
	Dorado	80	27 %
	Otros	20	7 %
	TOTAL		297

Fuente: Clase de pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 6. Le gusta el pescado salado



Fuente: Clase de pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

El resultado de las personas encuestadas manifiestan que el Bonito es uno de las especies más consumidas, seguido por el Dorado, el Bacalao, la Albacora y el restante hacen referencia a otras clases de pescado, lo que nos facilita el salado porque son peces de más captura en el parroquia Anconcito y también son los pescados de mayor consumo.

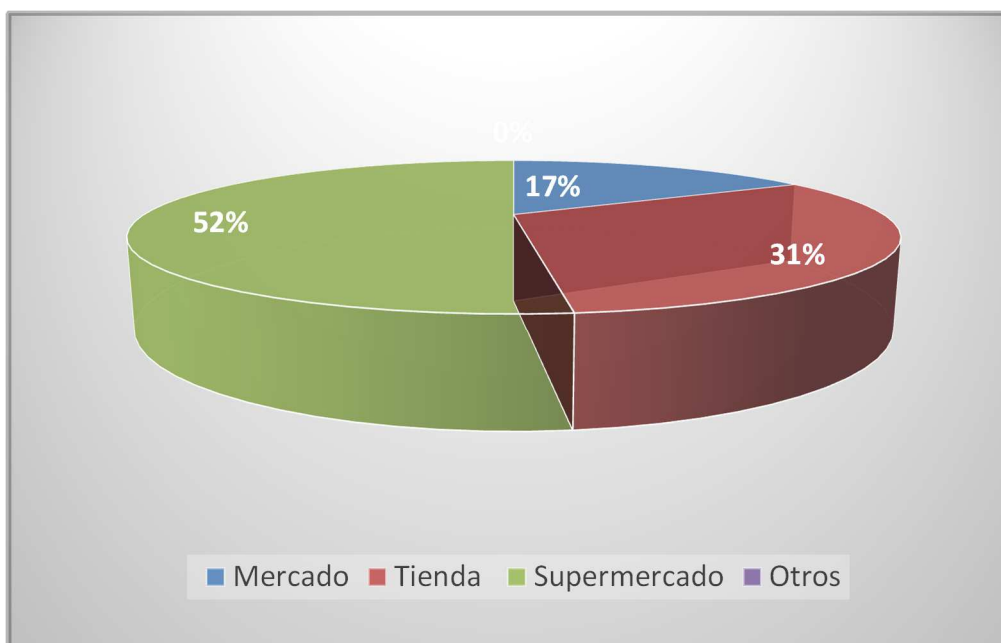
5.- ¿En qué lugar le gustaría comprar este producto?

TABLA # 13. Lugar que le gustaría comprar este producto

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
4	Mercado	50,00	17 %
	Tienda	93,00	31 %
	Supermercado	154,00	52 %
	Otros	0,00	0 %
	TOTAL	297	100 %

Fuente: Lugar que le gustaría comprar este producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 7. Lugar que le gustaría comprar este producto



Fuente: Lugar que le gustaría comprar este producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Con los resultados obtenidos se puede concluir que las personas prefieren o tienen un lugar específico de comprar, la mayoría de los consumidores prefieren los supermercados por el control, higiene y calidad en los productos, a continuación las tiendas por ser lugar más cerca al realizar sus compras y los otros prefieren comprar en el mercado, todo depende de los gustos y preferencia de los consumidores.

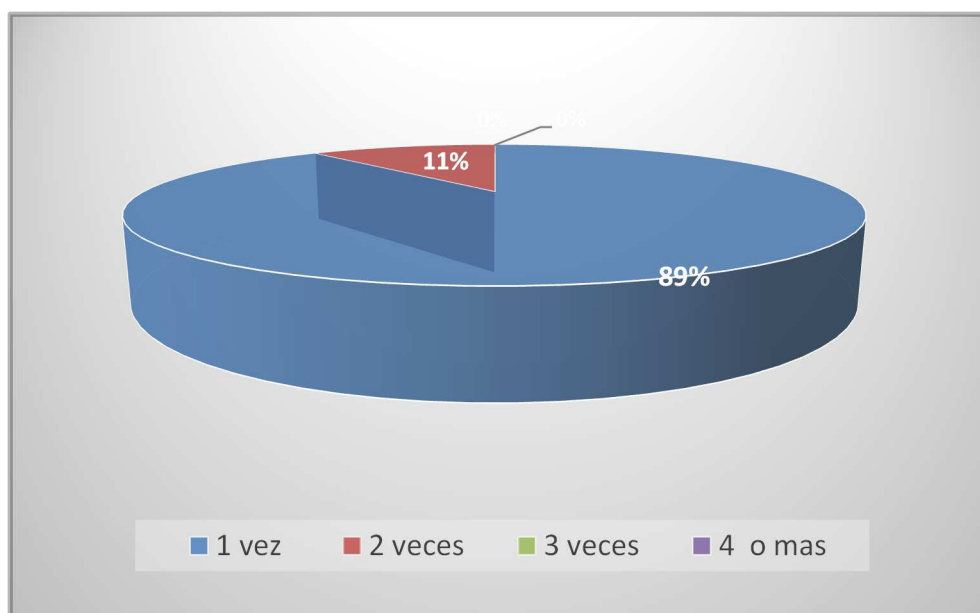
6.- ¿Con qué frecuencia a la semana consumiría usted pescado salado?

TABLA # 14. Frecuencia semanal consumiría pescado salado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
5	1 vez	264	89 %
	2 veces	33	11 %
	3 veces	0	0 %
	4 o mas	0	0 %
	TOTAL	297	100 %

Fuente: Frecuencia semanal consumiría pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 8. Frecuencia semanal consumiría pescado salado



Fuente: Frecuencia semanal consumiría pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Según los datos obtenidos en las 297 encuestas realizadas, demuestran que las personas encuestadas prefieren consumir una vez a la semana el pescado salado y a su vez variar en su opción de alimentación, mientras que otras personas prefieren consumir dos veces a la semana, y no esperar que sea una fecha especial para consumir el producto.

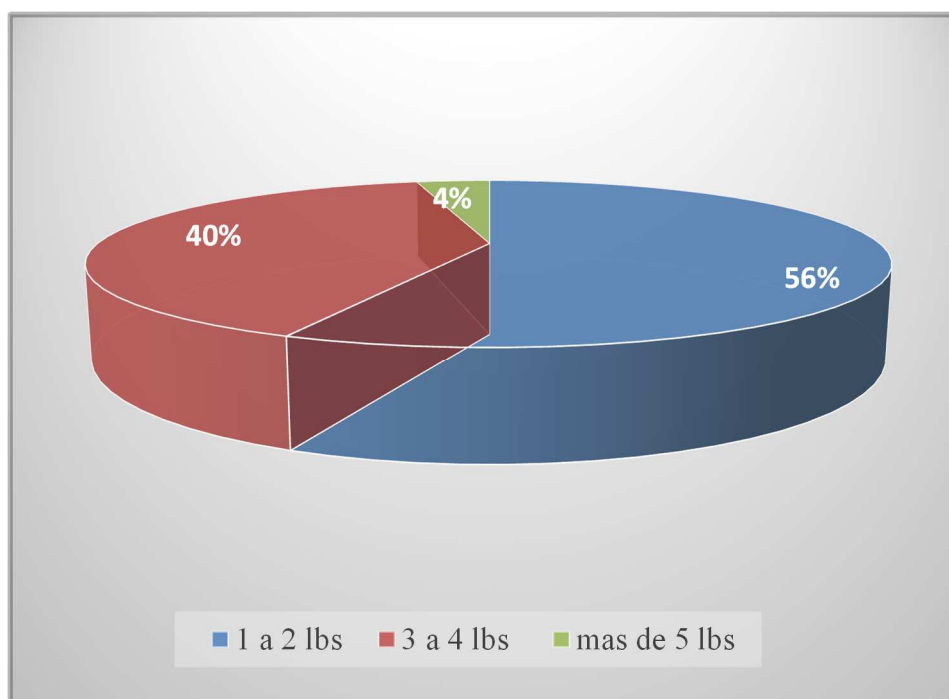
7.- ¿En qué cantidad compraría el producto?

TABLA # 15. En qué cantidad compraría el producto

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
6	1 a 2 lbs.	168	56 %
	3 a 4 lbs.	118	40 %
	Más 5 lbs.	11	4 %
	TOTAL	297	100%

Fuente: Cantidad que compraría el producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 9. En qué cantidad compraría el producto



Fuente: Cantidad que compraría el producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

El presente gráfico demuestra que la gran parte de los consumidores compran de 1 a 2 lbs., por el número de integrantes de sus familias es poco, seguido de los consumidores que adquiere de 3 a 4 lbs. por el aumento de sus integrantes y los que adquiere más de 5 lbs porque son más, se puede indicar que entre más grande es el grupo familiar hay mayor consumo de pescado salado.

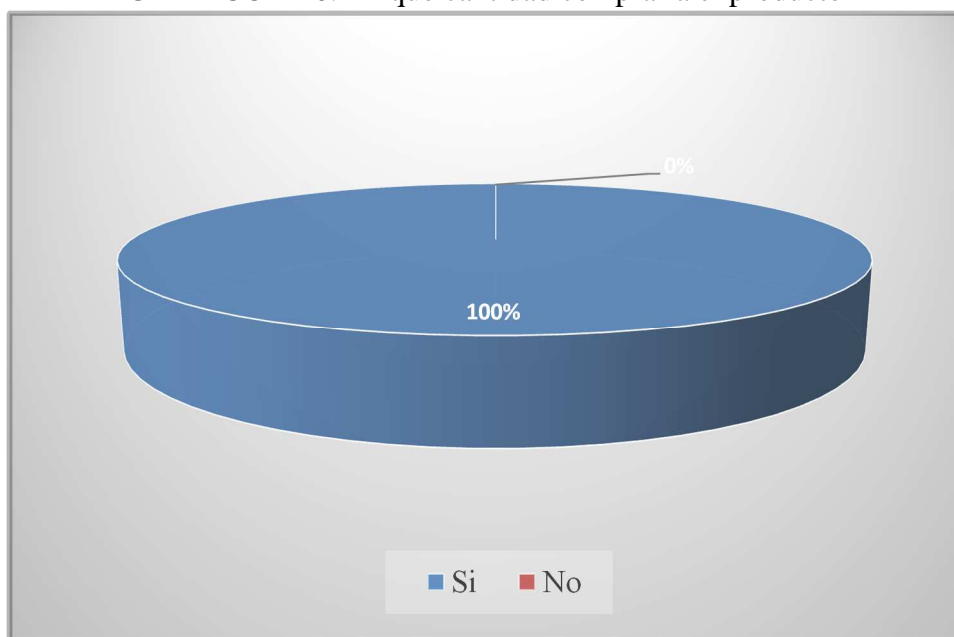
8.- ¿Estaría dispuesto a pagar \$ 2,20 por la libra de pescado?

TABLA # 16. Estaría dispuesto a pagar \$ 2,20 por la libra de pescado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
7	Definitivamente si	297	100%
	Probablemente si	0	0%
	No estoy seguro	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL	297	100%

Fuente: Pagaría \$2,20 por la libra de pescado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 10. En qué cantidad compraría el producto



Fuente: Pagaría \$2,20 por la libra de pescado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Dentro de las encuestas que se realizó a los consumidores, los resultados que se pueden observar de las personas encuestadas indicaron que están dispuesto a pagar \$2,20 por la libra de pescado salado por ser precio asequible momento de elección de compra en comparación a otros productos y también por variedad de consumo de alimentos.

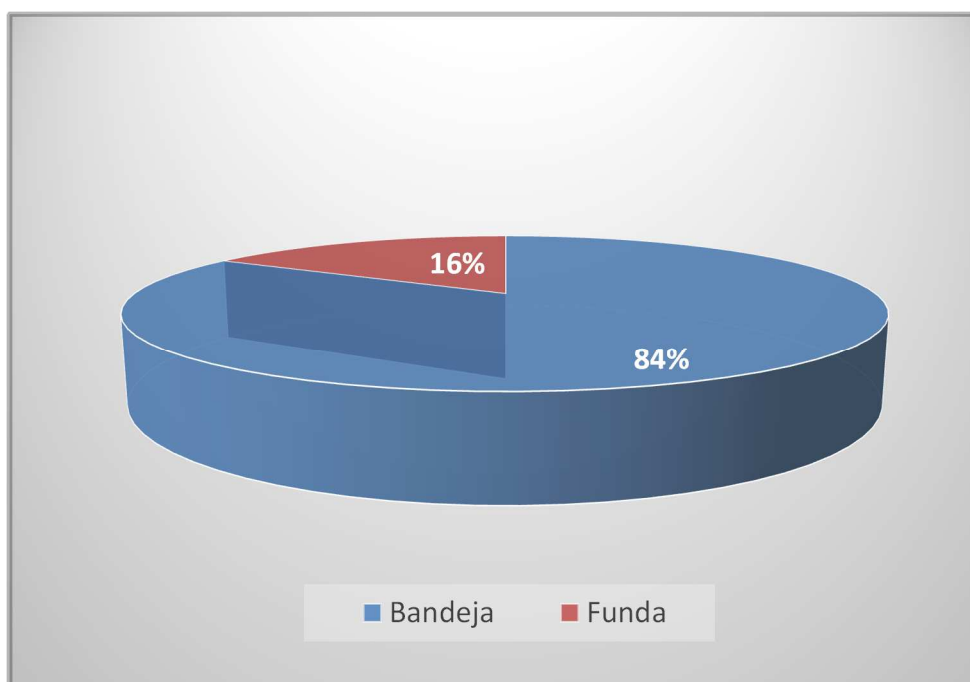
9.- ¿Cómo le gustaría su presentación?

TABLA # 17. Como le gustaría su presentación

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
8	Funda	232	84 %
	Bandeja	65	16 %
	TOTAL	297	100 %

Fuente: Como le gustaría su presentación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 11. Como le gustaría su presentación



Fuente: Como le gustaría su presentación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

En la encuesta realizada se puede determinar que los consumidores prefieren la presentación de bandeja debido a sus características de conservación de los alimentos y una opción de empaque para exhibir el producto mientras que el otro porcentaje prefiere funda puede ser otra variedad de empaque, llegando a la conclusión que prefieren bandeja por ser una técnica de empaque agradable.

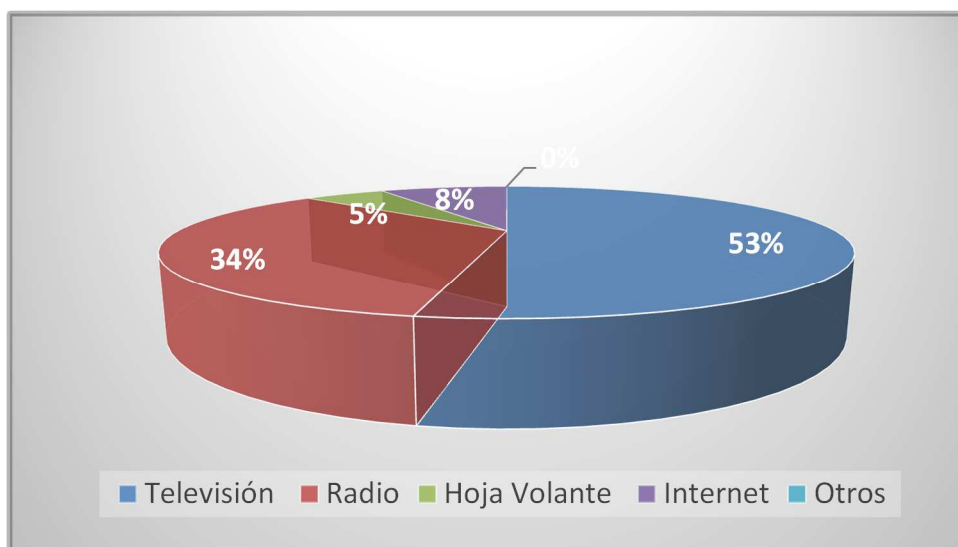
10.- ¿A través de que medio obtiene la información de este producto?

TABLA # 18. A través de que medio obtiene información de este producto

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje valido
9	Televisión	156	53 %
	Radio	99	34 %
	Hoja Volante	15	5 %
	Internet	24	8 %
	otros	0	0 %
	TOTAL	297	100%

Fuente: Medio que obtiene información
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 12. A través de que medio obtiene información de este producto



Fuente: Medio que obtiene información
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Los resultados obtenidos determinan que de las personas encuestadas definitivamente obtienen información a través de los medios de televisión, otros escuchan la radio, utilizan el internet y leen las hojas volantes que reparten los centros comerciales, lo que determina que la televisión y la radio son los medios más utilizados para obtener información de este producto.

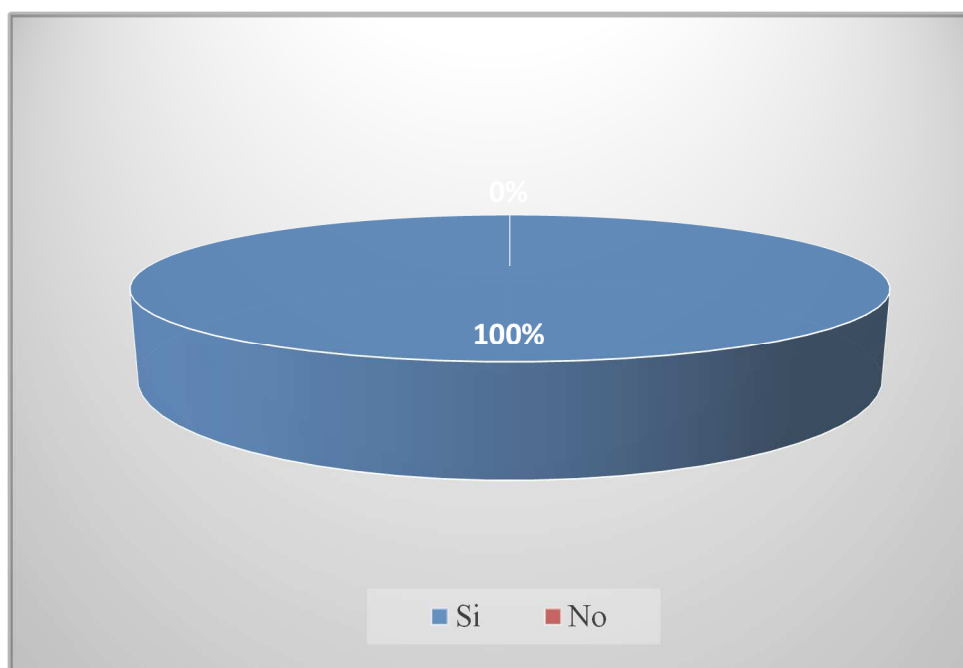
11.- ¿Recomendaría este producto a familiares y amigos?

TABLA # 19. Recomendaría este producto a familiares y amigos

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
10	Definitivamente si	297	100%
	Probablemente si	0	0%
	No estoy seguro	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL	297	100%

Fuente: Recomendaría este producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 13. Recomendaría este producto a familiares y amigos



Fuente: Recomendaría este producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Los resultados nos indican que las 297 personas encuestadas, en términos porcentuales demuestran que están dispuestos a recomendar el producto por cumplir con los altos estándares de calidad siendo así una elección de compra que les permitirá variar su opción de alimentación, y que permitan recomendar nuestro producto a familiares y amigos.

3.2. PRESENTACIÓN DEL ANÁLISIS Y GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE LOS DISTRIBUIDORES.

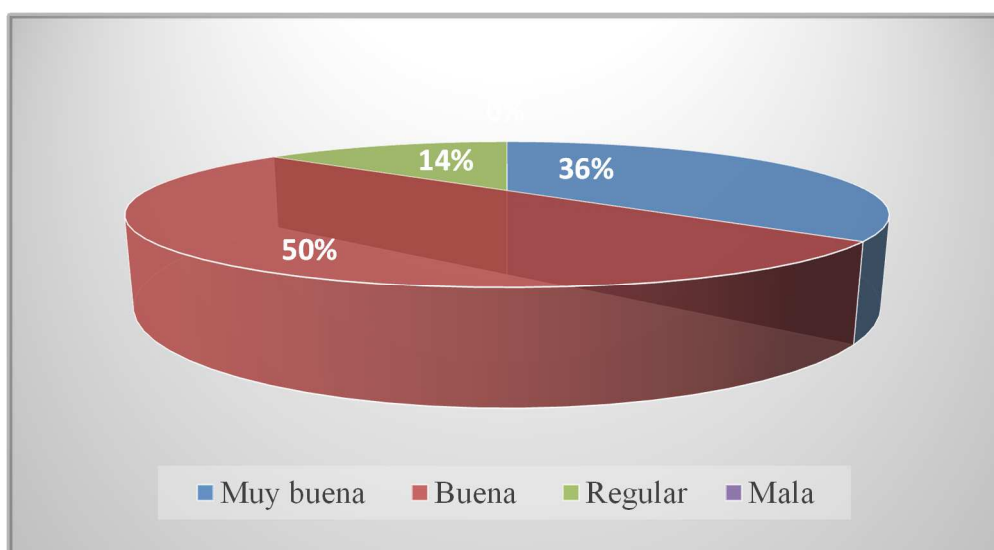
1.- ¿Qué opina acerca del pescado salado y su conservación?

TABLA # 20. Qué opina acerca del pescado salado y su conservación

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy buena	10,00	36 %
	Buena	14,00	50 %
	Regular	4,00	14 %
	Mala	0,00	0 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Opinión del pescado salado y su conservación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 14. Qué opina acerca del pescado salado y su conservación



Fuente: Opinión del pescado salado y su conservación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

El gráfico demuestra las opiniones de las personas encuestadas sobre el pescado salado y su conservación. Los resultados obtenidos mostraron que es muy buena debido a que conocen del producto, otros comenta que es buena pero que falta tecnificar más su calidad e higiene y pocos opinan que es regular por el desconocimiento de la misma.

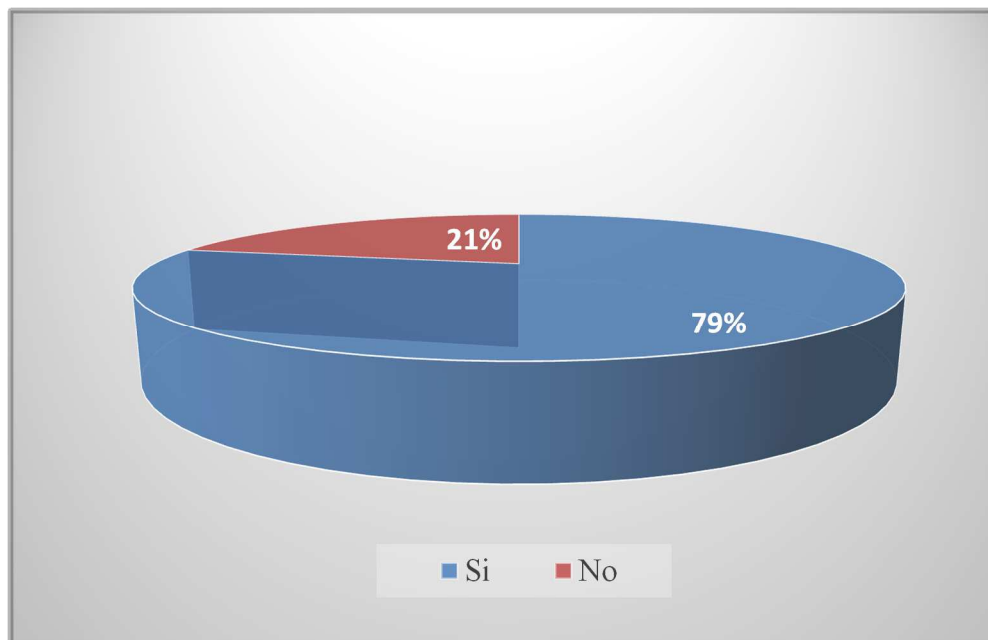
2.- ¿Ha distribuido alguna vez pescado salado?

