



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES LOS  
PARGUEROS DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

ANA MARIA PANCHANA PANIMBOZA

**TUTOR:**

ING. RAMOS PEREDO JUAN ALBERTO, MBA

LA LIBERTAD – ECUADOR

**2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES LOS  
PARGUEROS DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**ANA MARIA PANCHANA PANIMBOZA**

**TUTORA:**

**ING. RAMOS PEREDO JUAN ALBERTO, MBA**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2013**

La Libertad, 29 Noviembre del 2012.

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES “LOS PARGUEROS” DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013**, elaborado por la Señora Ana María Panchana Panimboza, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....  
Ing. Ramos Peredo Juan Alberto, MBA  
TUTOR

## **DEDICATORIA**

Creo en la firmeza de Dios y que todas las cosas se dan por su voluntad, toda gratitud se la dedico a ÉL, esfuerzo, trabajo esmerado será recompensado de una manera especial.

A mis padres Oswaldo y Silvia por su apoyo incondicional, en especial a mí querido hijo y esposo por ser mi inspiración para conseguir mi profesión.

A mis hermanos y amigos.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por prestarnos vida y darnos fuerzas cada día.

En forma general a todas las personas que me ayudaron y brindaron con espontaneidad, desinterés y en algunos casos hasta con cariño, un cúmulo de conocimientos, experiencias e información, y sobre todo la comprensión sin los cuales, no hubiese sido posible este trabajo.

A la universidad Estatal Península de Santa Elena por permitirnos alcanzar tan anhelado sueño.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Econ. Pedro Aquino Caiche, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA

---

Ing. Juan Ramos Peredo, MBA.  
PROFESOR-TUTOR

---

Ing. Steve Guarnizo Crespo, MBA.  
PROFESOR DEL ÁREA

---

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

**UNIVERSIDAD ESTATALPENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**RESUMEN**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES LOS PARGUEROS DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.”**

Autor: Ana María Panchana Panimboza

Tutor: Ing. Juan Ramos Peredo, MBA.

La Asociación de pescadores artesanales “Los Pargueros”, de la Parroquia Santa Rosa del Cantón salinas, cuenta actualmente con sesenta Socios. Hasta el momento, los pescadores han comercializado sus productos a través de comerciantes o intermediarios de manera individual y sin mayor valor agregado. Históricamente, la explotación de las especies marinas de la reserva no ha sido regulada, su extracción desmedida o pesca incidental, ha ocasionado que las poblaciones de algunas especies disminuyesen. Este escenario ha permitido que la presente tesis se realice como parte de una solución para satisfacer las necesidades de los pescadores, consumidores y a la vez contribuir con el desarrollo de la comunidad, razón por la cual recurrimos a una institución financiera para autofinanciar el proyecto y de esta manera sean los asociados quienes comercialicen directamente el producto dentro la provincia de Santa Elena. El centro de Acopio bridaría al socio la oportunidad de obtener mejores ingresos y ofrecer a los consumidores productos de calidad disminuyendo así, el manipuleo de los productos. Para esto, se lleva a cabo un diagnóstico de la Asociación, se define sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el objeto de determinar la forma más óptima de incorporar el manejo del Centro de Acopio al funcionamiento y reglamento de la Asociación. Luego se desarrolla un Análisis de mercado, se detalla el proceso de comercialización, los requerimientos de calidad, las estrategias de mercadeo necesarias para implementar estas recomendaciones. También cuenta con proyecciones de ventas, proyecciones de flujo de efectivo e inversiones y sus respectivas conclusiones.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDOS:</b>	<b>Páginas</b>
PORTADA.....	II
Aprobación del tutor .....	III
Dedicatoria .....	IV
Agradecimiento .....	V
Tribunal de grado .....	VI
Resumen .....	VII
Índice de cuadros.....	XII
Índice de gráficos .....	XIV
Índice de anexos.....	XV
Introducción .....	1
Marco contextual de la investigación.....	2
Tema.....	2
El problema .....	3
Planteamiento del problema.....	3
Situación actual.-.....	3
Situación futura.-.....	6
Formulación del problema .....	8
Sistematización del problema .....	8
Justificación.....	8
Justificación teórica.....	9
Justificación metodológica.....	10
Justificación práctica.....	11
Objetivos: .....	12
Objetivo general .....	12
Objetivos específicos .....	12
Hipótesis.....	12
<b>CAPÍTULO I</b>	
Marco teórico .....	15
1. Antecedentes.....	15
1.1. Fomentar una asociación para el desarrollo .....	18
1.1.1. La importancia de la actividad pesquera en el ecuador.....	19
1.1.2. Desarrollo de la acuicultura en ecuador .....	20
1.1.3. La pesca artesanal como estrategia económica de vida .....	20
1.1.4. El buen vivir en la- .....	21
1.1.5. Constitución del ecuador.....	21
1.1.5.1. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía .....	21
1.1.4.2. Mejorar la calidad de vida de la población .....	22
1.1.4.3. Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas ..	23
1.2. Ministerio coordinador de la producción, empleo y competitividad .....	26
1.2.1. Información institucional .....	28
1.2.2. Agricultura, pesca y acuicultura .....	29

1.3.	Plan de negocios .....	31
1.3.1.	Estudio de mercado .....	33
1.3.2.	Importancia del estudio de mercado.....	33
1.3.3.	La competencia .....	34
1.3.4.	Análisis de la oferta y demanda .....	35
1.3.5.	Comportamiento de la demanda.....	36
1.3.6.	Comercialización.....	36
1.3.7.	Distribución.....	37
1.3.8.	Estudio técnico .....	38
1.3.9.	Situación base optimizada.....	38
1.3.10.	Localización de los productos .....	39
1.3.11.	La "macrolocalización" a la "microlocalización".....	40
1.3.12.	Participación de la comunidad .....	40
1.3.13.	Medio ambiente.....	41
1.4.	Plan de financiamiento.....	42
1.4.1.	Determinación de la inversión inicial necesaria.....	43
1.4.2.	Estudio de las fuentes de financiación disponibles .....	44
1.4.3.	Ayuda del estado: .....	44
1.4.4.	Créditos bancarios.-.....	44
1.4.5.	Que instituciones otorgan créditos al sector pesquero: .....	45
1.5.	Estudio administrativo .....	45
1.5.1.	El plano organizativo dinámico.....	46
1.6.	Gestión comercial .....	50
1.7.	Productos y servicios .....	54
1.8.	Fundamentación legal.....	54
1.8.1.	Breve comparación entre el convenio 188 de la oit y la legislación ecuatoriana. ....	56
1.9.	Marco referencial.....	59

## **CAPÍTULO II**

Marco metodológico .....	60
2 Diseño de la investigación .....	60
2.1 Modalidad de la investigación .....	60
2.2 Tipo de investigación.....	61
2.3 Métodos de la investigación .....	62
2.4 Técnicas de investigación .....	63
2.5 Instrumentos de la investigación .....	63
2.6 Población y muestra .....	64
2.6.1 El muestreo.....	65
2.7 Procedimientos y procesamiento de los datos .....	67

## **CAPTULO III**

3. Análisis de los resultados.....	68
3.1 Entrevistas y análisis de los resultados de la entrevista.....	68
3.2 Análisis estadísticos de resultados de la encuesta.....	70
3.2.1 Datos de las encuesta para los asociados .....	70

3.2.2 Datos de las encuesta para los comerciantes.....	78
3.2.3 Datos estadísticos de las encuesta para los consumidores .....	83
Conclusiones .....	87
Recomendaciones.....	88

## **CAPÍTULO IV**

Propuesta del plan de negocio.....	89
4 Situación actual .....	89
4.1. Características de la pesca artesanal. ....	90
4.1.1 Actividad de pesca. ....	92
4.1.2 Realidades, perspectivas de los pescadores asociados y la pesca artesanal en el puerto de santa rosa .....	93
4.1.3 Panorama económico sectorial.....	94
4.1.5 Plan de negocios.....	95
4.1.6 Implementación del plan de negocios .....	95
4.1.7 Capacidades a fortalecer .....	96
4.1.8 Por qué es útil la elaboración de un plan de negocios para los pescadores de la asociación .....	96
4.1.9 Impacto ambiental .....	97
4.2 Idea de negocio .....	98
4.2.1 Clave del éxito .....	98
4.2.2 Valores y cultura .....	98
4.2.3 Misión .....	99
4.2.4 Visión.....	99
4.2.5 Objetivo general .....	100
4.2.6 Objetivo específico.....	100
4.2.7 Análisis de involucrados en el plan de negocio .....	101
4.2.8 Arbol de problema.....	103
4.2.9 Análisis del objetivo.....	104
4.2.10 Análisis foda proyectadas .....	104
fortalezas, debilidades .....	105
4.3 Análisis de comercialización.....	106
4.3.1 Estrategia de productos/servicio .....	106
los siguientes son algunos productos para la comercialización .....	106
4.3.2 Estrategias de precios.....	107
4.3.3 Estrategias de difusión y publicidad .....	109
4.3.3.1 Publicidad.....	109
4.3.3.2 Logotipo .....	110
4.3.3.3 Slogan.....	111
4.3.4 Estrategia de distribución.....	111
cadena de distribución comercial del producto .....	111
4.4 Proceso operativo comercial. ....	113
flujo del producto de la asociación “los pargueros”.....	113
4.4.1 Extracción y manipulación al desembarque en el puerto de santa rosa ....	114
extracción y manipulación .....	114
4.4.2 Impacto ambiental .....	115

4.4.2. Propósitos perseguidos al poner en marcha los instrumentos de gestión..	117
4.4.3 Procesamiento de la pesca en el centro de acopio “los pargueros” .....	119
4.4.4 Comerciantes mayorista y minorista .....	119
4.4.5 Consumidor final.....	119
4.4.6 Control de calidad .....	120
4.4.7 Equipos para el centro de comercialización “los pargueros” .....	121
4.4.8 Plan de capacitación.....	122
4.4.9 Requisitos para legalizar el centro de acopio “los pargueros” .....	123
permiso de rotulación y publicidad exterior.....	126
permiso sanitario de funcionamiento .....	127
permisos de funcionamiento del cuerpo de bomberos .....	128
requisitos para acceder a créditos financieros en el bco nacional del fomento....	128
4.5 Organización .....	130
4.5.1. Estructura organizacional.- .....	130
4.6 Marco legal.....	131
4.7 Plan de acción .....	134
4.8 Análisis financiero .....	135
4.8.1 Inversionistas del proyecto.....	135
4.8.2 Capacidad instalada realizada del pescado .....	136
4.8.2.1 Capacidad instalada realizada solo pescado.....	136
4.8.2.2 Maquinaria y equipo para el centro de acopio .....	137
4.8.2.3 Muebles y enseres centro de acopio.....	137
4.8.2.4 Materiales para el centro de acopio.....	138
4.8.2.5 Gastos pre-operativos.....	138
4.8.3 Costo publicidad .....	139
4.8.4 Inversiones necesarias .....	140
4.8.5 Financiamiento.....	140
4.8.6. Amortizaciones del préstamo.....	141
4.8.7 Lista de precio actual de los pescados dentro del puerto de santa rosa....	141
4.8.8 Lista de precio con estrategia comercial proyectada de la asociación .....	142
“los pargueros” .....	142
4.8.8.1. Ventas esperadas .....	142
4.8.10 Estado de resultados proyectado .....	143
Conclusión .....	148
Recomendaciones.....	149
Bibliografía .....	150
Abreviaturas .....	179

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Operacionalización de las variables .....	13
CUADRO N° 2 Operacionalización de las variables .....	14
CUADRO N° 3 Funciones Institucionales .....	26
CUADRO N° 4 Información Institucionales.....	28
CUADRO N° 5 Legislación Ecuatoriana .....	57
CUADRO N° 6 Población y Muestra.....	64
CUADRO N° 7 Formula .....	66
CUADRO N° 8 Datos de los encuestados.....	70
CUADRO N° 9 Estado Civil.....	71
CUADRO N° 10 A qué se dedica .....	72
CUADRO N° 11 Que otra actividad .....	73
CUADRO N° 12 Conoce un Plan de negocio .....	74
CUADRO N° 13 Recibe capacitación.....	75
CUADRO N° 14 Dispone de dinero .....	76
CUADRO N° 15 Tiene apoyo económico .....	77
CUADRO N° 16 Principal actividad económica .....	78
CUADRO N° 17 Tiempo de actividad como comerciante .....	79
CUADRO N° 18 Opinión de la organización de pescadores .....	80
CUADRO N° 19 Ventas de pescado en libras .....	81
CUADRO N° 20 Libras de pescado comprado directamente a los pescadores ....	82
CUADRO N° 21 Libras que adquieren los consumidores .....	83
CUADRO N° 22 Especies q se consume frecuentemente .....	84
CUADRO N°23Opinión de los consumidores por la organización de los pescadores .....	85
CUADRO N° 24 Libras que compra los consumidores a los pescadores.....	86
CUADRO N° 25 Involucrados en el Plan de negocio.....	101
CUADRO N° 26 FODA.....	105
CUADRO N° 27 precios de los productos en los mercados .....	108
CUADRO N° 28 precios de los productos .....	109
CUADRO N° 29 Extracción y manipulación.....	114
CUADRO N° 30 Fijación de condiciones ambientales.....	117
CUADRO N° 31 Capacitaciones .....	123
CUADRO N° 32 Plan de acción .....	134
CUADRO N° 33 Inversionistas del proyecto.....	135
CUADRO N° 34 Capacidad instalada.....	136
CUADRO N° 35 Maquinaria y Equipo.....	137
CUADRO N° 36 Muebles y enseres .....	137
CUADRO N° 37 Materiales .....	138
CUADRO N° 38 Gastos pre-operativos.....	138
CUADRO N° 39 Costo Publicidad .....	139
CUADRO N° 40 Costos y Gastos de Operación .....	140
CUADRO N° 41 Amortizaciones .....	141
CUADRO N° 42 Lista de precio Actual .....	141

CUADRO N° 43 Lista de precio con estrategia comercial .....	142
CUADRO N° 44 Ventas esperadas .....	142
CUADRO N° 45 Porcentajes .....	143
CUADRO N° 46 Estado de resultados .....	144
CUADRO N° 47 Flujo de caja .....	145
CUADRO N° 48 Tir, Van .....	146
CUADRO N° 49 Recuperación de inversión .....	146
CUADRO N° 50 Análisis de sensibilidad.....	146

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICOS N° 1 Distribucion.....	37
GRAFICOS N° 2 Datos de los encuestados.....	70
GRAFICOS N° 3 Estado Civil.....	71
GRAFICOS N° 4 A qué se dedica .....	72
GRAFICOS N° 5 Que otra Actividad .....	73
GRAFICOS N° 6 Conoce un plan de negocio .....	74
GRAFICOS N° 7 Recibe capacitación.....	75
GRAFICOS N° 8 Dispone de dinero .....	76
GRAFICOS N° 9 Tiene apoyo económico .....	77
GRAFICOS N° 10 Principal actividad económica .....	78
GRAFICOS N° 11 Tiempo de actividad como comerciante .....	79
GRAFICOS N° 12 Opinión de la organización de pescadores .....	80
GRAFICOS N° 13 Ventas de pescado en libras .....	81
GRAFICOS N° 14 Libras de pescado comprado directamente a los pescadores .	82
GRAFICOS N° 15 Libras que adquieren los consumidores .....	83
GRAFICOS N° 16 Especies q se consume frecuentemente.....	84
GRAFICOSN° 17 Opinión de los consumidores por la organización de los pescadores .....	85
GRAFICOS N° 18 Libras que compra los consumidores a los pescadores .....	86
GRAFICOS N° 19 Botes para realizar las faenas de pesca.....	91
GRAFICOS N° 20 Lanchas para realizar las faenas de pesca .....	92
GRAFICOS N° 21 Árbol de problema.....	103
GRAFICOS N° 22 Análisis.....	104
GRAFICOS N° 23 Productos para comercializar .....	106
GRAFICOS N° 24 Ubicación geográfica .....	110
GRAFICOS N° 25 Logotipo .....	110
GRAFICOS N° 26 Distribución comercial del producto.....	111
GRAFICOS N° 27 Flujo del producto .....	113
GRAFICOS N° 28 Distribución del pescado .....	120
GRAFICOS N° 29 Estructura Organizacional .....	130

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta para asociados .....	153
ANEXO 2 Encuesta para comerciantes .....	157
ANEXO 3 Encuesta para consumidores .....	158
ANEXO 4 Entrevistas .....	159
ANEXO 5 Entrevistas para autoridades .....	160
ANEXO 6 Proyecciones .....	161
ANEXO 7 Proyecciones .....	162
ANEXO 8 Aportación del producto .....	162
ANEXO 9 Depreciaciones .....	163
ANEXO 10 Costo Laboral .....	163
ANEXO 11 Publicidad .....	163
ANEXO 12 Gastos Administrativos .....	164
ANEXO 13 Costos de Operacionales .....	164
ANEXO 14 Determinación de cuentas .....	165
ANEXO 15 Costos de ventas .....	165
ANEXO 16 Balance General .....	166
ANEXO 17 Programa de capacitación .....	167
ANEXO 18 Nómina de socios .....	169
ANEXO 19 Fotos .....	170
ANEXO 20 Fotos .....	171
ANEXO 21 Fotos .....	172
ANEXO 22 Fotos .....	173
ANEXO 23 Comerciantes .....	174
ANEXO 24 Realizando Entrevista .....	175
ANEXO 25 Realizando Encuesta .....	176

## INTRODUCCIÓN

Uno de los principales problemas detectados es el bajo ingreso económico de los pescadores artesanales que conforman la Asociación “Los Pargueros” debido al alto nivel de manipulación dentro de la cadena de distribución donde se encuentran un elevado número de intermediarios para un producto fácilmente perecible, llegando así al consumidor con falta de calidad y en malas condiciones.

También otro de los problemas es el déficit de trabajo en equipo de quienes conforman la asociación. El presente trabajo tiene como propósito determinar la factibilidad de un centro de Acopio para comercialización de pescado en la Asociación “Los Pargueros”, que será demostrado con argumentos técnicos como el plan o idea del negocio, el análisis de comercialización, el proceso operativo comercial, plan de organización, marco legal, el plan de Acción y el respectivo análisis financiero, que permitirá plasmar la viabilidad de comercializar el pescado desde las comunidades hacia el consumidor final y cooperar con el ingreso de los pescadores artesanales de la Asociación “Los Pargueros”.

Luego se desarrolla un Análisis de mercado, el cual determina la existencia de una nueva tendencia en la pesca artesanal hacia los productos extraídos de manera sostenible. Los clientes son cada vez más exigente con respecto al origen y la forma de extracción de los productos que consumen. De acuerdo con lo anterior, se realizan recomendaciones para la utilización del centro de Acopio, se detalla el proceso de comercialización, los requerimientos de calidad, las estrategias de mercadeo necesarias para implementar estas recomendaciones. El estudio cuenta con proyecciones de ventas, proyecciones de flujo de efectivo e inversiones y sus respectivas conclusiones.

## **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

### **TEMA:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES LOS PARGUEROS DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.”**

## **El Problema**

### **Planteamiento del Problema**

#### **Situación actual.-**

El sector de la pesca artesanal ecuatoriana se caracteriza por una problemática compleja de marginalización y pobreza de las comunidades pesqueras artesanales. En la mayoría de los casos, los pescadores artesanales derivan su sustento casi exclusivamente de esta actividad.

Varios factores afectan la competitividad del sector tales como: (i) las condiciones de desembarques en las caletas artesanales son precarias y no protegen las embarcaciones durante las tormentas; y (ii) la flota artesanal dispone de escasos medios para el procesamiento de la captura y sus productos. Esta última situación se refleja en la falta de espacios físicos adecuados en las caletas, así como deficiencias en el tratamiento de aguas y saneamiento ambiental, infraestructura básica, abastecimiento de hielo, talleres para el mantenimiento de sus embarcaciones etc. A su vez, la distribución, comercialización y atención que recibe el consumidor, muestra bajos índices de calidad y no cumplen con el proceso de trazabilidad exigido por los mercados internacionales. Estas condiciones alejan las posibilidades de que cualquier puerto pesquero artesanal pueda tomar un ritmo de crecimiento adecuado que fomente la creación de empleo, y sirva de base para combatir la pobreza y reducir la brecha con los sectores más desarrollados.

La sostenibilidad económica y social de la pesca artesanal depende del estado del recurso natural, y para ello es crítico contar con un esquema de manejo de la actividad que produzca los acuerdos necesarios entre los pescadores que permitan

tasas de extracción que sean compatibles con las tasas naturales de reproducción y crecimiento de los "stocks" de recursos.

La asociación “Los Pargueros” de la parroquia Santa Rosa, se dedica a la pesca artesanal, sus miembros, quienes desarrollan esta actividad, son personas con bajos recursos económicos, carecen de apoyo financiero. También están necesitados de asistencia técnica que les ayude a convertirse en empresas sostenibles, a realizar una pesca responsable con prácticas amigables con el ambiente y por ende a mejorar sus condiciones de vida. Esta asociación no tiene un control de las actividades que se desarrollan en la organización, ya que ellos realizan la actividad laboral de manera individual y desorganizada. La comercialización de sus productos la efectúan a través de intermediarios o muchas veces pagan el alquiler de las embarcaciones con los propios productos que adquieren del mar. Tienen un margen de utilidad muy estrecho en comparación al esfuerzo que realizan y el peligro constante a que están expuestos por los delincuentes que los acechan constantemente cuando se encuentran laborando en alta mar.

Dentro de estos numerosos factores, sin duda el ingreso es uno de los más utilizados en la definición de la pobreza, sin embargo, su aumento por un período determinado no significa haberla superado. Por el contrario, el alcanzar una mejor calidad de vida implica un proceso sostenido de desarrollo, tanto de las condiciones económicas y sociales presentes, como futuras. Es entonces, un proceso con dimensiones materiales, sociales y culturales, en que las personas son convocadas a desarrollar sus potencialidades en función de un futuro diferente y mejor. Ahora, la sociedad de consumo y su presión sobre las personas, obliga a esta asociación a redoblar sus esfuerzos de extracción si se quieren alcanzar lo que se le pone a disposición. Sin embargo, es notorio que la mayoría de los recursos no soportan un mayor esfuerzo pesquero, por lo que se hacen en

vanos los intentos de aquel pescador que busca alcanzar los bienes y servicios que la sociedad le pone a disposición. Además, por las características del trabajo en el mar, el pescador debe buscar los recursos a lo largo de la costa, lo que se traduce en asentamientos pesqueros de carácter transitorio, de condiciones absolutamente deplorables, y que generan un hábitat cotidiano que dista mucho de ser el óptimo. En muchos casos, se está en presencia de verdaderas comunidades nómades, formadas por pescadores que han dejado a las familias en sus lugares de origen, o por todo el grupo familiar, que se desplaza en busca de los recursos marinos conformando verdaderos campamentos de emergencia.

El ámbito social del proceso de desarrollo es uno de los aspectos de mayor preponderancia a la hora de querer lograr resultados concretos y avances efectivos en la solución de los problemas que afecta a la asociación de “Los Pargueros”, la intervención no se puede focalizar solamente en aspectos netamente pesqueros, sino que es absolutamente necesario, para realizar cualquier análisis, incluir factores culturales, sociológicos y psicológicos. Estos factores adquieren gran importancia al momento de intentar comprender y buscar interiorizarse de la mentalidad del pescador artesanal, su relación con la familia, los hijos y el trabajo. También permiten analizar las distintas problemáticas desde un punto de vista más holístico, intentando comprender el cómo se enfrentan las dificultades y de qué manera se pretende darles solución.

La cultura del pescador artesanal, que se podría englobar bajo el concepto de extractiva, se encuentra estrechamente ligada a la relación del hombre con su fuente de trabajo, el mar. Y en alto grado de incertidumbre que implica esta labor, le lleva a planificar su trabajo a corto plazo; en él, el concepto de “espera” sólo se remite a la llegada de buen tiempo y sus ingresos económicos están determinados por factores fuera de programación. Así, la vida del pescador está fuertemente entregada a la planificación diaria que atenta contra cualquier

experiencia destinada a fomentar la asociatividad, la proyección a largo plazo, y la relación con el resto de la sociedad en la que se encuentran inmersos. El trabajo debe convocar a todos los miembros de la asociación, quienes deben poner sus capacidades y esfuerzos para que, en forma conjunta con instituciones de apoyo, servicios públicos y todo aquel que tenga cierto interés en el desarrollo de este sector, se logre visualizar un futuro mejor para todos.

### **Situación futura.-**

Se requiere el plan de negocios para lograr la sostenibilidad de las acciones de la asociación Pargueros de Santa Rosa, en cuanto a personería jurídica, asistencia técnica, capacitación, acceso a crédito, administración, comercialización y gestión en las actividades que benefician a la organización. Puesto que a través de estudios de operaciones, estudios de mercado y administración nos permitirá validar la expansión de esta actividad económica (pesca artesanal) que se encuentra limitada en la actualidad. Contar con un plan de negocios nos permite tener nociones claras y detalladas sobre el negocio mismo, su personal, los productos o servicios que ofrecen los asociados, conocimiento sobre sus competidores y el mercado en el que se encuentra, así como sus metas, las estrategias y cada uno de los planes de acción para conseguir sus metas, también nos ayudará a asignar los recursos de forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones para el negocio. Esto permitirá a la asociación “Los Pargueros” acceder a cualquier solicitud de préstamo, porque proporciona información organizada y específica de la asociación y de cómo pagará el dinero que le prestaron. Este documento ayuda a enfocar el futuro; a ampliar su pensamiento; a analizar su mercado potencial, su competencia y sus objetivos, obteniendo consecuencias positiva ya que el mismo proceso de su preparación le permite repensar su actividad productiva e investigar opciones como, reconocer oportunidades y riesgos, y probar algunas de las estimaciones, también le permitirá identificar las necesidades financieras de su negocio.

### **Control de Pronóstico**

Un plan de negocios es una guía que debe de tener la asociación de Pargueros de Santa Rosa, en este se describe el negocio en el cual se encuentra inmerso, se analiza la situación del mercado de sus productos y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas para el desarrollo de su actividad económica.