TABLA # 21 Ha distribuido alguna vez pescado salado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
2	Definitivamente si	22	79 %
	Probablemente si	0	0 %
	No estoy seguro	0	0 %
	Probablemente no	0	0 %
	Definitivamente no	6	21 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Ha distribuido alguna vez pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 15 Ha distribuido alguna vez pescado salado



Fuente: Ha distribuido alguna vez pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

De los resultados obtenidos en las encuestas se observa que el mayor porcentaje de distribuidores manifiestan que si han distribuido el producto pero solo en épocas especiales y por otro lado tenemos un porcentaje mínimo que dicen que no han distribuido por el escaso conocimiento de la conservación del producto, lo demuestra que no existe competencia directa de empresa de pescado salado.

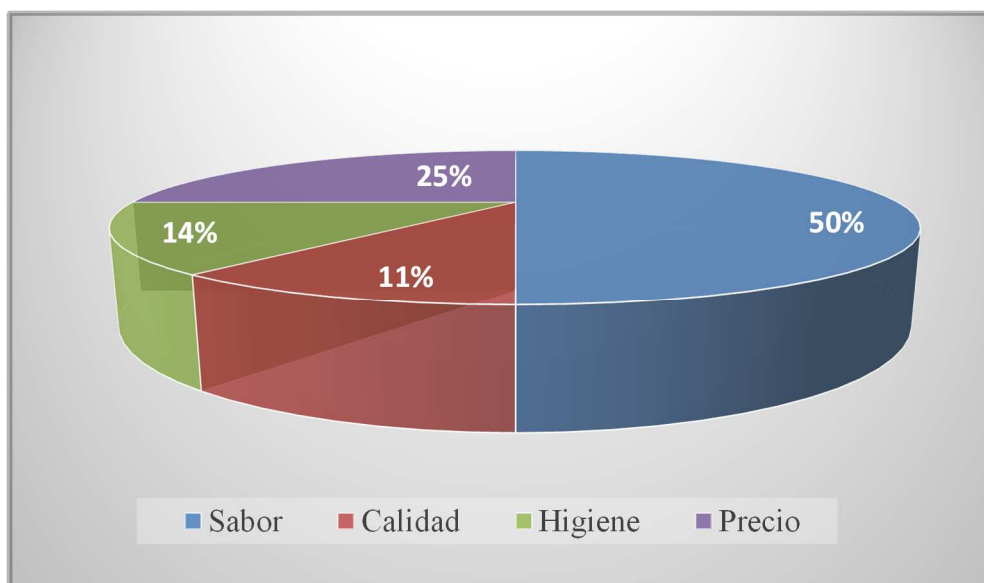
3.- ¿Qué ventajas cree usted que encuentra el consumidor en el proceso del pescado salado?

TABLA # 22. Ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
3	Sabor	14,00	50%
	Calidad	3,00	11 %
	Higiene	4,00	14 %
	Precio	7,00	25 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 16. Ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado



Fuente: Ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Referente a las ventajas que encuentra el consumidor en el pescado salado muestra que prefieren el producto por su sabor, otros por su bajo costo, los consumidores ven como una opción diferente de comida al momento de degustar un plato, este elemento genera en los consumidores un grado de aceptación gracias a la calidad, higiene que permite obtener un producto óptimo.

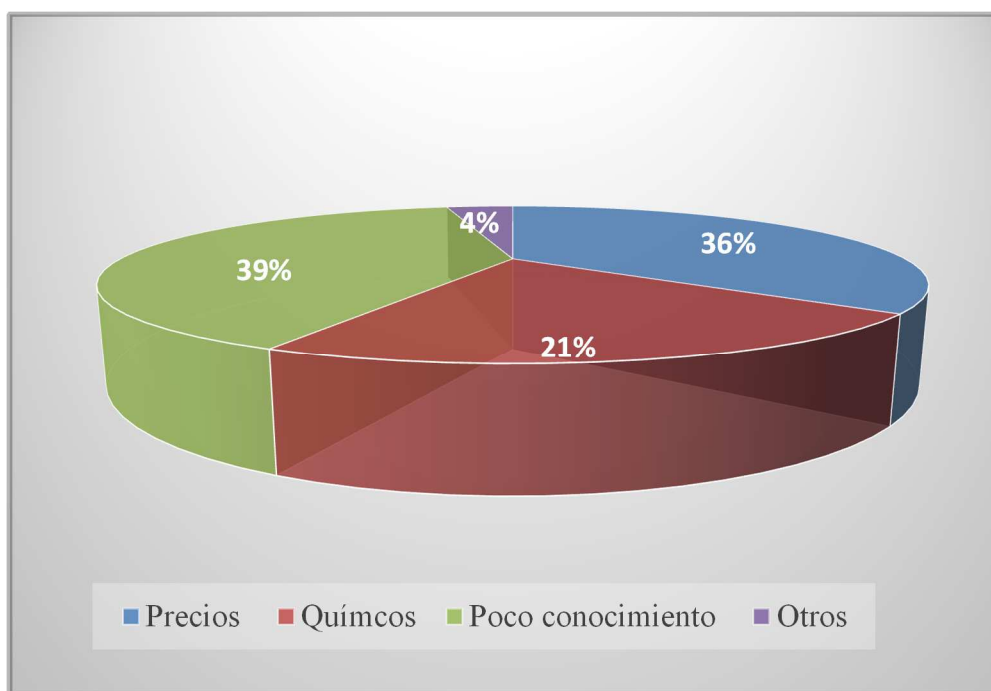
4.- ¿Qué desventajas cree usted que encuentra el consumidor en el proceso del pescado salado?

TABLA # 23. Desventajas encuentra el consumidor en el pescado salado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
4	Bajo precio	13	35 %
	Poco Químicos	10	27 %
	Poco Conocimiento	12	32 %
	Otros	2	5 %
	TOTAL	37	100%

Fuente: Desventajas que encuentra el pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 17. Desventajas encuentra el consumidor en el pescado salado



Fuente: Desventajas que encuentra el pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Relativo a las desventajas podemos observar que existe un problema por el desconocimiento y por ende por el poco consumo del pescado salado en comparación a los productos de su consumo diario, pero los factores que resaltan son el precio y los químicos.

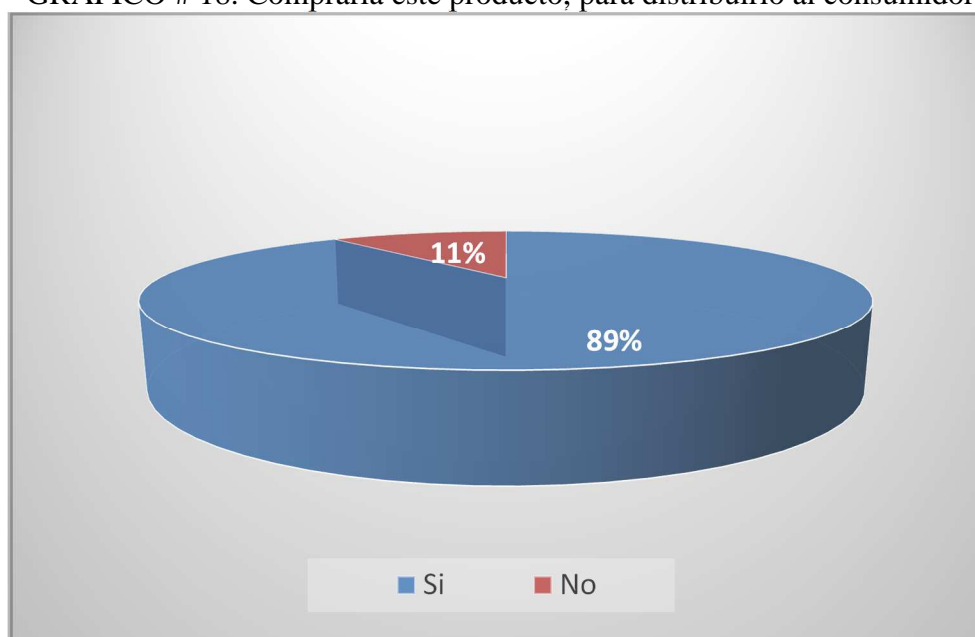
5.-¿De existir una empresa de pescado salado usted compraría este producto, para distribuirlo al consumidor?

TABLA # 24. Compraría este producto, para distribuirlo al consumidor

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
5	Definitivamente si	25	89 %
	Probablemente si	0	0 %
	No estoy seguro	0	0 %
	Probablemente no	0	0 %
	Definitivamente no	3	11 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Distribuiría este producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 18. Compraría este producto, para distribuirlo al consumidor



Fuente: Distribuiría este producto
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Según los resultados obtenidos en la encuesta demuestran que los distribuidores tienen la disposición de compra y venta hacia sus clientes, siendo este producto conocido, pero pésima condiciones en su proceso, con la implementación de la empresa el producto cumplirá con los altos estándares de calidad e higiene en su proceso demostrando que si están dispuesto a comercializar el producto.

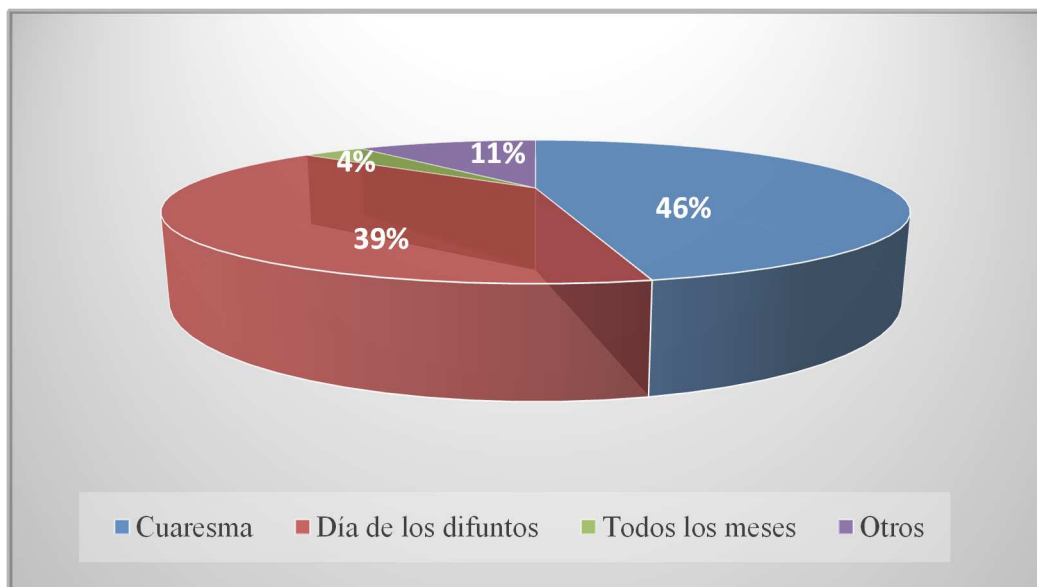
6.- ¿En qué temporada cree usted que existe mayor demanda de pescado salado?

TABLA # 25. Temporada existe mayor demanda de pescado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
6	Cuaresma	13	46 %
	Día de difuntos	11	39 %
	Todos los meses	1	4 %
	Otros	3	11 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Temporada de mayor demanda de pescado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 19. Temporada existe mayor demanda de pescado



Fuente: Temporada de mayor demanda de pescado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

De los datos obtenidos en las encuestas es notable que la temporada en que existe mayor demanda de pescado salado es en el mes de abril el día de semana santa, debido a las creencias religiosas de las personas, en el mes de noviembre el día de los difuntos que es una de las fechas el consumo de este producto por ser considerado un plato típico.

7.- ¿En qué cantidad compraría este producto para distribuirlo?

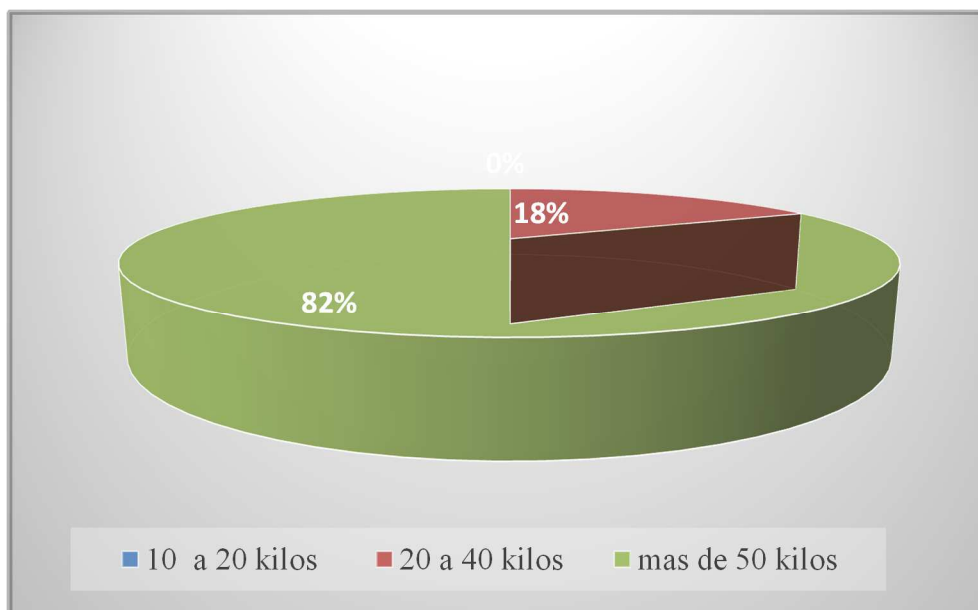
TABLA # 26. En qué cantidad compraría este producto

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
7	10 a 20 kilos	0	0 %
	20 a 40 kilos	5	18 %
	Más de 50 kilos	23	82 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 20. En qué cantidad compraría este producto



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

El resultado que se obtuvo de las encuestas muestra que la mayor parte de los distribuidores comprarían el pescado salado en altos volúmenes como más 50 kilos y los demás compraría de 20 a 40 kilos para su comercialización en todo el país. Debido a que es un producto que viene cumpliendo con estándares de calidad e higiene y ser de larga duración.

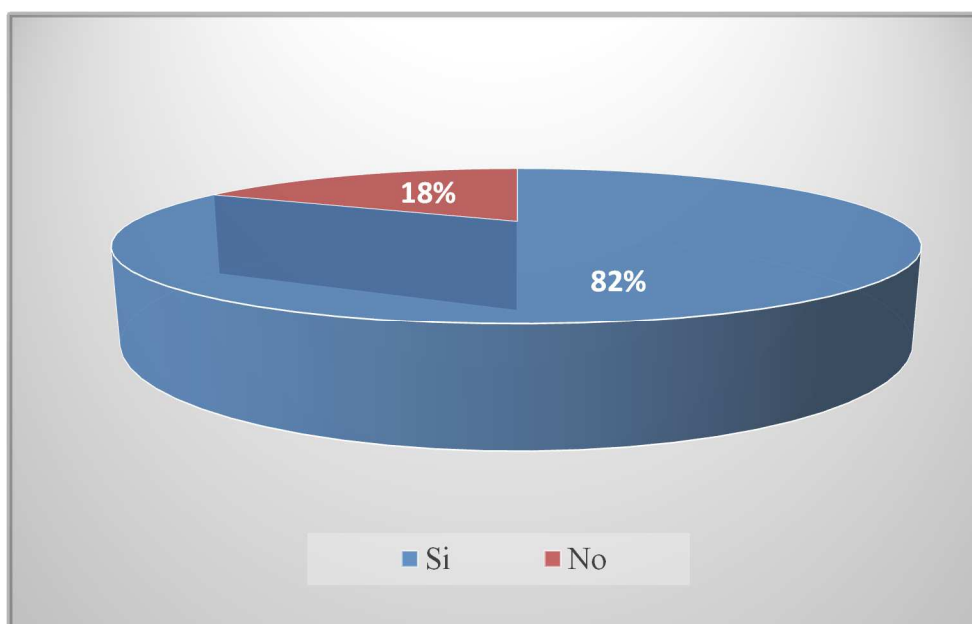
8.- ¿Estaría dispuesto a pagar \$ 4,25 por el kilo de pescado salado?

TABLA # 27. Estaría dispuesto a pagar \$ 4,25 el kilo de pescado salado

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
8	Definitivamente si	23	82 %
	Probablemente si	0	0 %
	No estoy seguro	0	0 %
	Probablemente no	0	0 %
	Definitivamente no	5	18 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Pagaría 4,25 por el kilo de pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 21. Estaría dispuesto a pagar \$ 4,25 el kilo de pescado salado



Fuente: Pagaría 4,25 por el kilo de pescado salado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Los resultados que se muestran en la gráfica es que el mayor porcentaje de los distribuidores están dispuestos a pagar 4,25 por el kilo de pescado salado y en menor porcentaje de los distribuidores comentan que no están dispuestos a pagar debido a la variación de precio y tipo de pesca.

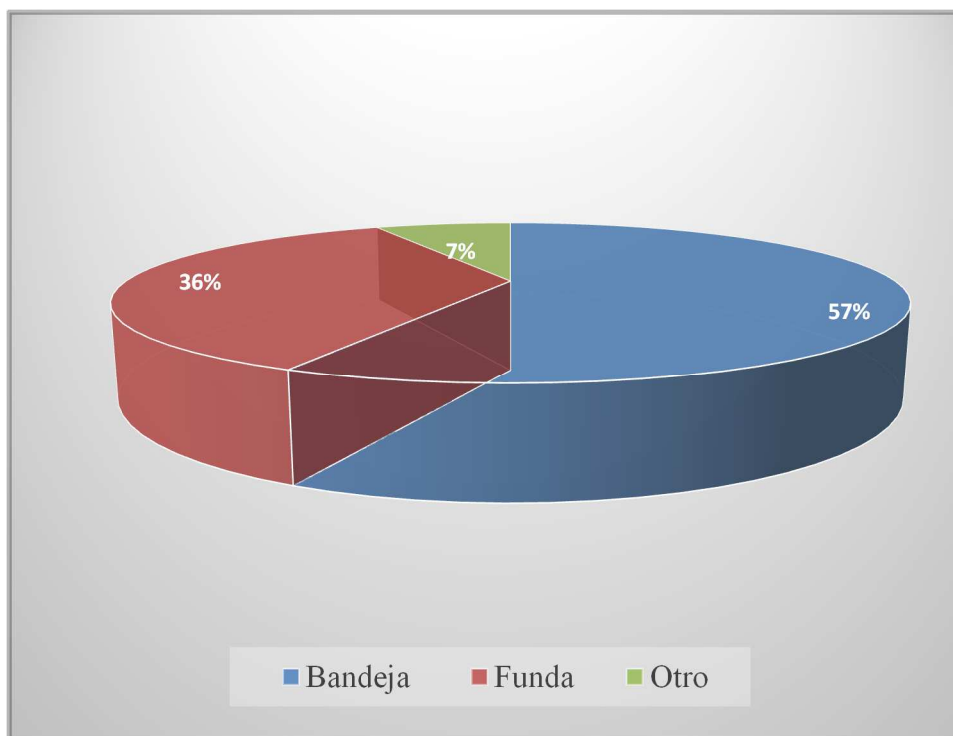
9.- ¿Cuál es la presentación más solicitada?

TABLA # 28. Cuál es la presentación más solicitada

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
9	Bandeja	16	57 %
	Funda	10	36 %
	Otros	2	7 %
	TOTAL	28	100 %

Fuente: Presentación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 22. Cuál es la presentación más solicitada



Fuente: Presentación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Los datos analizados en las encuestas demuestran que las mejores presentaciones para exhibir el producto es la bandeja por ser una técnica más agradable a la vista, y nos dicen que otra de las presentaciones son las fundas siendo estos los diferentes tipos de empaques, siendo las bandejas y fundas las características de mejor presentación y conservación de los alimentos.

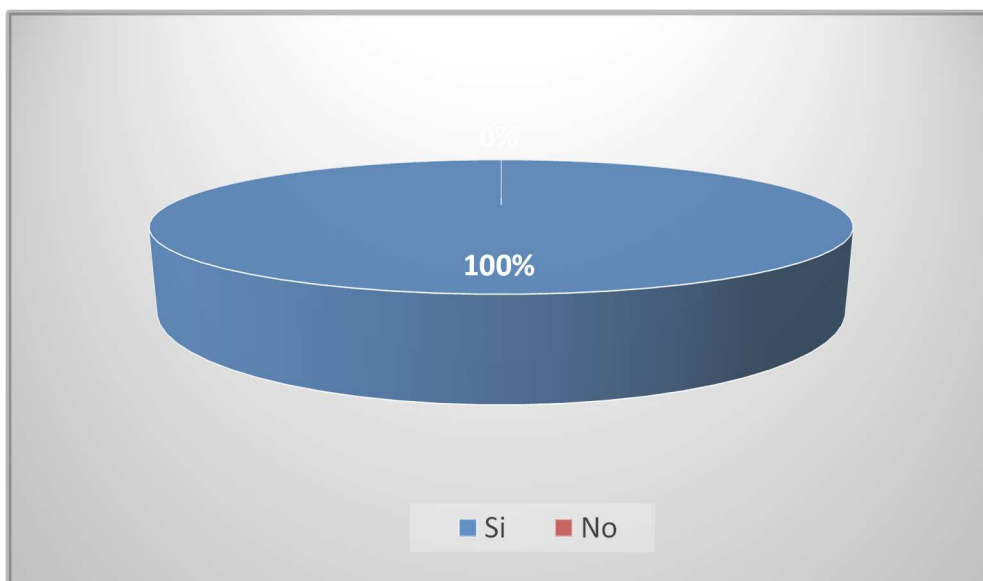
10.- Cree usted que la creación de la empresa de pescado salado aportará al crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito

TABLA # 29. Crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito

Número de pregunta	Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
10	Definitivamente si	28	100,00
	Probablemente si	0	0%
	No estoy seguro	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	0	0,00
	TOTAL	28	100,00

Fuente: Crecimiento económico de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

GRÁFICO # 23. Crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito



Fuente: Crecimiento económico de la parroquia Anconcito
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Finalmente se puede observar de las encuestas realizadas opinan que con el proyecto de creación de la empresa de secado de pescado salado aportará al crecimiento socioeconómico de la parroquia y sus habitantes a fin de que se pueda implementar nuevos proyectos que permitan mejorar el desarrollo de la misma.

3.3. PRESENTACIÓN DEL ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTA A EMPRESARIOS

1. ¿Cómo describe usted al sector productivo pesquero en la provincia de Santa Elena?

La provincia de Santa Elena goza de una riqueza ictiológica con todos los recursos necesarios que permiten la producción pesquera es por ello que se describe al sector productivo pesquero como uno de los sectores más importantes en la economía de la provincia, ya que el 80% de los recursos de las personas provienen de la pesca sea de la pesca artesanal o industrial. Lo que hace que el sector productivo pesquero haya propiciado un avance o progreso a nivel económico y social.

2. ¿Considera usted a la parroquia Anconcito una zona pesquera muy importante?

Se considera a la parroquia Anconcito una zona pesquera muy importante porque ayudan al crecimiento económico de la misma y sus habitantes, debido a que su principal actividad es la pesca.

Ahora que se cuenta con un muelle y una mejor infraestructura para el embarque, desembarque de las embarcaciones y nuevas instalaciones que nos permite mejorar las condiciones de productividad del sector pesquero de la parroquia.

3. ¿Cuáles son los factores que impiden el desarrollo del sector pesquero en la parroquia Anconcito?

La parroquia Anconcito se encontraba en un estado de deterioro tanto para el desembarque, como para el procesamiento y venta del producto, lo que ocasionaban lugares ineficientes y llenos de insalubridad que afectan a la salud de los pobladores y al medio ambiente; debido a esta situación el Gobierno Nacional en los actuales

momentos crea el muelle y el proyecto de modernización y ampliación de puertos que permitan el fácil acceso de entrada y salida de embarcaciones, modernas instalaciones, bodegas de almacenamiento de producto ya sea para barcos nodrizas o fibras, de esa manera mejora la situación de los pescadores artesanales, armadores e industriales; que permita ofrecer un servicio de óptima calidad.