También se trata de una herramienta que le permite a esta asociación de pescadores artesanales, evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha. El plan de negocios señala los objetivos a cumplir, como también incluye el detalle del plan de acción necesario para alcanzarlos. Es importante que el plan de negocios de la asociación esté elaborado de forma tal que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de los agremiados.

### **Situación actual referente al marco legal que se rigen los pescadores artesanales**

La labor de pesca es un actividad ancestral en la provincia de Santa Elena, por ende, siendo un trabajo y un derecho adquirido que se encuentran determinado en la constitución de la República del Ecuador, norma suprema que garantiza el derecho al trabajo, la libertad de asociación y el libre comercio, principios fundamentales que prevalecen ante cualquier otro ordenamiento jurídico. Sin duda alguna todo campo tiene su procedimiento y ordenamiento jurídico, no siendo la actividad pesquera la excepción, trabajo que requiere mayor apoyo económico en cuanto a la actividad comercial y proyectos que generen el progreso de los pescadores y familia.

El sector pesquero se rige por diversos ordenamientos jurídicos los cuales se detalla continuación:

1. Ley de combustible
2. Ley de Cooperativa
3. Ley de desarrollo Pesquero
4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario año 2011
5. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones año 2011

### **Formulación del problema**

¿Cómo influye un plan de negocios en la gestión empresarial de la asociación de pescadores “Los Pargueros” de la parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2013?

### **Sistematización del problema**

¿Cuál es el modelo teórico en el que se fundamenta el plan de negocios de la asociación de pescadores artesanales “los pangueros”?

¿Las estrategias metodológicas que se aplican establecen un adecuado procedimiento del trabajo de investigación?

¿Los resultados del estudio se orientan al desarrollo de acciones que contribuyan al mejoramiento empresarial de los agremiados pescadores artesanales?

¿El plan de negocio es la respuesta a los problemas identificados en la asociación “Los Pargueros” de Santa Rosa?

### **Justificación**

La planificación de negocios tiene como finalidad facilitar y tratar de hacer viable el logro de los objetivos y metas más importantes de la asociación de pescadores

artesanales de Santa Rosa, ello adquiere especial relevancia en un mundo turbulento, incierto y competitivo. La asociación “Los Pargueros” de la parroquia Santa Rosa, se asoció con la finalidad de promover la asociatividad en el sector pesquero artesanal como herramienta para el emprendimiento de nuevas oportunidades de negocios que permitan diversificar la actividad pesquera artesanal, incorporar valor a los productos y mejorar la calidad de vida de este sector, pero lamentablemente no han obtenido el éxito deseado ya que no ha logrado el desarrollo esperado, por el motivo de falta de cooperación de sus asociados. La necesidad de un plan de negocios enfocado la asociación de pescadores “Los Pargueros” es importante, ya que se busca la implementación de estrategias para comercialización de los productos del mar.

### **Justificación Teórica**

La contribución teórica del estudio está dada por el aporte de los diferentes modelos explicativos de los planes de negocios como herramienta de uso interno para los socios de la organización de “Los Pargueros”, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha.

En las teorías centradas en un plan de negocios, los autores consideran la que se puede usar para desarrollar ideas de cómo debe de ser dirigido el negocio, manifiestan también que es una oportunidad de definir estrategias y evitar el cometer errores en el futuro y por último indican que un plan de negocios es una herramienta retrospectiva, con la cual los administradores pueden dirigirse para evaluar el desempeño de la empresa a lo largo del tiempo. Estos enfoques teóricos serán probados y comparados desde las diferentes posturas teóricas, que servirán de base en el presente estudio.

Castro (2005) indica que la justificación teórica es todo aquel acto que tenga que ver con dar respaldo a una supuesta teoría o hipótesis de conocimiento, a alguna causa o accionar. La justificación es la explicación de por qué, determinado hecho sucede o por qué tales actitudes son consideradas justas y apropiadas para determinadas situaciones. La base teórica presenta una estructura sobre la cual se diseña el estudio, sin ésta no se sabe cuáles elementos se pueden tomar en cuenta, y cuáles no.

Partiendo del criterio de castro se define que mediante este método teórico se llega establecer y conocer los antecedentes históricos de fenómeno que se investiga para llegar a una posible solución, de esta manera nos permite implementar nuevos avances tecnológicos que sirven de base para aplicarlos directamente en la solución del problema y porque no del plan de negocio que se está aplicando a la Asociación de Pescadores “Los Pargueros”

### **Justificación Metodológica**

El presente estudio contará con un diseño de estrategias metodológicas en la investigación, que podrá ser utilizado por asociaciones que deseen desarrollar procesos investigativos sobre los planes de negocios y aplicar sus resultados para el mejoramiento de la organización. Torres (2010) expresa que “la investigación tiene una justificación metodológica, en plantear que existe un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido, confiable y por lo tanto para investigar u observar durante un proceso que implica varias fases”.

Las estrategias metodológicas a emplearse en el diseño cuantitativo, tipo de campo, con base documental y nivel descriptivo, la modalidad de la investigación son cualitativas, se emplean los métodos inductivo y analítico en este estudio. La técnica y el instrumento científico aplicado en la investigación, y del resultado obtenido, permitirá que la investigadora aplique un plan de negocio dirigidos a la asociación de pescadores “Los Pargueros” del puerto de Santa Rosa, con la finalidad de orientar y dar a conocer, la importancia de contar con un plan de

negocio puesto que a través de sus estudios de operaciones, de mercado y administración permitirá validar la expansión de esta actividad económica (pesca artesanal) que actualmente se encuentra limitada

Este estudio se da cuando el plan o proyecto por realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimientos válidos y confiables. Si un estudio se propone buscar nuevos métodos o técnicas para generar ideas, busca nuevas formas de hacer investigación.

### **Justificación Práctica**

La utilidad práctica está dada porque el efecto de la investigación será una respuesta oportuna a los problemas que presenta la asociación de pescadores artesanales “Los Pargueros” de la parroquia Santa Rosa; al mismo tiempo, contará con una guía en la cual se plasme estrategias y acciones para el desarrollo de sus asociados.

El plan de negocio se enfoca a la comercialización de los productos extractivos del mar, cuyo resultado será alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la asociación. Al mismo tiempo servir de base para conseguir recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

Galón (2009) expresa que “la justificación práctica expone las razones acerca de la utilidad y aplicabilidad de los resultados del estudio y de la importancia objetiva de analizar los hechos que los constituyen y de la posibilidad de llegar a conclusiones lógicas de su solución y cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o proponer estrategias que cuando se aplican contribuyen a resolverlo”.

## **Objetivos:**

### **Objetivo General**

Elaborar un plan de negocios a través del análisis sistémico que permita el desarrollo de la gestión de emprendimiento en la asociación de pescadores “Los Pargueros” de la parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2013.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente el plan de negocios a través de estudios bibliográficos y documentales que proporcionen las bases que orienten al desarrollo de la investigación.
- Definir las estrategias metodológicas en base a procesos investigativos que establezca un adecuado procedimiento al trabajo de investigación.
- Examinar las variables económico-financieras, a nivel macro y micro que inciden en la comercialización de las diferentes especies adquiridas, para con ello comprender la relación costo-beneficio, detectar el tipo de fuentes de financiación adecuadas para el negocio, características de la inversión y proyección de rentabilidad.
- Establecer un plan de negocio para la implementación de un proyecto piloto de comercialización de productos o especies de la pesca artesanal en la zona de Santa Rosa, Cantón Salinas.

### **Hipótesis**

¿La aplicación de un plan de negocios permitirá mejorar la gestión empresarial de la asociación de pescadores “Los Pargueros” de la Parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2013?

**CUADRO N° 1 Operacionalización de las variables**

Variable I.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Plan de negocios	Un plan de negocios es una guía para el emprendedor. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se realiza el análisis de mercado, técnico, económico y financiero. Se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas.	Estudio de Mercado	Demanda	¿Cuál es la demanda que consumirán los productos que ofrece la asociación?	Observación
			Oferta	¿Existirá una oferta que satisfaga las necesidades del consumidor?	
		Estudio Técnico	Actividad productiva	¿La asociación fija valor en la actividad productiva y comercial de los productos?	Encuestas
			Valor intrínseco	¿Cuál es el valor específico de la actividad pesquera artesanal?	
		Estudio Económico	Estructura de la inversión	¿Existirán los recursos necesarios para la ejecución de acciones?	Entrevistas
			Situación económica	¿Cuál es la valoración de la situación económica de los pescadores artesanales de la asociación?	
		Estudio Financiero	Rentabilidad de la inversión	¿Las proyecciones financieras del plan de negocios permitirán tomar decisiones?	Entrevistas
			Toma de decisiones	¿Se toman decisiones muy influyentes en el destino económico de la organización?	
		Estudio Administrativo	Funciones	¿Cuál es la percepción que tienen los socios acerca de los procedimientos de la organización?	Entrevistas
			Responsabilidades	¿Los socios estarán capacitados para asumir las responsabilidades de la gestión en la organización?	

**CUADRO N° 2 Operacionalización de las variables**

Variable D.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Gestión comercial de la asociación de pescadores “Los Pargueros”	La gestión comercial es aquella actividad empresarial que a través de acciones, buscarán mejorar la productividad y la competitividad de un negocio a través de la planificación, organización, comunicación, y el control.	Planificación	Metas de producción	¿Es importante obtener una visión integral de la asociación con respecto a la proyección de las acciones productivas?	Observación
			Comercialización	¿Cuáles serán los mecanismos que emplea la asociación para la comercialización de sus productos?	
		Organización	Funciones	¿Los socios tienen conocimiento de las funciones que tiene la organización?	
			Estructura	¿Existe una estructura organizacional en la asociación?	
		Dirección	Comunicación corporativa	¿Existe comunicación corporativa en la asociación?	Encuestas
			Liderazgo	¿La comunicación organizacional influye en las opiniones, aptitudes y conductas de los asociados?	
		Recursos	Humano	¿El recurso humano es un importante instrumento para el desarrollo de un negocio?	
			Tecnológico	¿El recurso tecnológico es una ventaja competitiva empresarial?	
		Productos y servicios	Calidad	El producto que se expende en el mercado es de calidad?	Entrevistas
			Satisfacción al cliente	¿El servicio que ofrece la asociación satisface las necesidades del cliente?	

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1. Antecedentes.

Las actividades tradicionales de subsistencia de los habitantes de costa ecuatoriana han sido desde tiempos milenarios: pesca, caza, agricultura y ganadería, principalmente, las mismas que se practican hasta la actualidad.

En el Ecuador el 80% de los pobladores que habitan en las costas ecuatorianas se dedican a la pesca, ya que es la principal fuente de ingresos económicos para sus familias, por lo que se ha mostrado un particular desarrollo pero con deficiencias técnicas en las construcciones de sus embarcaciones.

Se denomina artesanal al tipo de pesca realizada con implementos rústicos, hasta ciertos puntos no mecanizados, y cuya finalidad es la alimentación y soporte de un nuclear familiar, y fines de comercio a pequeña escala (cooperativas y asociaciones pesqueras artesanales).

La pesca artesanal se realiza a lo largo de la línea costera continental en un total de 138 puertos pesqueros llamados caletas, en donde sus pobladores se dedican a la pesca y a la comercialización de los recursos pesqueros, generando fuentes trabajos e ingresos económicos de forma directa e indirecta. Dentro de este contexto, la pesca artesanal se efectúa mediante diferentes artes de pesca tradicionales que son:

Trasmallo, palangre, trampas, etc. Las pesquerías artesanales existen a lo largo de los 950 km de costa continental marítima ecuatoriana y constituyen un importante subsector de la economía.

Proveen casi la totalidad de los productos frescos para el consumo directo de la población y, dentro del campo social, generan empleo que beneficia a numerosas comunidades.

Desde los orígenes los habitantes de Salinas están vinculados al mar, las playas y a la actividad extractiva de la pesca, los salinenses, especialmente los cholos que descienden de los Manteños-Huancavilcas, heredan su cultura marítima y pesquera, son hábiles con sus canoas, pongos y nave de todo tipo.

En la actualidad Santa Rosa fue identificada como la zona de los pesqueros y aun mantiene una intensa actividad productiva, se diferencia del resto del territorio urbano de la cabecera cantonal, por la intensa actividad productiva que realiza como puerto artesanal pesquero y gran mercado de pescado, el 14% de la población de Santa Rosa se dedican a la pesca artesanal, muchos de ellos trabajan de forma independiente, además existe una cooperativa y dos asociaciones pesqueros artesanales, además existen pescadores que llegan desde otras provincias y poblaciones cercanas para laborar en el puerto.

La actividad artesanal representa uno de los sectores de mayor importancia en la economía cantonal, por lo tanto debería implementarse planes de desarrollo que sirva como guía para que se beneficien las personas del sector pesquero.

El sector pesquero, está formado por la pesca artesanal y la pesca industrial, definición que determina la Ley de Desarrollo Pesquero, en los diferentes

articulados, establecidos en el párrafo 1° y 2° de este cuerpo legal, normas que garantiza la pesca legal, dirigidos y regulados por las autoridades competentes, que ejercen el control y programas de emprendimientos, proyectos de suma importancia dentro del sector pesquero en general, garantizando el cumplimiento de las normas legales.

En el sector pesquero artesanal, donde se concentra la mayor parte de la población dedicada a ésta actividad, encontramos mucha informalidad, resistencia al cumplimiento de regulaciones y a los establecimientos de controles, siendo el común denominador una muy arraigada resistencia al cambio.

“Actualmente hay tres instituciones que participan directamente ofertando una amplia gama de recursos de formación y ascenso para el personal pesquero, éstos son la ESMA (Escuela de la Marina Mercante Nacional), institución adscrita a la Dirección General de la Marina Mercante (DIGMER); la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL), a través de su Programa de Tecnología en Pesquería (PROTED) y la Escuela de Pesca del Pacífico Oriental (EPESPO) “ALVARADO Pereda. 2010.

Las características biológicas y oceanográficas del medio ambiente marino ecuatoriano generan condiciones apropiadas para una variada fauna que, a su vez, posibilita el desarrollo de la actividad pesquera artesanal. Sin embargo, como resultado de la expansión del subsector, principalmente el crecimiento de la industria procesadora de pesca en la zona costera, y de la multiplicación de los criaderos de camarón, están ocurriendo serios trastornos en la ubicación geográfica de las áreas de pesca artesanal. Los pescadores artesanales necesitan emplear nuevas técnicas para ejecutar sus faenas en zonas de características diferentes a las que tenían acceso en tiempos no muy distantes. Estas nuevas

técnicas se fundamentan en el uso de embarcaciones de mayor autonomía que permiten la modificación de las artes de pesca y la incorporación de nuevos métodos de captura. Este cambio tecnológico, a su vez, ha facilitado el establecimiento de un nuevo nexo entre pescadores e industria: actualmente cerca del 80% de los desembarques son destinados a procesos industriales de enlatado y congelado.

Este trabajo ofrece una visión de las distintas artes de pesca que se emplean en las pesquerías artesanales y de las diferentes técnicas que usan los pescadores. Se espera que dicha visión ayude a seleccionar artes de pesca con una mayor capacidad productiva pero que, al mismo tiempo, preserven las especies objeto de explotación.

### **1.1.Fomentar una asociación para el desarrollo**

Propone incorporar el tema de la globalización y contemplar la integración del Ecuador en este proceso. Sin embargo, este informe tratará de visualizar con una perspectiva local. El planteamiento de este enfoque propone integrar una mirada global hacia una perspectiva de territorialización y conjugar distintos aspectos productivos, sociales, culturales y económicos dentro de un entorno delimitado.

Con este marco se pretende visualizar, donde sea posible, las distintas brechas que ocultan las variables agregadas como el empleo. Es necesario distinguir que el desarrollo de las provincias o cantones en el Ecuador no ha sido homogéneo y más bien presenta un mosaico de distintas realidades. Diferentes ritmos y procesos de crecimiento y desarrollo al interior del país permiten observar una variedad de entornos donde la población demanda fuentes de trabajo, infraestructura, educación, salud y seguridad, entre algunas de las mínimas necesidades de la sociedad.

### **1.1.1. La importancia de la actividad pesquera en el Ecuador**

La pesca artesanal a nivel mundial es de gran importancia, no solo por su contribución a la generación de empleo sino también por el aporte a la generación de alimentos para la población

En el Ecuador la pesca artesanal comprende varios peces, crustáceos y algunos moluscos; estos productos frescos son destinados, principalmente, al mercado interno. Este sector ocupa a más del 50% de los pobladores que viven en comunidades costeras, quienes representan el 25% de la población total del país y cuya mayor fortaleza son la experiencia y eficiencia en la fase extractiva; sin embargo, los aspectos de manipuleo, procesamiento y comercialización de los recursos capturados, tienen debilidades persistentes que dificultan su acceso al mercado. Las principales debilidades del sector pesquero se centran en las etapas de procesamiento y comercialización, hay muchas deficiencias en la manipulación del producto, demasiados intermediarios y, sobre todo, dificultad de acceder a algunos mercados por el poco valor agregado que se les da a los productos de exportación.

En los próximos años es posible que este sector tenga un mayor peso en el PIB ecuatoriano y en las exportaciones, debido al incremento de la producción acuícola, pero también debido a la legalización de la comercialización de las aletas de tiburón. Sin embargo, existirán también impactos medio ambientales que deberán ser medidos, para lo cual es urgente contar con información actualizada y precisa tanto cualitativa como cuantitativa del desenvolvimiento de este sector.

### **1.1.2. Desarrollo de la acuicultura en Ecuador**

En agosto del presente año, se celebró en Manta, Ecuador, el taller “Ordenamiento y Control de la Maricultura Sustentable en el Ecuador”, organizado por el Viceministerio de Acuicultura y Pesca, y en el que se dieron cita autoridades de la administración nacional y representantes de los sectores pesquero y acuícola del país, tanto a nivel industrial como artesanal, informan desde el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca.

Los participantes centraron su actividad en tres mesas temáticas: “De la actividad, de los maricultores y de la comercialización”, “Del ordenamiento de la Maricultura y de las concesiones” y “De la sanidad animal, seguridad operacional y memoria técnica”, además de asistir a ponencias técnicas sobre las políticas para el desarrollo de la actividad acuícola impulsadas por el gobierno ecuatoriano, el proyecto de acuicultura que se implementará en el puerto pesquero de San Mateo y los requerimientos técnicos para el desarrollo de la producción en jaulas.

### **1.1.3. La pesca artesanal como estrategia económica de vida**

La pesca artesanal es una manera de proteger el recurso, es un medio de subsistencia. Es el mejor sistema de pesca que se utiliza a favor de la sustentabilidad del recurso y el cuidado del ecosistema. Genera el mayor impacto social dentro del sector pesquero y proveemos al mercado un producto fresco y de excelente calidad. Es una actividad generadora de empleos e ingresos con un amplio abanico de posibilidades.

Complementa otras actividades para mejorar el medio de vida socioeconómico familiar contribuyendo a la seguridad alimentaria.

Promueve la función del mar y su valor como fuente de soberanía alimentaria y la distribución de su uso con equidad preservando la biodiversidad y el medioambiente. Este plan de negocio nos permitirá desarrollar intercambios culturales tanto nacionales como internacionales. Servirá para intercambiar experiencias tanto como de artes de pesca como de formas de pescar.

#### **1.1.4. El Buen Vivir en la-**

#### **1.1.5. Constitución del Ecuador**

##### **1.1.5.1. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía**

Trabajamos por el desarrollo de los y las ciudadanas, fortaleciendo sus capacidades y potencialidades a través del incentivo a sus sentimientos, imaginación, pensamientos, emociones y conocimientos.

#### **Fundamento**

El desarrollo de capacidades y potencialidades ciudadanas requiere de acciones armónicas e integrales en cada ámbito. Mediante la atención adecuada y oportuna de la salud, se garantiza la disponibilidad de la máxima energía vital; una educación de calidad favorece la adquisición de saberes para la vida y fortalece la capacidad de logros individuales; a través de la cultura, se define el sistema de creencias y valores que configura las identidades colectivas y los horizontes sociales; el deporte, entendido como la actividad física planificada, constituye un soporte importante de la socialización, en el marco de la educación, la salud y, en general, de la acción individual y colectiva.

La educación, entendida como formación y capacitación en distintos niveles y ciclos, es fundamental para fortalecer y diversificar las capacidades y potencialidades individuales y sociales, y promover una ciudadanía participativa y crítica.

Es uno de los medios más apropiados para facilitar la consolidación de regímenes democráticos que contribuyan a la erradicación de las desigualdades políticas, sociales, económicas y culturales. La educación contribuye a la construcción, transformación y replanteamiento del sistema de creencias y valores sociales y a la revalorización de las culturas del país, a partir del reconocimiento de la importancia de las prácticas sociales y de la memoria colectiva para el logro de los desafíos comunes de una nación.

Las propuestas constitucionales podrán hacerse efectivas solamente a través de políticas públicas que garanticen la nutrición equilibrada y suficiente de la población; la generación de infraestructura y la prestación de servicios de salud; el mejoramiento de la educación en todos sus niveles, incluida la formación y capacitación de funcionarios públicos, así como la implantación de orientaciones y acciones para el desarrollo de la actividad física y del deporte de calidad.

#### **1.1.4.2. Mejorar la calidad de vida de la población**

Buscamos condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos

##### **Fundamento**

La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas. Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los

individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común.

Este concepto integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y del sistema de valores en los que dichas personas viven, y en relación con sus expectativas, normas y demandas.

El neoliberalismo —en muchos casos, a través de los organismos internacionales de cooperación— impuso modelos uniculturales de atención y prestación de servicios de bajo nivel de acceso y calidad para los más pobres, que redujeron el conocimiento y el ámbito de acción de las políticas públicas. Este aspecto es esencial pues aún persisten barreras y desigualdades inaceptables en la calidad de los servicios, en el consumo de bienes, y en la práctica de los valores esenciales para sobrellevar la vida en condiciones adecuadas, especialmente por parte de los sectores rurales, urbano-periféricos, indígenas y afroecuatorianos.

#### **1.1.4.3. Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas**

Garantizamos la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

## **Fundamento**

El trabajo constituye la columna vertebral de la sociedad y es un tema fundamental de la vida de las personas y de las familias. La Constitución ecuatoriana reconoce que el trabajo es un derecho y un deber social. Asimismo, como derecho económico, es considerado fuente de realización personal y base de la economía. El trabajo condensa múltiples dimensiones materiales y simbólicas, y está en el centro de una serie de relaciones complejas de producción y reproducción de la vida, que tienen implicación política, económica, laboral, social, ambiental y cultural.

Las interrelaciones entre trabajo, producción y reproducción económica están directamente vinculadas con la actual distribución de los medios de producción, como resultado de la aplicación, durante las últimas décadas, de una política neoliberal que reforzó las inequidades sociales y acentuó la exclusión heredada del modelo primario exportador.

En la historia moderna, la explotación del trabajo ha consolidado una forma de acumulación que no está al servicio de quienes lo realizan. Se ha concebido al trabajo como un medio explotable y prescindible, sometido a conveniencias y dinámicas externas a los fines intrínsecos de los procesos de producción, y ajenas al sostenimiento de los ciclos de vida familiar y social. La nueva Constitución consagra el respeto a la dignidad de las personas trabajadoras, a través del pleno ejercicio de sus derechos. Ello supone remuneraciones y retribuciones justas, así como ambientes de trabajo saludables y estabilidad laboral, a fin de lograr la modificación de las asimetrías referentes a la situación y condición de los y las trabajadoras en todo el país. El reconocimiento integral del trabajo como un derecho y su realización en condiciones justas y dignas, es una aspiración de larga data, cuya cabal aplicación exige la superación de condiciones estructurales

que han marcado históricamente una realidad de explotación, discriminación y desigualdad que persiste y se recrea.

En el Ecuador, la estructura del trabajo es heterogénea en cuanto a las formas de organización de la producción. Muchas de ellas han sido invisibilidades y desvalorizadas a lo largo del tiempo. Tanto en el ámbito urbano como en el rural, la mayoría de procesos de producción y la dotación de servicios se basan en pequeñas y medianas unidades familiares, asociativas o individuales, cuyas dinámicas de economía popular familiar y solidaria buscan la subsistencia antes que la acumulación a gran escala.

Estos procesos productivos se han fundado, asimismo, en la movilización de recursos tales como conocimientos, destrezas y ahorros locales, redes sociales y otros similares; y sus economías se han desenvuelto en condiciones adversas, debido a la falta de reconocimiento desde el Estado.

La cooperación social, característica de las economías de autosustento y cuidado humano, constituye un elemento fundamental para la construcción de una economía social y solidaria, y una sociedad más equitativa. Por esto, las formas asociativas de producción deben reproducirse en todos los sectores de la economía, para generar mejores condiciones para las personas que participan en ellas.

La nueva forma de concebir el trabajo implica la generación de condiciones dignas y justas para todas y todos los trabajadores. El Estado, para ello, actúa a través de regulaciones y acciones que permitan el desarrollo de las distintas formas de trabajo. Preocupado por la emigración, asimismo, genera condiciones para que los ecuatorianos y ecuatorianas que retornan al país, como consecuencia de la actual crisis económica mundial, puedan hacerlo en condiciones dignas y no precarias.

## 1.2. Ministerio coordinador de la producción, empleo y competitividad

**CUADRO N° 3 Funciones Institucionales**

Función Institucional:	Concertar políticas y acciones que adopten las diferentes instituciones que integran sus áreas de trabajo.
Misión:	Proponer, coordinar, articular, impulsar y dar seguimiento a las políticas, estrategias , así como la evaluación de la gestión de programas de producción, competitividad y comercialización, a través de procesos de información; asociatividad, innovación y transferencia tecnológica; desarrollo logístico; capacitación; asistencia técnica; desarrollo de la cultura y capacidad emprendedora; financiamiento; para el desarrollo productivo nacional sostenible con un enfoque de productividad, calidad , diversificación, y sostenibilidad y bajo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo y las delegaciones del Presidente de la República.
Visión:	El desarrollo productivo del país genera bienestar y empleo de calidad; es inclusivo, participativo, competitivo y sostenible; se fundamenta en estrategias territoriales; se organiza en torno a políticas públicas integrales, eficientes y eficaces; en la cooperación pública-privada; y en una institucionalidad con alta capacidad técnica, que regula e incentiva la producción y la inversión.

<p>Objetivos Estratégicos Institucionales:</p>	<p>Proponer, articular, coordinar, concertar, monitorear y evaluar las políticas, estrategias y acciones de la Agenda Sectorial de Producción, Competitividad y Comercio que responda a las prioridades nacionales, mediante la generación de consensos entre los sectores productivos del país;</p> <p>Contribuir al desarrollo y consolidación del Sistema Nacional de Información para la Planificación a través de la creación, diseño, implantación y actualización del Subsistema de Información y Monitoreo de Indicadores Productivos, Competitivos y Comerciales, que se fundamentará en la investigación, estudios y análisis sobre los sectores productivos del país;</p> <p>Coordinar e implementar las delegaciones asignadas por el Presidente de la República en el ámbito productivo, competitivo y comercio; y,</p> <p>Fomentar la cooperación interinstitucional, nacional e internacional para la implementación de la Agenda Sectorial de la Producción, Competitividad y Comercial del Ecuador.</p>			
<p>Base Legal:</p>	<p>Tipo de Norma</p>	<p>Decreto Ejecutivo</p>	<p>No.</p>	<p>117</p>
			<p>Fecha</p>	<p>05-03-07</p>

### 1.2.1. Información Institucional

**CUADRO N° 4 Información Institucionales**

Función Institucional:	El Ministerio de Agricultura será encargado de formular, dirigir y ejecutar la política sobre investigación, producción y comercialización de los productos agropecuarios, reforma agraria y colonización, riego y desarrollo rural, con el objeto de propender al incremento de la producción agrícola y ganadera, generar mayores oportunidades de empleo y alcanzar una mejor redistribución del ingreso para la población ecuatoriana.			
Misión:	El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, es la institución rectora del agro, responsable de regular, facilitar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola del país, con acciones que permitan el incremento de la productividad y competitividad para lograr su crecimiento y desarrollo permanentes, a través de la asistencia técnica, zonificación, priorización de acciones que garanticen la sustentabilidad del agro.			
Visión:	El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, para el año 2020, contará con un modelo de gestión de calidad, basado en sistemas de información y comunicación, que posibiliten la producción de bienes y servicios que garanticen la soberanía alimentaria del país, el crecimiento y desarrollo equitativo, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenibilidad ambiental e identidad cultural			
Objetivos Estratégicos Institucionales:	Impulsar la modernización del agro ecuatoriano sobre base de competitividad y equidad, orientadas a la reactivación productiva, se aplicaran esquemas de colaboración y cooperación para adoptar normas legales adecuadas. Eleva las condiciones de vida de los agricultores y comunidades rurales, aplicando estrategias de inclusión de los pequeños y medianos productores y su vinculación al mercado nacional e internacional, para mejorar sus ingresos.			
Base Legal:	Tipo de Norma	Decreto	No.	162
	Registro Oficial No.	253	Fecha	23/02/73

## **1.2.2. Agricultura, pesca y acuicultura**

### **Objetivo general**

Contribuir al “Buen Vivir” de las familias rurales y comunidades costeras fomentando el impulso de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca multifuncional, logrando la soberanía alimentaria y el incremento de los ingresos de los productores.

### **Objetivos Específicos**

1. Democratizar el acceso y uso de la tierra y de los otros factores de la producción para pequeños y medianos productores, para mejorar las condiciones de vida de las familias rurales y comunidades costeras.
2. Rescatar los conocimientos ancestrales y preservar la biodiversidad para valorizar el ambiente e incorporarlos en el desarrollo de la agricultura, ganadería, acuicultura y pesca.
3. Implementar programas de innovación y productividad agropecuaria, expansión de almacenamiento, negocios rurales inclusivos, comercialización, desarrollo acuícola y pesquero, para fortalecer la asociatividad y tecnificar la producción respetando el ambiente dentro de valores de solidaridad y transparencia.
4. Recuperar la competencia del MAGAP en temas de políticas, regulación, planificación, seguimiento y evaluación del Desarrollo Rural.

## **ESTRATEGIAS**

1. Apuntalar los servicios rurales mejorando la infraestructura y la tecnificación de riego, implementando redes financieras solidarias, un sistema nacional de extensión, certificaciones comunitarias, y escuelas de campo, todo dentro de una ágil coordinación interministerial.
2. Mejorar el almacenamiento y comercialización generando capacidad de almacenamiento en plazas estratégicas, reserva de productos estratégicos, mecanismos de regulación de mercado, negocios inclusivos, diversificación de exportación y sustitución estratégica de importaciones, promoción y mercadeo, y empresas de comercialización.
3. Impulsar emprendimientos asociativos mediante empresas campesinas, regulación y formalización de asociaciones de productores, denominación e identidad de origen, acceso de asociaciones productoras a compras públicas y proveedores campesinos.
4. Revalorizar el patrimonio del agro valorizando la biodiversidad, creando un catálogo genético, respetando y valorando saberes ancestrales y nuevas formas de propiedad (comunitaria).
5. Brindar soporte y orientación a los actores y actividades del sector en la construcción de un modelo de gestión de calidad mediante un sistema integrado de información.
6. Ejecutar una reestructuración institucional que identifique claramente el qué, cómo y quiénes, según los productos externos, internos u organizacionales requeridos

### **1.3. Plan de negocios**

El estudio tendrá sus bases teóricas en los planes de negocios; Fred David (2007) indica que “Todas las organizaciones se dirigen hacia algún lado, aunque por desgracia algunas de ellas no saben a dónde van”. Como definimos a un Plan; en su acepción más simple, el plan se define como la intención o proyecto de hacer algo. Involucra la definición de objetivos y metas, así como los medios o instrumentos que orientarán o guiarán a alguna actividad humana, individual o colectiva en cierta dirección definida anticipadamente. También se define como el documento que contiene de manera ordenada y coherente las metas u objetivos, estrategias, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a un fin deseado.

El plan es, en esencia, el desarrollo de una actividad establecida previamente y que se desenvuelve de modo dinámico, es decir, sujeto a modificaciones en sus componentes de acuerdo a la evaluación periódica de los resultados que se vayan logrando. ¿Qué es un Negocio? es cualquier actividad en la que utilizando una serie de recursos materiales e intangibles se pone a disposición de los consumidores productos o servicios con el propósito de lograr un beneficio con su venta o colocación. El negocio se diferencia de cualquier otra actividad en que el fin último es el de lucrar con las actividades, procesos o métodos que desarrolle para atender una necesidad detectada en el mercado.

En todos los casos de negocios, se presentan tres dimensiones indelimitables: Grupo de clientes o público objetivo atendido, las necesidades que son atendidas y la manera como éstas necesidades son atendidas, por lo tanto se establece que el Plan de Negocios es una importante herramienta de gestión empresarial cuya elaboración ha venido tomando cada vez más importancia para el emprendimiento de nuevos negocios o ampliación de empresas existentes.

Con respecto al estímulo que da origen a alguna iniciativa empresarial, Pedro Nueno, (2003) señala que “la esencia de emprender está, primero, en identificar la oportunidad y, segundo, convertirla en negocio”. Asimismo Nueno afirma que “no hay duda que el mejor camino para transformar una oportunidad identificada en una empresa requiere empezar por la elaboración de un proyecto detallado de lo que se pretende emprender: el llamado plan de negocios y ya conocido como business plan”. El Plan de Negocios es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad de mercado, técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir una idea de negocio en un proyecto empresarial definido.

Este documento que, como señalamos antes, ha cobrado gran importancia como instrumento que guía el análisis de los emprendimientos extiende su utilidad a una serie de situaciones que involucran la toma de decisiones estratégicas corporativas. Ignacio de la Vega García Pastor del Instituto de Empresa precisa (2004) explica que “El Plan de Negocio constituye un instrumento fundamental en el análisis corporativo de una nueva oportunidad de negocio, un plan de diversificación, un proyecto de internacionalización, la adquisición de una empresa o una unidad de negocio externa, o incluso el lanzamiento de un nuevo producto o servicio”.

El mismo es una herramienta que permite trazar el camino que debe recorrerse para llevar a la práctica un emprendimiento empresarial. Es decir, en su formulación subyace una actitud estratégica para alcanzar los objetivos que permitirán que el negocio sea viable o exitoso. Exige la observancia, análisis y determinación de oportunidades y potencial del mercado y segmento al que se dirigirá el producto o servicio que se piensa ofrecer, así como todos los aspectos

operativos del negocio tales como las áreas productivas, logísticas, económicas y financieras, entre otros.

### **1.3.1. Estudio de Mercado**

Realizar un estudio de mercado es una etapa obligatoria al momento de elaborar un plan de negocios, éste nos permitirá obtener y analizar información procedente del entorno y, de ese modo, comprobar en gran medida la factibilidad del proyecto, y aprovechar dicha información para diseñar el mejor plan posible. Comprender el mercado implica averiguar aspectos tales como: Quiénes son sus competidores, el tamaño del mercado (qué tan grande es), cuál es la oferta y demanda de sus especies, cuál es el perfil de sus consumidores y como va a distribuir las diferentes especies obtenidas de pesca.

Es necesario responder a estas preguntas:

- ¿Cuántos son?
- ¿Dónde están?
- ¿Quiénes son?
- ¿Cómo compran?

### **1.3.2. Importancia del estudio de mercado**

Un Estudio de mercado es el resultado del proceso de recogida, análisis e interpretación de información relativa al mercado objeto de estudio. Los principales motivos para la realización de estudios de mercado son los siguientes:

- Es un recurso importante para el éxito del proyecto en la medida en que permitirá comprender el mercado en el que se a localizar la actividad.

- Ofrece una visión actualizada del sector de actividad, es decir, cuál ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.
- Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que el proyecto inicial no sea viable.
- Permite una evaluación y supervisión del funcionamiento de la empresa.

La investigación de mercados te puede ayudar también a evaluar los resultados de los esfuerzos. Te indica si debes continuar, cambiar o cancelar el plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que planeas comercializar tiene cabida en el mercado.

### **1.3.3. La Competencia**

Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes.

Los oferentes se encuentran así en una situación de competencia para ser preferidos por los consumidores, a su vez, para poder acceder a la oferta limitada.

Esta situación manifiesta el derecho y la posibilidad material de los agentes económicos de poder hacer elecciones, un elemento importante de la libertad individual. También se supone que aporta, en el plan del funcionamiento y de la orientación de la economía, unos mecanismos de adaptación permanente de la

demanda y de la producción, y también incita a la innovación o a un marketing más ajustado al objetivo al que se quiere llegar.

#### **1.3.4. Análisis de la oferta y demanda**

##### **Oferta**

Una vez calculado el tamaño de mercado de la actividad, debes preguntarte si esta es la cifra que corresponde a la empresa. Aunque no es habitual, puede darse el caso de que no exista ninguna empresa que ofrezca ese producto o servicio, por tratarse de una actividad innovadora. Por el contrario, lo normal es que existan otras empresas competidoras que tratan de satisfacer a los mismos clientes que se ha identificado como potenciales.

En este sentido, debes preguntarte:

- ¿quiénes son los competidores ya instalados en el mercado?
- ¿Cuántas empresas existen?
- ¿Cuáles son las características de su oferta?
- ¿Cuáles son los segmentos de mercado que están atendiendo?
- ¿Cuáles son sus estrategias?

##### **Demanda**

En este apartado debes analizar o conocer cómo es la demanda, es decir, cuáles son las características, las necesidades, los comportamientos, los deseos y las actitudes de los clientes.

### **1.3.5. Comportamiento de la demanda**

Como paso previo a un análisis más descriptivo, analiza brevemente cuál ha sido el comportamiento histórico de la demanda, su situación actual y sus perspectivas de futuro.

Para ello puedes tomar como referencia alguna de los siguientes indicadores:

Total de unidades de consumo (consumidores, hogares, empresas...)

- Gasto medio anual por unidad de consumo
- Productos más demandados

### **1.3.6. Comercialización**

Conoce todas las características posibles de los productos que actualmente se encuentran en el mercado, lo que ayudará a plantear la oferta de la forma más atractiva con respecto a tu competencia.

Si bien la existencia de mercado es un factor indispensable para hacer viable el negocio, también lo será la forma en que suministres el producto o servicio. Se deberá recoger información sobre las características del producto que pretendes comercializar. Para ello, deberás obtener la siguiente información (cabe apuntar que alguna de las siguientes cuestiones hace referencia sólo a productos y no a servicios):

**1º Núcleo:** comprende aquellas propiedades físicas y técnicas del producto que lo hacen apto para determinadas funciones.

**2º Calidad:** valora los elementos que componen el núcleo en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.

**3º Precios:** valor último de adquisición: Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.

**4º Servicio:** Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencia respecto a los demás; hoy en día es lo que más valora el mercado, de ahí su desarrollo a través del denominado marketing de percepciones.

### **1.3.7. Distribución**

Analiza la estructura del proceso de comercialización de tu sector de actividad, es decir, conoce a todos los agentes que participan, desde la fabricación del producto hasta la venta final. Cuanto mayor conocimiento tengas de las fases de comercialización, mayores posibilidades tendrás de tomar las decisiones más idóneas para tu canal de distribución, es decir, el medio que vas a utilizar para poner tus productos/servicios en el mercado.

Se dice que un canal es largo cuando intervienen muchos intermediarios desde que el producto sale de la fábrica

GRAFICOS N° 1 Distribucion

**MAYORISTA – DISTRIBUIDORES – ALMACENISTAS –  
REVENDEDORES – MINIORISTAS**

### **1.3.8. Estudio Técnico**

El objetivo de la parte del estudio técnico es el de mostrar cómo serán las operaciones diarias del negocio. Por lo que el estudio técnico debe proveer suficiente información para mostrar ello, pero sin ser demasiado técnico o exhaustivo, al punto que podría hacer perder el interés al lector por leerlo, o que éste no pueda entenderlo debido a su complejidad.

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?

Esto implica el tratamiento general de los aspectos físico-técnicos, los que comprenden fundamentalmente tres componentes interdependientes: el tamaño, la localización y la tecnología. Sin embargo un buen análisis de estas variables necesita un previo estudio de optimización, más aun cuando se trata de unidades productivas ya existentes, esto tiene como objetivo no sobredimensionar las alternativas y también el no atribuir beneficios inexistentes a los proyectos. Otros aspectos a tener en cuenta son la participación y el análisis ambiental.

### **1.3.9. Situación base optimizada**

La optimización de la situación base tiene como fin saber si el objeto de estudio sea cual fuere, un plan de negocio, un sistema de captación de personal o una situación cualquiera dentro del ámbito de la preparación de proyectos, puede tener alguna posible optimización, es decir si es posible obtener mejorías sin necesidad de realizar un proyecto.

Este análisis implica examinar, en lo posible, acciones que permitan resolver significativamente el problema (o disminuir) solamente con mejoras mínimas, sin tener que incurrir en costos de inversión. Es decir, identificar medidas de tipo administrativo, procedimental, o cambios de métodos, que puedan lograr una solución satisfactoria estable o que evite gasto de recursos durante un tiempo determinado.

A este tipo de solución se le denomina "situación base optimizada" y su importancia radica en la generación de beneficios arreglando un problema con cambios marginales en la situación actual-o postergando alternativas que pueden implicar volúmenes de inversión importantes.

### **1.3.10. Localización de los productos**

La localización influye directamente con el mercado en el que se pueden considerar diferentes alternativas o combinaciones de alternativas, desde una sola ubicación centralizada (que coincidirá con el tamaño global del proyecto) hasta varias plazas distribuidas estratégicamente, de tamaños menores.

Comprende la descripción de la ubicación física y virtual, y dependerá de los siguientes factores:

- Cercanía con el cliente
- Acceso y capacidad
- Mano de Obra
- Entorno
- Contaminación
- Imagen
- Elementos de transporte.
- Derechos de traspaso/ Patentes y marcas

- Gastos de constitución y puesta en funcionamiento.

### **1.3.11. De la "macrolocalización" a la "microlocalización"**

En general, un proceso adecuado para el estudio de la localización consiste en abordar el problema de lo macro a lo micro. Explorar primero, dentro de un conjunto de criterios y parámetros relacionados con la naturaleza del plan de negocio, la región o zona adecuada para la ubicación del proyecto: región, municipio, zona rural, zona urbana, y dentro de éstas las áreas geográficas o subsectores más propicios.

El examen de macro localización nos lleva a la preselección de una o varias áreas de mayor conveniencia para después proceder a la micro localización, o sea a la definición puntual del sitio para el proyecto.

### **1.3.12. Participación de la comunidad**

Es importante y necesario involucrar a la comunidad de manera activa y dinámica en el proceso de análisis de las alternativas. Esto es más factible en los proyectos pequeños y desde aquí se pueden derivar situaciones benéficas para el proyecto:

- Diseño que responda a los valores, costumbres, usos y preferencias de los lugareños.
- Diseño adecuado a las condiciones ambientales específicas (topografía, clima, intensidad solar, etc.).

- Posibilidades de aplicación o adecuación de tecnología lugareña (inclusive tradicional), tanto en "formas de comercialización", como en el aprovechamiento de materiales autóctonos.
- Posibilidades creativas en la búsqueda de soluciones. Cuando un problema se examina con los que lo sufren, se mejoran las posibilidades de solución, incluida la aparición de formas creadoras e innovadoras. En esto es importante verificar que tanto hombres como mujeres queden representados.

### **1.3.13. Medio ambiente**

Decidir sobre cuál es la mejor combinación de factores que hemos enunciado, la localización, pasa por tener en cuenta los posibles efectos e impactos en el medio. Esto es de vital importancia por dos cosas: la sostenibilidad ambiental y las normas respecto de ello que puedan impedir o dificultar la implementación del proyecto.

La segunda cuestión es que un buen análisis ambiental puede evitar correcciones futuras, en la evaluación del proyecto al tener que incorporar costos por mitigación o compensación, que pudieran afectar negativamente los resultados del proyecto. Por lo tanto es necesario también identificar cómo las alternativas de proyecto se comportan en relación a las condiciones ambientales y los efectos que estas pudieran generar. De tal manera de poder elegir aquella que se adecue mejor al medio.

Finalmente, el desarrollo de las alternativas identificadas para la solución del problema permite, sobre supuestos concretos, el desarrollo conceptual y técnico de las alternativas formuladas en la etapa de identificación. Esto a nivel de alternativas es necesario para los siguientes efectos:

1. El análisis de factores condicionantes sobre localización, posibilita decisiones anticipadas sobre factibilidad de las alternativas. Ello le introduce eficiencia,

racionalidad y realismo al análisis comparativo de las soluciones propuestas, por cuanto desde ahora se pueden desechar las inviables, antes de entrar a la elaboración y valoración de los flujos de costos y beneficios.

2. El acopio y apropiación de información sobre los temas físico-técnicos permite reciclar el proceso de análisis, e incorporar posibles nuevas alternativas no formuladas en un comienzo durante la identificación. Debe tenerse siempre presente que el proceso de elaboración y análisis del proyecto se efectúa por aproximaciones sucesivas de principio a fin (es decir, iterativo, con retroalimentación sistemática).
3. Permite ajustar las alternativas teniendo en cuenta el medio ambiente y la participación.

#### **1.4. Plan de financiamiento**

Señala la estructura de la inversión, y describe los aspectos relacionados al financiamiento.

El objetivo de la parte del estudio de la inversión y financiamiento es el de mostrar cuál será el capital requerido para poner en funcionamiento el negocio, en qué se usará dicho capital, y cómo se obtendrá o pretenderá obtener.

No sólo es necesario que el valor distintivo del producto sea capaz de generar una base suficiente de clientes, sino que explicaremos cómo se le extraerá valor.

Detalle de todas las líneas de ingresos.

La vertiente económico-financiera del plan de negocio tratará los siguientes puntos básicos:

- Determinar la inversión inicial necesaria.
- Estudio de las fuentes de financiación disponible

#### **1.4.1. Determinación de la inversión inicial necesaria**

A la hora de determinar la inversión inicial se debe tener en cuenta dos pasos:

1.- Evaluar los elementos necesarios para desarrollar la actividad y cuantificación de su costo.

2.- Además de los costos citados debe ser considerado en todo caso el capital de trabajo.

#### **¿Qué es el capital de trabajo?**

Es la necesidad de financiación a corto plazo originada por la diferencia temporal entre el período de pago de las compras y el período de cobro de las ventas. Para ello es necesario conocer perfectamente el plazo de pago de proveedores y el período de cobro de clientes.

A partir del análisis de los puntos anteriores, se puede formular la siguiente pregunta:

#### **¿Cuánto dinero se necesita para iniciar la actividad?**

Como es de esperar esta pregunta no se podrá contestar hasta que no se hayan encajado todas las piezas del Plan de Negocio, pero se tiene punto de partida que se centra en:

- El costo de la investigación de mercado
- La selección de los elementos necesarios para empezar (inversión).
- La determinación del capital de trabajo.

#### **1.4.2. Estudio de las fuentes de financiación disponibles**

Las principales fuentes de financiación son:

#### **1.4.3. Ayuda del Estado:**

Adecuado para todas las fases de inicio y desarrollo del negocio.

- Requisitos: buen conocimientos de las posibilidades de ayuda. Siempre hay que recopilar toda la información posible o acceder a un centro especializado para saber a qué tipo de ayudas se puede acceder y como llegar a ellas.
- Ventajas: términos muy favorables en general (créditos con períodos de carencia y con bajo interés, subvenciones, etc.).
- Desventajas: el proceso es en ocasiones burocrático con largos períodos de espera.

#### **1.4.4. Créditos bancarios.-**

Adecuado para el capital de trabajo.

- Requisitos: normalmente se necesitan garantías o avales personales.

- Ventajas: muy flexible, puede ajustarse a las necesidades actuales o estacionales, la propiedad de la empresa permanece centrada, pagos de interese deducibles.
- Desventajas: tipo de financiación cara.

#### **1.4.5. Que instituciones otorgan Créditos al sector pesquero:**

Mediante regulaciones de Junta Monetaria, el gobierno ha establecido un Fondo Financiero Pesquero, destinado a otorgar créditos a pescadores artesanos, así como también a los empresarios para la industrialización de pesca de mar.

El Banco Nacional de Fomento, bajo la designación de Programa de Asistencia y Crédito a la Pesca Artesanal, tiene asignada una partida presupuestaria para el efecto. Sin embargo, los créditos no son de fácil acceso por las exigencias bancarias (garantía) que generalmente el pescador artesano no puede ofrecer.

El Banco del Estado, a través de su Gerencia de Crédito, maneja la calificación de operaciones crediticias para algunos sectores de la producción, comercialización y servicio (incluyendo pesca).

#### **1.5. Estudio Administrativo**

El Estudio Administrativo es denominado como el examen exhaustivo de los planos organizativo, dinámico, funcional, estructural y comporta mental en una empresa, organización o asociación, para detectar situaciones extrañas y proponer las soluciones que sean necesarias

### **1.5.1. El Plano Organizativo Dinámico**

GUILLICK, análisis de la administración, sostiene que, “en una organización debe haber ciertos principios administrativos, a saber: Planeación, Organización, Staff o Dotación de Personal y Asesoría, Dirección, Control, Reporte, y Presupuesto”. En el momento en que realizamos una investigación específica delo que corresponde al Plano Organizativo Dinámico, nos enfocamos en el cumplimiento eficiente y eficaz de cada uno de tales postulados.

#### **El Plano Funcional**

En este plano se investiga cómo y de qué forma realiza la organización sus actividades productivas, para lo cual el Analista se puede valer de herramientas como los organigramas, sociogramas, cuadros de distribución de trabajo diagramas de flujo, cuadros estadísticos, entre otros. Uno de los fines más importantes es determinar cómo poder mejorar y hacer más efectivos los procesos productivos de la empresa o asociación.

#### **El Plano Estructural**

En este punto una de las características de la Administración actual, es el cambio constante; el cual se aplica a éste plano estructural, en el tanto las estructuras organizacionales deben investigarse con el fin de mejorarlas cada vez, y así brindar al clienteun servicio que llene sus expectativas.

## **El plano Comportamental**

Las organizaciones ya han aceptado que su recurso más valioso ypreciado es el Humano. Las relaciones interpersonales, tanto formales como informales, son las que se investigan en este plano; ya no observando al humano como una simple máquina productiva, sino como una de las partes más importantes de la empresa a la cual hay que mantener, desarrollar y potencializar.

A esta parte por lo general se le resta importancia y no se le toma en cuenta como se merece, sin embargo hay que tener muy cuenta: esto es la estrategia del proyecto.

El estudio administrativo es lo que define al proyecto como tal, y es una parte decisiva porque en este se ve si tienes visión o si estás completamente perdido. Una empresa con una excelente estrategia permite muchos errores en su funcionamiento diario, una empresa sin estrategia depende de que todo salga perfecto.

Así que definamos de una buena vez la estrategia del negocio.

¿A qué se dedica?

¿A qué no se dedica?

¿Qué hace?

¿Cómo lo hace o bajo qué filosofía lo hace?

¿Cómo se toman las decisiones?

- **Misión.**

¿Qué hace la empresa? ¿Por qué nació? ¿Cuál es el propósito en sí?

- **Visión.**

¿Hacia dónde va? ¿Cuál es la visión a futuro?

- **Objetivos**

Son más concretos que la visión, deben ser medibles, alcanzables y reales.

- **Políticas**

Por lo general se confunden políticas con reglas, incluso he escuchado quién dice que las políticas son reglas que se pueden romper, esto es inexacto, las políticas son guías para la toma de decisiones. Es como definir la filosofía de una empresa, describir el pensamiento de la alta dirección para que cuando un gerente de medio nivel tenga que tomar una decisión no dependa de la alta dirección, sino que en base a esos lineamientos pueda decidir lo que más se acerca a la filosofía de la empresa.

- **Valores**

"Así se hacen las cosas en esta empresa". Es como mejor podría definir los valores de una empresa, la forma en que el cliente puede esperar que se comporte cualquiera de los empleados de la empresa.

- **Estrategias.**

Cursos de acción muy específicos. Definir paso a paso un programa de actividades que pretenda alcanzar los objetivos generales de la empresa.