4. ¿Cuáles son las especies de peces que se utilizan para salado de pescado salado en la parroquia Anconcito?

- Dorado
- Bonito
- Sierra
- Picudo
- Bacalao
- Albacora
- Lisa

5. ¿En qué temporada cree usted que existe mayor demanda de pescado salado?

La temporada donde existe mayor demanda de pescado salado es en invierno sobre todo en forma local debido a que hay mayor demanda de pescado y se aprovecha ese recurso para la salazón y tener un stock que permita abastecer en los meses de abril (semana santa) y noviembre (día de los difuntos) que son las temporadas de mayor consumo en el país.

6. ¿Conoce usted de otros proyectos similares en la provincia de Santa Elena?

Debido al desarrollo de nuestro país y con los nuevos cambios que está desarrollando el Gobierno Nacional que tiene como objetivo erradicar la pobreza

y buscar el desarrollo de las personas, es por ello que da facilidades de financiamiento a la creación de nuevos proyectos que permitan el crecimiento socioeconómico de nuestro país. Entre ellos la parroquia Anconcito está implementando nuevos proyectos como es:

- Proyecto de inversión para la exportación de anguila con destino a los países Asiáticos como China, Japón y Corea del Sur.
- El proyecto de inversión para la exportación de merluza a los países de Europa.

**7. ¿Cree usted que con la creación de la empresa de secado de pescado salado, se generaría mayor fuente de trabajo en la parroquia Anconcito?
¿Por qué?**

En la parroquia de Anconcito como en la provincia existe un considerable número de tasa de desempleo pero con la implementación de una nueva empresa de pescado salado se generaría mayor fuente de trabajo para las personas que viven en la parroquia de Anconcito y de esta manera coadyuvar al crecimiento de la misma y de sus habitantes.

Conclusiones

Con los resultados obtenidos de la encuesta y la entrevista que se realiza en el presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa secado de pescado salado en la parroquia Anconcito cantón Salinas de la provincia de Santa Elena llegamos a las siguientes conclusiones:

- ✓ Una vez analizado los resultados se demuestra que las personas conocen mucho acerca de la pesca artesanal, también conocen de las especies capturadas en la parroquia, como también todas las clases de pescado como bonito, dorado y el bacalao, que son más utilizados para el salado.
- ✓ Mediante la realización de las encuestas se ha detectado que existe una potencial demanda ya que de acuerdo a los datos arrojados dio un resultado favorable de aceptación del 90% en la parroquia de Anconcito.
- ✓ También se conoció sobre los gustos y preferencias de los consumidores y distribuidores en el lugar donde les gustaría adquirir el producto, su presentación y en donde les gustaría obtener la información de nuestro producto, obteniendo datos muy favorables. que ayudarían a mejorarla aplicación de estrategias en la empresa.
- ✓ Realizando los estudios necesarios se llega a la conclusión de que la empresa no cuenta con una competencia dedicada a la producción y comercialización de pescado salado.
- ✓ Los consumidores, distribuidores y empresarios están de acuerdo con la creación de la empresa de secado pescado salado, de igual manera estándares de calidad e higiene que se aplicaran en el producto y además están de acuerdo con la presentación de fundas y bandejas en presentaciones de libra o kilo y el precio asequible.

Recomendaciones

- ✓ El mecanismo de conservación que aplica en el proyecto de creación de la empresa de pescado salado se llevará de una manera más tecnificada para ofrecer un producto de calidad.
- ✓ La producción y comercialización del pescado salado no existe empresas que se dediquen a la elaboración de este producto en toda la épocas del año debido a la falta de conocimiento es por tal motivo que con la creación de la empresa se hará el producto de una manera más tecnificada.
- ✓ La mayor parte de los consumidores recomendaría el producto, lo que contribuiría a tener más cabida en el mercado y posicionamiento en el mismo.
- ✓ Los distribuidores comentan que están dispuestos a comercializar el producto por mejor presentación, calidad, higiene y que de acuerdo a su procesamiento de manera más tecnificada su tiempo de peregida es más largo.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD EJECUTORA O EMPRESA DEL PROYECTO

1.1.1. Responsable del Proyecto

El presente trabajo de investigación es el Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito que permitirá mejorar el desarrollo socioeconómico de las personas y de la misma, convirtiéndose en uno de los principales proveedores de pescado salado.

1.1.2. Promotores del Proyecto

El promotor del proyecto, el Ingeniero en Desarrollo Empresarial es un profesional con conocimientos sólidos en gestión, administración y finanzas, busca en la implementación de la propuesta potencializar los procesos productivos, la calidad e higiene del producto que promuevan el desarrollo socioeconómico del país.

La responsable del proyecto es la Sra. Brígida Carolina Rivera Flores, egresada de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, comprometiéndose a desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado que cuenta con la carta aval del GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA ANCONCITO.

1.1.3. Actividad Económica

La actividad económica que se va a ejecutar en el proyecto de secado de pescado salado, se dedicará al procesamiento y comercialización del producto, la materia prima se obtendrá en el puerto de Anconcito y la sal se adquirirá en las saleras de Mar Bravo, también su presentación será en bandeja y fundas al vacío que contengan una libra, que servirán para cubrir la demanda insatisfecha de todo el país y que pueden degustar de una variedad exquisita de platos a base de pescado salado. La compañía estará constituida bajo todos los lineamientos de la ley de compañías.

1.1.4. Ubicación

La ubicación del proyecto es una parte muy importante para la empresa debido a que es el lugar donde va a estar ubicado, consiste en la localización macro y micro del proyecto, la ubicación del proyecto estará ubicada en la provincia de Santa Elena en el canon Salinas parroquia Anconcito.

GRÁFICO # 24. Ubicación



Fuente: Mapa Cantonal de Salinas
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

1.1.4.1. Macro Localización

La empresa estará ubicada en la Provincia de Santa Elena, lugar donde va a estar ubicada, cubriendo con todas los requerimientos y exigencias, que permitan de una manera u otra minimizar costos y que la empresa opere en mejores condiciones, que tenga acceso a una infraestructura adecuada, mercado de consumo y las fuentes de materias primas, cubriendo las exigencias de demanden el proyecto ya constituye un proceso detallado.

GRÁFICO # 25. Macro localización



Fuente: Mapa Cantonal de Salinas
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

1.1.4.2. Micro Localización

La Micro localización nos permite precisar la ubicación exacta donde estará ubicada la empresa, la zona está ubicada en la parroquia Anconcito del cantón de Salinas, en el barrio los Girasoles, de las cuales es uno de los principales puerto pesqueros donde se obtendrá la materia prima que es el pescado, siendo este producto la fuente de sustentación de los pescadores artesanales e industriales y de sus familias.

GRÁFICO # 26 Micro Localización



Fuente: Mapa Satelital de Anconcito
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

TABLA # 30. Tabla de ponderación

Factor Relevante	Peso	ANCONCITO		STA. ROSA	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Materia Prima Disponible	0.33	8.0	2.64	4.0	1.32
Mano de Obra Disponible	0.25	7.0	1.75	7.5	1.88
Costos de los Insumos	0.20	5.5	1.10	7.0	1.4
Costo de la vida	0.07	8.0	0.56	5.0	0.35
Cercanía al Mercado	0.15	8.0	1.2	9.0	1.35
Total	1.00		7.25		6.30

Fuente: Tabla de ponderación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Según los datos obtenidos de la tabla de ponderación, determina que la planta debe de estar ubicada en el cantón Salinas en la parroquia de Anconcito, ya que es considerada como un lugar óptimo para la producción y comercialización del producto, por ello se analizó todos los factores que indican que es un lugar adecuado donde se puede producir nuestro producto y que no se perjudique al medio ambiente.

1.2. Estructura Organizativa y Jurídica

1.2.1. Constitución de la Empresa

La empresa de secado de pescado salado se conforma con los lineamientos de la sociedad anónima. El nombre de la empresa denominada Labrisa S.A. de nacionalidad ecuatoriana que estará ubicada en la parroquia Anconcito en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

Filosofía de la empresa:

1.2.1.1. Misión

La empresa Labrisa S.A. está destinada a la producción y comercialización de pescado salado, elaborados con altos estándares de calidad, contando con tecnología de punta y personal altamente capacitado, para satisfacer a los clientes a través de excelente calidad en nuestro servicio actuando con responsabilidad y ética preocupados en el desarrollo socioeconómico de la parroquia Anconcito.

1.2.1.2. Visión

Ser líder en los mercados nacionales y en la provincia de Santa Elena, para posicionarse como una de las mejores empresas de pescado salado siendo innovadores en la producción y garantizando eficiencia y eficacia en la calidad e higiene de los productos elaborados para satisfacer las necesidades del cliente.

1.2.1.3. Meta

La meta principal de la empresa Labrisa S.A. es abarcar todo el mercado potencial de pescado salado para avanzar con su crecimiento y posesionarnos en el mercado.

1.2.1.4. Valores

- ✓ **Excelencia:** Excelente productos de calidad y buena relación con el entorno tanto con lo laborar y los clientes.
- ✓ **Compromiso:** con nuestro clientes, distribuidores y con el medio ambiente.
- ✓ **Honestidad:** Actuar con transparencia entendiendo los intereses colectivos para alcanzar los propósitos.
- ✓ **Competitividad:** Basada en la investigación, innovación y perseverancia del continuo trabajo en equipo de trabajo.
- ✓ **Respeto:** A las personas en cuanto a sus valores, derechos, etc.
- ✓ **Ética:** Regirnos a los principios de ética y responsabilidad.
- ✓ **Convivencia:** Mantengamos un buen dialogo con el personal para solucionar problemas.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Contar con un grupo de trabajo que este bien organizado que participen y fomenten el liderazgo, comunicación efectiva, esfuerzo mutuo para la creación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos de la empresa.

1.2.1.5. Responsabilidad Social

La empresa Labrisa S.A. busca tener un crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos, generando un desarrollo socioeconómico de la Parroquia de Anconcito.

Credibilidad: Es lo que la empresa se gana con el transcurso del tiempo, el respeto de las personas y la sociedad en donde se encuentra, el medio ambiente la cual garantizara sostenibilidad , que permitirá reducir los riesgos ante problemas que se puedan enfrentar.

Acceso al mercado: Cumpliendo con los estándares de calidad y cumpliendo con las exigencias del consumidor.

Lealtad con los clientes: Se obtiene con el cliente satisfecho de nuestro producto, ofreciéndoles calidad y buenos precios.

Aprovechar todas las oportunidades: El éxito de la empresa se puede lograr con la acción rápida no derrochando el tiempo y los recursos sino la velocidad que apliquemos las estrategias.

1.2.1.6. Nombre de la Empresa



Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

1.2.2. Objetivos

1.2.2.1. Objetivo General

Procesar y comercializar el pescado salado dirigido a los mercados de todo el país, que permitan el desarrollo económico de la empresa y de la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

1.2.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el mercado meta, potenciales consumidores para su comercialización en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena.
- ✓ Determinar las características de los posibles consumidores de pescado salado.
- ✓ Conocer la demanda y la oferta existente de pescado salado en los mercados de la provincia de Santa Elena.
- ✓ Conocer la posibilidad de influir en las necesidades de los consumidores el pescado salado.
- ✓ Promover la producción del pescado salado
- ✓ Determinar el canal de distribución, en el cual se ofrecerá el producto al mercado.

1.2.3. Producto a Ofrecer

El producto que se va a ofrecer en el mercado será el bonito (*Katsuwonus pelamis*), Dorado (*Coryphaena Hippurus*), Bacalao (*Gadus*), siendo estos productos los más consumidos por los habitantes además cabe recalcar que el pescado es dependiendo de la temporada de pesca y la variación en costo del producto.

El proceso de secado de pescado salado consiste en el secado es para la extracción del agua que bota el pescado y el salado es una mejor manera de mejorar su conservación y esto a su vez pasa por un proceso de secado por medios de cámaras de calor que se lo conoce como secado artificial o el método tradicional que es por la acción del sol.

1.2.4. Justificación e Importancia

En el cantón Salinas, parroquia Anconcito la mayor parte de sus habitantes se dedican a la pesca artesanal y otros a la pesca industrial, siendo la pesca una de las

principales actividades que sirven como fuentes de ingresos para mantener a sus familias; a medida del tiempo la parroquia ha tenido avances principalmente el puerto pesquero con nueva infraestructura como construcción del muelle, fríos, recepción de materia prima y control e higiene, permitiéndole a la misma tener un mayor movimiento económico, esto hace que sus habitantes no busquen emigrar a otros sitios.

La pesca es uno de los recursos ictiológicos que más crecimiento económico ha tenido en la parroquia, es por ello que los pescadores se dedican a la explotación de este recurso, siendo una problemática de comercialización que sufren los pescadores artesanales debido a que los pescadores industriales comercializan sus productos más económico por la gran cantidad de volumen que traen esto obliga a los pescadores artesanales a bajar el precio, esta problemática se convierte en una ventaja para la empresa de esta manera se permita comprar el productos a un precio asequible.

Con el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito, busca solucionar la problemática de investigación, de esta manera habrá un mayor movimiento de producción y comercializaron en la pesca que los pescadores incrementen sus ventas y no quedar sin tener a quien vender su producto y de esta manera ser los potenciales proveedores de nuestra materia prima.

Una vez analizado la problemática se cumple la línea de investigación de perfil de la Carrera de Ingeniero en Desarrollo Empresarial que es planificar, evaluar, organizar y elaborar el proyecto de creación de empresa de secado de pescado salado, cumpliendo con todos los lineamientos y dándole formalidad al creación de la empresa se adjunta la carta aval emitido por el CENTRO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA ANCONCITO, siendo uno de los sectores priorizados por el Gobierno Nacional.

1.3. Mercado

Una de las primeras etapas fundamentales en la formulación y evaluación de proyectos es el estudio de mercado que permita determinar la factibilidad del proyecto en donde se necesita obtener los resultados satisfactorios que hagan obtener el éxito o fracaso del mismo.

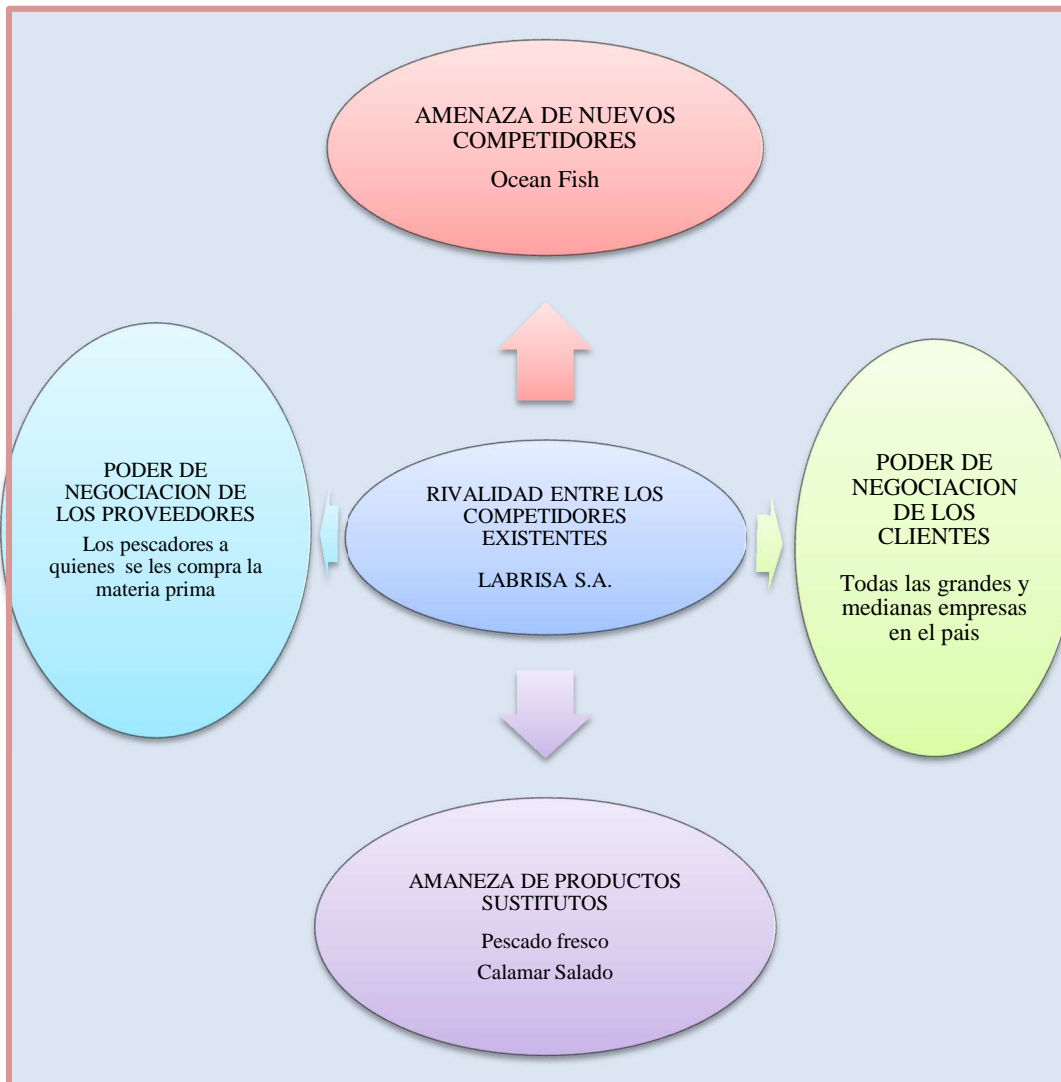
La empresa de secado de pescado salado consiste en analizar tanto el mercado, la producción y la comercialización, con el fin de llegar a una conclusión sobre la viabilidad de la empresa, realizar el estudio que permita obtener ventajas favorables o competitivas, conocer cuál es la demanda y oferta existente a nivel nacional e internacional, de manera que los proveedores o clientes queden satisfechos con el producto que van a adquirir para su distribución en los diferentes mercados y de esta manera satisfacer la demanda insatisfecha.

Con la finalidad de lograr recopilar la información necesaria que permita conocer a los consumidores, clientes, proveedores y competidores que nos permitan implementar estrategias sobre producto, precio, plaza y promoción que se sujetan a los factores tecnológicos, económicos, legales y políticos en el que se desenvolverá la empresa.

1.3.1. Análisis de la situación del sector a través de las Fuerzas Competitivas de Mercado

Las fuerzas de competitivas de mercado influyen en la estrategia competitiva de una empresa que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo en el mercado o de algún segmento, que permitan reflejar las fuerzas competitivas del mercado que afectan a la empresa permitiendo marcar el éxito o fracaso de la empresa.

GRÁFICO # 27. Fuerzas competitivas de mercado



Fuente: Fuerzas competitivas de mercado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

1.3.1.1. Clientes

Los clientes tienen la decisión de adquirir o no el producto, los clientes se los considera mercado potencial porque son ellos los que van a adquirir y consumirlo dependiendo del gusto y preferencia del consumidor, ellos son los principales consumidores de nuestro reciente producto, aprovechando que no existe competencia directa que se dedique a la elaboración del mismo que nos da una ventaja para comercializar, siendo los clientes que tienen el poder en el sector

económico lo cual podría influir por un lado en solicitar precios bajos pero conservando la calidad, ya que nuestra empresa tiene que garantizar el producto y la atención a los consumidores con calidad.

1.3.1.2. Análisis de la Competencia Actual y Potencial

La provincia de Santa Elena cuenta con dos puertos pesqueros uno de ellos es el puerto de Anconcito, donde la mayor parte de sus habitantes se dedican a la pesca artesanal e industrial y otros a comercializar el producto abasteciendo a muchos sectores de la provincia, y otros lugares más.

En la provincia de Santa Elena se comercializará el producto final que es el pescado salado a nivel del país. La empresa de secado de pescado salado no será difícil competir en el mercado puesto a que no hay una empresa que se dedique al salado en la parroquia ni en península.

1.3.1.3. Proveedores

Los proveedores de la materia prima del pescado son los pescadores del puerto Anconcito y la sal también se la consigue en las saleras de la vía Punta Carnero, lo que quiere decir es que los insumos y materiales que se van a utilizar en el procesamiento del pescado salado se encontrará en varias empresas de la provincia.

1.3.1.4. Valoración de la Demanda

Una vez obtenidos los datos necesarios de las encuestas se puede apreciar que nuestro mercado es a nivel de todo el país y apto para todo tipo de persona. Siendo el pescado salado rico en fósforo, vitaminas B5, B6 es muy alto en nutrientes, siendo este producto consumido en distintas maneras como desde sus inicios las familias celebraban las fiestas y mantenían sus tradiciones, siendo la principal tradición en semana santa (cuaresma) y el día de los difuntos siendo estas fechas de

mayor consumo, es por ello que la empresa crea un producto de altos estándares de calidad e higiene y a un costo accesible para el consumidor con la finalidad de ofrecer todos los días el producto y colocarlo como otra variedad de consumo.

1.3.2. Análisis de la demanda

1.3.2.1. Selección del Mercado Meta

Para el análisis de este proyecto se conoce que la demanda de un producto o servicio es la cantidad que un individuo desea comprar en un periodo determinado, es una función o depende del precio de dicho artículo, el ingreso de dinero de la persona o empresa y los gustos y preferencias del consumidor, el análisis que se está implementando en este proyecto se identifica el mercado meta son a consumidores, clientes aun consto accesible para toda clase social.

1.3.2.2. Análisis de la Oferta

La oferta tiene como por objeto identificar como se han atendido o como se atenderá las demandas de los consumidores, el análisis es para tener un claro conocimiento del entorno competitivo que rodea a la empresa de pescado salado en la parroquia Anconcito, y aplicar estrategias comerciales que nos permita salir adelante y se tomará en cuenta varios factores que puedan provocar incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida, estos factores son el precio del producto, el precio de los factores que intervienen en la producción, la tecnología que se va a utilizar para el secado del pescado salado y las expectativas que tengan los empresarios acerca del producto y del mercado al cual se va a introducir.

1.3.2.3. Análisis de Precios

La empresa de secado de pescado salado no tiene competencia directa en la provincia de Santa Elena, solo en los alrededores con diferentes costos en el mercado

TABLA # 31. Competencia indirecta

Nombre de la empresa	Ubicación	Tipo de competencia
Pac Fish	Guayaquil	Indirecta
Cepromar	Guayaquil	Indirecta
Ocean fish	Manta	Indirecta
Mardex	Guayaquil	Indirecta

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

TABLA # 32. Análisis de los precios

Nombre de la empresa	Peso	Labrisa S.A	Precio competencia
BONITO	Libra	1.80	1.85
DORADO	Libra	2.20	2.30
BACALAO	Libra	1.75	1.82

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

1.3.3. Análisis Situacional

La empresa estará ubicada en la provincia de Santa Elena en la parroquia de Anconcito en el barrio Los Girasoles, lugar donde habiendo realizado todo los estudios pertinentes se pernoto que es la mejor ubicación, contando con todos los servicios básicos para su funcionamiento.

1.3.3.1. Definición y Cuantificación de los Segmentos del Mercado

Una vez aplicado el estudio de factibilidad en la provincia de Santa Elena se obtuvo que el producto va a estar dirigido al mercado provincial, nacional a todos los

habitantes que les gusta degustar del pescado salado, siendo este un producto hecho en Ecuador con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores y visionando a un futuro la exportación del producto.

1.3.3.2. Herramienta F.O.D.A.

TABLA# 33. Herramienta Foda

Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena infraestructura para el procesamiento del pescado salado. ➤ Calidad en el producto ➤ No existe competencia directa ➤ Demanda fuerte de la comercialización de los productos. ➤ Experiencia en el sector de la pesca y el proceso de salazón. ➤ Personal con experiencia en todas las áreas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto nuevo en el mercado ➤ Alto nivel de demanda del producto ➤ Posicionamiento en la mente del consumidor. ➤ Explorar el mercado internacional ➤ Alianzas con otras empresas ➤ Abrir nuevas sucursales
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La empresa es nueva y carece de confianza con el cliente. ➤ No tiene participación en el mercado. ➤ Bajo poder de negociación con los proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia desleal ➤ Escasez de la materia prima ➤ Insatisfacción del cliente: precio. ➤ Falta de confianza al no cumplir oportunamente con los pedidos

Fuente: Análisis Foda

Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores.