- **Análisis FODA.**

Es un diagnóstico de la empresa, ¿cuáles son las Fortalezas de la empresa? ¿Cuáles son las Oportunidades que se deben aprovechar? ¿Sobre qué debilidades se debe trabajar? ¿Qué Amenazas enfrenta la empresa? Esto sirve para explotar al máximo la capacidad de la empresa y fortalecerla.

- **Organigramas.**

Hazlo, tienes que definir quién hace qué y de quién es responsabilidad cada cosa, también sirven para que la gente sepa a quién tiene que rendirle cuentas. Quien supervisa qué, etc. Si no se definen este tipo de asuntos todos recurrirán a tí para tratar de resolver cada pequeño detalle, no va a funcionar, el administrador debe delegar.

- **Plan de recursos humanos**

Si se ha tenido un buen estudio técnico, se podrá definir cuántas personas se necesitan para la producción o comercialización en todo momento, es decir en el primer mes se requieren tantas, para el segundo trimestre serán necesarias tantas, etc.

Por lo que se necesita definir los lineamientos de:

**Reclutamiento.**

¿Cuáles fuentes serán las más importantes para conseguir el personal necesario?

**Selección.**

Definir los criterios de selección, ¿necesitamos gente con grado de licenciatura? ¿o con grado mínimo escolar? ¿Hombres? ¿Mujeres? ¿Edades? ¿Estado civil? ¿Qué conocimientos técnicos debe tener?

## **Capacitación y desarrollo.**

Una vez contratado el personal, hay que enseñarle a utilizar la maquinaria de la empresa, en qué consiste su trabajo, o cosas tan simples como decirle dónde está el baño y cómo se llama su jefe inmediato. Esto es capacitación. Y el desarrollo es cuando tenemos trabajadores que ya tienen la experiencia, el conocimiento en las cuestiones técnicas, pero lo enviamos a un curso de actualización o de inglés o para que aprenda otras áreas, como mandar a el ingeniero de producción a un curso de administración.

### **1.6.Gestión Comercial**

La gestión Comercial posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que implica que éste, aplicado en una empresa o en un negocio, examina algunos de los objetivos principales correspondientes a la misma. Es importante tener en cuenta en este concepto que ninguna empresa puede subsistir si no posee algún tipo de beneficio, por lo que siempre se debe mantener un cierto nivel de competencia con las otras empresas que se dedican a producir los mismos productos. El concepto de gestión se mueve en un ambiente en el cual, por lo general, los recursos disponibles escasean, y en base a esto, la persona encargada de la gestión debe aplicar diferentes fórmulas para que de ésta manera se logren persuadir y motivar constantemente a todas las fuentes del capital empresarial, con el objetivo de lograr que las mismas apoyen todos los proyectos que la empresa planea emprender.

La empresa como definió Onida, (2007) "es un Instituto apto para perdurar y para ello debe realizar permanentemente una adaptación de todos los elementos de que dispone a las circunstancias coyunturales del momento en que la empresa vive; no es suficiente la adaptación momentánea. Al propio tiempo y simultáneamente ha de crear una programación a plazo para evitar que el beneficio presente sea el

origen de un mayor quebranto futuro, o para eliminar el quebranto actual y hacer que el estudio de sus causas sea la base de una futura prosperidad".

La definición de Gestión comercial dentro de una organización se aplica tanto a la política y los niveles de transacción. Las políticas comerciales se refieren a las reglas o prácticas que definen cómo las empresas se desempeñaran y las condiciones generales bajo las cuales las relaciones externas se llevarán a cabo.

Muchas de estas políticas se reflejan en los términos de cualquier contrato en el que la organización se compromete. A nivel de transacciones, gestión comercial se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación.

El concepto de gestión aplicado a la administración de empresas obliga a que la misma cumpla con cuatro funciones fundamentales para el desempeño de la empresa; la primera de esas funciones es la planificación, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la organización en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados. La segunda función que le corresponde cumplir al concepto de gestión es la organización en donde se agruparán todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.

Hugo López (2008), indica que la" dirección de la empresa en base al concepto de gestión implica un muy elevado nivel de comunicación por parte de los

administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa”.

El control es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya que de éste modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio. Teniendo todo esto que ha sido mencionado en cuenta, podemos notar la eficiencia que posee el hecho de llevar a cabo la administración de empresas en base al concepto de gestión.

El mismo aporta un nivel mucho más alto de organización permitiendo así que la empresa pueda desempeñarse muy bien en su área de trabajo.

### **Planeación**

Planeación es hacer que suceda algo que de otra manera no sucedería. Ejercer influencia sobre los eventos por venir a fin de que sucedan según se desee. Qué debo hacer hoy para que mañana suceda, alcance o logre algo.

Es la más importante de las funciones administrativas; decide qué debemos hacer. Es un compromiso para seguir cursos de acción seleccionados, sobre una base ordenada, realista y sistemática. Predetermina el curso a seguir, decide las acciones que le llevarán al logro de los objetivos que se ha establecido.

### **Organización**

La organización a fin de cuenta se refiere a estructurar lo planeado y llevarlo a la práctica de manera que las metas y objetivos planeados se lleven a cabo, también se refiere a cómo deben ser las funciones, jerárquicas y actividades a realizar, engloba lo que es el organigrama. Funciones y actividades que están por estructurarse, así mismo ve al futuro, inmediato y remoto, así mismo la organización constituye el dato final del aspecto estático o de mecánica. Nos dice

en concreto cómo y quién va hacer cada cosa, ver perfiles de puestos, el puesto adecuado para la persona adecuada.

## **Dirección**

La dirección es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones; para la discusión de este papel se debe saber cómo es el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo. De manera apropiada para alcanzar los objetivos de una organización.

Según Clueter Bornor; considera la dirección como: "El considerar los esfuerzos esenciales de aquellos que integran el sistema cooperativo". Se hace notar debido que es l parte esencial y central de la administración, a la cual se debe ordenar los demás elementos. En fin la dirección es guiar a un grupo de individuos para lograr los objetivos de la empresa.

## **Control**

El proceso de determinar lo que se está llevando a cabo, a fin de establecer las medidas correctivas necesarias y así evitar desviaciones en la ejecución de los planes.

Puesto que el control implica la existencia de metas y planes, ningún administrador puede controlar sin ellos. Él no puede medir si sus subordinados están operando en la forma deseada a menos que tenga un plan, ya sea, a corto, a mediano o a largo plazo. Generalmente, mientras más claros, completos, y coordinados sean los planes y más largo el periodo que ellos comprenden, más completo podrá ser el control.

## **Recursos**

Un hecho que hoy en día obliga a las asociaciones es realizar Planeación de Recursos Humanos es la alta tasa de rotación de personal. Esto ha hecho que los procesos de planeación sean considerados como de alto valor para la gerencia puesto que permite elaborar planes contingentes para dar respuesta a la rotación de personal. Así mismo, en busca de disminuir la rotación de personal que trae consigo altos costos de servicio, ha llevado a implementar estrategias de retención de personal como lo es el Empowerment. Sin embargo, es en gran parte la rotación de personal que obliga a realizar la planeación de personal.

### **1.7.Productos y servicios**

En este proyecto se pretende realizar un análisis general sobre los elementos a tener en cuenta en el establecimiento de un plan de negocio para el control de la calidad de los servicios.

Los objetivos que se incluyen en los servicios pueden ser producidos en la entidad o adquirido por esta. Las características evaluadas estarán siempre en función del nivel de influencia que tengan está en la calidad del producto y de la calidad final del servicio, así como de la frecuencia con que esta exhiban no conformidades, en la medida que sean, menor será menos trascendental su verificación.

### **1.8.Fundamentación legal**

Las asociaciones que se dedican a la actividad pesquera deben contar con una amplia biblioteca jurídica y técnica, ya sean estas, leyes, reglamentos, convenios, resoluciones, códigos nacionales e internacionales.

La literatura Jurídica en el Ecuador, las leyes a utilizar son las que emite la Dirección Nacional de Espacios Acuático DIRNEA, que es la entidad encargada de emitir las regulaciones internas para operatividad de las embarcaciones nacionales e internacionales en las costas Ecuatorianas.

Entre las leyes, reglamentos, convenios, resoluciones, códigos nacionales e internacionales podemos mencionas algunas:

**Leyes:**

1. Ley de combustible
2. Ley de Cooperativa
3. Ley de desarrollo Pesquero
4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario año 2011

**Código:**

1. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones año 2011

**Reglamentos:**

1. Reglamento a la Actividad Marítima, etc.

También se deberá tomará en cuenta la regulaciones internacionales que emite la OMI, donde se publican los libros de seguridad de la vida en el mar.

**En lo referente a seguros se trabajará con:**

1. Seguro Campesino (IESS)

A manera de conclusión, creemos que la coyuntura política actual puede ser interesante para efectos de implementar programas de formalización del subsector pesquero artesanal que mejoren sus condiciones laborales y económicas.

Dentro de las normas generales, la más discutida es el Reglamento Especial de la actividad pesquera, norma que señala las artes de pesca permitidas. La pesca de arrastre y el palangre, son arte de pesca no permitido por este Reglamento, lo que ha generado la oposición del sector pesquero y un arduo debate sobre los efectos nocivos de estas artes de pesca.

Con respecto al tipo de comercialización, el artículo 70 del reglamento de la Ley de cooperativas, define a las cooperativas o asociaciones Pesqueras como “las formadas por pescadores, con el objeto de mejorar los sistemas de pesca e industrializar y comercializar en común el pescado”. En tal sentido, las normas legales vigentes otorgan una facultad amplia para realizar la comercialización de la pesca, lo que incluye tanto la venta interna como la exportación, de esta manera no está limitada en este aspecto, pudiendo realizar libremente cualquier tipo de venta interna o externa.

#### **1.8.1. Breve comparación entre el convenio 188 de la OIT y la legislación ecuatoriana.**

### CUADRO N° 5 Legislación Ecuatoriana

C 188		
LEGISLACION NACIONAL		
Artículo	Tema	Principales Artículos
2	Ámbito de aplicación, pesca comercial (Industrial y artesanal), distinguen entre embarcaciones de más de 24 mts. de eslora y embarcaciones menores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artículo 21 y siguientes, Ley de Pesca y Desarrollo pesquero (D.S. N° 497 DE 19-11-74).</li> <li>• Nota: Actualmente la SRP y la DIGMER están trabajando en la reclasificación la flota pesquera nacional.</li> </ul>
8	Responsabilidad del propietario y el capitán o patrón de la embarcación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad solidaria del empleador y sus representantes, entre varios, otros se menciona de manera expresa a los capitanes de barco. (Artículo 36 de la codificación del Código del Trabajo. Suplemento R.O. N° 167 de 16-XII-05).</li> <li>• Responsabilidad de embarcación y salud de tripulantes. Artículos 157 código de Policía Marítima. Suplemento R.O. N° 202 DE 20-VII-60)</li> </ul>
9	Edad mínima 16 años, 15 en ciertos casos.	Edad mínima 15 años, 14 en ciertos casos. Debe modificarse legislación local. (Artículo 134 y siguientes 146, Codificación del código del trabajo)
10, 11 y 12	Examen médico, duración máxima de dos años	Examen médico como requisitos para obtener o renovar matriculas, para personal de tierra cada 2 años, para tripulantes y oficiales cada vez que ascienden. Debe revisar legislación local. (Artículo 106 y siguientes reglamento a la Actividad Marítima. D.E. N° 1069 R.O. n° 278 de 18-III98). Certificado médico IESS con duración máxima dos años, poca cobertura de inspección de legislación laboral ( Artículo 419 al 422 de la codificación del código del trabajo).
14	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotación mínima para buques de más de 24 mts. de eslora.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotación mínima fijada por resolución 107-01 de la DIGMER(R.O. n° 399 de 28-VII-01)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descanso: 10 horas cada 24.77 horas cada siete días.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Horas de descanso y trabajo máximo por semana. Artículos 47 y siguientes de la Codificación del Código del trabajo.</li> </ul>
<b>C 188</b>	<b>LEGISLACION NACIONAL</b>	
Artículo	Tema	Principales Artículos
15 a 20. Anexo II	Contrato escrito. Contenido Mínimo	<ul style="list-style-type: none"> <li>La legislación Nacional (Artículo 18 al 21 del Código del trabajo) exige menos información que la sugerida en el convenio, no se exige la edad, fecha ni lugar de nacimiento del trabajador, ni la descripción de su alimentación o de su cobertura de seguridad social aunque la legislación nacional exige que todo trabajador sea afiliado al IESS.</li> </ul>
21	Repatriación , especificación del puerto de desembarco	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fianza en caso de enganche para trabajar en el exterior(artículo 26 de la codificación del código de trabajo)</li> <li>Prohibición de abandono en puerto distinto al de embarque (Artículo 159 del código de policía marítima).</li> </ul>
22	Remuneración Periódica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tablas sectoriales fijadas por el acuerdo ministerial 000030 del Ministerio de trabajo y Empleo del 10 de marzo del 2005 (R.O. N° 564 DEL 13-IV-05)</li> </ul>
31 al 38	Prevención de riesgos, atención médica, atención de salud y seguridad social.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ley de seguridad Social(R.O. 465 del 30-XI-01)Prevención de riesgo de trabajo(artículo 412 de la codificación del código del trabajo)</li> </ul> <p>Cobertura obligatoria (Salud, riesgos de trabajo, pensiones para todos los pescadores industriales en el caso de los artesanales no incluyen riesgos de trabajo pero se extiende a todos los dependientes del afiliado.</p>

## **1.9.Marco referencial**

En este marco usualmente se explican los conceptos de Plan de Negocio y términos relacionados con el problema que afrontan los pescadores en sus faenas diarias.

El Marco referencial cumple las siguientes funciones:

1. Ayuda a prevenir errores que se han cometido en otros estudios
2. Orienta sobre cómo habrá de llevarse a cabo el estudio.
3. Amplía el horizonte y guía al investigador para que éste se centre en su problema evitando desviaciones del planteamiento original.
4. . Inspira nuevas líneas y áreas de investigación.
5. Provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio.

Estamos conscientes de la enorme complejidad del sector, de las diferencias y desafíos que enfrentan los pescadores en los distintos lugares de pesca. Particularmente en estos tiempos críticos de problemas globales como son los cambios climáticos, la contaminación de las aguas marinas, la seguridad alimentaria o la sostenibilidad de los recursos marino que llevo al gobierno a la eliminación de la Pesca de Arrastre debido a que terminaba en gran parte con las especies del mar.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **2 Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a nuestras interrogantes. El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que utilizamos para generar información exacta e interpretable.

Es decir que la investigación se encuadra en un diseño no experimental, tipo de campo con base documental y nivel descriptivo, permitiendo obtener la mayor información posible sobre cómo influye un plan de negocios en la asociación de pescadores “Los Pargueros” de la parroquia Santa Rosa.

En el estudio de campo se aplica el Método Descriptivo con el objeto de determinar las variables con sus indicadores.

#### **2.1 Modalidad de la investigación**

La modalidad de la investigación es cualitativa, debido al valor prioritario a entender los fenómenos, a partir de una comprensión en un nivel personal de los motivos y creencias que están detrás de las acciones de los pescadores artesanales de la asociación “Los Pargueros” el objeto de la aplicación de esta modalidad es lograr los objetivos planteados en la investigación, se utiliza esta investigación por el motivo que la misma produce datos descriptivos y nos da un conocimiento profundo sobre la dificultad para la gestión comercial de la asociación en mención.

## **2.2 Tipo de investigación**

### **Por el Propósito**

#### **Investigación Aplicada.**

Con el fin de dar solución a los problemas identificados, se emplea en este estudio la investigación aplicada, la misma que se desarrolla mediante un enfoque teórico acerca de un plan de negocios y su efecto en la gestión comercial de la asociación.

### **Por el lugar**

#### **Investigación Documental Bibliográfica**

La investigación documental es una parte esencial de un proceso de investigación científica, constituyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas. Recurrimos a periódicos peninsulares en donde informan el estilo de vida que tienen los pescadores dentro del puerto pesquero y de sus faenas laborales, teniendo como finalidad resultados que servirán como base para el desarrollo del plan de negocio. Como también mejorar la gestión empresarial que involucra etapas como la planificación, la organización, comunicación, y control.

#### **Investigación de Campo**

Con esta investigación nos orientamos al estudio sistemático de los hechos que se producen dentro del puesto pesquero de Santa Rosa.

El estudio sistemático que orienta el desarrollo de la investigación es el siguiente:

- ¿Cuál será el marco teórico en el que se fundamentará el estudio?

- ¿De qué manera ha aportado a la actividad social, comercial y económica en la asociación?
- ¿Cuál será el rol de la administración local en la gestión comercial?
- ¿Se podrá realizar el emprendimiento comercial en la asociación “Los Pargueros”?
- ¿Los asociados estarán interesados en formar del plan de negocio?

### **Investigación Descriptiva**

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de los pescadores, consumidores y comerciantes. Seleccionamos los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa para luego analizarlos los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

## **2.3 Métodos de la investigación**

### **Método Analítico**

En este estudio se analizan las variables no independientes, se examina las causas y los efectos, así tenemos que al diseñar un plan de negocios para la asociación de pescadores “Los Pargueros” se logrará mejorar la gestión comercial que beneficie a sus asociados.

## **2.4 Técnicas de investigación**

### **La entrevista**

Nos orientamos un puente de comunicación que posibilite el diálogo franco entre ambas partes, obteniendo información con respuestas verbales de un grupo de personas que han participado en la conformación de asociaciones y por lo tanto conocen el acontecimiento, recurriendo a la entrevista.

### **La Encuesta**

Es una técnica que a través de preguntas se va a recabar información acerca de las variables, medir opiniones, conocimientos y actitudes de las personas. La información que se obtenga será de gran utilidad para relacionar las variables. La encuesta cubrirá una parte de la población, por lo tanto será una encuesta muestral. Realizaremos encuestas a la asociación, a los consumidores y comerciantes. (Anexo I, II;III)

## **2.5 Instrumentos de la investigación**

### **Guión de Entrevista**

Las entrevistas serán estructuradas, seleccionando el tipo de acuerdo a:

- El conocimiento que el entrevistador tenga del tema.
- La experiencia del entrevistado.
- Número de entrevistas que se requiere hacer.
- Naturaleza de la información que se desea obtener

## 2.6 Población y muestra

### Universo (Población)

Universo, es la totalidad de unidades de análisis a investigar, que por su similitud de características son miembros de un grupo particular o, que en lo posible reúna todas las características de la población, el universo a estudiar son las 130 asociadas que se dedican a la pesca artesanal dentro del Puerto de Santa Rosa del Cantón Salinas.

**CUADRO N° 6 Población y Muestra**

POBLACIÓN	CANTIDAD	TIPO DE INVEST.
Pescadores Asociados	130	Encuesta aplicada a todos los asociados
Comerciantes	40	Inv. No Probabilístico
Consumidores	1000	Inv. Aleatorio Simple
Autoridades del CFN y Banco	2	Entrevistas
Presidentes Asociados	3	Entrevistas

**Fuente:** Datos del universo o población para determinar el muestreo.

**Elaborado por:** Ana Panchana

### **2.6.1 El Muestreo**

Se escogió para realizar la encuesta a los asociados, comerciantes, pescadores independientes, autoridades del CFN y Banco del Fomento para realizar la entrevista. Se aplica la muestra probabilística, con el muestreo aleatorio simple.

Simbología:

$n$ = tamaño de la muestra

$N$ = universo

$p$ = Posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis.

$q$ = Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis.

$e$ = error admisible.

$K$ =Dónde:

**CUADRO N° 7 Formula**

<b>ASOCIADOS</b>		<b>CONSUMIDORES</b>
$n = \frac{N(p, q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$		$n = \frac{N(p, q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$
$n = \frac{130 (0,5,0,5)}{(130 - 1)(0,05/2)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$		$n = \frac{1000 (0,5,0,5)}{(1000 - 1)(0,05/2)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$
$n = \frac{130(0,5,0,5)}{(129) 0,000625 + 0,25}$		$n = \frac{1000(0,5,0,5)}{(999) 0,000625 + 0,25}$
$n = \frac{32,5}{0,330625}$		$n = \frac{250}{0,874375}$
<p>n= 98</p> <p>La muestra logra una representación adecuada del numero de encuesta q se realizará a los asociados que son la base importantes para la investigación e la implementación del plan de negocio a la asociación.</p>		<p>n= 285</p> <p>Los datos para esta encuesta darán como finalidad conocer los aspectos de consumo de la población.</p>
Comerciantes	40	10 encuestas se realizaran a comerciantes

**Fuente:** Fórmulas del Muestreo  
**Elaborado por:** Ana Panchana

## **2.7 Procedimientos y procesamiento de los datos**

### **Procedimientos**

El procedimiento de la investigación estará compuesto por los siguientes indicadores:

- 1) Esquematación de la estrategia de investigación.
- 2) Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
- 3) Definición de las variables de interés.
- 4) Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
- 5) Discusión de los instrumentos utilizados para el estudio.
- 6) Recolección de datos.

### **Procesamiento**

- 1) Organizar los datos diagnosticados.
- 2) Tabulación de datos.
- 3) Elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.
- 4) Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.
- 5) Interpretación de datos
- 6) Formulación de las conclusiones.
- 7) Planteamiento de las recomendaciones.
- 8) Finalmente la elaboración de la propuesta.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Análisis de los resultados**

#### **3.1 Entrevistas y análisis de los resultados de la entrevista**

Se procedió a las entrevistas, mediante un test de preguntas por la investigadora, referente al tema Plan de Negocios para la Asociación de pescadores “Los Pargueros”, de la Parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2013

#### **Análisis:**

Con la preguntas realizadas a los entrevistados obtenemos como información que existe entre 60 a 350 pescadores asociados en las diferentes asociaciones dentro del puerto pesquero, la mitad tienen embarcaciones propias, hay pescadores que entregaron los requisitos para pertenecer a las distintas asociaciones que existen dentro del puerto de Santa Rosa.

En el puerto de Santa Rosa hay aproximadamente 4000 pescadores, no todos pertenecen a dichas asociaciones y cooperativas, motivo por el cual son mínimos los que tienen un respaldo y ayuda del gobierno.

Son pocas capacitaciones que tienen los pescadores para que administren su dinero de la mejor manera posible, mientras que los dos presidentes de las asociaciones han realizado solo proyectos para obtener beneficios, pero no tienen conocimientos de lo que es un plan de negocio. Por este motivo son escasos los

conocimientos para acceder a créditos, al momento de acercarse en algunas de las instituciones financieras.

Las instituciones públicas y privados brindan apoyo al sector pesqueros, muchos de los programas de financiamiento para el fomento de dicho sector va dirigido para la comercialización, producción y servicios

Los entrevistados manifestaron que en el sector pesquero no hay estabilidad, debido a que los tripulantes no son estables, porque cuando no hay pesca los propietarios de las embarcaciones obtienen pérdida, los pescadores trabajan o se cambian a otras embarcaciones para no ser descontando de su próxima faena, motivo por el cual las instituciones financieras los tienen como sector vulnerable.

Es importante y primordial que exista un plan de negocio en el sector pesquero, porque así estarían mejor organizados y contarían con un respaldo para beneficiarse de los proyectos que tiene el gobierno e instituciones privadas.

El documento será un respaldo que tendrán los pescadores para realizar todo trámite y llevar a cabo el proyecto.

### 3.2 Análisis estadísticos de los resultados de la encuesta

#### 3.2.1 Datos de las encuesta para los asociados

**CUADRO N° 8 Datos de los encuestados**

<b>1. Edad de Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”</b>		
<b>Años</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
17 a 20	16	16%
21 a 30	17	17%
31 a 40	33	34%
41 a 50	17	17%
51 a 60	12	12%
61 a 70	3	3%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

**GRAFICOS N° 2**Datos de los encuestados



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

Como se puede observar en el gráfico, la población de los asociados “Los Pargueros”, encuestadas, tienen entre 17 a 62 años de edad, que se dedican a la labor de la pesca artesanal. Muchos de ellos empiezan desde muy temprana edad a las faenas pesqueras, dejando a un lado sus estudios escolares. Como observamos un pescador tiene una edad límite, y no obtienen ninguna clase de seguro que le sirva como ayuda al momento de llegar a la mayoría de edad.

### CUADRO N° 9 Estado Civil

2. Estado Civil Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”		
Estado Civil	Resultado	Porcentaje
Casado	42	43%
Unión Libre	40	41%
Divorciado	4	4%
Viudo	3	3%
Soltero	9	9%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

### GRAFICOS N° 3 Estado Civil



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

Con la información recopilada, se determinó que el 43% de los asociados es de estado civil casado, seguido por el 41% en Unión libre, variándose el porcentaje con un valor mínimo como el caso de divorcio, viudo y soltero.

La mayoría de los asociados tienen familias para mantener, por el cual el dinero que ganan en la pesca no les alcanza para sus gastos, desde allí ya tiene necesidad y empiezan a llevar a sus niños a temprana edad a las faenas de pesca.

### CUADRO N° 10 A qué se dedica

3. ¿Desde hace cuánto tiempo Ud. Se dedica a la faena de Pesca?		
Rango(años)	Resultado	Porcentaje
5 a 10	16	16%
11 a 20	30	31%
21 a 30	24	24%
31 a 40	19	19%
41 a 50	9	9%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

### GRAFICOS N° 4A qué se dedica



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

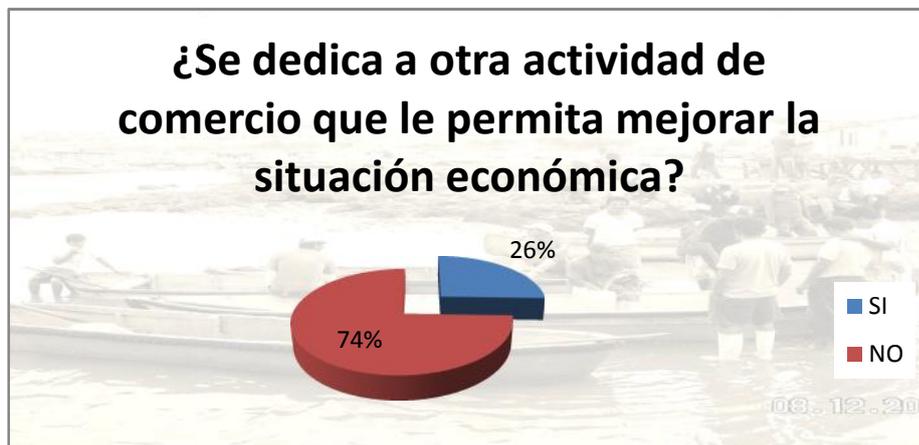
El 31% de los asociados se dedican a la pesca desde hace 11 a 20 años, es decir que empezaron desde muy pequeños realizando esta labor, mientras que el 24% tienen entre 21 a 30 años realizando esta actividad. Decidieron trabajar en este sector por encontrarse viviendo cerca del puerto pesquero. Muchos de ellos le gusta la vida del mar, por el cual decidieron convertirse en pescadores.

#### CUADRO N° 11 Que otra actividad

4. ¿Se dedica a otra actividad de comercio que le permita mejorar la situación económica?		
Alternativas	Resultado	Porcentaje
SI	25	26%
NO	73	74%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “os Pargueros”

#### GRAFICOS N° 5 Que otra Actividad



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

Los asociados ante está interrogantes, respondieron un 74% que no se dedican a otra actividad para mejorar la situación económica, mientras que el 26% de asociados tienen sus propios negocios para poder ayudarse económicamente como por ejemplo: farmacias, tiendas entre otros.

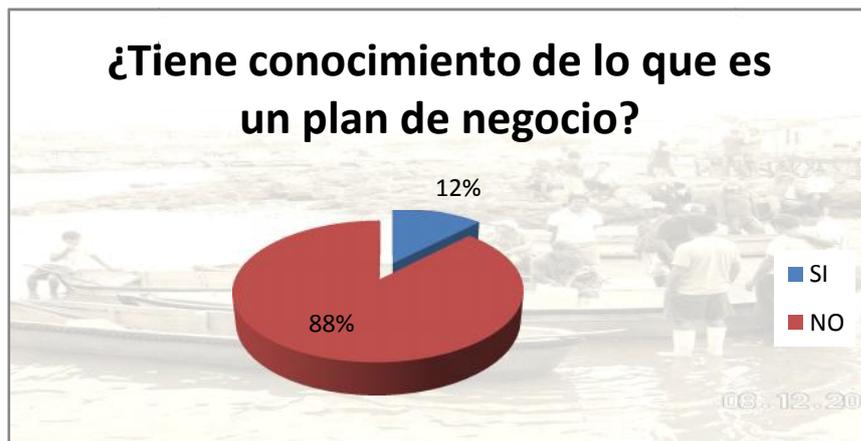
Son pocos los pescadores que se organizan para abrir su propio negocio para que le sirva de ayuda en su hogar.

### CUADRO N° 12 Conoce un Plan de negocio

5. ¿Tiene conocimiento de lo que es un plan de negocio?		
Alternativas	Resultado	Porcentaje
SI	12	12%
NO	86	88%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

### GRAFICOS N° 6 Conoce un plan de negocio



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

Los Asociados un 88% respondieron que no tienen ninguna clase de conocimiento de lo que es un plan de negocio, debido a que nadie se han dirigido a ellos para capacitarlos y estar mejor organizado, mientras que un 12% respondieron que tienen idea porque realizaron trámites para beneficiarse de un crédito que les otorgó la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO N° 13 Recibe capacitación**

<b>6. ¿Ha recibido capacitación sobre cómo comercializar los productos que Ud. pesca?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	22	22%
NO	76	78%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

**GRAFICOS N° 7 Recibe capacitación**



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

La educación y el aprendizaje, son valores fundamentales que el ser humano debe apreciar, porque es de mucha importancia para mejorar el conocimiento en la formación profesional, pero referente al tema que interesa el 78% de los asociados respondió que no han recibido capacitación alguna sobre la comercialización, mientras que un 22% si se capacitaron a través de la municipalidad del cantón Salinas. Es necesario que las autoridades pertinentes tomen en cuenta a este sector por ser unos de los sitios que generen ingresos económicos a todo el país.

**CUADRO N° 14 Dispone de dinero**

7. ¿Cuánto dispondría de dinero para mejorar su negocio de pesca?		
Rango(dinero en dólares)	Resultado	Porcentaje
20 a 40	36	37%
41 a 60	41	42%
61 a 80	16	16%
81 a 100	5	5%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

**GRAFICOS N° 8 Dispone de dinero**



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

Un 42% de los asociados aportaría entre 41 a 60 dólares que correspondería a 1581 dólares, un 37% aportaría entre 20 a 40 dólares será un total de 920 dólares, un 16% aportaría entre 61 a 80 dólares un total de 1.090 dólares, mientras que el 5% de los asociados entre 81 a 100 dólares un total de 355 dólares. Como podemos observar los asociados si estarían dispuestos a aportar dinero de sus ingresos, cabe recalcar que los valores se recaudarán mensualmente.

### CUADRO N° 15 Tiene apoyo económico

8. ¿Cuentan con algún tipo de apoyo económico pública o privado?		
Alternativas	Resultado	Porcentaje
SI	40	41%
NO	58	59%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

### GRAFICOS N° 9 Tiene apoyo económico



Fuente: Pescadores de la Asociación “Los Pargueros”

Con la información que dieron los resultados a través de la encuesta, un 59% de los asociados no constan con ningún apoyo de instituciones pública ni privado, mientras que un 40% se beneficiaron a través de un crédito que le otorgó la CFN, que aún están en proceso de pago. La mayoría de las instituciones son consideran a los pescadores como sector vulnerable, debido al riesgo que tiene tienen alta mar.

### 3.2.2 Datos de las encuesta para los comerciantes

**CUADRO N° 16** Principal actividad económica

<b>1. ¿Considera Ud. que la pesca es la principal actividad económica en el Cantón Salinas?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

**GRAFICOS N° 10** Principal actividad económica



Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

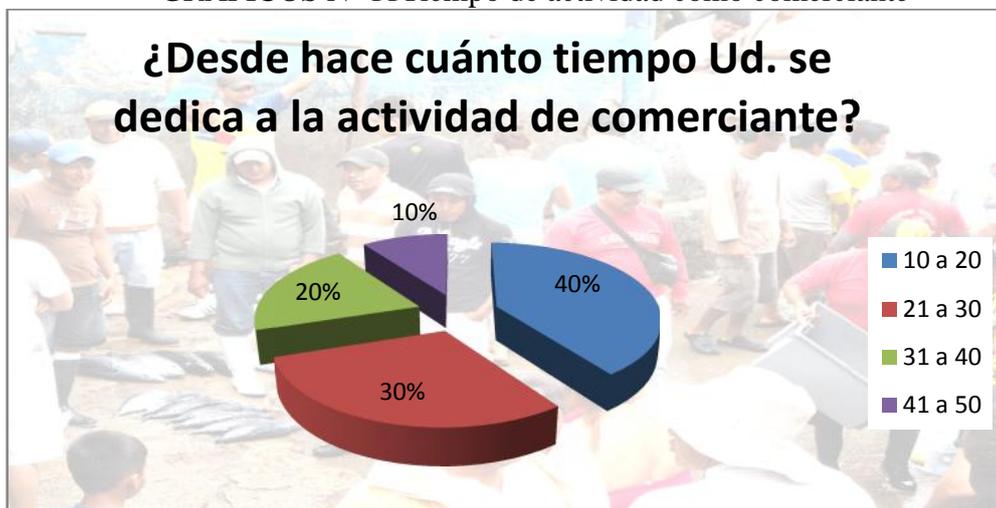
Un 100% los comerciantes manifestaron que gran parte de la actividad económica lo genera la pesca, si no hay pesca no hay fuentes de ingreso para la península. La mayoría tiene conocimiento que la pesca generan buen ingreso económico pero en su mayoría son explotados por comerciantes. Motivo por el cual son bajos los ingresos de los pescadores

**CUADRO N° 17 Tiempo de actividad como comerciante**

<b>2. ¿Desde hace cuánto tiempo Ud. se dedica a la actividad de comerciante?</b>		
<b>Rango(años)</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
10 a 20	4	40%
21 a 30	3	30%
31 a 40	2	20%
41 a 50	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

**GRAFICOS N° 11 Tiempo de actividad como comerciante**



Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

Un 40% de los comerciantes se dedican a esta actividad entre 5 a 10 años, un 30% entre 15 a 20 años, un 20% entre 25 a 30 años y un 10% se dedica entre 35 a 40 años en la labor de comerciantes.

Los pescadores como los comerciantes desde temprana edad se dedicaron a la actividad pesquera, los comerciantes tienen un mejor ingreso que un pescador.

### CUADRO N° 18 Opinión de la organización de pescadores

3. ¿Considera Ud. que es conveniente que los pescadores se organicen comercialmente?		
Alternativas	Resultado	Porcentaje
SI	9	90%
NO	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

### GRAFICOS N° 12 Opinión de la organización de pescadores



Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

Un 90% de los comerciantes indicaron que si es conveniente que los pescadores se organicen comercialmente para que ellos tengan un mejor desenvolvimiento en la actividad de la pesca y puedan tener un apoyo económico. Mientras que un 10% respondieron no porque para ellos sería como competencia. También comentaron que es bueno se unan los comerciantes para realizar sus propios proyectos y empezar con otra actividad de trabajo que le generen ingresos.

**CUADRO N° 19 Ventas de pescado en libras**

<b>4. ¿Cuántas libras de pescado venden mensualmente?</b>		
<b>Rango(libras)</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
100,000 a 200,000	2	20%
200,001 a 300000	1	10%
300,001 a 400,000	3	30%
400,001 a 500000	2	20%
500,001 a 600,000	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

**GRAFICOS N° 13 Ventas de pescado en libras**



Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

Un 30% de los comerciantes venden entre 300.000 a 400.000 libras mensuales, mientras que el resto de comerciantes que representa un 20% y 10% vende las cantidades en libras tal como observamos en el gráfico.

Como observamos dentro del puerto pesquero se comercializa en gran cantidad al pescado, cabe recalcar que los pescadores reciben una mínima cantidad.

**CUADRO N° 20 Libras de pescado comprado directamente a los pescadores**

<b>5. ¿De las libra que mensualmente comercializa, cuántos les compran a los pescadores de Santa Rosa?</b>		
<b>Rango (%)</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
100%	5	50%
90%	3	30%
80%	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes del Puerto de Santa Rosa

**GRAFICOS N° 14 Libras de pescado comprado directamente a los pescadores**



Fuente: Datos de la encuesta de los comerciantes

Un 50% de los comerciantes compran directamente a los pescadores de la asociación, mientras que un 20% y 30% compran a los intermediarios.

Dentro del puerto, el pescado tiene que pasar por cinco manos de comerciante, motivo por el cual llega al consumidor final con un precio muy alto y con poca calidad debido a los distintos manipuleos que tiene el producto.

### 3.2.3 Datos Estadísticos de las encuesta para los consumidores

CUADRO N° 21 Libras que adquieren los consumidores

1. ¿Cuántas libras de pescado compra Ud. para el consumo semanal?		
Rango(libras)	Resultado	Porcentaje
2 a 4	68	24%
5 a 7	55	19%
8 a 10	66	23%
11 a 13	42	15%
14 a 16	54	19%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

GRAFICOS N° 15 Libras que adquieren los consumidores



Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

Un 24% de los consumidores consume entre 2 a 4 libras de pescado semanal, mientras que un 23% entre 8 a 10 libras de pescado, como podemos observar en el gráfico durante la semana los consumidores tienen en sus hogares como alimento principal de consumo al pescado.

Esta información nos da a conocer que el pescado es un alimento vital y de consumo masivo en la Provincia de Santa Elena.

**CUADRO N° 22 Especies q se consume frecuentemente**

<b>2. ¿Qué tipo de pescado consume con más frecuencia?</b>		
<b>Rango(tipo de pescado)</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Dorado	60	21%
Albacora	48	17%
Bonito	34	12%
Picudo	32	11%
Pargo	53	19%
Varios	58	20%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

**GRAFICOS N° 16 Especies q se consume frecuentemente**



Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

El 21% de los consumidores prefieren el dorado, un 20% consume varios tipos de pescado, un 19% consume pargo, un 17% consume albacora, un 12% consume bonito y un 11% consume picudo.

En tiempo de feriado los turista prefieren el pescado por filete, pero dentro del cantón los consumidores prefieren alimentarse con las distintas variedades de pescado.

**CUADRO N° 23** Opinión de los consumidores por la organización de los pescadores

<b>3. ¿Considera Ud. que es conveniente que los pescadores se organicen comercialmente?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	239	84%
NO	46	16%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

**GRAFICOS N° 17** Opinión de los consumidores por la organización de los pescadores



Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

Un 84% respondieron que si es conveniente que los pescadores se organicen, para así poder estabilizar los precios del pescado y brindar un buen servicio a los consumidores locales y turistas.

Y evitar que suban al pescado en precios, existirá un mejor control. Además el pescador mejorará sus ingresos económicos y gozará de muchos beneficios

**CUADRO N° 24 Libras que compra los consumidores a los pescadores**

<b>4. ¿De las libra que mensualmente comercializa, cuántos les compran a los pescadores de Santa Rosa?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Supermercado	38	13%
Mercado de la localidad	102	36%
Otro (puerto de Sta. Rosa)	145	51%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

**GRAFICOS N° 18 Libras que compran los consumidores a los pescadores**



Fuente: Consumidores de la Parroquia Santa Rosa

Un 51% de los consumidores compran directamente al puerto de Santa Rosa, debido a que los pescados se encuentran más fresco, mientras que el 36% compran pescado en el mercado de la localidad y un 13% compran en los supermercados.

Los consumidores prefieren un pescado fresco y de buena calidad.

También buscan variedades del producto.

## **Conclusiones**

Los resultados de las encuestas dieron a conocer que los pescadores son personas que carecen de apoyo financiero y capacitación. Están necesitados de asistencia técnica que les ayude a convertirse en asociaciones organizadas, sostenibles y por ende a mejorar sus condiciones de vida.

Los consumidores necesitan un servicio de calidad y precios que estén a su alcance económico.

De acuerdo con la información podemos concluir que la actividad pesquera es un negocio que da buenos ingresos, y obtener provecho de esta actividad debe estar bien estructurado con estrategias de ventas bien establecidas, donde tiene muy en claro el objetivo de continuo crecimiento, innovando lo ya establecido en su mercado, esto gracias al excelente desempeño como líder por parte del pescador que desde el inicio del negocio se deben plantear metas que se verán reflejadas en su centro de acopio.

## **Recomendaciones**

Es necesario la formación integral de los pescadores en aspectos y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, y aprendizaje permanente.

En tiempo de feriado los pescadores realcen ferias para que puedan vender sus productos.

Los comerciantes deben implementar estrategias nuevas para que emprendan nuevos negocios

Para los consumidores ofrecerles producto de calidad sin mucho manipuleo del mismo.

## **CAPÍTULO IV**

### **Propuesta del Plan de negocio**

#### **4 Situación actual**

La pesca y la acuicultura representan para Ecuador dos medios productivos potencialmente importantes y una alternativa de diversificación por su gran potencial para incrementar la oferta alimenticia y la generación de trabajo, promover al mercado interno y las exportaciones e inducir el desarrollo de varias zonas del país.

Al hablar de la flota pesquera ecuatoriana, debemos hacer una distinción entre el subsector pesquero e industrial, ya que la realidad de los mismos son muy distintas en numerosos aspectos.

Sin ánimo de generalizar podemos anotar en términos habituales que el subsector pesquero artesanal opera de una manera poco formal, no existe control por parte de las autoridades competentes, como es la falta de cumplimientos de las regulaciones nacionales e internacionales relacionadas con el equipamiento y procedimiento de seguridad laboral, condiciones adecuadas de trabajo, capacitación a los pescadores, entre otros. Siendo el común denominador una muy arraigada resistencia al cambio.

Santa Rosa, ubicado a diez minutos del balneario de Salinas, de la provincia de Santa Elena, cuenta en la actualidad con 4.000 pescadores artesanales y 1000 embarcaciones registradas, de las cuales 900 están operativas.

El descuido y falta de progreso se debe a que no existen políticas de Estado para el sector, ya que el pescador artesanal no cuenta con ningún tipo de capacitación, ni para invertir su dinero, ni para administrarlo, tampoco se le ha explicado cuáles

son las especies aptas para comercializar, de qué tamaños y cuáles devolver al agua para no perjudicar la producción.

En Santa Rosa se comercializan 100 toneladas diarias de pescado en un día normal, pero cuando la faena es fuerte puede llegar a las 600, según los pescadores, lo que hace necesario mejorar las condiciones de la zona para poder entrar en el proceso de trazabilidad exigido por los mercados europeos. Son muchas las necesidades en este sector, las cuales son falta de créditos, capacitación y seguridad ya que son asaltados en las noches, perdiendo no solo el trabajo de ese día sino sus embarcaciones y los motores.

#### **4.1. Características de la pesca artesanal.**

Los pescadores de la asociación “Los Pargueros” realizan su pesca con implementos rústicos, hasta cierto punto o mecanizados, cuya finalidad es la alimentación y soporte de un núcleo familiar, y fines de comercio a pequeñas escalas (cooperativas pesqueras artesanales) en este tipo de pesca pueden incluirse tanto peces, moluscos y crustáceos. En el área de peces, los implementos más utilizados son canoas, pangas con remos o motores fuera de borda, redes, sedales, boyas.

La flota pesquera de la asociación “Los Pargueros” está compuesta fundamentalmente por dos tipos de embarcaciones: botes y lanchas.

##### **Botes**

Es una embarcación que no posee cubierta, con doble proa o popa de espejo y en algunas ocasiones una pequeña caseta o un castillo de pro, que tienen una eslora

total entre 4 y 10 mts, con un promedio de 7 mts. La propulsión puede ser mediante un motor interno, motor fuera de borda, remo o vela. El material de construcción es comúnmente la madera, con algunas embarcaciones recientes fabricadas en fibra de vidrio.

GRAFICOS N° 19 Botes para realizar las faenas de pesca



### **Lanchas**

Esta embarcación se caracteriza por tener cubierta corrida, caseta de comando, acomodaciones para la tripulación y ser propulsada por un motor interno. En la actualidad existe una gran variedad de diseños construidos en materiales como madera (el más importante), acero y fibra de vidrio.

El rango de esloras de estas embarcaciones es de 8 a 18 mts (máximo consentido para unidades artesanales), con un promedio aproximado de 15 mts. Sin embargo, se debe destacar, se debe destacar que desde 2008, con la nueva Ley de Pesca, que incrementó el límite de las embarcaciones consideradas artesanales de 15 a 50 TGR, existe una tendencia a construir embarcaciones de 17 a 18 mts, para incrementar la seguridad.

GRAFICOS N° 20 Lanchas para realizar las faenas de pesca



#### **4.1.1 Actividad de pesca.**

La faena de pesca se inicia en las tardes. Se preparan las artes de pesca y las lanzan, colocan los mecheros para que alumbren y cada uno los pueda identificar fácilmente. Dentro de la tripulación van de 4 a 5 personas; mientras arreglan sus utensilios de captura van poniendo el carbón para colocar las ollas e iniciar la cocción de los alimentos que consumirán en la noche. Luego lanzan el trasmallo o el arte de pesca que piensen utilizar. Cuando ven que la boya está en movimiento se ha iniciado la pesca.

Empiezan a recoger el pescado y en horas de la mañana revisan el producto de la noche y hacen una evaluación de los pescados, los tripulantes acuerdan si retornan o se quedan otro día, si deciden mejorar sus ganancias empiezan a buscar las carnadas para retomar la actividad y estar de vuelta a su puerto a las 10 de la mañana, con la esperanza de regresar con el sustento diario para sus familias y con los implementos completos sin ser atacados por los piratas que rondan en los momentos de soledad de los pescadores.

Un pescador puede fácilmente obtener un salario diario de 700 dólares de los cuales, deduciendo los gastos y repartiendo el dinero entre las personas que lo acompañaron, obteniendo como utilidad entre \$250 a 300 dólares diarios, haciendo esta misma labor cada tres días.

“El pescador genera buenos ingresos pero nunca se ve el progreso, puesto en su formación cultural, no les enseñaron que deben ahorrar; si damos una mirada al entorno, lo que más rodea la zona son bares, que hoy en día mucha de estos lugares han cambiado su infraestructura para poder obtener un permiso y funcionar, los pescadores terminan de trabajar y se dirigen a estos lugares quedando allí el esfuerzo de toda una noche”.

Este es un puerto muy libre, no hay monopolios, el pescado se lo lleva el cliente que pague más, deberían estar en mejores condiciones, pero no hay capacitación, ni guía que les ayude a mejorar económicamente ni su nivel de vida.

#### **4.1.2 Realidades, perspectivas de los pescadores asociados y la pesca artesanal en el puerto de Santa Rosa**

Al respecto, es importante destacar que de los casi 100 millones de toneladas de pescado y de otras especies marinas que se producen anualmente en la Provincia, más del 70% proviene del puerto de Santa Rosa, y que la pesca artesanal genera más de la tercera parte del producto destinado al consumo humano directo, genera trabajo y alimentación miles de trabajadores artesanales conjuntamente con sus familias.

Es necesario multiplicar los esfuerzos para identificar estrategias y las modalidades operativas más apropiadas con miras a lograr la realización de políticas y planes de negocio eficaces para el desarrollo de la asociación.

### **Análisis del contexto de la actividad pesquera**

La pesca en nuestra región es una actividad social y económicamente importante. Dentro del contexto social, la pesca sustenta la dieta de aproximadamente el 90% de la población caleña y el 70% de la población de las ciudades aledañas. Los volúmenes globales de extracción pesquera han sido calculados en alrededor de 60,000 toneladas, conformados por la pesca comercial (30%) y la pesca de sostenimiento (70%); esta última corresponde a aquella realizada por los pobladores de los caseríos asentados dentro de la parroquia de Santa Rosa

#### **4.1.3 Panorama económico sectorial**

Según pronósticos estadísticos del el panorama económico del sector continuará siendo alentador en la medida que se mantengan las condiciones que favorecen la abundancia y diversidad natural de los recursos microbiológicas para el consumo humano. Se considera que los mercados regionales, nacionales e internacionales son capaces de absorber la producción de recursos microbiológicas provenientes del medio natural y de la acuicultura, se debe divulgar las bondades de la explotación racional de los recursos pesqueros naturales y de su producción a través de procesos acuícolas, como un medio para la generación de empleo y de riqueza.

También se ha demostrado que la pesca comercial para consumo humano en la región genera una cantidad importante de dinero, estimada en 4.000 dólares, además de constituir la principal fuente proteica de consumo para la población.

#### **4.1.5 Plan de negocios**

El plan de negocios posibilita a través de un documento reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer parámetros generales para ponerlo en marcha. En el documento se establece la naturaleza del negocio, los objetivos de la asociación y las acciones que se requieren para alcanzar dichos objetivos.

La experiencia de redactar este plan de negocio es similar a la construcción de un edificio bloque por bloque. En cada parte de la construcción se deben tomar buenas decisiones que permitan mejorar la situación actual de la asociación “Los Pargueros”, donde detallarán la información relacionada con los recursos humanos, las propuestas estratégicas, los planes comerciales, la forma de operar y los aspectos financieros para convertir las ideas en negocios.

#### **4.1.6 Implementación del plan de negocios**

Dentro del plan de negocio se tomara en cuenta un programa de comercialización de los productos pesqueros y la educación de la sociedad para el consumo.

Maximizar la eficiencia en los procesos de comercialización a nivel provincial de productos pesqueros, mediante el establecimiento y fortalecimiento de una adecuada infraestructura, la implantación de normas técnicas, la obtención de información oportuna y confiable sobre el comportamiento de la oferta, la demanda y los precios.

#### **4.1.7 Capacidades a Fortalecer**

Este plan de negocios busca fortalecer las siguientes capacidades:

- La capacidad de entender la importancia de planificar antes de iniciar una nueva actividad dentro de la asociación.
- La capacidad de saber en qué momento se debe elaborar un plan de negocios.
- La capacidad de utilizar e plan de negocio dentro de la asociación, una vez que se ha aprobado por los pescadores.
- La capacidad de encontrar formas de información eficientes para los pescadores.

#### **4.1.8 Por qué es útil la elaboración de un plan de negocios para los pescadores de la asociación**

Es un valioso instrumento que servirá para reflexionar sobre los asuntos críticos de los pescadores, también podemos decir que será útil para explicar el negocio a los socios, tomando en consideración las circunstancias que se presentan diariamente en el Ecuador, como el caso de la eliminación de la pesca de arrastre que afectará a cientos de pescadores que se dedican a la comercialización de las especies que atrapan en esta actividad de pesca.

**Dentro de este plan de negocio debemos responder las siguientes preguntas:**

¿Cuáles son las necesidades u oportunidades que se pretenden atender con el plan de negocios?

¿Cuáles son los objetivos de la asociación y de qué manera van a lograrlos?

¿Cuál es el mercado Objetivo?, ¿Cómo es la estructura del mercado (¿hay muchos participantes?, ¿hay sustitutos?)?

¿Cuáles son los canales de distribución definidos para llegar a los clientes?

¿Cuál es la política de precios de los productos? ¿Cuáles son las estimaciones de ingresos?

¿Cuál es la estructura Funcional del negocio? ¿Quiénes son los principales dirigentes que pueden asegurar el éxito del proyecto?

¿Cuál es la rentabilidad esperada del proyecto? ¿Cuáles son las necesidades del financiamiento del mismo?

#### **4.1.9 Impacto Ambiental**

Además del beneficio económico también está el aporte al medio ambiente. "Estamos tratando de cuantificar la cantidad de residuos que tiene la actividad pesquera, para saber qué grado de contaminación se provoca al ambiente. Normalmente lo que no se utiliza de un pescado, se tira nuevamente al mar".

Según un estudio que se realizó en Puerto Santa Rosa en el 2011, se estimó que aproximadamente se estarían pescando unas 1000 o 2000 toneladas de pescado por año. Lo que significa que en total "son unas 1000 a 2000 toneladas de pescado en el puerto. Si generalmente de una pieza se tiran cabeza y tripas (representan un 90 por ciento), se tendrían unas 1300 toneladas de desechos por año que podrían ser utilizadas y al mismo tiempo se dejaría de contaminar".