1.3.4. Estrategia de Mercadeo

La estrategia de mercadeo más conocida como estrategia de mercadotecnia o estrategias comerciales, consiste en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo.

1.3.4.1. Producto

La empresa Labrisa S.A. brinda un producto de óptima calidad al cliente en general, buscando satisfacer las necesidades los gustos y preferencias del consumidor, ofreciendo una manera distinta de degustar el pescado, el pescado salado contiene muchos nutrientes, por ello que es producto que se degusta bastante en muchos platos típicos y es muy apetecido en grandes cantidades a nivel nacional e internacional.

Principales usos del pescado salado

El pescado salado se usa principalmente para la alimentación, es decir para el consumo humano que es un complemento nutritivo en las comida, lo que indica que tiene una amplia gama de maneras de consumo, el pescado salado tiene como función de preservar, conservar la vida útil del pescado.

Fanesca

Es un tradicional plato típico que se consume en semana santa, un plato más famoso del Ecuador, la fanesca es toda una fiesta que marca la cultura ecuatoriana, donde las familias se reúnen para departir un momento ameno.

Ingredientes:

500 g de pescado salado

1 cda. de aceite
6 huevos cocidos
20 g de ajo
300 g de maní
50 g de choclo
50 g arvejita
50 g de fréjol rojo
50 g de fréjol negro
50 g de sambo
50 g de col
50 g garbanzo
3 maduros
2 lt. de leche
200 g queso fresco
200 g de cebolla blanca finamente picada
50 g de choclo desgranado
50 g de haba pelada
50 g de melloco
50 g de zapallo
50 g de mote
50 g de lenteja
50 g de fréjol tierno
0.2 oz de achiote

Preparación:

- 1.- Desaguar el pescado (3 veces) por seis horas
- 2.- Cocinar por separado todos los granos uno a uno y guardar una porción del líquidos que se cocinó.
- 3.- Aparte cocine la col y pique el zambo, el zapallo y hervir hasta que quede muy suave, luego aplástelos con una cuchara de palo.

- 4.- En una olla refría la cebolla blanca, con ajo, sal, achiote, comino, orégano hasta que este refrito.
- 5.- Licuar el maní con 2 tazas de leches y agregarle la mitad del refrito.
- 6.-Incorpore en una olla grande 4 tazas de leche y poco a poco todo los granos cocinados.
- 7.- Aparte colocar la otra parte del refrito 1 taza de leche, el bacalao y deje hervir 10 minutos, revolver constantemente.
- 8.- Mesclar todos los ingredientes y antes de servir añada el queso rallado con la leche crema, a fuego lento hasta que desaparezca el queso.

Picante

1 lb. de pescado
1 yuca grande
2 cebollas coloradas
2 tomates
1 pimiento
2 cdta de aceite
4 limones
Hierbita
Sal y pimiento al gusto

- 1.-Enjuagar el pescado para eliminar el exceso de sal
- 2.- Hervir el pescado por 10min.
- 2.- Cocinar la yuca con sal al gusto, después cortarla en cubos
- 3.-Hacer una ensalada con la cebolla, pimiento y tomate.
- 4.-Desmenuzar el pescado y mezclar todos los ingredientes.

Ofrece un producto de calidad ya que las expectativas del cliente son muchas, lo que busca nuestra empresa es ofrecer un producto ligero debido a su tamaño se vende por libra o kilo.

GRÁFICO # 28. Presentación del producto



Fuente: Producto Final
Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores.



Fuente: Producto Final
Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores.

- **Marca del producto:** Productos de pescado salado **Labrisa S.A.** se identificarán por la calidad y el precio que será la característica propia de su presentación.

GRÁFICO # 29. Logo de la empresa



Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

- **Empaque:** Bandejas, fundas plásticas, con la etiqueta que contiene el nombre de la empresa, la marca, el logo, peso, información nutricional, ingredientes, la dirección, servicios al cliente, el código de barras, la fecha de elaboración y de caducidad.

GRÁFICO # 30 Etiquetas



Elabora por: Brígida Carolina Rivera Flores

1.3.4.2. Precio

La empresa Labrisa S.A. una vez realizado los estudios técnicos y económicos llego a establecer el precio será entre \$ 1.80 a 2.20 dependiendo del precio de la materia prima, por una libra el peso es en gramaje es 450, filete dependiendo del peso del producto.

1.3.4.3. Plaza

La empresa Labrisa S.A. a la plaza que se va a dirigir a todos los mercados de la provincia, a nivel nacional y también a todos los países que deseen adquirir nuestro producto.

1.3.4.4. Distribución

La empresa Labrisa S.A., una vez finalizado el producto la empresa deberá enviar bien almacenados y con los mejores estándares de calidad que permita llegar a su destino final en óptimas condiciones para que el cliente se sienta satisfecho con su pedido.

1.3.4.5. Sistema de Comercialización

El sistema de comercialización abarca todas las actividades de la empresa, con el objetivo que permitan que el producto llegue hasta destino que es el consumidor, aplicando diferentes metas y estrategias que permitan vender nuestro producto.

1.3.4.6. Publicidad

La publicidad que se va a ofrecer es por medio de espacios publicitarios en televisión, además vía internet, creando una página web donde detalle quienes

somos, producto que ofrecemos, comunicación, contactos, etc. Que nos permita dar una información precisa de nuestra empresa.

La empresa tendrá página web, uniformes, vehículo y accesorios tendrán el logo de la empresa para que sirvan de publicidad.

4.4. ESTUDIO TÉCNICO

4.4.1. Tamaño de Planta Seleccionado

Una vez estructurado todos los procesos de producción para la puesta en marcha de la empresa Labrisa S.A., debe ser un lugar amplio donde se puede construir la empresa, haciendo sus respectivas divisiones donde se llevara a efecto cada área de trabajo donde se va a realizar la procesamiento, elaboración y empaque del producto en este caso como lo es el pescado salado y todo los equipos y maquinarias que se va a utilizar en la empresa.

El espacio del terreno es de 800m² los cuales estarán divididas en el área administrativas, área de producción, bodega, estacionamientos que poco a poco se irá ampliando.

Recordando que debemos de utilizar un material para pisos, paredes de acorde al procesamiento del pescado, también adecuar todo el sistema de ventilación para que no existan malos olores y el tratado de aguas putrefactas para no contaminar el medio ambiente.

La aplicación de la luz debe ser intensa debido a que el proceso que uno va a realizar es con mucho cuidado para obtener los estándares de calidad que se requiere el producto, además los fríos deben estar con su temperatura que permitan tener en ben estado el producto

La empresa de secado de pescado salado se dividirá en las siguientes áreas de trabajo:

TABLA # 34. Distribución de la planta

Nº	DESCRIPCIÓN DEL ÁREA	SUB ÁREA
1	Gerencia	
2	Recepción	
3	Área Administrativa	- Contabilidad - Talento Humano
4	Área Producción	- Recepción - Área de Trabajo - Área de Almacenamiento - Área de Secado Rápido
5	Área de Control de Calidad	
6	Área de Empaque	
7	Área de Mantenimiento	
8	Bodega	
9	Estacionamiento	
10	Baños	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.4.2. Proceso de producción o núcleo de operaciones en la presentación del servicio

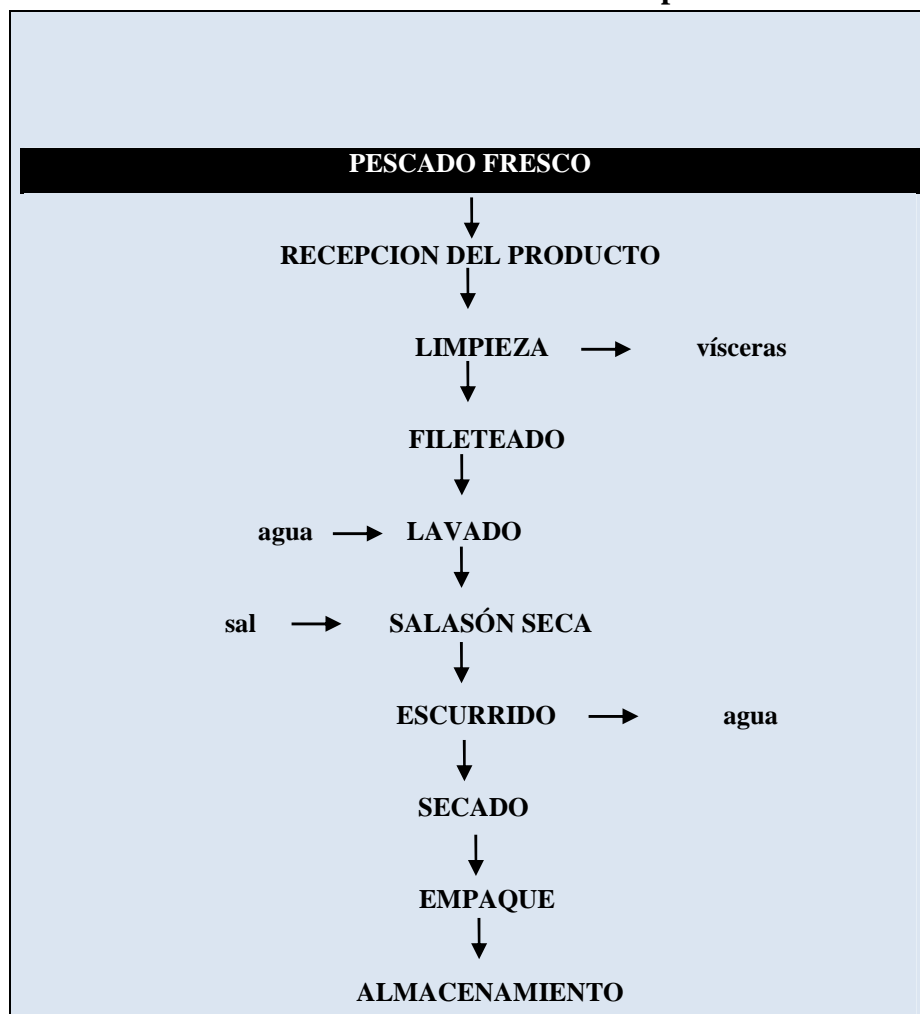
4.4.2.1. Pescado Salado

El pescado salado es uno de los métodos más antiguos de la preservación, la única manera de que se puede conservar el pescado que no se vende o que este a costos bajos, la poca explotación de este producto hace que casi no sea comercializado, este producto solo se lo utiliza en ocasiones como celebraciones religiosas (semana

santa), cuando podría hacer que este tipo de pescado sea utilizado de distintas maneras en cualquier época del año.

El proceso de preservación del pescado hace que la sal se retrasa o inhibe el salado ya que el agua sale de los tejidos y a la vez a sal se penetra en ello, después de cierto tiempo el proceso se logra el pescado por un tiempo y se hace accesible en lugares donde no se encuentran pescado fresco, para obtener el secado existen dos tipos las cuales son el secado artificial que se lleva a cabo en el interior de equipos de secados.

GRÁFICO # 31. Proceso del salado del pescado



Fuente: Proceso del salado del pescado
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

4.4.2.2.Descripción del Proceso

Recibido y selección: En este proceso se recibe la materia prima que llega en los camiones desde el puerto y se toma una muestra del producto para revisar que este en óptimas condiciones para de esta manera recibir definitivamente la materia prima para después pasar a la primera área que es la recepción del producto para comenzar a realizar todos los procedimientos respectivos.

Limpieza: Una vez recibido y seleccionado el producto se limpia el pescado, teniendo el control adecuado de no romper la piel y lavar el pescado con agua fría para de esta manera realizar los cortes respectivos en cavidad abdominal y se extraen las vísceras, los restos de sangre y el resto de las vísceras, no separar la cabeza del cuerpo.

Fileteado: De manera que el pescado ya por su segunda paso que fue la limpieza se procede a realizar un corte desde la cabeza hasta la cola, lo más cercano de la espina de ambos lados para que de esa manera no haya desperdicio del producto y todo tenga un mismo tamaño y textura.

Lavado: Una vez realizado todo el proceso de limpieza y fileteado el pescado debe de ser lavado con agua potable fría y escurrido para luego continuar con su debido proceso y aplicar la sal.

Salazón seca: Se frota sal gruesa y haciendo incisiones para una mejor penetración de la sal. Para ser colocados en las tinajas especiales ponen varias capas de sal y pescado hasta que el recipiente obtenga su máxima capacidad, después de haber pasado por las diferentes procesos.

Secado: Para completar el proceso de secado de los filetes se colocan en los secadores artificiales, hasta que adquieran su textura y terminen su ciclo de secado para luego seguir con el siguiente paso que es el empaquetado.

Empaque: Existen dos maneras de presentación del producto que es el empaque en bandejas térmicas y fundas plásticas gruesa que resista el producto, que se utilizarían con forma de presentación control e higiene que permitan conservar el producto, luego de estar empaquetados siguen al siguiente proceso que es ser y luego se empacan en cartones para luego ser enviadas al área de mantenimiento para que el producto terminado se mantenga.

Almacenamiento: En el área de almacenamiento va a recibir el producto final en paquetes o cajas que contiene el producto terminado para así almacenarlo, el almacén esta adecuado y que cuenta el control de calidad y la tecnología adecuada implementada en su proceso puede durar hasta un año, también su área de almacenamiento debe ser un lugar fresco, seco y limpio es por ello que el producto va la cámara de mantenimiento.

4.4.2.3.Control de Calidad

Higiene

- ✓ Limpieza y estilizar las herramientas
- ✓ Verificar las practicas higiénicas
- ✓ Proteger que el pescado no se infecte

Control de la Materia Prima

- ✓ Pescado fresco
- ✓ Tamaño del pescado
- ✓ Deben de estar bien limpios

Control del Proceso

- ✓ El tamaño de los filetes debe ser uniforme
- ✓ La cantidad y aplicación de la sal

- ✓ El almacenamiento, durante el secado y después del procesamiento

Control del Producto

- ✓ Color
- ✓ Sabor

4.4.2.4. Factores que afectan la salazón

- ✓ Tamaño y corte del pescado
- ✓ Temperatura
- ✓ Concentración de la salmuera
- ✓ Limpieza del pescado
- ✓ Estado de frescura
- ✓ Ordenación del pescado en el proceso de salazón

Tamaño y corte del pescado: El tamaño y el corte del producto influye mucho, si se realizan bien los cortes y se fija bien el tamaño habrá una mayor penetración de la sal y también una pérdida del agua, pero en caso de que no este hecho bien los cortes puede llegar a ocasionar muchos problemas que ocasionaran que los tejidos se degraden o dure más tiempo en salarse.

Temperatura: Se debe tener mucho control en la temperatura para que el pescado eleve su permeabilidad de los tejidos que permita la deshidratación y este a su vez permita la penetración de la sal.

Concentración de la salmuera: Se debe utilizar la cantidad necesaria de la salmuera para las soluciones salinas no causen inconvenientes en el pescado que impliquen cambios distintos en las proteínas, lo cual no puede exceder de un 10%.

Estado de frescura: Hay que tener muy en cuenta la frescura del pescado, debido a que esto nos permite obtener un pescado salado en óptimas calidades. Revisar su estado permite que el producto entre más fresco más tiempo durara en salar.

Limpieza del producto: El producto tiene que estar totalmente limpio sin ninguna parte contenga sangre, coágulos de sangre o manchas que originen que el producto tome otro color, lo que nos ocasione problemas de contaminación que nos impida la deshidratación del pescado, para conseguir que el pescado este totalmente limpio se debe lavar bien (agua potable).

Ordenamiento del pescado en el proceso de salazón: Se debe de tomar en cuenta mucho al momento de colocar el pescado en las tinas deberá colocarse lomo a lomo o cara a cara para que evite el contacto de la piel con la carne que puede ocasionarnos pegamiento que puede ocasionarla putrefacción del producto por la acción deshidratante de la sal.

4.4.3. Programa de Producción

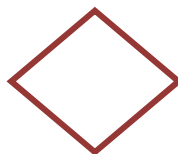
En el estudio técnico se aplicará el programa de producción que es un determinante para obtener la información de la producción que permite convertir a los insumos, aplicando el método de diagrama de flujos donde se utilizará simbologías que ayuden a completar el proceso de las operaciones efectuadas.



Inicio



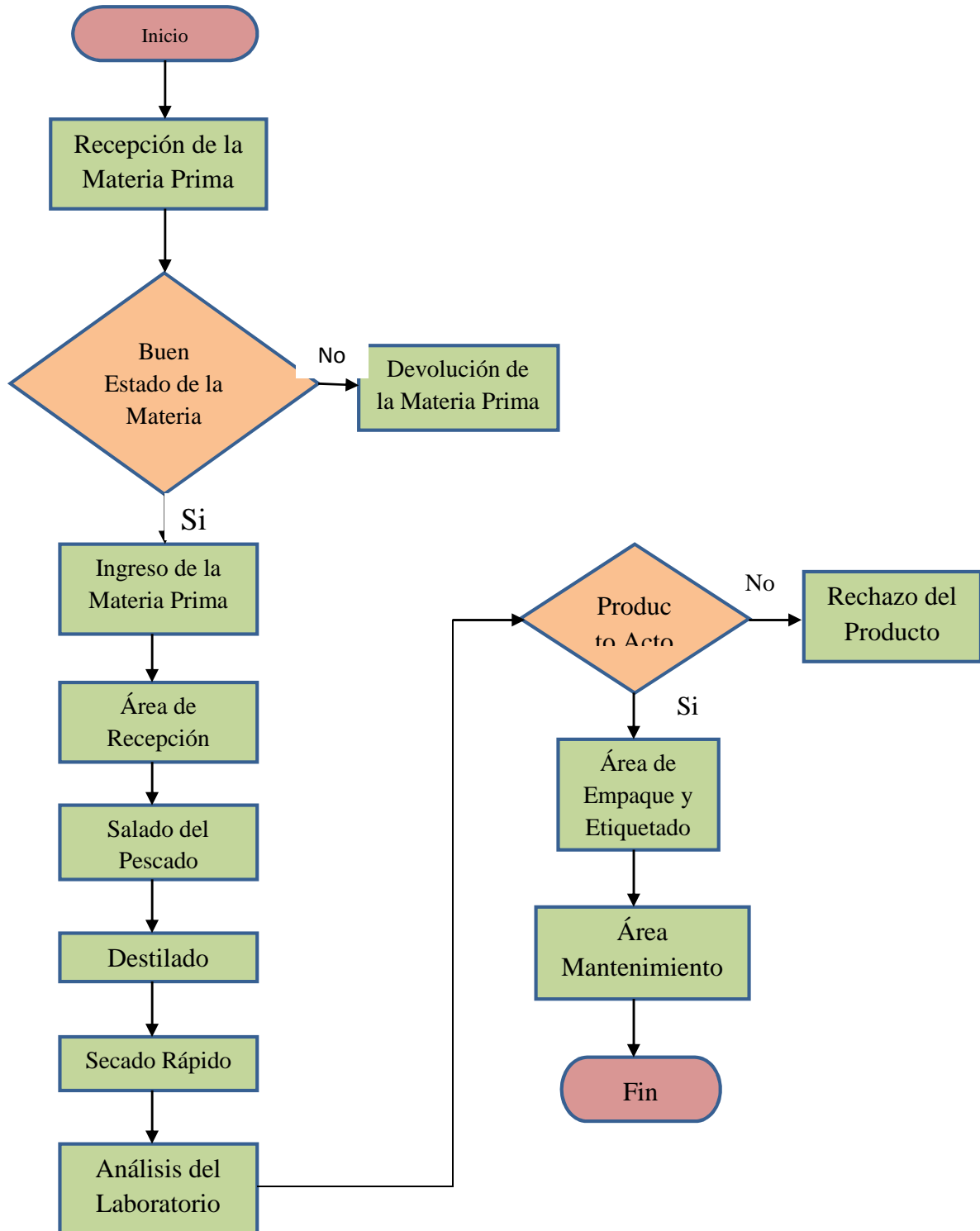
Proceso



Condición de que está en buen estado

Detalle del proceso de producción para la elaboración del secado de pescado salado.

GRÁFICO # 32 Flujograma del proceso productivo



Elaborado por: Brígida carolina Rivera Flores

4.4.4. Recurso Requerido

Los recursos requeridos con los que contará la empresa Labrisa .S.A son principales para el para el desarrollo e implementación de la empresa siendo estos de vital importancia para la misma.

Terreno

El terreno es la parte física donde va a estar ubicada la empresa que será en la parroquia Anconcito en el barrio Girasoles, construir las adecuaciones para cada área que permita brindar facilidad para agilizar los procesos de producción y atención al cliente.

Materia Prima

La materia prima siendo nuestro principal producto se va a conseguir en el puerto pesquero de Anconcito y nuestro principal proveedor es Macarela mar S.A., que nos permita abastecernos de la suficiente materia prima, pero en caso de no haber suficiente producto podríamos contactar a los demás proveedores tales como Reyesmar S.A., Veramar S.A., etc., o si no el puerto más cercano en Santa Rosa con la empresa Cecimar S.A.

Los proveedores de nuestra segunda materia prima es la sal gruesa que nos sirve para salar el pescado, el proveedor es la empresa ECUASAL (Ecuatoriana de Sal y productos químicos C.A.)

Mano de Obra

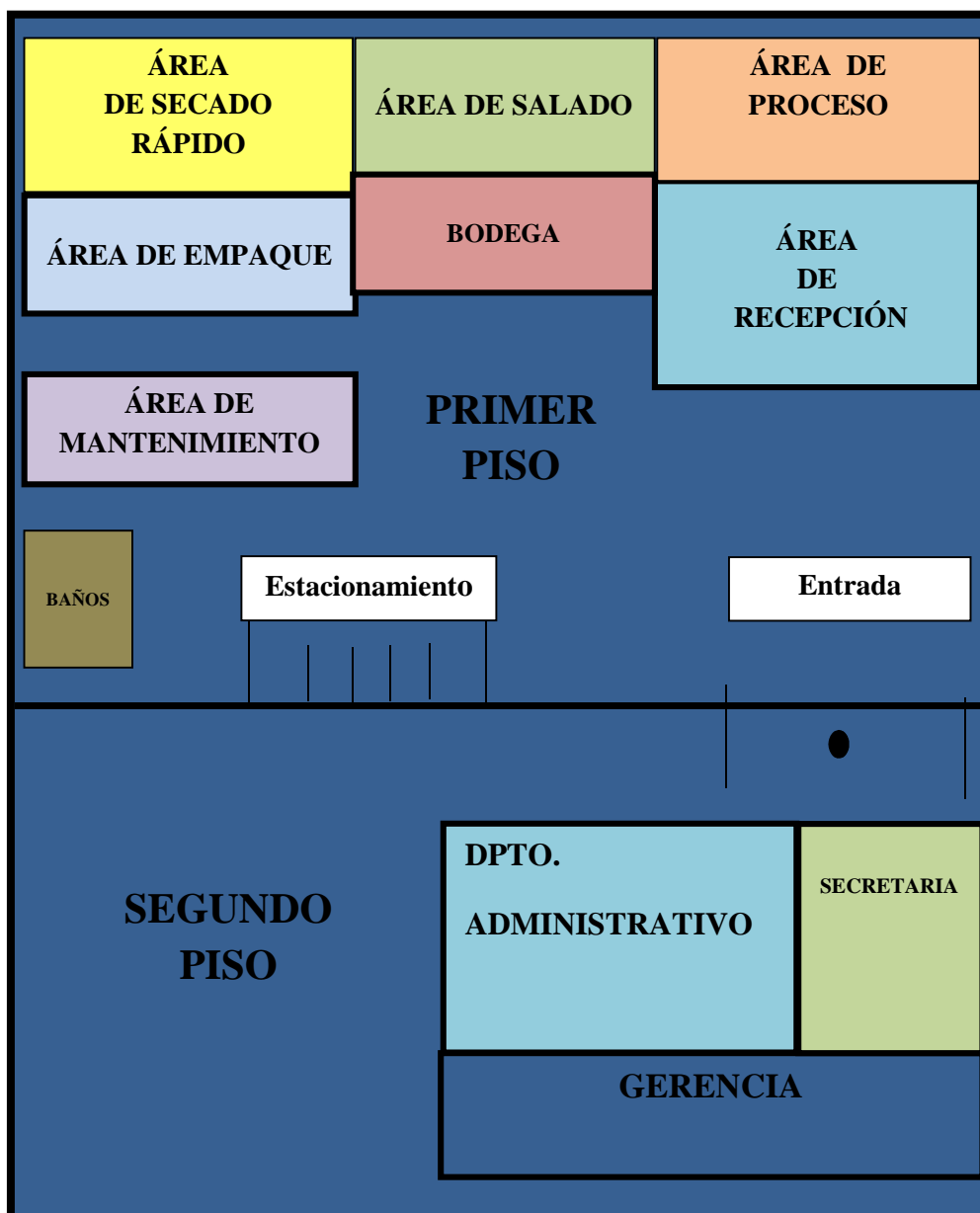
La mano de obra que se utilizará directamente el personal de la parroquia debido a que ellos se dedican directamente a la pesca. Generando de esta manera fuentes de trabajo de la misma.