## **4.2 Idea de negocio**

La Asociación los “Parqueros” venderá toda clase de peces tales como: pargo bonito, Perela, albacora, dorado, brujito, blanco, picudo, roncadador, entre otros, por libras y al por mayor y menor

### **4.2.1 Clave del éxito**

- Compromiso de los socios con la calidad y cantidades de productos requeridos para el Centro de Acopio, así como a aplicación de las prácticas sostenibles de extracción y comercialización.
- Capacitación, tanto en las artes de pesca como en las actividades de comerciantes.
- Comunicación abierta y constantes con los grupos de interés en el Cantón Salinas.

### **4.2.2 Valores y Cultura**

La cultura corporativa es el conjunto de creencias, valores, actitudes y normas que regulan la vida de una organización.

Cada Organización tiene su cultura fundamentada en el propósito de la Asociación, el mismo que se basa en el pensamiento estratégico conducente al cambio, a aceptar sus objetivos, a dar un giro a la asociación y hacer que el personal o asociado contribuya con su trabajo hacia el cumplimiento del propósito.

La cultura no se puede dar sin valores. Los valores son el conjunto de creencias, ideas o conceptos que se utilizan como puntos de referencias internos para dirigir o moderar sus comportamientos.

Los valores con los que el negocio se desarrolla son:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Limpieza
- Calidad
- Precio Justo
- Liderazgo
- Apoyo Comunitario

#### **4.2.3 Misión**

Contribuir con el desarrollo de la asociación, fortaleciendo la comercialización y brindar un servicio con calidad, teniendo en cuenta los productos para la buena alimentación y nutrición de los clientes, ofreciendo excelente comodidad a los usuarios y desarrollo al sector.

#### **4.24 Visión**

La Asociación “Los Pargueros”, estará enfocado en ser líder en servicio de comercialización de pescado para todos los usuarios contando con proyección de

expansión en la Provincia de Santa Elena, siendo competitivos con una alta calidad de productos y servicios para satisfacer a todos los consumidores.

#### **4.2.5 Objetivo General**

Diseñar un plan de Negocio para la Asociación “Los Pargueros” de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Salinas, identificando escenarios y estrategias posibles que generen en el mercado, la comercialización de los productos y organización de los pescadores.

#### **4.2.6 Objetivo Específico**

- Diagnosticar la situación actual de la Asociación y su entorno, identificando las mejores oportunidades del mercado y facilitando la toma de decisiones.
- Establecer la rentabilidad de la actividad de pesca.
- Mejorar los ingresos económicos de los asociados con estrategias de comercialización de los productos.
- Diseñar mejores formas de distribución de los productos a los distintos mercados dentro del país.

#### 4.2.7 Análisis de Involucrados en el Plan de negocio

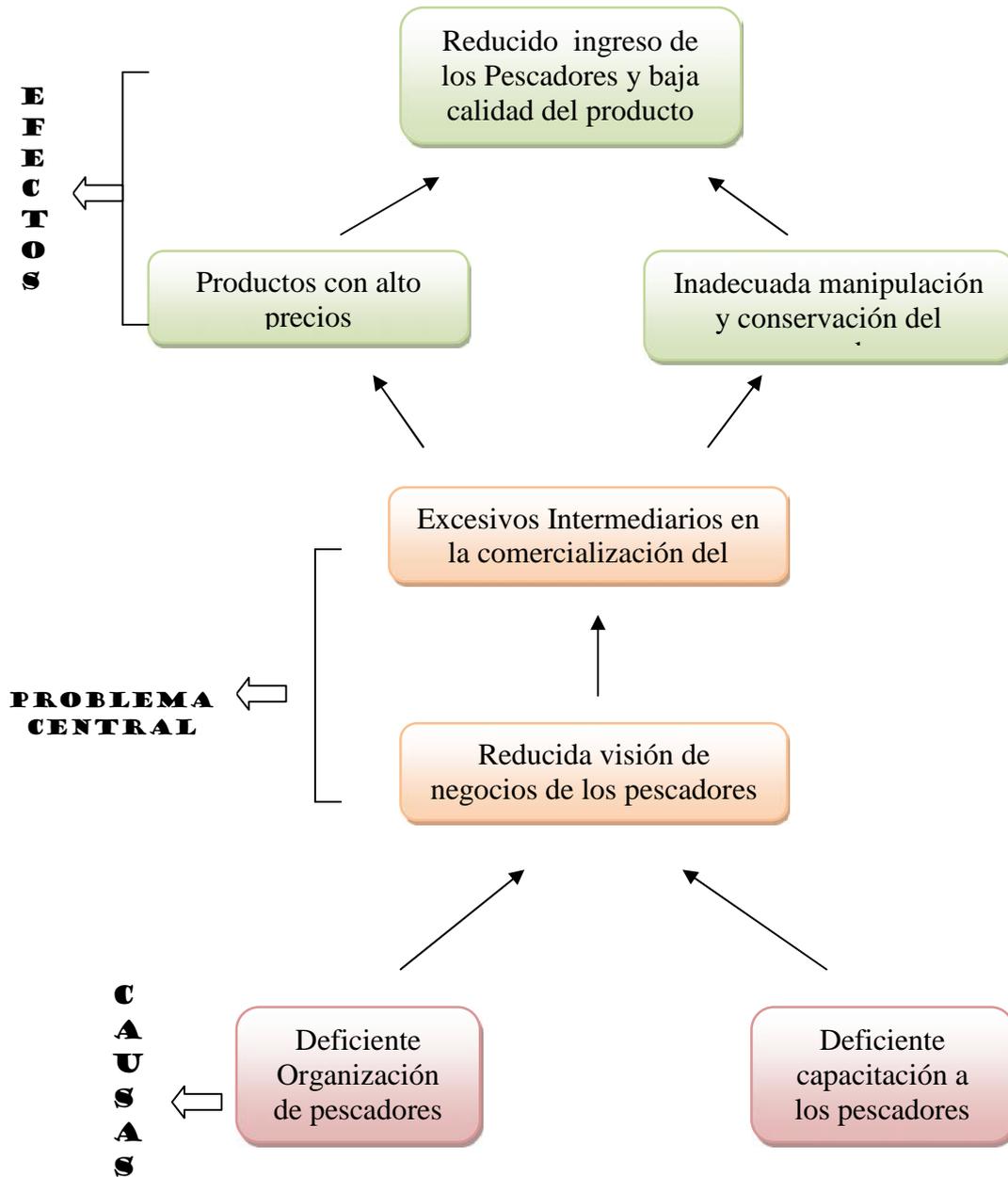
CUADRO N° 25 Involucrados en el Plan de negocio

Grupo de Involucrados	Intereses	Recursos y Mandatos
Intermediarios	1. Comercializar los productos de los pescadores. 2. Adquirir el producto al precio más bajo. 3. Obtener la mayor utilidad posible de la negociación del producto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Recursos</b></li> </ul> Determinar el precio por el producto.  Crear una competencia desleal.  Generar conflictos y divisiones dentro del Puerto Santa Rosa.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Recursos</b></li> </ul> Apoyo de organizaciones externas para el desarrollo.  Conocimiento de su entorno y recursos marinos.  Una limitada regeneración natural de productos Bioacuáticos.
Pescadores Artesanales de la Asociación “Los Pargueros”	1. Incrementar sus ingresos comercializando sus productos. 2. Asegurar un ingreso estable y permanente. 3. Mantener un volumen de ventas constantes. 4. Conservar sus recursos para el uso de las futuras generaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Materiales</b></li> </ul> Recolectar el nivel óptimo de pescado para la comercialización.  Apoyar a la comercialización agregando valor a los productos.

		Proteger su entorno natural de la depreciación de fuerzas externas.
<b>Personas que consumen pescado</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprar un</li> <li>2. producto fresco.</li> <li>3. Contar con un precio asequible para el cliente.</li> <li>4. Accesibilidad al producto.</li> <li>5. Disfrutar de calidad y garantía del producto a consumir.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Recursos</b></li> </ul>
		Diversidad de gusto y preferencias.
		Poseer el factor económico.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Materiales</b></li> </ul>
		Consumir un producto con mejor precio y calidad.

#### 4.2.8 Árbol de problema

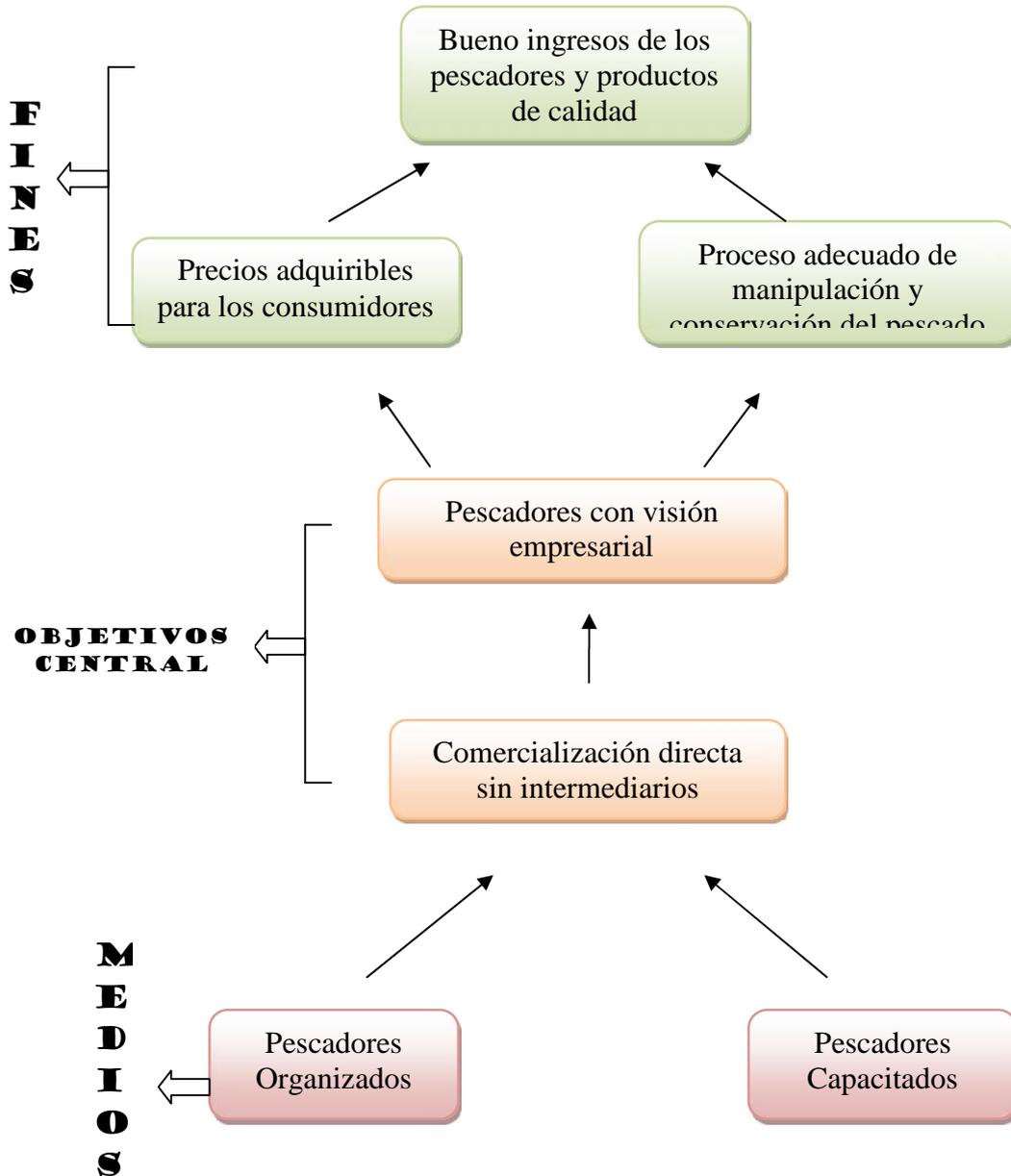
GRAFICOS N° 21 Árbol de problema



Fuente: Investigación de Campo  
Autora: Ana Panchana

#### 4.2.9 Análisis del Objetivo

GRAFICOS N° 22 Análisis



Fuente: Investigación de Campo

Autora: Ana Panchana

#### 4.2.10 Análisis FODA proyectadas

**CUADRO N° 26 FODA**  
**Fortalezas, debilidades**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los socios poseen lanchas con motor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inconvenientes en el mantenimiento del pescado en condiciones de enfriamiento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reciben apoyo de instituciones públicas y privadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital de inversión limitada.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos con alto contenido nutricional.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran experiencia en actividad de la pesca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inadecuado local para iniciar operaciones de productos en este sector.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia del producto todo el año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débil posición negociadora ante la competencia.</li> </ul>

**Amenazas y Oportunidades**

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los competidores tienen tradición, reconocimiento en el sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda permanente del producto durante todo el año</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conflictos con comerciantes dedicados a la actividad de la pesca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los clientes prefieren el producto fresco por salud y sabor.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución de la capacidad adquisitiva de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen concepto nutricional de los productos del mar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios en la situación económica del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento del turismo.</li> </ul>

### 4.3 Análisis de comercialización

#### 4.3.1 Estrategia de Productos/servicio

Superar las expectativas de los clientes promocionándoles mayor atención de la que esperan recibir, mediante un Servicio Directo (Productor - Cliente), con productos fresco y de buena calidad.

La Asociación “Los Pargueros” puede ofrecer una amplia variedad de productos a sus clientes, sin embargo para este estudio el pescado es el principal producto y las clases más capturadas dentro del puerto de Santa Rosa son:

**Los siguientes son algunos productos para la comercialización**

GRAFICOS N° 23 Productos para comercializar

	Dorado		Perela
	Albacora		Roncador
	Picudo		Carita

	Corvina		Ojitas
	Bonito		Blanco
	Pargo		Brujito

Su gran potencial de mega 3 y demás vitaminas que hacen que los peces sean favoritos y por toda su gran nutrición para todos aquellos que la consumen.

#### 4.3.2 Estrategias de Precios.

Precios accesibles y competitivos para los clientes.

Unas de las principales fortalezas son los precios accesibles, ésta es una estrategia a aplicar, para que el negocio entre al mercado. Se relacionan precio y calidad en el producto por la importancia que tiene el costo en la mente del consumidor.

El precio unitario evaluado serán justas en base al mercado dirigido y posterior a ello en base al precio normal. Para efectos de comparar los precios de la

Asociación “Los Pargueros” con los competidores, se presenta la siguiente tabla un listado de precios de los mercados de cada producto:

**CUADRO N° 27 precios de los productos en los mercados**

**Lista de precios de los productos en los mercados**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>Mercado de Salinas X libra Precio(Dólar)</b>	<b>Mercado de Libertad X libra Precio(Dólar)</b>	<b>Mercado Sta. Elena X libra Precio(Dólar)</b>
Dorado	3.50	2.00	3.00
Perela	5.00	4.00	5.00
Roncador	4.00	3.00	4.00
Albacora	4,00	3.00	4.00
Picudo	4.00	3.00	4.00
Carita	4.00	3.00	4.00
Ojita	2.50	3.00	3.00
Corvina	4.00	4.00	5.00
Bonito	4.00	3.00	4.00
Pargo	5.00	4.00	5.00
Brujito	5.00	4.00	5.00
Blanco	5.00	4.00	5.00

**\*Precio de variación según la oferta y demanda del producto**

Fuente: Investigación de Campo

Autora: Ana Panchana

Se planteara un programa de disminución de precios en épocas de festividad, ferias y/o personas que quieran compra por mayoría para otras actividades.

En cuanto estrategia de precio se utilizará como base el costo unitario variable para determinar el precio de las diferentes especies. Luego se utilizará la relación entre el precio de la especie de los mercados de la península..

Nos dará como resultado el precio base para cada una de las especies la que se le agregará el margen de utilidad, tal como observamos a continuación:

**CUADRO N° 28 precios de los productos**

DEFINIR PRECIO DE VENTA A MAYORISTAS (MARGEN UTILIDAD)			
	costos unitarios	margen utilidad	promedio
50%	0,67 libras	0,33	1 libra
			PRECIO DE VENTA
DEFINIR PRECIO DE VENTA A MINORISTAS (MARGEN UTILIDAD)			
	costos unitarios	margen utilidad	promedio
65%	0,67 libras	0,43	1,1 libra
			PRECIO DE VENTA
DEFINIR PRECIO DE VENTA A CONSUMIDOR FINAL (MARGEN UTILIDAD)			
	costos unitarios	margen utilidad	promedio
80%	0,67 libras	0,53	1,20 libra
			PRECIO DE VENTA

### 4.3.3 Estrategias de difusión y publicidad

La pesca se venderá a comerciantes mayorista, comerciantes minoristas, quienes colocarán los productos en sus respectivos mercados y se encargarán de la promoción entre sus clientes. Sin embargo, se considera de suma importancia llevar a cabo una campaña entre los principales comercializadores de pesca en los mercados mencionados, con el fin de dar a conocer los productos cuando este en época de veda. Es de extrema importancia, informar acerca del papel de los pescadores artesanales de Santa Rosa para superar la imagen de “no profesionales”, pero en realidad ellos son profesionales en la actividad o faenas de pesca

#### 4.3.3.1 Publicidad

“Productos Frescos”. Comunicación del Marketing integrado: Programa publicitario:

- Hoja Volantes 20 x 15cm (Distribuidos en la Provincia)
- 4 Rótulos ( ubicados en Salinas, Santa Rosa, La Libertad, Santa Elena)

GRAFICOS N° 24 Ubicación geográfica



**Rótulo N° 1.-** En salinas, calle principal Carlos Espinoza Larrea, entrada al Puerto de Santa Rosa.

**Rótulo N° 2.-** En la Libertad, calle 23, Av. Doceava.

**Rótulo N° 3.-** En la ruta del sol, Spondylus.

**Rótulo N° 4.-** Santa Elena, Av. Principal, calle Julio Moreno

#### 4.3.3.2 Logotipo

En cada medio posible se utilizará el logotipo de la empresa que es la siguiente

GRAFICOS N° 25 Logotipo



#### 4.3.3.3 Slogan

El Slogan que identifica a la asociación es:

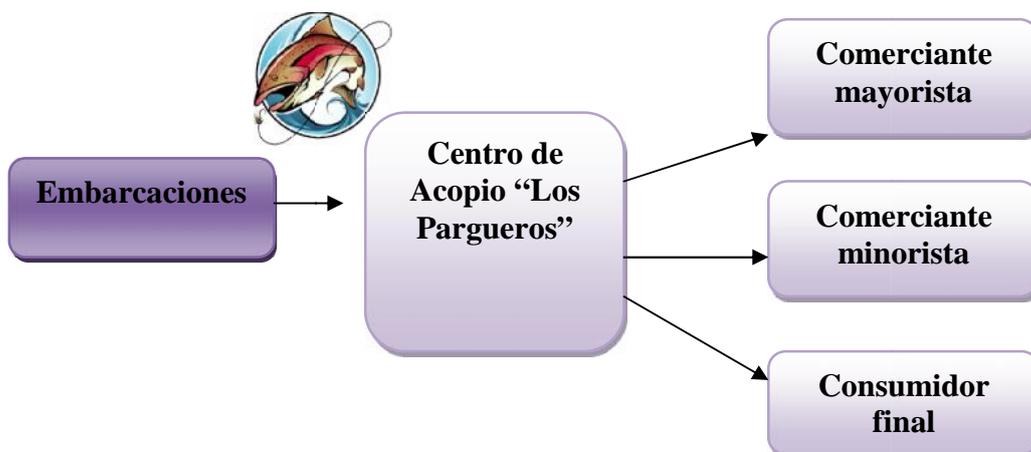
**“Productos Frescos y económicos”**

#### 4.3.4 Estrategia de distribución.

Es importante contar con una estrategia de comercialización por la razón, en un primer momento se distribuirá a los clientes mayoristas, sin dejar de vender a los clientes minoristas, en consecuencia se tiene la siguiente cadena de comercialización.

#### Cadena de distribución comercial del producto

GRAFICOS N° 26 Distribución comercial del producto



La selección y utilización de este canal de distribución permite los siguientes beneficios:

- Entregar un producto fresco reduciendo el nivel de manipulación en el pescado.
- Ofrecer un producto con precios competitivos.

### **Clientes o Consumidores**

Todas las personas que gusten de la alimentación de pescados, podrán usar los servicios. En el nicho de mercado tendremos comerciantes mayorista y comerciantes de los mercados.

La asociación ofrecerá un variado surtido de pescados con precios al alcance de todas las personas. Cabe destacar que los clientes pueden programar sus pedidos de familias o de negocio sin ningún contra tiempo.

Los consumidores que realmente toman la decisión de compra del producto, son todas aquellas personas que gustan del pescado y que desean alimentarse sanamente

Este Plan de Negocio promete tener éxito; ser comercializadores directos sin intermediarios, permite brindar los siguientes servicios a los clientes:

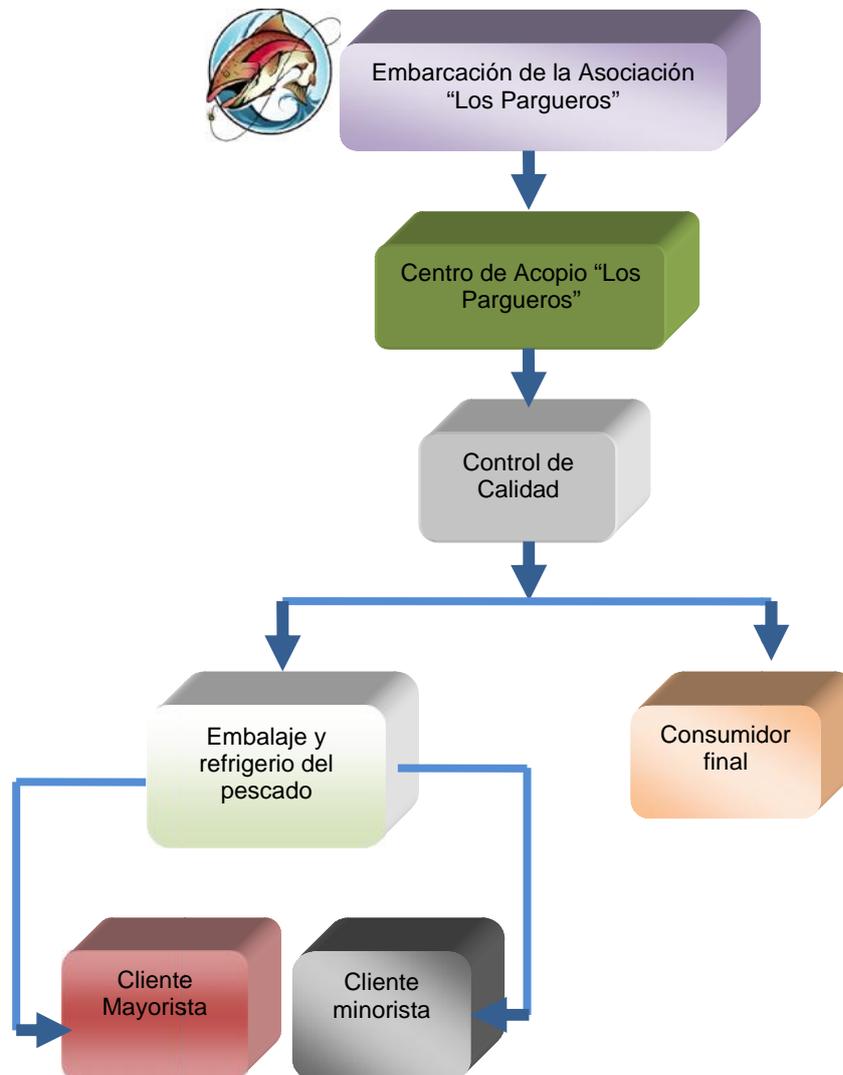
- ✓ El pescado tiene un menor grado de manipulación, garantizando mejor calidad en el producto frente a la competencia
- ✓ Tiene un precio más asequible para las familias por ser comercializado directamente y, al no contar con una cadena de intermediarios que eleven el precio al consumidor final, el producto llega más barato.

Las posibilidades de crecimiento en este mercado son muy buenas debido a los gustos y preferencia de los consumidores actuales, ya que están cambiando por hábitos alimenticios más saludables, siendo el pescado una fuente importante de energía y nutrientes gracias a su composición en ácidos grasos, y ser una fuente de proteínas de alta calidad.

#### 4.4 Proceso operativo comercial.

##### Flujo del producto de la Asociación “Los Pargueros”

GRAFICOS N° 27 Flujo del producto



Elaborado por: Ana Panchana.

#### 4.4.1 Extracción y manipulación al desembarque en el puerto de Santa Rosa

Para la pesca blanca, la capacidad de extracción depende de la especie y del tipo de arte de pesca que se utilice. Al no estar restringida la extracción de la pesca blanca, se estima que una embarcación con 3 a 4 tripulantes tiene capacidad de extraer, aproximadamente, de dos a tres quintales por día de faena, lo que equivale entre 200 a 300 libras de cualquier especie. Por esta razón, la Asociación asignará cuotas de 250 libras para que los pescadores interesados en la pesca puedan participar de forma equitativa en la provisión de Materia prima al centro de comercialización de pescado “Los Pargueros”.

**CUADRO N° 29 Extracción y manipulación**

<b>Extracción y manipulación</b>						
<b>Tipo y número de embarcaciones de la Asociación "Los Pargueros" en el Puerto de Santa Rosa</b>						
Tipo de embarcación	Número	Dimensiones (m)			Motor (HP)	Tonelaje Neto
		Eslora	Manga	Puntal		
Lanchas	60	7,21	1,81	0,93	65-135	1,17
Botes	10	10,52	3,42	1,58	22-82	3,41

Fuente: Archivos de la Asociación

#### **4.4.2 Impacto Ambiental**

##### **Ordenanzas del municipio del Cantón Salinas para los Puertos Pesquero o zonas Costeras**

###### **Descripción Breve**

Se establece como deber primordial del Estado defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente; Que el artículo 86 de la Constitución Política de la República define como derecho colectivo de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable, velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza; Que el artículo 118 numeral 4 define a las entidades que integran el régimen seccional autónomo como instituciones del Estado; En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 228 de la Constitución Política de la República y artículo 63 numeral 1 de la Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, expide la siguiente: ordenanza para la gestión y manejo integrado de la zona costera del cantón salinas. Como el manejo adecuado de los desperdicios en los puertos pesqueros.

###### **Ley y controles ambientales en el sector pesquero**

La Ley de Gestión Ambiental se incluye disposiciones que se aplican a manejo de la pesca y la acuicultura. Esta situación conduce a problemas como la superposición de competencias, confusiones sobre el alcance de la Ley en los locales pesqueros y aumenta los riesgos de conflictos entre autoridades.

La investigación, la asignación y el control del uso de los recursos Bió-acuáticos, el monitoreo y control de la calidad de los productos, el comercio pesquero, etc., Demandan políticas y estrategias que operen dentro de una visión y un enfoque coherente, que eviten la dispersión innecesaria de responsabilidades en el manejo de la pesca. El proceso de ordenamiento del sector pesquero para conducir al desarrollo sustentable de las actividades, que aseguren al mismo tiempo, la protección del medio ambiente acuático, requiere de un enfoque que considere todo el sector. La estrategia apropiada, puede ser la celebración de alianzas para compartir responsabilidades y actuar mediante complementación en las decisiones, en los casos que haya interés y responsabilidades comunes, tal como lo viene aplicando la islas Galápagos.

### **Instrumentos de gestión ambiental**

La decisión sobre cuáles instrumentos o combinación de ellos pueden usarse para alcanzar los fines propuestos en las políticas nos conduce al tema de los planes. Un plan es la combinación de uno o más instrumentos, así como de otras actividades que pueden incluir obras físicas de conservación, prevención o restauración. Es decir, se definen aquí los instrumentos de política, como un medio para atacar y los planes como su combinación en diversas dosis, con el propósito de alcanzar los objetivos perseguidos por las políticas.

#### 4.4.2. Propósitos perseguidos al poner en marcha los instrumentos de gestión

##### CUADRO N° 30 Fijación de condiciones ambientales

**Fijación de condiciones ambientales**, donde se incluyen:

a) normas de calidad ambiental, tanto primarias, que se relacionan con la salud de la población humana, como secundarias, destinadas a proteger el medio ambiente o la naturaleza; y

b) normas de emisión al aire y agua y de residuos sólidos.

**Impulso de procesos de prevención**, a través de sistemas de evaluación de impacto ambiental, donde una amplia gama de proyectos de inversión y/o actividades son revisados ambientalmente antes de su aprobación y puesta en marcha.

**Concientización de los ciudadanos mediante una educación** dirigida a internalizar los valores y desarrollar las habilidades y conductas en los pescadores, conducentes a que adquiera una adecuada percepción y entendimiento de los problemas ambientales y a participar eficientemente en los procesos conducentes a su prevención y solución.

**Cambio del comportamiento de los actores económicos** mediante la aplicación de instrumentos Económicos, que consideran el costo ambiental implícito en la producción, comercialización o el uso de ciertos bienes o servicios ambientales.

**Mejoramiento de los procesos de formulación de las políticas ambientales, su puesta en marcha y evaluación** a partir de la producción y suministro de información oportuna y confiable sobre el medio ambiente y los impactos que sobre él tiene en las actividades económicas y los planes y programas para prevenir los y mitigarlos.

La información debe servir tanto a los responsables de la institución pública como base para sus decisiones, como a los pescadores para participar en los procesos de decisiones que afectan la calidad del medio ambiente.

## **Aprovechar hasta las vísceras, un punto distintivo**

En la actualidad una vez limpiado el pescado, las vísceras constituyen un desecho. "Se realiza un proceso que se denomina "ensilado" a partir del cual se da una degradación parcial de los residuos que quedan: pueden ser tripas, la cabeza e inclusive el espinazo previa molienda.

Luego de una fermentación láctica, queda una solución a la que se separa el contenido graso y los residuos. El líquido resultante tiene un alto contenido de proteínas que puede ser utilizado para la fabricación de alimentos balanceados. Esta solución sustituye la fuente proteica que demanda la elaboración de estos productos.

El mayor costo de la producción de los alimentos balanceados es la fuente proteica. En la actualidad son dos, sangre o carne. Si esto se puede reemplazar por proteínas de otro origen y en este caso gratuito por ser restos de pescado se está sumando otro valor agregado a la producción.

Existen diversos métodos para conservar las vísceras de pescado, pero la forma más comúnmente empleada en la alimentación animal es mediante su transformación en harina. Otra forma de conservar es el ensilado ácido, métodos mucho más económico y que conserva en mayor grado la calidad de la proteína presente en el producto fresco, al no ser sometido el pescado a las altas temperaturas del proceso de producción de harina.

Un factor limitante en la utilización de los en silos ácidos puede ser el costo o la disponibilidad del ácido a emplear, sin embargo, el empleo de una fuente de

carbohidrato barata para producir ensilaje de pescado puede ser una solución de fácil aplicación en algunos lugares

#### **4.4.3 Procesamiento de la pesca en el Centro de Acopio “Los Pargueros”**

A continuación se describe el proceso el cual es sometido el pescado cuando es recibido en el centro de comercialización en gavetas, es pesado y clasificado por especie y tamaño.

#### **4.4.4 Comerciantes Mayorista y minorista**

El proceso inicia cuando el pescador procede a eviscerar y sangrar en la embarcación al pescado recién extraído. Luego, éste es colocado en gavetas con hielos lo más pronto posible para así disminuir la temperatura, retrasar el proceso de descomposición y que el pescado se mantenga fresco

En caso de ser pescado grande se procede a llenar de hielo el vientre para mantener la temperatura baja, tal como observamos en las fotografías.

#### **4.4.5 Consumidor Final**

El Producto final del centro de comercialización “Los Pargueros”, será dependiendo del gusto del consumidor.

## GRAFICOS N° 28 Distribución del pescado



Pescado recién llegando al puerto



Pescado en gavetas y con hielo



Pescado llegando al Puerto



Pescado con Hielo en el vientre.

### 4.4.6 Control de calidad

El pescado es un producto altamente perecedero y, por ese motivo, es necesario observar cualquier alteración, deterioro, adulteración o contaminación que pudiese afectar la calidad del producto entregado al cliente. Es fundamental ser cuidadoso a lo largo del proceso, contemplar el grado de frescura, la baja incidencia de microorganismos, ausencia de contaminantes y la protección contragolpes para poder mejorar el rendimiento de la porción comestible.

La temperatura y la higiene son los determinantes de la velocidad de alteración del pescado. El pescado extraído debe estar en contacto permanente con el hielo aplicado en capas delgadas para bajar la temperatura a 0°C. Una vez procesado, se mantienen a temperaturas menores de 10°C.

#### **4.4.7 Equipos para el centro de comercialización “Los Pargueros”**

El equipo necesario para la manipulación y comercialización del pescado se detalla a continuación:

##### **Balanzas**

Es necesario contar con dos tipos de balanzas: de piso y digitales. La balanza de piso debe tener ruedas para desplazarse si es necesario y ser capaz de pesar cargas hasta 150 lb. Las balanzas digitales utilizadas por fileteros, confirman el peso de los filetes, según las especificaciones. El material de las balanzas debe ser anticorrosivo.

##### **Mesa de lavado y clasificado**

Esta mesa de acero inoxidable agiliza la clasificación por especie y tamaño, elimina la sangre y la suciedad lavando a fondo el insumo, reduciendo la cantidad de bacterias presentes. Las dimensiones de la mesa son las siguientes: 75cm de altos, por 95 cm de ancho, por 120 cm de largo.

#### **4.4.8 Plan de Capacitación**

La Asociación “Los Pargueros” debe contar con personal capacitado, el mismo que pueda orientar al comprador y se genere una fidelización de clientes.

El sistema de asistencia técnica no va a elevar los costos, siempre es mejor tener un personal capacitado desde el inicio que correr el riesgo de perder a los clientes, por tal motivo creemos importante capacitar para la formación de los pescadores en el área de comercialización de los diversos productos que atrapan en la faenas de pescas, las capacitaciones que realizaremos son:

- Reparación de Motores Fuera de Borda.
- Requisitos para acceder a créditos.
- Capacitación de alineación y servicio al cliente.
- Capacitación de tecnología Pesquera.
- Capacitación para la comercialización de productos marinos, entre otros.
- Capacitación para procesar las vísceras
- Capacitación en primeros auxilios y seguridad

## CUADRO N° 31 Capacitaciones

### Asistencia Técnica

Asistencia Técnica al año			
Programa de Capacitación	Valor Promedio Hora	Horas capacit.	Valor de capacitación
Reparación de Motores Fuera de Borda	\$ 40,00	20	\$ 800,00
Requisitos para acceder a créditos	\$ 10,00	10	\$ 100,00
Capacitación de tecnología pesquera	\$ 30,00	20	\$ 600,00
Capacitación para la comercialización de productos marinos	\$ 20,00	20	\$ 400,00
Capacitación en primeros auxilios y seguridad	\$ 20,00	20	\$ 400,00
Capacitación para procesar las vísceras	\$ 30,00	20	\$ 600,00
Gastos viáticos capacitador			\$ 600,00
<b>Total</b>			<b>\$ 3.500,00</b>

#### 4.4.9 Requisitos para legalizar el centro de Acopio “Los Pargueros”

**Pasos para adquirir documentación para el centro de comercialización “Los Pargueros”, legalmente establecida.**

La estructura legal del presente proyecto está representada por la Asociación de pescadores Artesanales “Los Pargueros”, inscrita en el Acuerdo Ministerial N°089, conformada por 60 socios, que se dedican a la pesca artesanal.

## **Regulaciones municipales e instituciones en cuanto a uso ocupación de suelo urbano y funcionamiento del local.**

Para el correcto funcionamiento del centro de comercialización en el Puerto de Santa Rosa, es necesario cumplir con los siguientes permisos municipales.

### **Certificado de compatibilidad de uso del suelo y zonificación**

Para determinar la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo asignado a un sector determinado.

#### **¿Cómo obtener?**

Presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:

- Solicitud en papel simple con los timbres respectivos detallado: tipo, nombre o razón social, ubicación del establecimiento y actividad.
- Informe de regulación municipal (I.R.M) original y copia.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- Caso de establecimiento existentes: Informes y/o permisos de años anteriores a la solicitud emitidos por entidades competentes.

#### **¿Cuánto demora el trámite?**

Diez días laborales

Todo documento deberá ser original o copia certificada.

## **Patente municipales<sup>1</sup>**

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica, que ejerce una actividad comercial y opere en el Cantón de Salinas.

### **¿Cómo obtener?**

A partir del 2 de enero de cada año en la Administración Zonal respectiva, existen tres clases de personería:

Patente personal naturales

Patente Jurídica nueva (empresa en constitución)

Patente Jurídica antigua (1.5x 1000 a los activos totales de administración)

### **Patente personas Naturales**

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas y formulario de inscripción que se adquiere en recaudaciones.

Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.

Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

Copia de carta de pago de impuesto predial.

### **¿Cuánto demora el trámite?**

Este documento es despachado de inmediato.

Todo documento deberá ser original o copia.

### **Permiso de rotulación y publicidad exterior<sup>2</sup>**

#### **¿Para qué sirve?**

Para colocar mensajes publicitarios (Rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada.

#### **¿Cómo obtener?**

Presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:

**a)** Para permisos a corto plazo (6 meses).

Ñ Solicitud de permiso de rotación con timbres y con registro de datos del titular.

Ñ Documento que acredite la propiedad o autorización del propietario en caso de arrendamiento.

**b)** Para permisos a mediano (6 meses a 1 año) y largo plazo (1 a 5 años) presentará además:

- Croquis de ubicación y fotografía actual del sitio.
- Comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al presente año y autorización del propietario del inmueble.

**Nota:**

- La publicidad uso está autorizada a colocar en veredas o espacio de uso público.
- En caso de renovación presentar copia del permiso anterior.

**¿Cuánto demora el trámite?**

Ocho días laborales

Todo documento deberá ser original o copia certificada.

**Permiso sanitario de funcionamiento<sup>3</sup>****¿Para qué sirve?**

Para facultar el funcionamiento de establecimiento o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

**¿Cómo obtener?**

- Presentar en la Dirección Provincial de Salud lo siguiente:
- Solicitud Valorada de \$6.00 por persona
- Copia de la cédula de Identidad del propietario o representante legal.
- Copia de la papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Copia del registro único de Contribuyentes.
- Copia carnet de salud de los trabajadores.
- Certificado de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos.
- Planilla de inspección del local.

### **¿Cuánto demora el trámite?**

Quince días laborales

Todo documento ser original o copia certificada.

### **Permisos de funcionamiento del cuerpo de bomberos<sup>4</sup>**

Para facultar el funcionamiento del establecimiento o actividad comerciales.

### **¿Cómo obtener?**

Solicitud valorada de \$25.00

Copia de la cédula de Identidad del propietario o representante legal.

Copia de la papeleta de votación del propietario o representante legal.

Copia del Registro Único de contribuyentes.

### **¿Cuánto demora el trámite?**

Ocho días laborales.

### **Requisitos para acceder a créditos financieros en el Banco Nacional del Fomento**

Sujeto de crédito personas naturales o jurídicas legalmente constituidas.

- Financiamiento hasta el 80% del proyecto de la inversión a realizar.
- Tasa de interés vigente
- Garantías Quirografarias (personal), prendaria o hipotecaria

### **¿Cómo obtener?**

Copia blanco/negro o a color de cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación (último proceso electoral) del cliente, garante y sus respectivos cónyuges, según sea el caso.

Copia del Registro único de Contribuyente RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RICE

Copia de comprobante de luz, agua, o teléfono del cliente y garante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días)

Plan de inversión (Formato entregado por el banco), para préstamo desde \$20.000 hasta \$100.00. Anexo

Parta compras de activos fijos: cotización o proforma de los bienes a adquirir.

### **¿Cuánto demora el Trámite?**

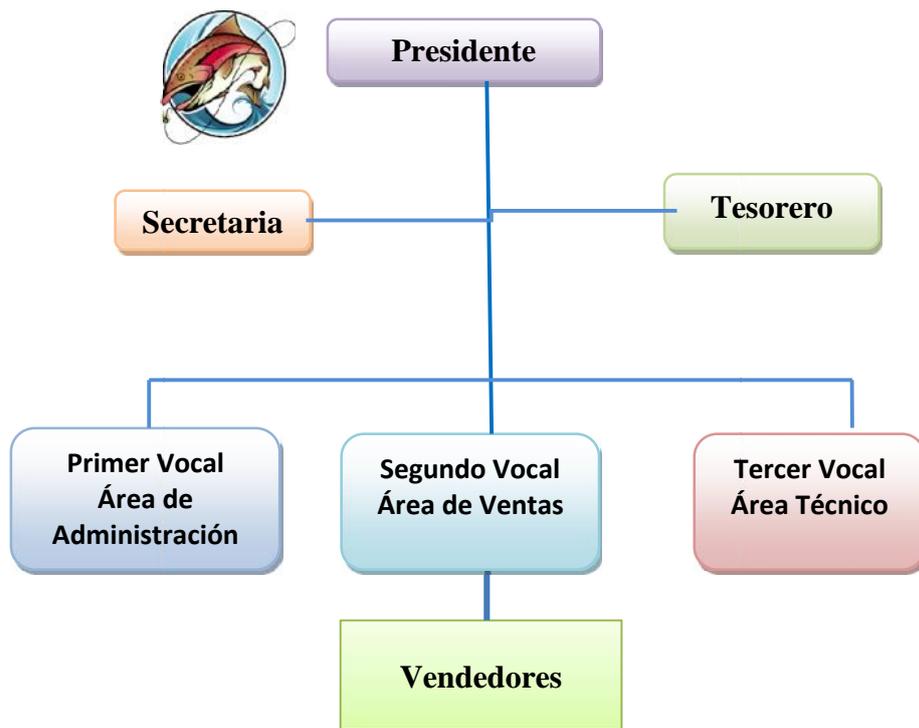
15 a 30 dependiendo del monto a prestar.

## 4.5 Organización

La decisión que se deba tomar sobre quién debe asumir la gerencia del Centro de comercialización de pescado “Los Pargueros”, es un elemento muy importante y amerita un análisis particular. Es necesario asegurar que el centro de comercialización sea administrativo con visión empresarial, de comercialización y de mejora continua, así como asegurar cierta autonomía para que los intereses de la actividad asociativista prevalezcan sobre la actividad empresarial.

### 4.5.1. Estructura Organizacional.-

GRAFICOS N° 29 Estructura Organizacional



**Presidente:** Su función principal es ver en donde vender la producción.

**Secretario:** Registrar cuantos kilos o libras entrega cada uno de los pescadores.

**Tesorero:** Es la persona que guarda el dinero, paga a los pescadores y lleva el control de precios, además es quien entrega cuentas mensuales a los asociados.

**Jefe de Administración:** Responsable de procesos administrativos

**Área de Ventas:** Coordinar, revisar y Elaborar el informe anual de ventas de la asociación.

**Asistente técnico:** Familiarizar al trabajador con la terminología relacionada con la elaboración de los productos y servicios

**Operarios 1,2 y 3:** Se encargaran de dar una mejor presentación del pescado tal como desee el cliente.

#### **4.6 Marco Legal**

La pesca dentro de la reserva Marina de la Península de Santa Elena está regulada por diferentes normas de carácter general, siendo la Autoridad Interinstitucional de Manejo (AIM) la que dicta disposiciones de carácter más específico.

La única pesca permitida dentro de la Reserva es la Pesca Artesanal, la cual se realiza según el calendario pesquero aprobado por la AIM, que determina el tiempo de veda y la cantidad máxima de extracción. Está totalmente prohibida la pesca industrial.

La extracción de pesca debe realizarse según las normas generales aprobadas y haciendo uso de las artes de pesca permitidos. No existe limitación alguna con respecto a las especies a extraer, pero no se descarta el posterior establecimiento de normas regulatorias.

Dentro de las normas generales, la más discutida es el Reglamento Especial de la Actividad Pesquera Artesanal, norma que señala las artes de pesca permitidas. El

Palangre, es un arte de pesca no permitida por este Reglamento, lo que ha generado la oposición del sector pesquero y un arduo debate sobre los efectos nocivos de este arte de pesca, sobretodo en la pesca incidental.

Con respecto al tipo de comercialización que podría realizar la asociación “Los Pargueros”, el Artículo 70 del Reglamento de la Ley de Cooperativas y asociaciones, define a las cooperativas y asociaciones pesqueras como “las formadas por pescadores, con el objeto de mejorar los sistemas de pesca e industrializar y comercializar en común el pescado”. En tal sentido, las normas legales vigentes otorgan una facultad amplia para realizar la comercialización de la pesca, lo que incluye tanto la venta interna como la exportación. De esta manera la comercializadora de la Asociación Los Pargueros no está limitada en este aspecto, pudiendo realizar libremente cualquier tipo de venta, interna o externa.

En cuanto a las normas legales que regirán en la comercializadora “Los Pargueros”, es necesario mencionar dos escenarios diferentes cuyo análisis es importante por cuanto determinan la existencia o no de beneficios tributario a favor de las operaciones de comercialización de la Asociación.

El primer escenario supone la incorporación del centro de acopio dentro de la estructura de la asociación, como un órgano más de la misma. En este caso, sus operaciones no están afectas al Impuesto a la Renta, toda vez que los excedentes generados por una asociación o cooperativa no sean considerados utilidades para efectos tributarios.

Adicionalmente, es necesario mencionar que para este supuesto se requeriría solamente la modificación de los Estatutos y del Reglamento Interno de la Asociación. Cuyo trámite de aprobación ante la Subdirección Regional de

Cooperativas o Asociaciones no excede 15 días hábiles una vez presentados formalmente.

El segundo escenarios supone la creación de una persona jurídica independiente de la Asociación. Para ello es necesario crear una nueva empresa, lo cual no estaría dentro de la cobertura legal para el régimen cooperativo, por lo que estaría afecta al Impuesto a la Renta. Los trámites para la constitución de una empresa nueva requieren no menos de 30 días hábiles y un costo aproximado de \$500 dólares en trámites, más los honorarios por servicio de abogados por la constitución de la empresa.

Adicionalmente, es necesario mencionar que las operaciones de venta interna de pescado en estado natural y congelado, están gravados con tarifa cero (0%) para efectos del Impuesto al Valor Agregado. En el caso de exportación, la legislación tributaria ecuatoriana exonera de este impuesto a todas las exportaciones y les otorga, adicionalmente, el beneficio de la devolución del IVA y de los derechos arancelarios por las operaciones de exportación.

La Asociación también deberá cumplir con el reglamento de Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero, disposiciones fundamentales tal como dice el artículo 2, Título 1, también debe registrarse bajo el capítulo III de las matrículas y permisos; Capítulo V, de la Fase de Comercialización, artículo 40, 41 y 42.

## 4.7 Plan de Acción

### CUADRO N° 32 Plan de acción



<b>Problema Principal:</b> Reducido ingreso económico de los Pescadores “Los Pargueros” y baja calidad del producto.			
<b>Fin del Proyecto:</b> Mejorar los ingresos económicos de los pescadores “Los Pargueros” y ofrecer productos de calidad a los consumidores.		<b>Indicadores:</b> • Encuestas realizadas a comerciantes, pescadores y consumidores.	
<b>Propósito del Proyecto:</b> Diseñar un plan de Negocio para la comercialización de productos del mar de la Asociación “Los Pargueros” de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Salinas.		<b>Indicadores:</b> • Números de consumidores que prefieren productos de calidad y a buen precio, sobre consumidores que adquieren productos a través de intermediarios o comerciantes.	
<b>Coordinador del Proyecto: Ana Panchana</b>			
Objetivo Específicos	Indicadores	Estrategias de crecimiento del producto	Actividades
Diagnosticar la situación actual de la Asociación y su entorno, identificando las mejores oportunidades del mercado y facilitando la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Porcentajes de los consumidores que adquieren el producto dentro del puerto pesquero.</li> </ul>	<p>Convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades</p> <p>Establecer el total de las libras de pescado que adquirirán los consumidores.</p>	<p>1.1 Establecer fuentes de información</p> <p>1.2 Establecer el tamaño de la muestra</p> <p>1.3 Realizar encuestas a los pescadores (Asociados), comerciantes y consumidores.</p> <p>1.4 Análisis de la tabulación de datos.</p>
Establecer la rentabilidad de la actividad de pesca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de producción durante las faenas de pesca</li> </ul>	<p>Determinar las ganancias que se obtendrá y poder incrementar el capital.</p>	<p>2.1 Definir el presupuesto de estudio.</p> <p>2.2 Establecer el nivel de producción de los pescadores</p> <p>2.3 Proyecciones de ventas</p> <p>2.4 Proyecciones de flujo de caja e inversiones</p>
Mejorar los ingresos económicos de los asociados con estrategias de comercialización de los productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de datos de los turistas que visitan al puerto pesquero</li> <li>• Investigación de mercado para determinar el poder adquisitivo de los consumidores y el gusto-preferencias de los mismos.</li> </ul>	<p>Analizar la producción en épocas de feriados.</p> <p>Determinar un buen precio del producto.</p>	<p>3.1 Establecer fuentes de información</p> <p>3.2 Buscar estrategias para la fidelidad de los consumidores</p>
Diseñar mejores formas de distribución de los productos a los distintos mercados dentro del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercado para determinar las formas de distribución de la competencia.</li> <li>• Necesidades de insatisfecha de los consumidores finales</li> </ul>	<p>Posicionar el centro de acopio dentro del mercado.</p> <p>Determinar las necesidades del consumidor</p>	<p>4.1 Seleccionar los tipos de productos que serán comercializados</p> <p>4.2 Elaborar un plan de negocio para la comercialización de pescado para la asociación.</p> <p>4.3 Ejecutar actividad</p>

## 4.8 Análisis Financiero

En este capítulo utilizaremos diferentes criterios para tomar decisión de Inversión.

La evaluación financiera determina si es viable o no realizar la inversión para el desarrollo del proyecto.

### 4.8.1 Inversionistas del proyecto

Con datos que obtuvimos de las encuestas realizadas a los asociados, ellos estarían aportando \$3000 y solicitarían un financiamiento de \$12000.00.

**CUADRO N° 33 Inversionistas del proyecto**



FINANCIAMIENTO	TOTAL	PORCENTAJE
Capital Propio	\$ 3.000,00	20,00%
Capital Prestado	\$ 12.000,00	80,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.000,00</b>	<b>100,00%</b>

Cabe mencionar que la entidad financiera nombrará al Presidente de la Asociación como el representante Legal para solicitar el préstamo, a la vez requerirán las firmas de los asociados como respaldo para que cumplan con responsabilidad.

#### 4.8.2 Capacidad instalada realizada del pescado

La capacidad instalada de producción del centro de comercialización, una vez equipada de acuerdo a las especificaciones que se detallan en este trabajo, serán suficientes para procesar entre 1000 a 2700 libras de pescado diarios.

##### 4.8.2.1 Capacidad instalada realizada solo pescado

**CUADRO N° 34 Capacidad instalada**

Capacidad instalada 		
Concepto	Capacidad instalada	Unidad
Producción	2	quintales
Acopio	2700lbs.	Libras
comercialización	1000 a 2700 lbs.	libras diarias

**Nota:**

Se comprará el equipo de cómputo al contado en el almacén ORVEHOGAR

## Inversión Inicial del centro de Acopio

### 4.8.2.2 Maquinaria y Equipo para el centro de Acopio

**CUADRO N° 35 Maquinaria y Equipo**



MAQUINARIAS			
ARTICULO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vitrinas frigoríficas	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Balanza de piso	1	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Balanza digital	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Mesa de procesamiento	2	\$ 690,00	\$ 1.380,00
congelador panorámico	2	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00
<b>TOTAL MAQUINARIAS</b>			<b>\$ 10.380,00</b>

EQUIPOS			
ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computo	1	\$ 623,84	\$ 623,84
impresora	1	\$ 320,00	\$ 320,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>\$ 943,84</b>

### 4.8.2.3 Muebles y enseres centro de Acopio

**CUADRO N° 36 Muebles y enseres**

MUEBLES			
ARTICULO	CANTID.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla para escritorio	2	\$ 44,80	\$ 89,60
Archivador metálico	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Sillas	4	\$ 12,79	\$ 51,16
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 475,76</b>



#### 4.8.2.4 Materiales para el centro de Acopio

CUADRO N° 37 Materiales



MATERIALES			
ARTICULO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuchillos	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Gavetas plásticas	30	\$ 40,00	\$ 1.200,00
Botas de cauchos	4	\$ 6,80	\$ 27,20
Baldes para desechos	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Delantales	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Jarras plásticas	4	\$ 0,93	\$ 3,72
Machetes	1	\$ 5,60	\$ 5,60
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.433,52</b>

Puesto que la extracción de los productos a comercializar por la asociación debe hacerse en forma sostenible, se dio la necesidad de incrementar la capacidad de la planta para mantener el pescado fresco y de calidad.