Servicios Básicos

Los servicios básicos son de suma importancia para el funcionamiento de la empresa como la luz, agua potable y servicios de alcantarillado.

4.4.5. Instalaciones Físicas

GRÁFICO # 33 Diseño de la planta



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.4.6. Maquinarias y Equipos

Las empresas Labrisa S.A. de secado de pescado salado no ha sufrido muchas modificaciones ya que la tecnología se la adquiere fácilmente en nuestro país a costos no tan altos dada a la abundancia de los instrumentos de trabajo que permiten desarrollar de manera más fácil el proceso como en las cámaras de salado y secado.

TABLA # 35. Maquinarias y equipos

Equipos	Cant.	Costo Unitario	Costo Original
Balanzas	2	120,00	240,00
Mesas de desviserado y corte	3	150,00	450,00
Tinas	2	1.000,00	2.000,00
Cámara de secado rápido	1	8.020,00	8.020,00
Maquina etiquetadora	1	2.000,00	2.000,00
Cámara de mantenimiento	1	10,000,00	10.000,00
Utensilios	1	675,00	675,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Las maquinarias que se van a utilizar para el secado del pescado van a ser adquiridas en diferentes locales para construir los diferentes cámaras donde se va a llevar a cabo cada proceso.

El proceso de secado de pescado salado se lleva a cabo desde la recepción y selección de la materia prima, llevando un control riguroso de que todo esté en las condiciones ambientales necesarias que permitan que el producto sea de calidad, además el control que sigue cada una de las fases en cada una de las áreas tales como la limpieza, eviscerado, el lavado, la salazón, el escurrido, el secado, el empaque y el almacenamiento, por el que pasa el producto final.

Las cámaras de secado rápido y de mantenimiento serán construidas especialmente ya que es ahí donde todo nuestro producto pasa la mayor parte del proceso de secado y en el área de mantenimiento porque deberá estar adecuado para que nuestro producto terminado no expuesto ni se dañe hasta que se cumpla con todo el pedido y de esa manera pueda ser entregado sin ninguna novedad, debe se mantenga en frio a un grado de -20 hasta, completar con los contenedores.

Descripción de la cámara de secado rápido:

Materiales que se utilizan para la construcción de la cámara de secado rápido:

CANT.	DETALLE	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
2	Ventiladores Industriales de Fuerza (circulación de calor)	1.000,00	2.000,00
1	Máquina de calor a gas de dos bocas	3.500,00	3.500,00
6	Cilindros Industriales	120,00	720,00
6	Carros acerados con parrilla (Cap. Max. 1.000lb.)	300,00	1.800,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Descripción de la cámara de mantenimiento

Materiales que se utilizan para la construcción de la cámara de mantenimiento donde estará el producto terminado:

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Equipo de Frio	30.000,00	30.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores.

Así mismo contara con su propia máquina de empaque y etiquetado que haga de nuestro producto final un producto de óptima calidad y listo para su despacho.

Equipos de Oficina y Muebles y Enseres

Los equipos de oficina y muebles y enseres que se adquirirá en la provincia de Santa Elena en el cantón La Libertad.

TABLA # 36. Muebles y enseres

Equipos	Cant.	Costo Unitario	Costo Original
Computadoras	4	\$ 450,00	\$ 1.800,00
Impresoras	4	\$ 180,00	\$ 720,00
Escritorio	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Sillas ejecutivas	2	\$ 130,00	\$ 260,00
Sillas ejecutivas (sencillas)	2	\$ 98,00	\$ 196,00
Sillón de espera	2	\$ 130,00	\$ 260,00
Archivadores tipo librero	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Aire Acondicionado	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Teléfonos	2	\$ 35,00	\$ 70,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

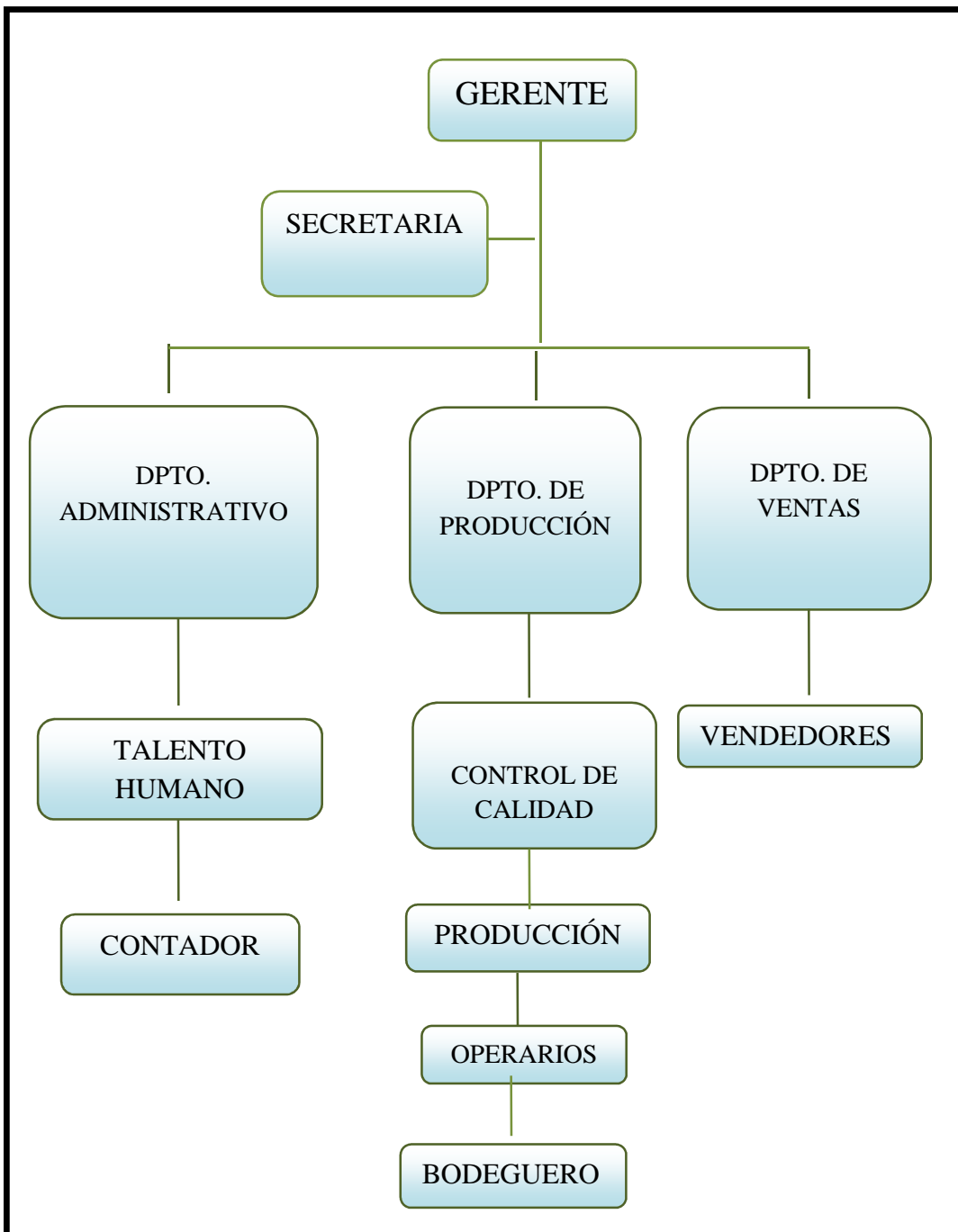
Los muebles y enseres son partes esenciales para la formación de la empresa ya que para su funcionamiento debe de estar adecuada de acuerdo a los equipos y muebles que se han mencionado que serán utilizados por el personal de la empresa.

Los equipos de computación detallados son indispensables para llevar el control y registros de la producción así como los sistemas de facturación, balances y guardar toda la información requerida.

4.4.7. Recurso Humano

4.4.7.1. Organigrama de la Empresa

GRÁFICO # 33 Diseño de la planta



Elaborado: Brígida Carolina Rivera Flores

4.4.7.2. Descripción de Puestos

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO GERENTE GENERAL

Nombre del cargo:	GERENTE GENERAL
Jefe inmediato:	Junta de Socios
Número de personas para el cargo:	Uno
Experiencia:	Mínimo 2 años de experiencia
Perfil:	Licenciatura en Administración de Empresas o carreras afines y tener nivel medio o avanzado en Inglés.

OBJETIVO:

- Es la máxima autoridad en la empresa, es el que está al frente de la gestión, es el que controla, coordina y supervisa todo los movimientos de la empresa.

FUNCIONES:

- 1.- Dirigir y representar legalmente a la empresa.
- 2.- Organiza, coordina y dirige las actividades administrativas, económicas, técnicas y operativas de la empresa.
- 3.- Planear y desarrollar a corto, largo plazo y entregar proyecciones anuales.
- 4.- Ejecuta las soluciones y resoluciones de la empresa.
- 5.- Dirigir las operaciones de la empresa en conformidad a las disposiciones legales.
- 6.- Mantener buenas relaciones con las instituciones financieras, proveedores de recursos económicos para la inversión.
- 7.- Firmar cheques, órdenes de pago, operaciones con títulos de valores.
- 8.- hacer que la empresa sea creativa, dinámica y rentable.
- 9.- Obtener una ventaja competitiva para la empresa que se vea reflejada económicamente.

Descripción del puesto Talento Humano

Nombre del cargo:	TALENTO HUMANO
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a cargo:	18
Experiencia:	2 años de experiencia
Perfil:	Lic. en Administración, Ing. Comercial.

OBJETIVO

Dotar a las áreas de la empresa del personal idóneo para cada puesto de trabajo en base a todos los lineamientos y planificación previa, así mismo es responsable de realizar acciones de formación y desarrollo personal.

FUNCIONES:

- 1.- Organizar al Talento Humano dentro de la estructura orgánica de acuerdo a los objetivos de la empresa.
- 2.- Mantener efectivas relaciones entre Obrero – Patrono.
- 3.- Contratación de personal de acuerdo al perfil requerido para el puesto.
- 4.- Pago de nómina.
- 5.- Llevar el control de asistencia, puntualidad, permisos y faltas.
- 6.- Tener un archivo del historial del empleado, desde que inicia sus labores, correctamente ordenado y actualizado.
- 7.- Conocer y dar a conocer el reglamento de la empresa.
- 8.- Mantener informado de todos sus logros y méritos de la empresa.
- 9.- Proyectar y coordinar cursos o capacitaciones para mejorar sus conocimientos.
- 10.- Asesorar a la gerencia general y a las demás áreas todo lo relacionado al talento humano.
- 11.- Controlar los pasivos laborales del personal activo como vacaciones, anticipos de prestaciones sociales y liquidaciones.
- 12.- Encargada del despido del personal.

Descripción del puesto de Contador

Nombre del cargo:	CONTADOR
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a cargo:	Uno año
Experiencia:	dos años en el puesto
Perfil:	Contador Público, Ingeniero Comercial.

OBJETIVO:

Es el encargado de controlar la parte económica como del presupuesto, compras y ventas de la empresa.

FUNCIONES:

- 1.- Expone y propone a la Gerencia las normas, políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento en el área de administración y contabilidad.
- 2.- Dirige, organiza, coordina y controla todas las actividades financieras de la empresa.
- 3.- Elaboración y control de presupuesto.
- 4.- Revisar los cheques emitidos por diferentes conceptos de pago a proveedores, pago de servicios de aportes, incremento o creación de fondos fijos.
- 5.- Asegura el movimiento del control interno administrativo y financiero.
- 6.- Actúa con integridad, honestidad absoluta la información de la empresa
- 7.- Control de cuentas por pagar.
- 8.- Analizar los estados financieros para facilitar la toma de decisiones a la gerencia.
- 9.- Aprobar y firmar la emisión de los cheques para la adquisición de bienes.
- 10.- Mantener al tanto al gerente sobre el presupuesto, que gasta o necesita constantemente en la empresa.
- 11.- Realiza y explica los estados financieros para dar un claro y preciso detalle al gerente de la situación de la empresa.

Descripción del puesto de Jefe Producción

Nombre del Cargo:	JEFE DE PRODUCCIÓN
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a cargo:	10
Experiencia:	un año en el puesto
Perfil:	Ingeniería Química, que tenga experiencia en jefe de producción o jefe de planta.

OBJETIVO:

Organizar, controla, dirige las eficientes áreas de producción, basándose en las limitaciones de las políticas, normas y requerimientos del mercado, fijados previamente las actividades de producción con un eficiente grupo de talento humano.

FUNCIONES:

- 1.-Mantener una comunicación con todos los departamentos con el fin de informar a todos sobre el proceso de producción de algunos productos y cantidades fabricadas que permiten mejorar la calidad de los productos reduciendo tiempo y costos
- 2.- Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros, para obtener un crecimiento progresivo de la productividad.
- 3.- Administrar y controlar la mano de obra para asegurar la eficiencia en el proceso de producción.
- 4.- Presentar a la gerencia reportes de tiempos de producción, horas laboradas, permisos ausentismos que permita el rendimiento de los trabajadores.
- 7.- Controlar el buen almacenamiento del producto terminado y controlar los factores que puedan afectar la calidad.

Descripción del puesto de jefe de Control de Calidad

Nombre del Cargo:	JEFE CE CONTROL DE CALIDAD
Jefe inmediato:	Jefe de Producción
Número de Personas a cambio:	uno
Experiencia:	3 años
Perfil:	Ingeniería Química o carreras afines.

OBJETIVO:

Dirigir, organizar, controlar los procesos y alcanzar una mejora continua a través del control y administración de los resultados provenientes del proceso de control de calidad.

FUNCIONES:

- 1.- Desarrollar e implementar las normas de calidad y sus objetivos.
- 2.- Asegurar de que establezcan e implementen nuevas estrategias para los procesos necesarios para su producción.
- 3.- Definir el procedimiento para los diferentes controles de calidad.
- 4.- Controlar el resultado de las inspecciones de las materias primas recibidas.
- 5.- Realizar los informes de resultados de inspecciones realizadas a los procesos productivos.
- 6.- Aprobar la evaluación de las s muestras de los componentes y productos terminados (en el filete de pescado salado)
- 7.- Realizar los informes de resultados de las inspecciones realizadas a los procesos productivos.
- 8.- Control e informes de garantías con el cliente una vez entregado el producto.
- 9.- Planear como satisfacer las reglas de calidad de los clientes.
- 10.-Determinar puntos de inspección y establecer el procedimiento efectivo

Descripción del puesto de Operario

Nombre del Cargo:	OPERARIO
Jefe inmediato:	Jefe de Producción
Experiencia:	Mínima.

OBJETIVO:

Realizar las actividades estables en los diagramas de operaciones además tiene la responsabilidad de vigilar y reportar las anomalías dentro de la línea de producción.

FUNCIONES:

- 1.- Cumplir con el horario, el uniforme asignado.
- 2.- Realizar el proceso de producción y funciones asignadas por el jefe inmediato.
- 3.- Operar eficientemente las máquinas de secado.
- 4.- Vigilar y controlar el cumplimiento de las normas de calidad en la producción.
- 5.- Crear un producto con calidad, que satisfagan a los clientes.
- 6.- Informar de cualquier anomalía al Jefe de Producción.
- 7.- Llevar el control y al día de los registros del control producción.
- 8.- Apoyar en las labores de mantenimiento preventivo de las maquinarias.
- 9.- Realizar la limpieza y clasificación del producto.
- 10.- Empaquetado y transporte de la mercadería.
- 11.- Soporte en el área del almacén.
- 12.- Higiene de la planta.

Descripción del puesto de Bodeguero

Nombre del Cargo:	BODEGUERO
Jefe Inmediato:	Jefe de producción
Número de personas a cargo:	1
Experiencia:	Un año

OBJETIVO:

Velar por el adecuado manejo, almacenamiento y control de la mercadería, así como el inventario de la bodega según las normas y disposiciones que este estipulado en el reglamento de la empresa.

FUNCIONES:

- 1.- Solicitar el encargo de adquisiciones respectivas, la orden de compra para adjuntar a la factura
- 2.- La mercadería se entrega con la factura original al repartidor.
- 3.- Llevar el control de la mercadería en los kardex.
- 4.- Verificar que sean enviados diariamente los reportes de bodega a área de producción.
- 5.- Verificar que toda la salida mercadería está respaldada por los documentos de despachos, órdenes de embarque y facturas originales estén debidamente autorizados.
- 6.- Dar atención al cliente sobre el precio y disponibilidad del producto.
- 7.- Enviar cotización a clientes que soliciten.
- 8.- Realizar la venta a clientes que vallan a la bodega hacer su pedido.
- 9.- Reportar inmediatamente al jefe sobre la pérdida o productos en mal estado.
- 10.- Permanecer en su lugar de trabajo en toda la jornada.

Descripción del puesto de Secretaria

Nombre del cargo:	SECRETARIA
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de persona a cargo:	1
Experiencia:	Un año
Perfil:	Licenciada en Secretariado

OBJETIVO:

Atender a los clientes amablemente, llevar el control de la información que recibe y entrega así como también el control de la papelería y atención al teléfono.

FUNCIONES:

- 1.- Tener un control y al día la agenda del gerente.
- 2.- Llevar de manera sistematizada la información de la empresa.
- 3.- Comunicación con el jefe.
- 4.- Recibir y atender las llamadas.
- 5.- Buen trato con los clientes, proveedores y visitantes.
- 6.- Redacción de oficios e informes.
- 7.- Coordinar citas con clientes, proveedores, etc.
- 8.- Llevar un control de los documentos en los archivadores.
- 9.- Preparar la documentación y organizar todo para reuniones internas y externas. del gerente.
- 10.- Hacer una evaluación de proveedores para verificar el cumplimiento de sus servicios.
- 11.- Enviar fax
- 12.- Distribuir los documentos con sumilla a los diferentes departamentos.
- 13.- Asistir a reuniones de trabajo.
- 14.- Elaborar actas de sesiones y reuniones.
- 15.- Elaborar informes mensuales.

Descripción del puesto de Vendedor

Nombre del cargo:	VENDEDOR
Jefe inmediato:	JEFE DE VENTA
Número de persona a cargo:	3
Experiencia:	Un año
Perfil:	Bachiller

OBJETIVO:

Tener buenos rasgos y cualidades que debe tener el vendedor con el cliente, para obtener buenos resultados

FUNCIONES:

- 1.- Tener buena actitudes con los clientes.
- 2.- Debe ser una persona activa y diligente en todas las actividades que realiza.
- 3.- Ser responsable con todas las normas y políticas de la empresa y clientes.
- 4.- Debe tener habilidades y destrezas para desempeñar sus labores.
- 5.-Tener la capacidad de saber escuchar lo que los clientes manifiestan y comprender lo que quieren expresar.
- 6.- Ser creativo que permita aportar buenas ideas en el momento que se necesita.
- 7.- Tener facilidad de palabra que permita llegar al cliente.
- 8.- Tener la habilidad de encontrar clientes.
- 9.- Tener la habilidad para cerrar una venta.
- 10.- Tener claros conocimientos de la empresa y de los productos que comercializa.
- 11.- Realizar sus reportes de ventas.
- 12.- Tener su lista de clientes ordenados por zona o sector.

4.4.8. Materias Primas

La materia prima es una actividad que se da todos los meses del año, tomando en cuenta que es una gran riqueza ictiológicas, siendo esto un unas de las principales fuentes de trabajo para la para la parroquia, el pescado es la materia prima principal para la elaboración de nuestro producto, que será adquirida en el puerto pesquero de Anconcito, lugar donde va a estar ubicado la planta.

La pesca hay durante todo el año dependiendo al tipo de pescado dependiendo de la temporada de pesca que son altas y bajas y que una sustituye a otra. El pescado que se va a procesar es el bonito, el dorado y el bacalao siendo estas tres especies las primeras prioridades para el salado del pescado, pudiendo implementar dependiendo de las temporadas y el costo de la materia prima la albacora.

Cuando existe mayor demanda de este tipo de pesca el costo del pescado es de 0,50 la libra, pero cuando hay baja demanda el costo del pescado puede llegar a costar la libra \$ 2,00, es por ello que se va a trabajar con varias especies aprovechando

4.4.9. Permisos

Para la creación de la empresa se debe realizar el respectivo trámite y cumplir con todos los lineamientos legales que exige la Legislación Ecuatoriana y cumplir con todos los parámetros establecidos por las autoridades locales de la provincia.

Permisos del Cuerpo de Bomberos

Requisitos:

- ✓ Copia del Permiso de funcionamiento.
- ✓ Informe de inspección, elaborado por el personal autorizado del departamento de Prevención.

Se realiza la inspección de la empresa que cuente con todos los equipos de seguridad, para cada área como las instalaciones eléctricas estén correctas, extintores, botiquín de primeros auxilios y que el personal cuente con todo su vestuarios adecuado.

Permiso de funcionamiento de la Comisaria Municipal

Requisitos:

- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.
- ✓ Certificado de Salud Pública.
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos.
- ✓ Solicitud del departamento de la comisaria municipal.
- ✓ Certificado del departamento de medio ambiente.
- ✓ Permiso del departamento de higiene.

Requisitos para sacar el RUC

Requisitos:

- ✓ Original y copia de la cedula de identidad.
- ✓ Original y copia del certificado de votación.
- ✓ Planilla de los servicios básicos del lugar donde va a funcionar la empresa.

Permiso de sanidad del Ministerio de Salud Pública.

Requisitos:

- ✓ Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Nombramiento del representante legal.
- ✓ Nombramiento del responsable técnico.
- ✓ Acta de creación de la empresa.
- ✓ Copia de certificado de salud de los empleados y representante legal.

- ✓ Solicitud dirigida al director provincial salud.
- ✓ Inspección de la planta.

Permisos para Exportación

Cumplir con todas regulaciones sanitarias y con una serie de leyes y reglamentos estipulados que se deben de cumplir por el país donde se exportará.

Cada país tiene diferentes protocolos sanitarios especiales para exportar, los países como Estados Unidos, Asia y Europa son los países más exigentes en materia sanitaria y también con regímenes y disposiciones.

La FDA (Food and Drug Administration o Administración de Alimentos y Drogas) es un organismo responsable de proteger a los consumidores, prevén que los alimentos sean sanos, seguros para el consumo y producidos en condiciones sanitarias óptimas, ellos garantizan que todos los alimentos importados cumplan con todos las leyes de seguridad alimenticia, incluyendo las normas de exportación e importación de alimentos.

Actividades para importar:

- ✓ Inspeccionar establecimientos de producción de alimentos, recoger y analizar muestras para determinar la contaminación física, química y microbiana.
- ✓ Buenas prácticas de fabricación y otras normas de producción como sanidad de plantas, requisitos de envasado y programas de Análisis y Riesgos.
- ✓ Llevar a cabo el muestreo y la inspección de los alimentos importados.
- ✓ Trabajar con gobiernos extranjeros para garantizar la seguridad de los alimentos importados
- ✓ Realizar las acciones adecuadas para garantizar la aplicación de medidas y normas.

- ✓ Educar a la industria y los consumidores sobre la manipulación segura de los alimentos.

Obtener el Registro de Exportador

Con el Ruc gestionado por el Servicio de Rentas Internas se deberá adquirir el certificado original para la firma electrónica y autenticación de las siguientes entidades:

- ✓ Banco Central del Ecuador
- ✓ Security Data

Registrarse en el portal de ECUAPASS

- ✓ Actualizar base de datos
- ✓ Crear un usuario y contraseña
- ✓ Aceptar las políticas de uso
- ✓ Registra la firma electrónica

Proceso de Exportación

Datos que se consignarán en el DAE

- ✓ Del exportador o declarante
- ✓ Descripción por ítem de factura
- ✓ Datos del consignante
- ✓ Destino de la Carga
- ✓ Cantidades
- ✓ Peso; y además datos relativos a la mercancía

Documentos digitales que acompañen a la DAE a través del ECUAPASS

- ✓ Factura comercial original
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- ✓ Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del Destino donde se embarca y se almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificara el canal asignado:

- ✓ Canal de Aforo Documental
- ✓ Canal de Aforo Físico Intrusivo
- ✓ Canal de Aforo Automático

4.5. Plan Económico – Financiero

El estudio económico – financiero es una de las partes más fundamentales de la empresa cuya finalidad es evaluar los indicadores que nos permite saber la viabilidad de la empresa, de esta manera se realizan los estados financieros que determinaran cual es la inversión total y que tiempo se demora en recuperarla en su totalidad y a su vez conocer valor presente neto y la tasa interna de retorno. Permitiendo la ejecución y funcionamiento de la empresa.

4.5.1. Plan Inversión

La inversión es la que se va a obtener por medio de los ingresos que tengamos por la producción y comercialización de pescado salado, para realizar todo estas operaciones tenemos que trabajar con el capital que tenemos es una manera de financiarnos y también con el pago de la negociación que se realizó con nuestro cliente y de esta manera se cuenta con los ingresos suficientes para la entrega del producto. Para ello se debe de tomar en cuenta los activos fijos, activos intangibles, capital de trabajo.

4.5.1.1. Inversión Fija Tangible

Los activos fijos de la empresa Labrisa S.A, que se utiliza para la implementación de la empresa de secado de pescado salado la inversión que se va requerir es el capital ya sea de fondos propios o préstamos con la finalidad de que se pueda ejecutar todas las actividades para la creación de la empresa

Terreno

El terreno que se va a adquirir para poner en marcha la empresa, lugar donde va a ser creada la empresa.

TABLA # 37. Terreno

Rubros	Total
Terreno (800 m ²)	\$ 8.000,00
Total	\$ 8.000,00

Fuente: Terreno

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Edificio

Es la construcción de la empresa, incluyen todos los costos que incurren para la construcción de cada área de la empresa.

TABLA # 38. Edificio

Rubros	Total
Edificio	\$ 45.000,00
Total	\$ 45.000,00

Fuente: Edificio

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Maquinaria y Equipos

Son todos aquellos activos fijos que la empresa va adquirir para la empresa y que forman parte de los bienes de la empresa que son parte esencial para la creación de

la empresa, que son directamente maquinarias solo para el procesamiento, empaquetado y sellado del pescado salado.

TABLA #39. Inversión de Maquinarias

Cant.	Rubro	Valor neto	Valor total
1	Aire de climatización	\$ 8.020,00	\$ 8.020,00
1	Cámara secado al calor	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
2	Balanza electrónica	\$ 120,00	\$ 240,00
2	Máquina de sellado	\$ 50,00	\$ 100,00
1	Máquina de etiquetas	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total			\$ 20.360,00

Fuente: Inversión de Maquinarias
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores.

Equipos de Computación

Son herramientas fundamentales para el funcionamiento de una empresa, la cual se utilizara en diferentes áreas de la empresa.

TABLA #40. Inversión de Equipos de Computación

Cant.	Rubros	Valor neto	Valor total
4	Computadoras de Escritorio	\$ 450,00	\$ 1.800,00
4	Impresoras multifunción	\$ 180,00	\$ 720,00
Total			\$ 2.520,00

Fuente: Equipo de Investigación
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Muebles y Enseres

Son aquellos muebles utilizados para la adecuación de la empresa.

TABLA # 41. Inversión de Muebles y Enseres

Cant.	Rubros	Valor neto	Valor total
4	Escritorios	\$ 200,00	\$ 800,00
2	Sillas Ejecutivas	\$ 130,00	\$ 260,00
2	Sillas Ejecutivas sencillas	\$ 98,00	\$ 196,00
4	Archivadores tipo Librero	\$ 250,00	\$ 1.000,00
2	Sillas de espera	\$ 130,00	\$ 260,00
1	Mueble de Oficina	\$ 300,00	\$ 300,00
Total			\$ 2.816,00

Fuente: Inversión de Muebles y Enseres
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores.

Equipos de Oficina

Son aquellos equipos que se utilizaran para la adecuación de la empresa.

TABLA # 42. Inversión de Equipo de Oficina

Cant.	Rubro	Valor neto	Valor total
2	Aire Acondicionado	\$ 750,00	\$ 1.500,00
2	Teléfonos	\$ 35,00	\$ 70,00
TOTAL			\$ 1.570,00

Fuente: Equipos de Oficina
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores.

Vehículo

El vehículo será utilizado para la trasportación de la materia prima y distribución del producto.

TABLA # 43. Inversión del Vehículo

Cant.	Rubro	Valor neto	Valor total
1	Vehículo Hino	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
TOTAL			\$ 40.000,00

Fuente: Vehículo
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.5.1.2. Inversión Fija Intangible

Activos Diferidos

Son todos los gastos que incurren para el funcionamiento de la empresa.

TABLA # 44. Inversión de Activos Diferidos

INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR
Gastos de Constitución	\$ 400,00
TOTAL	\$ 400,00

Fuente: Gasto de Constitución
Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

4.5.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el fondo que requiere la organización para poder iniciar sus actividades y poder cubrir aquel déficit o reinversión que se pueda presentarse en la empresa.

La empresa Labrisa S.A., requiere el capital de trabajo para empezar sus actividades que permitan seguir creciendo cada año, siendo este recurso económico el valor es de USD \$ 404,745.25 (Cuatrocientos cuatro mil setecientos cuarenta y cinco mil dólares americanos con veinticinco centavos)

TABLA # 45. Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Valor
Costo de Venta	\$ 723.887,37
Gasto de Administración	\$ 46.258,11
Gasto de Venta	\$ 39.345,01
TOTAL	\$ 809.490,49
Capital de Trabajo (2 meses)	\$ 404.745,25

Fuente: Capital de Trabajo
Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

4.5.2. Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento lo obtendremos del 60% de las acciones comunes, valor que se requieren para poner en marcha la empresa el cual es de USD \$ 315.684,75 (Trescientos quince mil seiscientos ochenta y cuatro dólares americanos con setenta y cinco centavos) y el 40% que se consiguiera por medio del préstamo bancario USD \$ 210.456,50 (Doscientos diez mil cuatrocientos cincuenta y seis dólares americanos con cincuenta centavos), como se demuestra en la siguiente tabla.

TABLA # 46. Estructura de Capital

Estructura de capital	%	Aportes	Costo de capital
Acciones	60%	\$ 315.684,75	25%
Préstamo Bancario	40%	\$ 210.456,50	11.75%
	1.00	\$ 526.141,25	45.75%

Fuente: Estructura de capital

Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

Una vez realizado la investigación sobre la estructura de capital, el valor total que va a necesitar la empresa Labrisa S.A. es de USD \$ 526.141,25 (Quinientos veinte y seis mil ciento cuarenta y uno dólares americanos con veinte y cinco centavos) para adquirir todos los activos fijos y los demás gastos que incurran para iniciar las actividades en la empresa.

Considerando el capital de trabajo, los activos fijos y gastos de constitución que sirven para cubrir los costos y gastos de la empresa.

Tabla # 47. Inversión Inicial

Inversión inicial	Valor
Capital de trabajo	404.745,25
Activos Fijos	120,996.00
Gastos de Constitución	400.00
TOTAL	526,141.25

Fuente: Inversión Inicial

Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

4.5.3. Cronograma de Ejecución

En el cronograma de ejecución de la empresa Labrisa S.A., demuestra las actividades que se van a realizar en la construcción y funcionamiento de la empresa de pescado salado.

- Construcción de la Planta
- Servicios Básicos
- Compra de Activos
- Instalación de los activos de la planta
- Trámites Legales
- Inicio de Actividades

4.5.4. Costo de Operación

El costo de operación de la empresa Labrisa S.A. de secado de pescado salado, también llamado costo de producción se consideró la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación para conformar el costo total de la producción, con la tasa de inflación del 4,1%, que se demuestra en la tabla.

Tabla # 48. Costo de Venta

COSTO DE PRODUCCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima	\$ 0,89	\$ 0,93	\$ 0,96	\$ 1,00	\$ 1,05
Mano de Obra Directa	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05
Costo Indirecto de Fabricación	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,07	\$ 1,11	\$ 1,16

Fuente: Costo de Venta
Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

TABLA # 49. Costo de venta

	2015	2016	2017	2018	2019
MP	\$ 630.184,80	\$ 872.243,91	\$ 908.005,91	\$ 945.234,15	\$ 983.988,75
MOD	\$ 35.954,64	\$ 45.779,12	\$ 47.656,06	\$ 49.609,96	\$ 51.643,97
CIF	\$ 57.747,93	\$ 61.660,37	\$ 64.088,45	\$ 66.372,73	\$ 69.003,99
TOTAL CP	\$ 723.887,37	\$ 979.683,40	\$ 1'019.750,42	\$ 1'061,216.84	\$ 1'104.636,71

Fuente: Costo de Venta

Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

4.5.5. Ingresos

La empresa Labrisa S.A. obtiene ingresos de pescado salado \$ 340.200,00 dólares por la venta de bonito, \$ 510.840,00 por la venta del dorado, \$ 8.131,84 por la venta del bacalao y un ingreso adicional de \$ 8.131,84 por la venta de desperdicio en el primer año como se demuestra en la tabla y el aumento de los siguientes años.

Tabla # 50. Presupuesto de venta

	2015	2016	2017	2018	2019
Bonito	\$ 340.200,00	\$ 584.010,00	\$ 601.530,30	\$ 619.576,21	\$ 638.163,50
Dorado	\$ 510.840,00	\$ 526.165,20	\$ 541.950,16	\$ 558.208,66	\$ 574.954,92
Bacalao	\$ 152.320,00	\$ 294.16,00	\$ 302.993,04	\$ 312.082,83	\$ 321.445,32
Desperdicio	\$ 8.131,84	\$ 58.536,96	\$ 60.293,07	\$ 62.101,86	\$ 63.964,92
TOTAL	\$1'011.491,84	\$1'462.880,16	\$1'506.766,56	\$1'551.969,56	\$1'598.528,65

Fuente: Costo de Venta

Elaborado por Brígida Carolina Rivera Flores

4.6. Evaluación Financiera

4.6.1. Estados Financieros Proyectados

4.6.1.1. Estado de Ganancias y Pérdidas o Estado de Resultado

El estado de resultado es el que da a conocer las utilidades o pérdida obtenida en un cierto periodo por las actividades que realiza la empresa en un periodo de cinco años (5años) por medio del cual se va a cumplir con los pagos de participación a trabajadores e impuestos y de esta manera conocer la utilidad neta de la empresa que en este caso en el primer año es de \$ \$117.531,81 dólares (Ciento diecisiete mil quinientos treinta y uno dólares americanos con ochenta y uno centavos).

**Tabla # 51. Estado de Resultado
(Expresado En Dólares)**

CUENTAS	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Ventas	\$1'011.491,84	\$1'462.880,16	\$1'506.766,56	\$1'551.969,56	\$1'598.528,65	\$ 7'131.636,78
Costo de Ventas	\$ 723.887,37	\$ 979.683,40	\$1.019.750,42	\$ 1'061.216,84	\$1104.636,71	\$ 4'889.174,74
Utilidad Bruta	\$ 287.604,47	\$ 483.196,76	\$ 487.016,15	\$ 490.752,72	\$ 493.891,94	\$ 2'242.462,03
Gastos de Operación	\$ 85.603,12	\$ 91.998,62	\$ 95.304,32	\$ 98.015,56	\$ 101.597,88	\$ 472.519,51
Gast. de Adm.	\$ 46.258,11	\$ 50.195,42	\$ 52.128,89	\$ 53.654,97	\$ 55.750,23	\$ 257.987,62
Gastos de Venta	\$ 39.345,01	\$ 41.803,20	\$ 43.175,43	\$ 44.360,59	\$ 45.847,65	\$ 214.531,89
Utilidad antes de int. e imp.	\$ 202.001,35	\$ 391.198,14	\$ 391.711,83	\$ 392.737,16	\$ 392.294,06	\$ 1'769.942,53
Intereses Pagados	\$ 24.728,64	\$ 20.816,72	\$ 16.445,16	\$ 11.559,94	\$ 6.100,70	\$ 79.651,15
Intereses Ganados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de impuestos	\$ 177.272,71	\$ 370.381,41	\$ 375.266,67	\$ 381.177,22	\$ 386.193,36	\$ 1'690.291,37
Participación de trabajadores	\$ 26.590,91	\$ 55.557,21	\$ 56.290,00	\$ 57.176,58	\$ 57.929,00	\$ 253.543,71
Impuestos	\$ 33.150,00	\$ 69.261,32	\$ 70.174,87	\$ 71.280,14	\$ 72.218,16	\$ 316.084,49
Utilidad Neta	\$ 117.531,81	\$ 245.562,88	\$ 248.801,80	\$ 252.720,50	\$ 256.046,20	\$ 1'120.663,18

Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Tabla # 52. Estado de Utilidades Retenidas

CUENTAS	2015	2016	2017	2018	2019	ACUMULADO
Saldo Inicial	\$ 117.531,81	\$ 245.562,88	\$ 248.801,80	\$ 252.720,50	\$ 256.046,20	\$ 1'120.663,18
Utilidades Año Anterior	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Reservas Legales	\$ 11.753,18	\$ 24.556,29	\$ 24.880,18	\$ 25.272,05	\$ 25.604,62	\$ 112.066,32
Reservas Estatutarias	\$ 5.876,59	\$ 12.278,14	\$ 12.440,09	\$ 12.636,02	\$ 12.802,31	\$ 56.033,16
Reservas Facultativas	\$ 4.995,10	\$ 10.436,42	\$ 10.574,08	\$ 10.740,62	\$ 10.881,96	\$ 47.628,19
Dividendos Comunes		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Saldo Final	\$ 94.906,93	\$ 198.292,02	\$ 200.907,45	\$ 204.071,80	\$ 206.757,31	\$ 904.935,52
		\$ 47.270,85	\$ 47,894.35	\$ 48.648,70	\$ 49.288,89	\$ 215.727,66
		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
		-\$ 47.270,85	-\$ 47,894.35	-\$ 48.648,70	-\$ 49.288,89	-\$ 215.727,66
			-\$ 95,165.20	-\$ 143.813,90	-\$ 193.102,79	-\$ 408.830,45
Reservas Legales Acumuladas	\$ 11.753,18	\$ 36.309,47	\$ 61,189.65	\$ 86.461,70	\$ 112.066,32	\$ 224.132,64
Reservas Facultativas Acumuladas	\$ 5.876,59	\$ 18.154,73	\$ 30,594.82	\$ 43.230,85	\$ 56.033,16	\$ 112.066,32
Reservas Estatutarias Acumuladas	\$ 4.995,10	\$ 15.431,52	\$ 26,005.60	\$ 36.746,22	\$ 47.628,19	\$ 95.256,37
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 404.745,25	TIENES DINERO SIN NECESIDAD DE VENDER PARA CUBRIR GTOS X 6 MESES			

Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.6.1.2. Flujo de Efectivo (Corriente De Liquidez)

El Flujo de Efectivo nos va a permitir conocer las operaciones de inversión ingresos y egresos que se realizó en los gastos de administración y de ventas de esta manera nos permita obtener la solvencia económica de la empresa Labrisa S.A. en la cual el primer año corresponde al valor de \$ - 49.914,85 dólares lo que nos quiere decir que los egresos superaron a los ingresos pero los valores se cubren con el capital de trabajo.

Tabla # 53. Flujo de Efectivo

CUENTAS	0	1	2	3	4	5	Acumulado
INGRESOS							
VENTAS		\$ 1'011.491,84	\$ 1'462.880,16	\$ 1'506.766,56	\$ 1'551.969,56	\$ 1'598.528,65	\$ 7'131.636,78
Préstamos Bancarios	\$ 210.456,50						\$ 0,00
Aporte de accionistas	\$ 315.684,75						\$ 0,00
Total Ingresos		\$ 1'011.491,84	\$ 1'462.880,16	\$ 1'506.766,56	\$ 1'551.969,56	\$ 1'598.528,65	\$ 7'131.636,78
EGRESOS							
Materia Prima		\$ 837.890,40	\$ 872.243,91	\$ 908.005,91	\$ 945.234,15	\$ 983.988,75	\$ 4'547.363,11
Mano de obra		\$ 35.954,64	\$ 45779,12	\$ 47.656,06	\$ 49.609,96	\$ 51.643,97	\$ 230.643,76
COSTOS IND. FABRIC.		\$ 55.308,80	\$ 59.221,24	\$ 61.649,31	\$ 64.176,93	\$ 66.808,19	\$ 307.164,47
Gastos de Administración		\$ 43.220,44	\$ 47.157,76	\$ 49.091,23	\$ 51.103,97	\$ 53.199,23	\$ 243.772,62
Gastos de Venta		\$ 31.010,88	\$ 33.469,07	\$ 34.841,30	\$ 36.269,79	\$ 37.756,85	\$ 173.347,89
Activos	\$ 120.996,00						\$ 120.996,00
Gastos de Constitución	\$ 400,00						\$ 400,00
15 % participación	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 26.590,91	\$ 55.557,21	\$ 56.290,00	\$ 57.176,58	\$ 195.614,70
Impuestos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 33.150,00	\$ 69.261,32	\$ 70.174,87	\$ 71.280,14	\$ 243.866,33
Prest. Bancarios(Principal)	\$ 0,00	\$ 33.292,89	\$ 37.204,81	\$ 41.576,37	\$ 46.461,60	\$ 51.920,83	\$ 210.456,50
Prest. Bancarios(Intereses)		\$ 24.728,64	\$ 20.816,72	\$ 16.445,16	\$ 11.559,94	\$ 6.100,70	\$ 79.651,15
TOTAL EGRESOS		\$ 1'061.406,69	\$ 1'175.633,52	\$ 1'284.083,87	\$ 1'330.881,20	\$ 1'379.875,24	\$ 6'353.276,53
Disponibile		-\$ 49.914,85	\$ 287.246,64	\$ 222.682,69	\$ 221.088,36	\$ 218.653,40	\$ 899.756,24
SALDO INICIAL		\$ 404.745,25	\$ 354.830,40	\$ 642.077,03	\$ 864.759,72	\$ 1'085.848,09	
Inversión o Financiamiento		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Saldo final	\$ 404.745,25	\$ 354.830,40	\$ 642.077,03	\$ 864.759,72	\$ 1'085.848,09	\$ 1'304.501,49	\$ 899.756,24

Fuente: Flujos de Efectivos

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.6.1.3. Balance General

El balance general de la empresa Labrisa S.A. refleja las adquisiciones de los activos, las inversiones realizadas es decir que por medio del balance se mostrará los resultados del patrimonio el cual es de \$ 526.141,25 dólares.

Tabla # 54. BALANCE GENERAL

	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	404.745,25	562.536,00	849.782,63	1'072.465,32	1'293.553,69	1'512.207,09
DISPONIBLE	404.745,25	354.830,40	642.077,03	864.759,72	1'085.848,09	1'304.501,49
Bancos	404.745,25	354.830,40	642.077,03	864.759,72	1'085.848,09	1'304.501,49
Inversiones Temporales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
REALIZABLE	0,00	207.705,60	207.705,60	207.705,60	207.705,60	207.705,60
INVENTARIO	0,00	207.705,60	207.705,60	207.705,60	207.705,60	207.705,60
ACTIVO NO CORRIENTE	121.396,00	107.585,07	93.774,13	79.963,20	67.125,60	54.288,00
ACTIVO FIJO	120.996,00	107.265,07	93.534,13	79.803,20	67.045,60	54.288,00
ACTIVO FIJO TANGIBLE	120.996,00	107.265,07	93.534,13	79.803,20	67.045,60	54.288,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	120.996,00	120.996,00	120.996,00	120.996,00	120.996,00	120.996,00
EDIFICIOS	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
Equipos de Computación	2920,00	2.920,00	2.920,00	2.920,00	2.920,00	2.920,00
Muebles de oficina	2.916,00	2916,00	2.916,00	2.916,00	2.916,00	2.916,00
Vehículos	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
Equipo de oficina	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Maquinarias	20.660,00	20.660,00	20.660,00	20.660,00	20.660,00	20.660,00
Terreno	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Depreciación acumulada	0,00	-13.730,93	-27.461,87	-41.192,80	-53.950,40	-66.708,00
OTROS ACTIVOS						
PAGOS ANTICIPADOS						
Gustos de constitución	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Amortización gastos de constitución	0,00	-80,00	-160,00	-240,00	-320,00	-400,00
Total gastos de amortización	400,00	320,00	240,00	160,00	80,00	0,00
Total activo	526.141,25	670.121,06	943.556,76	1'152.428,52	1'360.679,29	1'566.495,09
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE	33.292,89	96.945,71	166.394,91	172.926,46	180.377,56	130.147,16
CUENTAS POR PAGAR	33.292,89	96.945,71	166.394,91	172.926,46	180.377,56	130.147,16
Cuentas por pagar proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15% Participación	0,00	26.590,91	55.557,21	56.290,00	57.176,58	57.929,00
Impuestos por pagar	0,00	33.150,00	69.261,32	70.174,87	71.280,14	72.218,16
Dividendos Por Pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo bancario a CP	33.292,89	37.204,81	41.576,37	46.461,60	51.920,83	0,00
PASIVOS A LARGO PLAZO	177.163,61	139.958,80	98.382,43	51.920,83	0,00	0,00
Préstamos bancarios	177.163,61	139.958,80	98.382,43	51.920,83	0,00	0,00
total pasivo	210.456,50	236.904,51	264.777,34	224.847,29	180.377,56	130.147,16
PATRIMONIO						
Capital Pagado Social	315.684,75	315.684,75	315.684,75	315.684,75	315.684,75	315.684,75
Reservas Legales		11.753,18	36.309,47	61.189,65	86.461,70	112.066,32
Reservas Estatutarias		5.876,59	18.154,73	30.594,82	43.230,85	56.033,16
Reservas Facultativas		4.995,10	15.431,52	26.005,60	36.746,22	47.628,19
Utilidades Retenidas		0,00	94.906,93	293.198,96	494.106,41	698.178,21
Utilidad Perdida Ejercicio	0,00	94.906,93	198.292,02	200.907,45	204.071,80	206.757,31
Total Patrimonio	315.684,75	433.216,55	678.779,43	927.581,23	1'180.301,73	1'436.347,93
total pasivo + patrimonio	526.141,25	670.121,06	943.556,76	1'152.428,52	1'360.679,29	1'566.495,09

Fuente: Balance General

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.6.2. Indicadores de Rentabilidad de la Inversión

4.6.2.1. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es una herramienta financiera que permite medir la rentabilidad de una empresa, además nos permite conocer en términos de porcentaje la ganancia que quedará después que se haya recuperado la inversión en un período de 5 años, siendo el 31% de la utilidad de la empresa Labrisa S.A., el resultado que se obtuvo con todos los valores que se mencionaron y estipularon en el proyecto.

TABLA # 55. Tasa Interna de Retorno

Flujos Futuros	Valores	
0	-526.141,25	
1	131.342,74	109.726,60
2	259.373,81	181.024,69
3	262.612,73	153.120,50
4	265.558,10	129.354,92
5	268.883,80	109.419,29
	1'187.771,18	682.646,00
	VAN	156.504,75
	TIR	31%

Fuente: Evaluación Financiera
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.6.2.2. Valor Presente Neto

El valor presente neto (VAN) conocido como un indicador de evaluación, la empresa Labrisa S.A. es una herramienta financiera que permite medir la rentabilidad del proyecto en términos monetarios que es de \$ 156.504,75 siendo este resultado positivo que permiten generar mayores ingresos y hace que el presente proyecto sea factible.

TABLA # 56. Valor Presente Neto (VAN)

FLUJOS FUTUROS	VALORES	
1	131.342,74	109.726,60
2	259.373,81	181.024,69
3	262.612,73	153.120,50
4	265.558,10	129.354,92
5	268.883,80	109.419,29
	682.646,00	682.646,00
VAN		156.504,75

Fuente: Evaluación Financiera
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

4.6.2.3. Período de Retorno de la Inversión

El periodo de retorno de la inversión de la empresa Labrisa SA. Se basa en el tiempo de cinco años (5 años) en recuperar la inversión en lo cual el periodo de retorno de la inversión será en el segundo año 2016, de esta manera se recupera la totalidad de la inversión.

4.6.3. Coeficiente de Rentabilidad Nacional

4.6.3.1. Valor Agregado

La empresa Labrisa S.A. dedicada a la elaboración y comercialización de secado de pescado salado una vez realizado todo el proceso de transformación del pescado, ofrecerá un producto con altos estándares de calidad debido al procesamiento tecnificado que pasa cada proceso. El pescado contiene omega 3 y al salar el pescado no pierde nutrientes. El pescado tiene en presentaciones de libra y dos tipos de empaques como bandeja y funda al vacío. Vale recalcar que los desperdicios como cabeza, viseras no serán despreciados porque se van a vender a otras empresas para otro tipo de utilización.

4.6.3.2. Generación de Empleos

Con la creación de la empresa Labrisa S.A. dedicada a la producción y comercialización de secado de pescado salado permitirá a los habitantes de la parroquia de Anconcito generar fuentes de empleos en distintas áreas y esto coadyuve al mejoramiento de los ingresos de los habitantes y de la parroquia.

4.6.3.3. Beneficios Socio Económicos

Los beneficios económicos que tendrán las personas serán en el área de salud, ambiente laboral que existirá en la empresa Labrisa S.A.

4.7. Análisis del Impacto del Proyecto

4.7.1. Análisis de Impacto Ambiental

Para contrarrestar la contaminación ambiental es necesario tomar medidas de solución con tecnologías apropiadas y adaptadas que sirvan de beneficio para el medio ambiente, para implementar un proyecto o crear una empresa se debe elaborar un estudio de impacto ambiental, por ello la empresa Labrisa S.A. implementara un plan de desarrollo para hacer el tratado de sustancia de desechos sólidos y líquidos, que debido a lo que la empresa se dedica a todo lo relacionado con la pesca, entonces la máquina que se implementará llevara el proceso de recibir todo el líquido y los desechos de los desperdicios del pescado; el líquido se la trata y al botarse ya no es líquido de putrefacción si no que ya sale un líquido tratado y las sustancias sólidas eso se almacena en un tanque y después se depositan en fundas plásticas reciclables que después son utilizadas como abono, que nos permita proteger la flora y la fauna de nuestro país.

CONCLUSIONES

- ✓ La pesca es una riqueza ictiológica muy extensa, siendo la fuente de trabajo para los pescadores de la parroquia Anconcito de la provincia de Santa Elena, se aprovecha este recurso para producir diversas clases de productos.
- ✓ En el estudio de factibilidad realizado para la creación de la empresa de pescado salado se busca minimizar la demanda insatisfecha de este producto no tan solo a nivel de la parroquia sino también a nivel de todo el país y los demás países que importan este producto; esto conlleva a que exista mayor movimiento ingresos para la empresa haciéndole rentable lo que permitirá el desarrollo socioeconómico de los habitantes y de su parroquia.
- ✓ La empresa Labrisa S.A. está en una buena ubicación, está en un lugar donde la materia prima está a primera mano y mano de obra directa especializada en el producto también y eso hace que los costos sean menores, debido a la demanda de pescado sus costos tiende a ser bajos y es ahí cuando la empresa aprovecha a abastecerse de materia prima.
- ✓ El proyecto de investigación se crea con la finalidad de mejorar el nivel socio económico de los habitantes y de la parroquia, con la generación de empleos permite que la economía de nuestra provincia crezca.
- ✓ La evaluación financiera que se realizó a la empresa de secado de pescado salado demuestra que existe rentabilidad del proyecto con una tasa de interna de retorno (TIR) del 31% y el valor actual neto de \$ 156.504,75.
- ✓ Realizado los análisis correspondientes para la creación de la empresa de secado de pescado salado se llega a la conclusión de que es un proyecto factible que permitirá el desarrollo de la provincia.

RECOMENDACIONES

- ✓ El proyecto de investigación de la empresa de secado de pescado salado se comprobó a través de su estudio de mercado, técnico y financiero que el proyecto es factible por lo que se recomienda que el proyecto sea ejecutado.
- ✓ El estudio de mercado demuestra de que existen maneras más tecnificadas en el proceso de secado de pescado salado y obtener un producto con altos estándares de calidad, esto hace que el producto tenga nuevas expectativas de acaparar más mercados y permita obtener beneficios.
- ✓ El proyecto de investigación beneficia a las personas de la parroquia Anconcito con la implementación de nuevas plazas de trabajo.
- ✓ El estudio de factibilidad realizado a la empresa de secado de pescado salado servirá para futuros inversionista que deseen invertir su capital en un proyecto factible debido a su rentabilidad como lo indica el estudio financiero.
- ✓ Considerar el estudio de factibilidad para abarcar nuevos nichos de mercados debido que el producto es perecedero y apetecido en otros países.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. U. (2010). Evaluación de Proyectos . Mexico, Editorial Mc Graw Hill.
- Bernan, T. C. (2006). Metodología de la investigación: Para la administración, economía, humanidades, y ciencias sociaales.
- Burbano, R. E (4ta Edición). Presupuestos: un enfoque de direccionamiento estrategico, gestion y control de recursos. Bogota Editorial Mac Graw Hill.
- Cerdan, L. (2009). Redes Empresariales. Perú: Editorial Minke.
- Chiavenato, I. (2009). Gestión de Talento Humano. Mexico Editorial Pearson Education .
- Hernández Hernández Abrahan, H. V. (2001). Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversión . Mexico Editorial International Thomson.
- INEC (2010). INEC.
- Jácome, W. (2005) Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de investigación
- Longenecker Justin C, M. C. (2008). Administración de Pequeñas Empresas: Enfoque de Emprendedor. Mexico: Tercera Edicion .
- Mc Daniel Carl, G. H. (2005). Investigación de Mercado. Mexico Editorial Cengage LearningH. .
- Méndez, C. (2006). Metodología, Diseño y Desarrollo del problema de Investigación Científica. Mexico Editorial Limusa.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). Quito.

Roberto, H. S. (2006). Metodología de la Investigación Editorial Mc Graw Hill.

Sapag, N. (2007). Preparación y Evaluación de Proyectos. Chile: Mc. Graw Hill.

SEMPLADES. (2013). Guía Legal para las inversiones. Quito.

Ubidia, M. B. (2009). Contabilidad de Costos. Segunda Edición. Quito.

W. Stettinius, J. D. (2009). Plan de Negocios. Barcelona.

PÁGINA WEB

Http: www.gobiernoparroquialanconcito.gob.ec

Http: www.bce.fin.ec

Http: www.supercia.gob.ec

GLOSARIO

Amortización: Es amortizar una deuda o una inversión, es equivalente monetario del desgaste sufrido de un bien en un determinado periodo.

Barco Nodriza.- Es la embarcación grande que tiene a su cargo un grupo de fibras de las cuales abastece de combustible, carnada y alimentos.

Cardumen.- También llamado banco de peces pequeños de la misma especie, nadando en una alta sincronización y de manera polarizada.

Comercializar: Desarrollar y organizar los procesos necesarios para facilitar la venta de un producto.

Competitividad.- Es la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio.

Costos Indirectos de Fabricación: Los costos indirectos de fabricación son aquellos costos que no se relacionan directamente con la producción.

Cuaresma.- El período litúrgico de preparación de la pascua de resurrección que se inicia el miércoles de ceniza y termina jueves Santo.

ECUAPASS.- Nuevo sistema informático aduanero ecuatoriano que permite a los operadores de comercio exterior facilitar todas sus operaciones, reduciendo tiempos asociados al cumplimiento de las formalidades aduaneras.

Estudio.- Acción de estudiar para comprender o aprender algo en especial una ciencia o un arte.

Factibilidad.- Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos deseados. La factibilidad se determina sobre un proyecto.

Materia Prima: La materia prima se la conoce a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que luego se convertirán en bienes de consumo.

Rentabilidad: Capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión, se relaciona con el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener utilidad.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Es uno de los indicadores que permite medir la rentabilidad de un proyecto, es la estimación de los flujos de caja que tenga a empresa.

Valor Presente Neto (VPN): Es un indicador financiero, se considera el dinero a través del tiempo, que es el resultado de restar los flujos de la inversión inicial.

ABREVIATURA

BCE	Banco Central del Ecuador
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
CFN	Corporación Financiera Nacional del Ecuador
ECUASAL	Ecuatoriana de sal y productos químicos C.A.
FDA	Food and Drug Administration, Administración de Alimentos y Drogas
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura
FODA	Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censo
MAGAP	Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca
PIB	Producto Interno Bruto
PRI	Período de Recuperación de la Inversión
RUC	Registro Único del Contribuyente
TIR	Tasa Interna de Retorno
VAN	Valor Presente Neto

ANEXOS

ANEXO # 1. Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA ANCONCITO DEL CANTÓN SALINAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA			
PROBLEMA PRINCIPAL	¿De qué manera aportaría el Estudio de Factibilidad en la creación de una empresa para el procesamiento del secado de pescado salado en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena?		
FIN DEL POYECTO		INDICADORES	
Desarrollo socio económico de la parroquia Anconcito con la producción y comercialización del pescado salado.		<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes de la parroquia Anconcito • Encuestas a los clientes y distribuidores , entrevistas a empresarios • Análisis Económico Financiero 	
PROPÓSITO DEL POYECTO			
Procesar y comercializar el pescado salado dirigido a los mercados de todo el país que permitan el desarrollo económico de la parroquia Anconcito del cantón Salinas provincia de Santa Elena.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Determinar el mercado meta, potenciales consumidores para su comercialización en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena.	Investigación de Mercado Elaborar un producto con altos estándares de calidad	Analizar los mercados tanto el de producción y comercialización del producto. Conocer la oferta y la demanda a nivel nacional e internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de la información • Investigación de comercialización • Mejorar la calidad de vida de los habitantes
Determinar las características de los posibles consumidores de pescado salado	Investigación de mercado acerca del pescado salado	Realizar un estudio de mercado en el sector productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar de encuestas
Conocer la demanda y la oferta existente de pescado salado en los mercados de la provincia Santa Elena	Número de distribuidores Número de consumidores	Investigar el número de posibles clientes Investigar el número de posibles distribuidores.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar entrevista a empresario. • Realizar encuestas a consumidores • Realizar encuestas a distribuidores
Conocer la posibilidad de influir las necesidades de los consumidores el pescado de salado	Calidad Posibles clientes	Calidad e Higiene Precio del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Charla con los moradores de la parroquia Anconcito • Evaluar productos de calidad
Determinar el canal de distribución, en el cual se ofrecerá el producto al mercado.	Productos	Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer los puntos de distribución del producto.
Evaluar la viabilidad para la creación de la empresa de pescado salado.	Evaluación Financiera	Estudio Económico - Financiero	Análisis de todos los parámetros financieros que indiquen la viabilidad de la empresa
Establecer las causas del impacto ambiental en la creación de la empresa	Causas que afecten	Estudio del Impacto Ambiental	Valorar el estudio del impacto ambiental.

Fuente: Plan de Acción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO #. 2 Carta Aval

18 de diciembre



1937

G.A.D

PARROQUIAL RURAL DE

Anconcito

Anconcito, 6 de Enero de 2015
Oficio Oficial N° 003-GADPRA-2015

Economista
Félix Tigrero González
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL - UPSE
En su despacho.-

De mis consideraciones:

Tal como consta en el oficio oficial N° 161-GADPRA-2013 del 5 de Noviembre de 2013; donde el ex presidente autoriza dicho trabajo; es mi deber ratificar mi voluntad de que la señorita **RIVERA FLORES BRIGIDA CAROLINA** con cédula de ciudadanía N° **0924543028**, realice el tema de tesis denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SECADO DE PESCADO SALADO EN LA PARROQUIA DE ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014" ya que esta investigación supondrá un aporte de la Universidad Estatal Península de Santa Elena como vinculación a la comunidad de Anconcito.

Esperando que el resultado del mismo sea socializado, una vez terminado y avalizado por el Consejo Directivo, con la ciudadanía, me despido reiterándole mis sentimientos de consideración y estima.

El presente certificado se ha actualizado debido al cambio del nuevo representante Legal del G.A.D Parroquial de Anconcito.

Atentamente,

Sr. Edwin E. Rojas García
PRESIDENTE
GAD PARROQUIAL ANCONCITO

PRESIDENTE DEL GAD ANCONCITO Y CONSEJERO PROVINCIAL
Teléfono: 0982856045
Archivo: Jhon Cevallos (S)



www.gobiernoparroquialanconcito.gob.ec

Dirección: Barrio Gonzalo Chávez Uquillas/Correo: juntaparroquialanconcito@yahoo.es/Tel: 042946022

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 4. Procesamiento de la materia prima



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

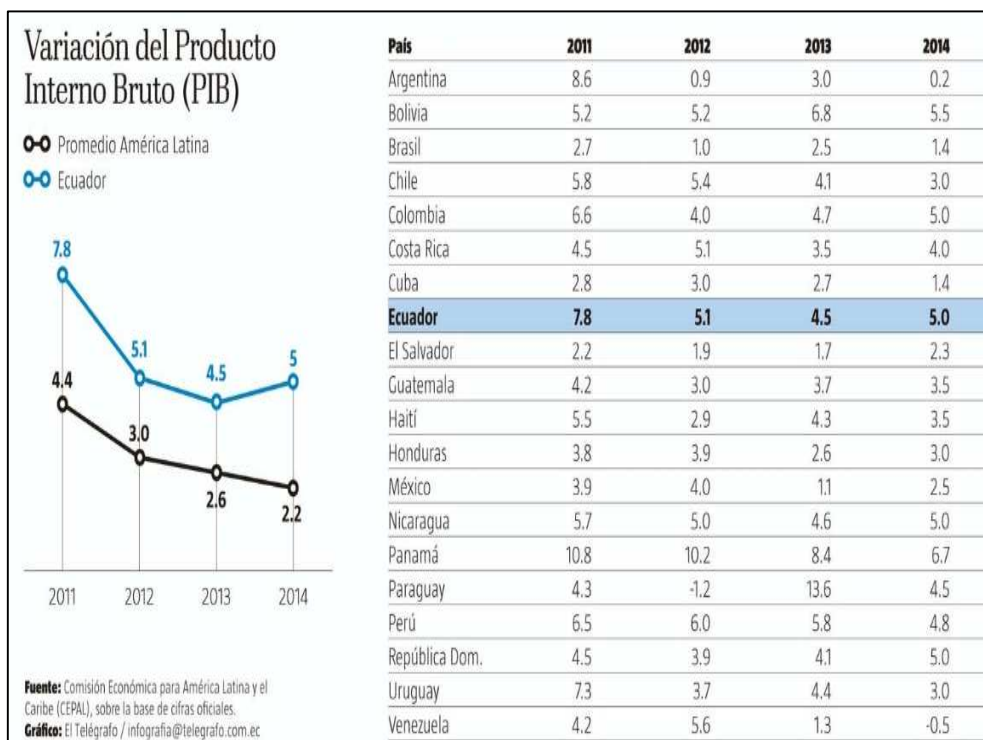


Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 5. Crecimiento del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Brígida Rivera Flores

ANEXO # 6. Maquinarias y Equipos

Mesas de desviserado y Corte



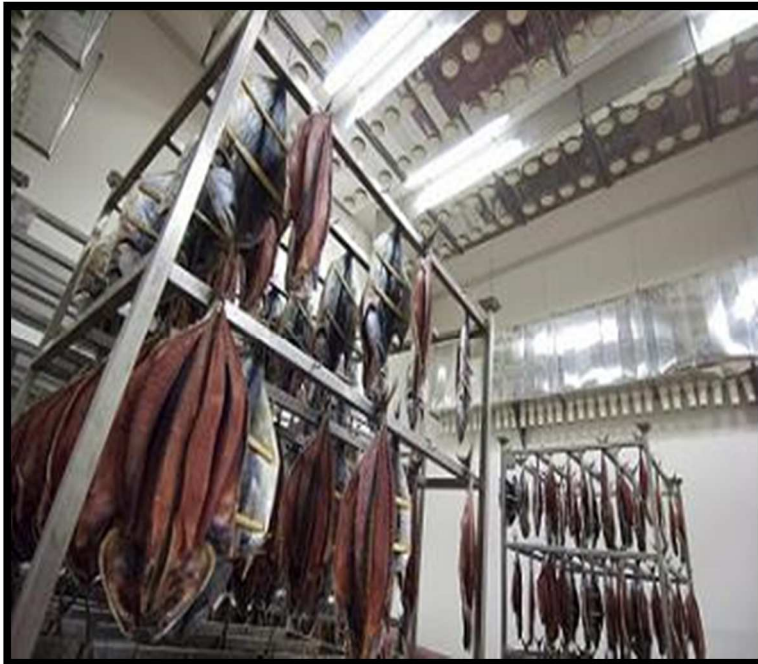
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Tinas especiales



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Cámara de Secado Rápido



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores.



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Máquina de Empaquetado



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Máquina Etiquetadora



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 7. Presupuesto de Venta
(Expresado En Libras)**

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Bonito	189.000	315.000	315.000	315.000	315.000
Dorado	232.200	232.200	232.200	232.200	232.200
Bacalao	87.040	163.200	163.200	163.200	163.200
Desperdicio	101.648	710.400	710.400	710.400	710.400
	609.888	1'420.800	1'420.800	1'420.800	1'420.800

Fuente: Presupuesto de Venta en libras

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 8. Presupuesto de Venta
(Expresado en dólares)**

	2015	2016	2017	2018	2019
Bonito	\$ 340.200,00	\$ 584.010,00	\$ 601.530,30	\$ 619.576,21	\$ 638.163,50
Dorado	\$ 510.840,00	\$ 526.165,20	\$ 541.950,16	\$ 558.208,66	\$ 574.954,92
Bacalao	\$ 152.320,00	\$ 294.168,00	\$ 302.993,04	\$ 312.082,83	\$ 321.445,32
Desperdicio	\$ 8.131,84	\$ 58.536,96	\$ 60.293,07	\$ 62.101,86	\$ 63.964,92
TOTAL	\$1'011.49,84	\$1'462.880,16	\$1'506.766,56	\$1'551.969,56	\$1'598.528,65

Fuente: Presupuesto de Venta en dólares

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 9. Costo de mano de obra directa
(Expresado en dólares)**

2015	2016	2017	2018	2019
\$ 35.954,64	\$ 45.779,12	\$ 47.656,06	\$ 49.609,96	\$ 51.643,97

Fuente: Costo de Mano de Obra Directa

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 10. Materia Prima Costo Unitario
(Expresado en dólares)**

PRODUCTOS	2015	2016	2017	2018	2019
Bonito	13.370,51	20.614,74	21.459,94	22.339,80	23.255,73
Dorado	16.426,62	15.196,01	15.819,04	16.467,63	17.142,80
Bacalao	6.157,51	9.968,37	10.377,08	10.802,54	11.245,44
	35.954,64	45.779,12	47.656,06	49.609,96	51.643,97

Fuente: Costo de Mano de Obra Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

TIEMPO	PRIMER AÑO			SEGUNDO AÑO	
Bonito	2.520,00	378.000,00	37.19%	630.000,00	45.03%
Dorado	3.096,00	464.400,00	45.69%	464.400,00	33.19%
Bacalao	1.160,53	174.080,00	17.13%	304.640,00	21.77%
TOTAL		1,016.480,00	100.00%	1,399.040,00	100.00%

Fuente: Costo de Mano de Obra Directa
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 11. Presupuesto de producción
(EXPRESADO EN LIBRAS)**

BONITO	2015	2016	2017	2018	2019
II	0	252,000	252,000	252,000	252,000
COMPRAS	630,000	630,000	630,000	630,000	630,000
DISPONIBLE	630,000	882,000	882,000	882,000	882,000
PRODUCCION	378,000	630,000	630,000	630,000	630,000
IF	252,000	252,000	252,000	252,000	252,000

Fuente: Presupuesto de producción
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

DORADO	2015	2016	2017	2018	2019
II	0	0	0	0	0
COMPRAS	464,400	464,400	464,400	464,400	464,400
DISPONIBLE	464,400	464,400	464,400	464,400	464,400
PRODUCCION	464,400	464,400	464,400	464,400	464,400
IF	0	0	0	0	0

Fuente: Presupuesto de producción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

BACALAO	2015	2016	2017	2018	2019
II	0	130,560	130,560	130,560	130,560
COMPRAS	304,640	304,640	304,640	304,640	304,640
DISPONIBLE	304,640	435,200	435,200	435,200	435,200
PRODUCCION	174,080	304,640	304,640	304,640	304,640
IF	130,560	130,560	130,560	130,560	130,560

Fuente: Presupuesto de producción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 12. Presupuesto de producción (Expresado en dólares)

BONITO	2015	2016	2017	2018	2019
II	\$ 0,00	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00
COMPRAS	\$ 352.800,00	\$ 367.264,80	\$ 382.322,66	\$ 397.997,89	\$ 414.315,80
DISPONIBLE	\$ 352.800,00	\$ 508.384,80	\$ 523.442,66	\$ 539.117,89	\$ 555.435,80
PRODUCCION	\$ 211.680,00	\$ 367.264,80	\$ 382.322,66	\$ 397.997,89	\$ 414.315,80
IF	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00	\$ 141.120,00

Fuente: Presupuesto de producción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

DORADO	2015	2016	2017	2018	2019
II	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COMPRAS	\$ 329.724,00	\$ 343.242,68	\$ 357.315,63	\$ 371.965,58	\$ 387.216,16
DISPONIBLE	\$ 329.724,00	\$ 343.242,68	\$ 357.315,63	\$ 371.965,58	\$ 387.216,16
PRODUCCION	\$ 329.724,00	\$ 343.242,68	\$ 357.315,63	\$ 371.965,58	\$ 387.216,16
IF	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Fuente: Presupuesto de producción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

BACALAO	2015	2016	2017	2018	2019
II	\$ 0,00	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60
COMPRAS	\$ 155.366,40	\$ 161.736,42	\$ 168.367,62	\$ 175.270,69	\$ 182.456,79
DISPONIBLE	\$ 155.366,40	\$ 228.322,02	\$ 234.953,22	\$ 241.856,29	\$ 249.042,39
PRODUCCION	\$ 88.780,80	\$ 161.736,42	\$ 168.367,62	\$ 175.270,69	\$ 182.456,79
IF	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60	\$ 66.585,60

Fuente: Presupuesto de producción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 13. Presupuesto de producción consolidado (Expresado en dólares)

	2015	2016	2017	2018	2019
II	\$ 0.00	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60
COMPRAS	\$ 837,890.40	\$ 872,243.91	\$ 908,005.91	\$ 945,234.15	\$ 983,988.75
DISPONIBLE	\$ 837,890.40	\$1,079,949.51	\$1,115,711.51	\$1,152,939.75	\$1,191,694.35
PRODUCCION	\$ 630,184.80	\$ 872,243.91	\$ 908,005.91	\$ 945,234.15	\$ 983,988.75
IF	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60	\$ 207,705.60

Fuente: Presupuesto de producción

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 14. Compra de materia prima
(Expresado en libras)**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	ANUAL
Bonito	630.000,00	630.000,00	630.000,00	630.000,00	630.000,00	3'150.000,00
Dorado	464.400,00	464.400,00	464.400,00	464.400,00	464.400,00	2'322.000,00
Bacalao	304.640,00	304.640,00	304.640,00	304.640,00	304.640,00	1'523.200,00
TOTALES	1'399.040,00	1'399.040,00	1'399.040,00	1'399.040,00	1'399.040,00	6'995.200,00

Fuente: Compra de materia prima

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 15. Materia prima costo unitario
(Expresado en dólares)**

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Bonito	0,56	0,58	0,61	0,63	0,66
Dorado	0,71	0,74	0,77	0,80	0,83
Bacalao	0,51	0,53	0,55	0,58	0,60

Fuente: Costo unitario

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

**ANEXO # 16. Compra de materia prima
(Expresado en dólares)**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bonito	\$ 352,800.00	\$ 367,264.80	\$ 382,322.66	\$ 397,997.89	\$ 414,315.80
Dorado	\$ 329,724.00	\$ 343,242.68	\$ 357,315.63	\$ 371,965.58	\$ 387,216.16
Bacalao	\$ 155,366.40	\$ 161,736.42	\$ 168,367.62	\$ 175,270.69	\$ 182,456.79
TOTAL COMPRAS	\$ 837,890.40	\$ 872,243.91	\$ 908,005.91	\$ 945,234.15	\$ 983,988.75

Fuente: Compra de materia prima

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 17. Inversión Inicial

Concepto	Valor
Capital de trabajo	\$ 404.745,25
Activos Fijos	\$ 120.996,00
Gastos de Constitución	\$ 400,00
Total	\$ 526.141,25

Fuente: Inversión Inicial

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 18. Presupuesto gasto de constitución

Concepto	Valor
Tramites	\$ 70,00
Escritura	\$ 150,00
Registro mercantil	\$ 80,00
Permisos	\$ 100,00
Total	\$ 400,00

Fuente: Gastos de Constitución

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Gastos de Amortización	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 400,00
Amortización Acumulada	\$ 80,00	\$ 160,00	\$ 240,00	\$ 320,00	\$ 400,00	

Fuente: Gastos de Constitución

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 19. Estructura de Capital

Estructura de capital	%	Aportes	Costo de Capital
Accionistas	60%	\$ 315.684,75	25%
Préstamo Bancario	40%	\$ 210.456,50	11.75%
	1.00	\$ 526.141,25	45.75%

Fuente: Gastos de Constitución

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 20. Tabla de Amortización

			Tasa	12%
	Pago	Intereses	Amortización	Saldo Final
Año0				210.456,50
Año1	58.021,53	24.728,64	33.292,89	177.163,61
Año2	58.021,53	20.816,72	37.204,81	139.958,80
Año3	58.021,53	16.445,16	41.576,37	98.382,43
Año4	58.021,53	11.559,94	46.461,60	51.920,83
Año5	58.021,53	6.100,70	51.920,83	0,00
	290.107,65	79.651,15	210.456,50	

Fuente: Tabla de Amortización

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Intereses	24.728,64	20.816,72	16.445,16	11.559,94	6.100,70	79.651,15
Capital	33.292,89	37.204,81	41.576,37	46.461,60	51.920,83	210.456,50
Saldo	177.163,61	139.958,80	98.382,43	51.920,83	0,00	

Fuente: Tabla de Amortización

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Interés	Abono Capital	Total Dividendo
24.728,64	33.292,89	58.021,53
20.816,72	37.204,81	58.021,53
16.445,16	41.576,37	58.021,53
11.559,94	46.461,60	58.021,53
6.100,70	51.920,83	58.021,53
79.651,15		

Fuente: Tabla de Amortización

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 21. Presupuesto de servicios básicos

Energía Eléctrica	%	9.600,00	9.993,60	10.403,34	10.829,87	11.273,90	52.100,71
Centros de costo	%	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Administración	10%	\$ 960,00	\$ 999,36	\$ 1.040,33	\$ 1.082,99	\$ 1.127,39	5.210,17
Ventas	10%	\$ 960,00	\$ 999,36	\$ 1.040,33	\$ 1.082,99	\$ 1.127,39	5.210,17
Producción	80%	\$ 7.680,00	\$ 7.994,88	\$ 8.322,67	\$ 8.663,90	\$ 9.019,12	41.681,37
Total		\$ 9.600,00	\$ 9.993,60	\$ 10.403,34	\$ 10.829,87	\$ 11.273,90	52.100,71
Agua Potable	%	1.080,00	1.124,28	1.170,38	1.218,36	1.268,31	5.861,33
Centros de costo	%	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Administración	10%	\$ 108,00	\$ 112,43	\$ 117,04	\$ 121,84	\$ 126,83	586,23
Ventas	10%	\$ 108,00	\$ 112,43	\$ 117,04	\$ 121,84	\$ 126,83	586,23
Producción	80%	\$ 864,00	\$ 899,42	\$ 936,30	\$ 974,69	\$ 1.014,65	4.689,86
Total		\$ 1.080,00	\$ 1.124,28	\$ 1.170,38	\$ 1.218,36	\$ 1.268,31	5.861,33
Telefonía + Internet	%	500,00	520,50	541,84	564,06	587,18	2.713,58
Centros de costo	%	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Administración	35%	\$ 175,00	\$ 182,18	\$ 189,64	\$ 197,42	\$ 205,51	950,10
Ventas	50%	\$ 250,00	\$ 260,25	\$ 270,92	\$ 282,03	\$ 293,59	1.357,29
Producción	15%	\$ 75,00	\$ 78,08	\$ 81,28	\$ 84,61	\$ 88,08	407,19
Total		\$ 500,00	\$ 520,50	\$ 541,84	\$ 564,06	\$ 587,18	2.713,58

Fuente: Servicios Básicos

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Centros de costo	%	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Administración	40%	\$ 1.243,00	\$ 1.293,96	\$ 1.347,02	\$ 1.402,24	\$ 1.459,74	6.746,36
Ventas	40%	\$ 1.318,00	\$ 1.372,04	\$ 1.428,29	\$ 1.486,85	\$ 1.547,81	7.153,39
Producción	20%	\$ 8.619,00	\$ 8.972,38	\$ 9.340,25	\$ 9.723,20	\$ 10.121,85	46.776,87
Total		\$ 11.180,00	\$ 11.638,38	\$ 12.115,55	\$ 12.612,29	\$ 13.129,40	60.675,62

Fuente: Servicios Básicos

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 22. Presupuesto de sueldo y beneficios sociales

Cargo	Código	Sueldo	XIII	XIV	Vacaci.	Aporte Patronal.	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Gerente General	ADM	700,00	58,33	29,50	29,17	78,05	58,33	253,38	953,38	10.740,60	11.909,66	12.397,96	12.906,28	13.435,43	61.389,94
Secretaria	ADM	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Contador	ADM	500,00	41,67	29,50	20,83	55,75	41,67	189,42	689,42	7.773,00	8.612,19	8.965,29	9.332,87	9.715,52	44.398,87
Jefe De Talento Humano	ADM	500,00	41,67	29,50	20,83	55,75	41,67	189,42	689,42	7.773,00	8.612,19	8.965,29	9.332,87	9.715,52	44.398,87
	Total ADM	2.080,00	173,33	118,00	86,67	231,92	173,33	783,25	2.863,25	32.279,04	35.767,76	37.234,24	38.760,84	40.350,04	184.391,92
Vendedor 1	VTA	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Vendedor 2	VTA	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Vendedor 3	VTA	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
	Total VTA	1.140,00	95,00	88,50	47,50	127,11	95,00	453,11	1.593,11	17.977,32	19.901,13	20.717,08	21.566,48	22.450,70	102.612,71
Jefe De Control De Calidad	MOI	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	50,00	221,40	821,40	9.256,80	10.260,93	10.681,63	11.119,57	11.575,48	52.894,41
Operario 9	MOI	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Jefe De Producción	MOI	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	50,00	221,40	821,40	9.256,80	10.260,93	10.681,63	11.119,57	11.575,48	52.894,41
	Total MOI	1.580,00	131,67	88,50	65,83	176,17	131,67	593,84	2.173,84	24.506,04	27.155,57	28.268,95	29.427,97	30.634,52	139.993,05
Operario 1	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Operario 2	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Operario 3	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Operario 4	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Operario 5	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Operario 6	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	5.992,44	6.633,71	6.905,69	7.188,83	7.483,57	34.204,24
Operario 8	MOD	380,00	31,67	29,50	15,83	42,37	31,67	151,04	531,04	0,00	5.976,86	6.221,91	6.477,01	6.742,57	25.418,35
	Total MOD	2.660,00	221,67	206,50	110,83	296,59	221,67	1.057,26	3.717,26	35.954,64	45.779,12	47.656,06	49.609,96	51.643,97	230.643,76
	Total general	7.460,00	621,67	501,50	310,83	831,79	621,67	2.887,46	10.347,46	110.717,04	128.603,58	133.876,33	139.365,25	145.079,23	657.641,43

Fuente: Presupuesto de Sueldo y Beneficios Sociales
Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 21. Gasto de Administración

CUENTAS	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Sueldos y Beneficios Soc.	\$32.279,04	\$ 35.767,76	\$37.234,24	\$ 38.760,84	\$40.350,04	\$ 184.391,92
Servicios Básicos	\$ 1.243,00	\$ 1.293,96	\$ 1.347,02	\$ 1.402,24	\$ 1.459,74	\$ 6.745,96
Mantenimiento	\$ 855,00	\$ 890,06	\$ 926,55	\$ 964,54	\$ 1.004,08	\$ 4.640,22
Depreciaciones	\$ 2.957,67	\$ 2.957,67	\$ 2.957,67	\$ 2.471,00	\$ 2.471,00	\$ 13.815,00
Impuestos y Contribuciones	\$ 770,00	\$ 801,57	\$ 834,43	\$ 868,65	\$ 904,26	\$ 4.178,91
Patente	\$ 100,00	\$ 104,10	\$ 108,37	\$ 112,81	\$ 117,44	\$ 542,72
1.5 X Mil A Los Activos Totales	\$ 400,00	\$ 416,40	\$ 433,47	\$ 451,24	\$ 469,75	\$ 2.170,86
Junta de Beneficencia	\$ 150,00	\$ 156,15	\$ 162,55	\$ 169,22	\$ 176,15	\$ 814,07
Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00	\$ 52,05	\$ 54,18	\$ 56,41	\$ 58,72	\$ 271,36
Tasa de Habilitación	\$ 70,00	\$ 72,87	\$ 75,86	\$ 78,97	\$ 82,21	\$ 379,90
Otros	\$ 8.073,40	\$ 8.404,41	\$ 8.748,99	\$ 9.107,70	\$ 9.481,11	\$ 43.815,61
Papelería y Suministros	\$ 3.600,00	\$ 3.747,60	\$ 3.901,25	\$ 4.061,20	\$ 4.227,71	\$ 19.537,77
Matriculación De Vehículos	\$ 400,00	\$ 416,40	\$ 433,47	\$ 451,24	\$ 469,75	\$ 2.170,86
Cafetería	\$ 600,00	\$ 624,60	\$ 650,21	\$ 676,87	\$ 704,62	\$ 3.256,29
Seguros	\$ 973,40	\$ 1.013,31	\$ 1.054,86	\$ 1.098,10	\$ 1.143,13	\$ 5.282,80
Otros (Imprevistos)	\$ 2.500,00	\$ 2.602,50	\$ 2.709,20	\$ 2.820,28	\$ 2.935,91	\$ 13.567,89
Amortizaciones	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 400,00
Total Gastos De Administración	\$46.258,11	\$ 50.195,42	\$52.128,89	\$ 53.654,97	\$55.750,23	\$ 257.987,62

Fuente: Gasto de Administración

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

ANEXO # 22. Gasto de venta

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Gastos de Personal	17.977,32	19.901,13	20.717,08	21.566,48	22.450,70	727.818,28
Servicios Básicos	1.318,00	1.372,04	1.428,29	1.486,85	1.547,81	365.537,29
Mantenimiento	290,00	301,89	314,27	327,15	340,57	182.768,64
Depreciaciones	8.334,13	8.334,13	8.334,13	8.090,80	8.090,80	91.453,68
Otros	11.425,56	11.894,01	12.381,66	12.889,31	13.417,77	62.008,31
Papelería y Suministros	4.800,00	4.996,80	5.201,67	5.414,94	5.636,95	26.050,36
Matriculación de Vehículos	600,00	624,60	650,21	676,87	704,62	3.256,29
Seguros	25,56	26,61	27,70	28,83	30,02	138,72
Otros (Imprevistos)	6.000,00	6.246,00	6.502,09	6.768,67	7.046,19	32.562,94
Total Gastos de Administración	39.345,01	41.803,20	43.175,43	44.360,59	45.847,65	214.531,89

Fuente: Gasto de Venta

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Anexo # 23. DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANT.	V. UNIT.	V.TOTAL	% DEP.	AÑOS DEP.	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Computadoras	ADM	Equipo c	2	550,00	1.100,00	33.33%	3	366,67	366,67	366,67			1.100,00
Computadoras	PRODUC	Equipo c	1	550,00	550,00	33.33%	3	183,33	183,33	183,33			550,00
Computadoras	VENTAS	Equipo c	1	550,00	550,00	33.33%	3	183,33	183,33	183,33			550,00
Impresora	ADM	Equipo c	2	180,00	360,00	33.33%	3	120,00	120,00	120,00			360,00
Impresora	PRODUC	Equipo c	1	180,00	180,00	33.33%	3	60,00	60,00	60,00			180,00
Impresora	VENTAS	Equipo c	1	180,00	180,00	33.33%	3	60,00	60,00	60,00			180,00
		Total Equip. de Comp.			2.920,00			973,33	973,33	973,33	0,00	0,00	2.920,00
Aire acondicionado	ADM	Equipo oficina	1	750,00	750,00	10%	10	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	375,00
Aire acondicionado	PRODUC	Equipo oficina	1	750,00	750,00	10 %	10	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	375,00
				0,00	0,00	10 %	10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Total Equipo. de oficina			1.500,00			150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	750,00
Edificio	ADM	Edificio	1	45.000,00	45.000,00	5 %	20	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	11.250,00
		Total terreno			45.000,00			2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	11.250,00
Aire de climatización	PRODUC	Maquinaria	1	8.020,00	8.020,00	10 %	10	802,00	802,00	802,00	802,00	802,00	4.010,00
Cámara de secado rápido	PRODUC	Maquinaria	1	10.000,00	10.000,00	10 %	10	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Máquina de etiquetas	PRODUC	Maquinaria	1	2.000,00	2.000,00	10 %	10	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
Máquina de sellados	PRODUC	Maquinaria	2	50,00	100,00	10 %	10	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	50,00
Balanza eléctrica	PRODUC	Maquinaria	2	120,00	240,00	10 %	10	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	120,00
Mesas de acero	PRODUC	Maquinaria	2	150,00	300,00	10 %	10	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00
			0	0,00	0,00	10 %	10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Total Maquinarias			20.660,00			2.066,00	2.066,00	2.066,00	2.066,00	2.066,00	10.330,00

NOMBRE DE ACTIVO	CODIGO	ACTIVO	CANT.	V. UNIT.	V.TOTAL	% DEP.	AÑOS DEP.	2015	2016	2017	2018	2019	Acumulado
Archivadores	ADM	MUEBLES Y E	2	250	500,00	10%	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
Archivadores	PRODUC	MUEBLES Y E	1	250	250,00	10%	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Archivadores	VENTAS	MUEBLES Y E	1	250	250,00	10%	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Escritorios	ADM	MUEBLES Y E	2	200	400,00	10%	10	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
Escritorios	PRODUC	MUEBLES Y E	1	200	200,00	10%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
Escritorios	VENTAS	MUEBLES Y E	1	200	200,00	10%	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
Muebles de esperas	ADM	MUEBLES Y E	1	300	300,00	10%	10	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00
Sillas de espera	VTAS	MUEBLES Y E	2	180	360,00	10%	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	180,00
Sillas ejecutiva "a"	ADM	MUEBLES Y E	2	130	260,00	10%	10	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00	130,00
Sillas ejecutiva "b"	PRODUC	MUEBLES Y E	1	98	98,00	10%	10	9,80	9,80	9,80	9,80	9,80	49,00
Sillas ejecutiva "b"	VENTAS	MUEBLES Y E	1	98	98,00	10%	10	9,80	9,80	9,80	9,80	9,80	49,00
		Total Muebles y Enseres			2.916,00			291,60	291,60	291,60	291,60	291,60	1.458,00
Vehículos	VTAS	VEHICULO	1	40.000,00	40.000,00	20%	5	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	40.000,00
		Total Vehículos			40.000,00			8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	40.000,00
		TERRENO			8.000,00								
		Total general		111.186,00	120.996,00			13.730,93	13.730,93	13.730,93	12,757.60	12,757.60	66,708.00

Fuente: Depreciación de Activos Fijos

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Anexo # 24. Evaluación Financiera

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Acumulado
Utilidades de Ejercicio	117.531,81	245.562,88	248.801,80	252.720,50	256.046,20	1'120.663,18
Depreciación	13.730,93	13.730,93	13.730,93	12.757,60	12.757,60	66.708,00
Amortizaciones	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	400,00
Flujos Futuros	131.342,74	259.373,81	262.612,73	265.558,10	268.883,80	1'187.771,18

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Anexo # 25. Determinación de los flujos futuros

FLUJOS FUTUROS	VALORES
1	131.342,74
2	259.373,81
3	262.612,73
4	265.558,10
5	268.883,80

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Anexo # 26. MÉTODO DEL VALOR ACTUAL NETO

FLUJOS FUTUROS	VALORES	
1	131.342,74	109.726,60
2	259.373,81	181.024,69
3	262.612,73	153.120,50
4	265.558,10	129.354,92
5	268.883,80	109.419,29
	682.646,00	682.646,00
	VAN	156.504,75

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Flujos Futuros	Valores	
0	-526.141,25	
1	131.342,74	109.726,60
2	259.373,81	181.024,69
3	262.612,73	153.120,50
4	265.558,10	129.354,92
5	268.883,80	109.419,29
	1'187.771,18	682.646,00
	VAN	156.504,75
	TIR	31%

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Brígida Carolina Rivera Flores

Anexo # 27. ENCUESTAS Y ENTREVISTAS



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



CONSUMIDORES

OBJETIVO: La encuesta es para establecer los gustos y preferencias de los consumidores para la creación de la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito.

1. Información General

1. Condición del informante

Sexo: Hombre Mujer

2. Edad

De 20 a 35 De 35 a 50 De 50 a 70 más de 70

3. Lugar donde vive: _____

4. N° de integrantes de su familia: _____

2. Información Específica

1. ¿Conoce usted sobre la pesca artesanal en la Parroquia Anconcito? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2. ¿Le gusta el pescado salado? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3. ¿En caso de que su respuesta sea no, le gustaría consumir el pescado salado? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
4. ¿Qué clase de pescado salado usted consume? Bonito <input type="checkbox"/> Albacora <input type="checkbox"/>

Bacalao	<input type="checkbox"/>
Dorado	<input type="checkbox"/>
Otro especifique:	_____
5. ¿En qué lugar gustaría compra este producto?	
Mercado	<input type="checkbox"/>
Tiendas	<input type="checkbox"/>
Supermercado	<input type="checkbox"/>
Otro especifique:	_____
6. ¿Con qué frecuencia a la semana consumiría usted pescado salado?	
1 vez	<input type="checkbox"/>
2 veces	<input type="checkbox"/>
3 veces	<input type="checkbox"/>
4 veces o más	<input type="checkbox"/>
7. ¿En qué cantidad compraría el producto?	
1 a 2 lbs.	<input type="checkbox"/>
3 a 4 lbs.	<input type="checkbox"/>
Más de 5 lbs.	<input type="checkbox"/>
8. ¿Estaría dispuesto a pagar \$ 2,20 por la libra de pescado salado?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
9. ¿Cómo le gustaría su presentación?	
Bandeja	<input type="checkbox"/>
Funda	<input type="checkbox"/>
Otro especifique:	_____
10. ¿A través de qué medio obtiene la información de este producto?	
Tv	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Hoja volante	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>
Otro especifique:	_____
11. ¿Recomendaría este producto a familiares y amigos?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>



DISTRIBUIDORES

OBJETIVO: La encuesta es para establecer los gustos y preferencias de los distribuidores para la creación de la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito.

3. Información General

1. Condición del informante

Sexo: Hombre Mujer

2. Edad

De 20 a 35 De 35 a 50 De 50 a 70 más
de 70

3. Lugar donde vive: _____

4. Información Específica

1. ¿Qué opina acerca del pescado salado y de su conservación?
Muy buena <input type="checkbox"/>
Buena <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>
Mala <input type="checkbox"/>
2. ¿Ha distribuido alguna vez pescado salado?
Si <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>
3. ¿Qué opina usted de la conservación del pescado salado?
Muy buena <input type="checkbox"/>
Buena <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>
Mala <input type="checkbox"/>

4. ¿Qué ventajas cree usted que encuentra el consumidor en el proceso del pescado salado?	
Sabor	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Higiene	<input type="checkbox"/>
Otros:	_____
5. ¿Qué desventajas cree usted que encuentra el consumidor en el proceso del pescado salado?	
Precio	<input type="checkbox"/>
Químicos	<input type="checkbox"/>
Poco conocimiento	<input type="checkbox"/>
Otros:	_____
6. ¿Cree usted que el consumidor compraría el pescado salado?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
7. ¿De existir una empresa de pescado salado usted compraría este producto, para distribuirlo al consumidor?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
8. ¿En qué temporada cree usted que existe mayor demanda de pescado salado?	
Cuaresma	<input type="checkbox"/>
Día de los difuntos	<input type="checkbox"/>
Todos los meses	<input type="checkbox"/>
Otros:	_____
9. ¿En qué cantidad compraría el producto para distribuirlo?	
10 a 20 kilos.	<input type="checkbox"/>
20 a 40 kilos.	<input type="checkbox"/>
Más de 50 kilos.	<input type="checkbox"/>
10. ¿Estaría dispuesto a pagar \$ 4,10 por el kilo de pescado salado?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
11. ¿Cuál es la presentación más solicitada?	
Bandeja	<input type="checkbox"/>
Funda	<input type="checkbox"/>
Otro especifique:	_____
12. ¿Cree usted que la empresa aportará al crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>



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



OBJETIVO: La entrevista es para establecer el grado de intervención de los empresarios del sector pesquero para la creación de la empresa de secado de pescado salado en la parroquia Anconcito.

Entrevista realizada a empresarios del sector pesquero de la parroquia Anconcito del cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

1. ¿Cómo describe usted el sector productivo pesquero en la península de Santa Elena?

- Muy importante
Importante
No importante

Por qué: _____

2. ¿Considera usted a la parroquia Anconcito una zona pesquera muy importante?

- Si No

3. ¿Cuáles son los factores que impiden el desarrollo del sector pesquero en la parroquia Anconcito?

4. ¿Cuáles son las especies de peces que se utilizan para salado de pescado salado en la parroquia Anconcito?

5. ¿En qué temporada cree usted que existe mayor demanda de pescado salado?

6. ¿Conoce usted de otros proyectos similares en la provincia de Santa Elena?

Sí

No

7. ¿Cree usted que con la creación de la empresa de secado de pescado salado, se generaría mayor fuente de trabajo en la parroquia Anconcito? ¿Por qué?

Sí

No

8. ¿Cree usted que la empresa aportará al crecimiento socioeconómico de la parroquia Anconcito? Por qué

Sí

No