#### 4.8.2.5 Gastos pre-operativos

CUADRO N° 38 Gastos pre-operativos



GASTOS PRE-OPERATIVOS	TOTAL
Permisos del municipio del Cantón Salinas	\$ 314,00
Permiso de la Dirección Provincial de Salud	\$ 150,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 494,00</b>

### 4.8.3 Costo Publicidad

El costo publicidad durante un año es de \$300.00 Dólares correspondiente a hojas volantes y 4rótulos de la asociación que identifique la comercialización de sus productos.

**CUADRO N° 39Costo Publicidad**

<b>COSTO DE PUBLICIDAD</b>			
<b>Cómo</b>		<b>Cuándo</b>	<b>Cuánto</b>
	Hojas Volantes 20 x 15 cm	Una vez por semestre	\$160.00 (millar)
4	Rótulo 3 x 1 mts	Una vez cada dos años	\$140.00
	<b>Total</b>		\$300,00



Desarrollar una estrategias de publicidad de acuerdo al nivel económico adecuada para el inicio de la comercialización, no excesivamente en altos gastos, la publicidad que se va a realizar puede ser más efectiva enfocada al mercado, una estrategias será invertir en volantes, repartirlos en sectores de influencia creando curiosidad de las personas.

#### 4.8.4 Inversiones necesarias

##### Gasto Operativos

Se ha dividido en tres rubros importantes para el funcionamiento de este proyecto, ya que se determinará las cantidades que se necesita para cada etapa del mismo

##### Gastos pre operacionales

Son todos los gastos que debe incurrir la empresa antes de iniciar las operaciones, refiriéndose a permisos de funcionamiento y las autoridades pertinentes, de esta forma cumplir las leyes y normas que rigen el Estado Ecuatoriano.

##### Costos y Gastos de Operación

Son valores que se atribuye al normal funcionamiento de operación, y que deben estar considerados y previstos para ser cancelados.

**CUADRO N° 40 Costos y Gastos de Operación**



<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Activos Fijos	\$ 13.233,12	48,88%
Activos Diferidos	\$ 574,00	2,12%
Capital de Trabajo	\$ 13.262,86	48,99%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.069,98</b>	<b>100,00%</b>

#### 4.8.5 Financiamiento

Como hemos mencionado anteriormente para poder cumplir con las inversiones planteadas, es necesario acudir a n financiamiento, el cual se tramitará a través del Banco de Fomento, a una tasa del 11.20% a cinco años plazo, por un monto de \$12.000 dólares.

#### 4.8.6. Amortizaciones del préstamo

**CUADRO N° 41 Amortizaciones**

PRESTAMO	12.000,00			
AÑOS	5			
INTERES	11,20% tasa activa productivo pymes			
CUOTA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
<b>0</b>				<b>\$ 12.000,00</b>
1	3.263,19	1.344,00	1.919,19	\$ 10.080,81
2	3.263,19	1.129,05	2.134,14	\$ 7.946,66
3	3.263,19	890,03	2.373,17	\$ 5.573,49
4	3.263,19	624,23	2.638,96	\$ 2.934,53
5	3.263,19	328,67	2.934,53	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>16.315,97</b>	<b>4.315,97</b>	<b>12.000,00</b>	

#### 4.8.7 Lista de precio Actual de los Pescados dentro del Puerto de Santa Rosa

**CUADRO N° 42 Lista de precio Actual**

VENTA ACTUAL			
Precios actual de los "Pargueros"			
	Precio Unit.	Libras	Ingresos
mayorista	\$ 0,23	1600	\$ 368,00
minorista	\$ 0,30	700	\$ 210,00
c. final	\$ 0,90	400	\$ 360,00
Total		2700	\$ 938,00

#### 4.8.8 Lista de precio con estrategia comercial proyectada de la Asociación

##### “Los Pargueros”

**CUADRO N° 43**Lista de precio con estrategia comercial

1 AÑO					
Tasa de crecimiento 4,50%			Tasa de inflación 4,67%		
Cientes	Cantidad Libras	Precio compra	valor compras	Precio venta	Valor ventas
Mayorista	1600	\$ 0,67	\$ 1.072,00	\$ 1,00	\$ 1.600,00
minorista	700	\$ 0,67	\$ 469,00	\$ 1,10	\$ 770,00
c. final	400	\$ 0,67	\$ 268,00	\$ 1,20	\$ 480,00
SEMANAL	Total	2700	\$ 1.809,00		\$ 2.850,00
MENSUAL			\$ 7.752,86		\$ 12.214,29
ANUAL			\$ 93.034,29		\$ 146.571,43

#### 4.8.8.1. Ventas esperadas

Las ventas que se realizará en el centro de comercialización tiene un margen de ganancia a través de la relación de precios del mercado, se puede aprecia la cantidad del producto estimada en el sector que se desea llegar.

**CUADRO N° 44**Ventas esperadas

VENTAS NETAS					
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 146.571,43	\$ 153.416,31	\$ 160.580,86	\$ 168.079,98	\$ 175.929,32

Investigación de Campo  
 Autora: Ana Panchana

#### 4.8.10 Estado de resultados proyectado

En el balance de resultado proyectado se analiza como varía cada unas de las cuentas en especial los gastos operacionales a un promedio del 5% por año, esto se debe a la tasa de inflación que mantiene economía ecuatoriana.

**CUADRO N° 45 Porcentajes**

Porcentajes	
Tasa Inflación	4,67%
tasa crecimiento	4,50%

**CUADRO N° 46 Estado de resultado**



<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>RUBRO/AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos por ventas netas	\$ 143.640,00	\$ 150.347,99	\$ 157.369,24	\$ 164.718,38	\$ 172.410,73
costos de ventas	\$ 92.594,29	\$ 96.408,83	\$ 100.354,11	\$ 104.520,56	\$ 108.634,03
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$ 51.045,71</b>	<b>\$ 53.939,16</b>	<b>\$ 57.015,13</b>	<b>\$ 60.197,83</b>	<b>\$ 63.776,70</b>
<b>COSTO OPERACIONALES</b>					
Costos Generales de Fab.	\$ 15.795,18	\$ 16.148,29	\$ 16.513,38	\$ 16.890,84	\$ 17.281,09
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIONALES</b>	<b>\$ 15.795,18</b>	<b>\$ 16.148,29</b>	<b>\$ 16.513,38</b>	<b>\$ 16.890,84</b>	<b>\$ 17.281,09</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Sueldos y salarios	\$ 7.632,00	\$ 8.352,00	\$ 9.072,00	\$ 9.792,00	\$ 10.512,00
Aporte patronal	\$ 927,29	\$ 1.014,77	\$ 1.102,25	\$ 1.189,73	\$ 1.277,21
Beneficios sociales	\$ 1.590,00	\$ 2.436,00	\$ 2.646,00	\$ 2.856,00	\$ 3.066,00
Energía Eléctrica	\$ 1.500,00	\$ 1.596,30	\$ 1.698,78	\$ 1.807,84	\$ 1.923,91
Agua potable	\$ 960,00	\$ 1.021,63	\$ 1.087,22	\$ 1.157,02	\$ 1.231,30
Mantenimiento y reparación	\$ 480,00	\$ 496,27	\$ 513,10	\$ 530,49	\$ 548,47
Útiles de oficina	\$ 480,00	\$ 496,27	\$ 513,10	\$ 530,49	\$ 548,47
Depreciación de activos fijos	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69
Publicidad y promoción	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Capacitaciones	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Amortización de gastos pre operativos	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80
Materiales de limpieza	\$ 52,19	\$ 107,91	\$ 111,57	\$ 115,35	\$ 119,26
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 18.773,96</b>	<b>\$ 20.673,64</b>	<b>\$ 21.896,50</b>	<b>\$ 23.131,41</b>	<b>\$ 24.379,11</b>
Gasto financiero	\$ 1.344,00	\$ 1.129,05	\$ 890,03	\$ 624,23	\$ 328,67
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 30.927,75</b>	<b>\$ 32.136,47</b>	<b>\$ 34.228,61</b>	<b>\$ 36.442,19</b>	<b>\$ 39.068,93</b>
<b>PARTICIP. DE TRABAJADORES (15%)</b>	<b>\$ 4.639,16</b>	<b>\$ 4.820,47</b>	<b>\$ 5.134,29</b>	<b>\$ 5.466,33</b>	<b>\$ 5.860,34</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA (25%)</b>	<b>\$ 7.731,94</b>	<b>\$ 8.034,12</b>	<b>\$ 8.557,15</b>	<b>\$ 9.110,55</b>	<b>\$ 9.767,23</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 2.761,47</b>	<b>\$ 3.133,59</b>	<b>\$ 4.023,79</b>	<b>\$ 4.974,48</b>	<b>\$ 6.160,26</b>

#### 4.8.11 Flujo de caja

CUADRO N° 47 Flujo de caja



<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (5 AÑOS)</b>						
<b>RUBRO/AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Préstamo	\$ 12.000,00					
Ventas		\$ 51.045,71	\$ 53.939,16	\$ 57.015,13	\$ 60.197,83	\$ 63.776,70
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$ 12.000,00</b>	<b>\$ 51.045,71</b>	<b>\$ 53.939,16</b>	<b>\$ 57.015,13</b>	<b>\$ 60.197,83</b>	<b>\$ 63.776,70</b>
<b>EGRESOS</b>						
Inversión fija	\$ 13.233,12					
Diferidos	\$ 574,00					
Capital de trabajo	\$ 13.262,86					
Gastos operacionales		\$ 18.773,96	\$ 20.673,64	\$ 21.896,50	\$ 23.131,41	\$ 24.379,11
Costos operacionales		\$ 15.795,18	\$ 16.148,29	\$ 16.513,38	\$ 16.890,84	\$ 17.281,09
Dividendo		\$ 3.263,19	\$ 3.263,19	\$ 3.263,19	\$ 3.263,19	\$ 3.263,19
Particip. de trabajadores		\$ 4.639,16	\$ 4.820,47	\$ 5.134,29	\$ 5.466,33	\$ 5.860,34
Impuesto a la Renta		\$ 7.731,94	\$ 8.034,12	\$ 8.557,15	\$ 9.110,55	\$ 9.767,23
<b>Total de egresos</b>	<b>\$ 27.069,98</b>	<b>\$ 50.203,44</b>	<b>\$ 52.939,71</b>	<b>\$ 55.364,51</b>	<b>\$ 57.862,31</b>	<b>\$ 60.550,97</b>
Depreciaciones		\$ 4.066,54	\$ 4.066,54	\$ 4.066,54	\$ 4.066,54	\$ 4.066,54
Amortizaciones		\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ (15.069,98)</b>	<b>\$ 5.023,62</b>	<b>\$ 5.180,78</b>	<b>\$ 5.831,96</b>	<b>\$ 6.516,85</b>	<b>\$ 7.407,07</b>
<b>Aportación de capital</b>	<b>\$ 3.000,00</b>					
<b>Flujo acumulado</b>	<b>\$ (12.069,98)</b>	<b>\$ (7.046,37)</b>	<b>\$ (1.865,59)</b>	<b>\$ 3.966,37</b>	<b>\$ 10.483,22</b>	<b>\$ 17.890,29</b>

**CUADRO N° 48 Tir, Van**

<b>TMAR</b>	11,24%
<b>TIR</b>	26%
<b>VAN</b>	\$ 6.473,45
<b>PRI</b>	5 Veces

**CUADRO N° 49 Recuperación de inversión**

<b>RECUPERACION DE LA INVERSION</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>F. NETO ACUMULADO</b>	<b>INVERSION</b>	<b>RECUPERACION (%)</b>
0	0	0	-27.069,98	0
1	5.023,62	-7.046,37	-34.116,35	26%
2	5.180,78	-1.865,59	-35.981,94	7%
3	5.831,96	3.966,37	-32.015,57	15%
4	6.516,85	10.483,22	-21.532,35	39%
5	7.407,07	17.890,29	-3.642,05	66%

**CUADRO N° 50 Análisis de sensibilidad**

<b>ANALISIS DE SENSIBILIDAD</b>			
<b>CASO</b>	<b>SUPUESTOS</b>	<b>VAN</b>	<b>TIR</b>
1	Situación actual	3.437,79	27,58%
2	Incremento del 15% del costo de producción	2.091,97	20,70%
3	Disminución del 15% del costo de producción	4.783,61	34,13%
4	Incremento del 15% del precio de venta	34.783,89	134,80%
5	Disminución del 15% del precio de venta	-27.908,30	NUM
6	Incremento del 15% de precio y costo	9.828,75	52,97%
7	Disminución del 15% precio y costo	59.739,02	209,87%

El 11.24% de tasa mínima aceptable de rendimiento del capital total, significa lo mínimo de rendimiento que los inversionistas esperan con el fin de cubrir sus expectativas.

**La TIR** es de 26%, tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. Esto implica que es bastante rentable y que el riesgo es moderado, esto permite prever una buena rentabilidad de la inversión inicial por lo que se considera que el presente proyecto es **VIABLE FINANCIERAMENTE**.

**El PRI** es el tiempo que se necesita para recuperar la inversión total que se ha efectuado en el proyecto, mientras menor sea el período de recuperación del capital se considera apropiado.

Con el flujo de caja neto actual y proyectada a cinco años, utilizando una tasa de rentabilidad 11,20% que es la tasa referencial que proporciona el Banco del fomento se obtiene un valor actual neto (**VAN**) \$ 6.473,45 de en dólares americanos.

Análisis de sensibilidad, variables que afectan al centro de Acopio son las cantidades extraídas, los precios de compras, el rendimiento de del local, los precios de ventas, etc. Los análisis se realizaron a partir del supuesto que sólo venderá el pescado por libras. En cuanto al tipo de especies que se venderá, esto es determinado en un principio por lo que pueden extraer los pescadores artesanales con los métodos de pesca permitidos y posteriormente, complementado por las fuerzas del mercado, tomando en cuenta la disponibilidad y las poblaciones de las especies.

## **Conclusión**

Una vez realizado el presente proyecto se establecen las siguientes conclusiones:

- El presente proyecto cumple con todas las normas legales, para su funcionamiento y características provincial.
- El sector de Santa Rosa por ser comercial, faculta una excelente ubicación para captar y posicionarse dentro del mercado apoyando al cumplimiento de las ventas estimadas del centro de comercialización “Los Pargueros”
- Una característica importante es contar con el apoyo de los asociados como parte activa del negocio, por lo que la viabilidad social es buena contribuye a incrementar el nivel de vida de los mismo
- Ser comercializadores directos permite tener un control sobre la inocuidad, precio y calidad del pescado.
- La Viabilidad del proyecto contribuye a la creación de plaza de trabajo tanto a los asociados como a personas que se dedican a la actividad de la pesca.
- El proyecto es rentable y factible de aplicarlo en función del costo de comercialización asumido, permitiendo beneficios económicos y sociales para los asociados

## **Recomendaciones**

- La capacitación, organizacional y colaboración del personal es de vital importancia para el desarrollo y éxito del proyecto.
- Los pescadores de la asociación deben tener una capacitación frecuente e intensiva que permita obtener un recurso humano competitivo y proactivo para alcanzar los mejores resultados dentro de la asociación.
- Las actividades de control sobre el producto deben ser continuas, para mantener niveles de calidad, inocuidad y frescura siempre del producto.
- El uso de los activos debe ser optimizado en su totalidad.
- Por la carencia del personal especializado en la administración, evaluación y control de este tipo de proyectos, se recomienda contratar el personal idóneo y comprometido con la forma de trabajo a implementarse.
- Realizar el seguimiento para la aplicación del proyecto.

## Bibliografía

- ARAYA CHAVES, B, 2000,
- ALHAMA, Belamaric, y Cuevas, Rafael, 2005,
- ANDRADE, A., Bernardo, y Hernández, Yesid Santamaría, 2007,
- CONTERAS Soto Ricardo, 2006,
- CONTRERAS Soto, 2008,
- Fundación hogares juveniles campesinas, 2008,
- GARCÍA, C. E., 2008,
- Manejo Pos cosecha de Productos Agrícolas, ed. Universidad Estatal a Distancia.
- Perfeccionamiento empresarial: realidades y retos, Ed. Ciencias Sociales, Instituto de Estudios e Investigaciones del Trabajo, La Habana.
- Método para medir la acción social en empresas de economía solidaria, Ed. FUNDECOOP.
- Aproximación A Los Problemas De Las Microempresas En México, Edición Electrónica Eumed, México
- Potencialidades Y Problemas En Empresas De Participación Familiar En Las Mi pymes, Edición Electrónica Eumed, México
- Desarrollo Endógeno Agropecuario- Administración Rural, impreso por printer Colombiana, Carrera Bogotá DC Colombia.
- Análisis Económico de las organizaciones: enfoque y perspectivas, Ed. Alianza Editorial S.A.

- GOODSTEIN D.  
LEONARD, Nolan M.  
Timothy, Pfeiffer William J.  
2006,
- KOTLER, Philip,  
ARMSTRONG, Gary, 2007,
- MUGARRA, Elorriaga,  
Aitziber, 2008,
- MORAN José L, 2007,
- MORENO Ramírez Álvaro  
2009,
- MERLINSKY, María  
Gabriela 2008,
- ALVARADO Pereda, f.  
2010,
- “Planeación Estratégica Aplicada”  
Primera Edición, Mc Graw Hill.
- Mercadotecnia, Prentice- Hall,  
Hispanoamérica.
- Responsabilidad social y balance  
social: Un reto para las  
Cooperativas, Instituto de Estudios  
Cooperativos, Universidad de  
DEUSTO, En: CIRIEC-ESPAÑA,  
Revista de Economía Pública,  
Social y Cooperativa, Madrid.
- La economía comunal, Edición  
Electrónica Eumed, Venezuela
- Estudio Para La Diversificación  
Productiva De Santa Elena Y  
Guayas, Fundación NOBIS
- “Micro-emprendimientos y redes  
sociales en el conurbano. Balance y  
desafíos de la experiencia reciente.”  
Facultad de Ciencias Sociales,  
UBA, Buenos Aires
- Diagnostico social sobre el trabajo y  
el empleo, en el sector pesquero de  
Ecuador y Perú.

## Link

- ✓ <http://www.bce.fin.ec>
- ✓ <http://www.inec.gob.ec>
- ✓ La reducción en los costos de comunicación e imagen)  
<http://www.evoit.com.ar/>
- ✓ Seminario sobre la Economía de Solidaridad. Disponible en  
<http://www.luisrazeto.net>
- ✓ Economía popular y movimientos populares  
[http://www.riless.org/investigadores\\_desarrollo.shtml?x=24601](http://www.riless.org/investigadores_desarrollo.shtml?x=24601).
- ✓ Dependencia a la autogestión laboral  
<http://www.flacso.org.ar/publicaciones.php>
- ✓ Documento Fundacional y Programa <http://www.cta.org.ar/base/article1935.html>
- ✓ “La sostenibilidad de los emprendimientos de la economía social y solidaria”  
[www.riless.org/otraeconomia](http://www.riless.org/otraeconomia)
- ✓ <http://www.asteriscos.tv/pymes-70.html>. Descubriendo a las Pymes agrícolas,  
[en línea].( 14/10/10)( 28/03/08) disponible,
- ✓ [www.inta.gov.ar/ies](http://www.inta.gov.ar/ies). Brescia Víctor - Lema Daniel, Barrón Elena, Dinámica De Producción Y Eficiencia En Empresas Agrícola

## Carta Compromiso

Sra. Ana María Panchana Panimboza  
**EGRESADA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
Salinas.-

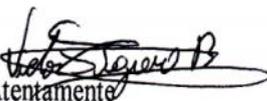
De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo de parte de las personas que conformamos la Asociación “Los Pargueros”, deseándole éxito en su carrera profesional.

Las personas que conformamos la Asociación “Los Pargueros” del puerto de Santa Rosa, necesitamos el desarrollo de un Plan de Negocio, en cuanto a la comercialización y administración de nuestros servicios y productos, tema de gran importancia en el sector, debido a que estamos expuestos a riesgo en alta mar y necesitamos de un apoyo para mejorar nuestra situación económica, a la vez tener conocimientos para brindar un buen servicio a los clientes, por tal razón le solicitamos a usted que nos imparta y oriente con sus conocimientos referente al tema de un Plan de Negocio, socializando este proyecto a nuestra Asociación ubicada en la Parroquia de Santa Rosa, del Cantón Salinas.

Quedando de usted muy agradecido, esperando contar con su apoyo, para beneficios del personal de la Asociación, que sirven para mejorar nuestras condiciones de vida y trabajo.

Lo que comunico para fines pertinentes.

  
Atentamente

Cc. Archivo.

Lic. Carmen Merchán Borbor  
COMUNICADORA SOCIAL  
No. REGISTRO SE 024

### CERTIFICO

Tengo bien certificar, la revisión del texto de tesis con el tema "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES "LOS PARGUEROS" DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013", de la autoría de ANA MARIA PANCHANA PANIMBOZA, portadora de la cédula de identidad No. 0923312557, egresada de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. La misma que, nota pulcritud en la escritura en todas sus partes; la acentuación es precisa. Se utiliza signos de puntuación de manera acertada en todos sus ejes, la temática evita los vicios de dicción; hay concentración y exactitud en las ideas, La sinonimia es correcta; se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis. El lenguaje es pedagógico, sencillo y directo; por lo tanto es de fácil comprensión.

La Libertad, Febrero del 2013.

Atentamente,



Lcda. Carmen Merchán Borbor  
C.I. 0911985133



## ANEXO 1 Encuesta para asociados

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### Encuesta para asociados

**Tema:** PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES  
“LOS PARGUEROS” DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN  
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

#### Datos del Encuestado

Edad: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo Ud. Se dedica a la faena de Pesca?

---

2.- ¿Se dedica a otra actividad de comercio que le permita mejorar la situación económica?

SI  NO

Si su respuesta es positiva, cuál es la otra actividad a la que se dedica

---

3.- ¿Tiene conocimiento del significado de un plan de negocio?

SI  NO

4.- ¿Ha recibido capacitación sobre cómo comercializar los productos que Ud. pesca?

SI  NO

5.- ¿Cuál sería el dinero que Ud. aportaría para mejorar su negocio de pesca?

---

---

6.- ¿Cuentan con algún tipo de apoyo económico pública o privado?

SI  NO

Especifique el tipo de entidad:

Pública

Privado



## ANEXO 2 Encuesta para comerciantes

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### Encuesta para comerciantes

1.- ¿Considera Ud. que la pesca es la principal actividad económica en el Cantón Salinas?

SI  NO

Porqué: \_\_\_\_\_

2.- ¿Desde hace cuánto tiempo Ud. se dedica a la actividad de comerciante?

\_\_\_\_\_

3.- ¿Considera Ud. que es conveniente que los pescadores se organicen comercialmente?

SI  NO

4.- ¿Cuántos libras de pescado venden mensualmente?

\_\_\_\_\_

5.- ¿De las libra que mensualmente comercializa, cuántos les compran a los pescadores de Santa Rosa?

Rango (%)	
100%	
90%	
80%	



### ANEXO 3 Encuesta para consumidores

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### Encuesta para consumidores

1.- ¿Cuántas libras de pescado compra Ud. para el consumo semanal?

---

2.- ¿Qué tipo de pescado consume con más frecuencia?

Dorado	
Albacora	
Bonito	
Picudo	
Pargo	
Varios	

3.- ¿Considera Ud. que es conveniente que los pescadores se organicen comercialmente?

SI  NO

---

4.- ¿Dónde comúnmente compran pescado?

Supermercado

Mercado de la localidad

Otros, especifique: \_\_\_\_\_



## **ANEXO 4 Entrevistas**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Entrevistas para presidentes de asociaciones y cooperativa de puerto del santa rosa**

1. ¿Cuántos pescadores o armadores pertenecen a la Cooperativa o asociación?
2. ¿Los pescadores de esta cooperativa o asociación han recibido cursos o talleres de capacitación referente a lo que es un plan de negocio?
3. ¿Tienen conocimientos sus asociados o cooperados, en cuanto a los requisitos necesarios para acceder a créditos en entidades públicas o privadas?
4. ¿Piensa Ud. que un plan de negocio es primordial en el sector pesquero?
5. ¿En el Sector pesquero hay estabilidad laboral?

## **ANEXO 5 Entrevistas para autoridades**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Entrevistas para autoridades de instituciones financieras**

1. Con respecto al buen vivir establecido en la constitución de la república ¿Cree Ud. Que las personas que se dedican a la pesca artesanal gozan de este derecho?
2. Cómo un buen líder ¿Qué es para Ud. un Plan de Negocio?
3. Su Opinión ¿Tiene algún beneficio hacer un plan de negocios para el sector pesquero?
4. Es recomendable que las personas traigan proyectos o programas para poder tener acceso a créditos?

## ANEXO 6 Proyecciones

### PROYECCIONES

SEMANTAL	7 DIAS
MENSUAL	30 DIAS
ANUAL	360 DIAS



1 AÑO						
Tasa de crecimiento 4,50%			Tasa de inflación 4,67%			
Cientes	Cant Libras	Precio comp	valor compras	Precio venta	Valor ventas	
mayorista	1600	\$ 0,67	\$ 1.072,00	\$ 1,00	\$ 1.600,00	
minorista	700	\$ 0,67	\$ 469,00	\$ 1,10	\$ 770,00	
c. final	400	\$ 0,67	\$ 268,00	\$ 1,20	\$ 480,00	
SEMANTAL	Total	2700	\$ 1.809,00		\$ 2.850,00	
MENSUAL			\$ 7.752,86		\$ 12.214,29	
ANUAL			\$ 93.034,29		\$ 146.571,43	
2 AÑO						
Tasa de crecimiento 4,50%			Tasa de inflación 4,67%			
Cientes	Cant Libras	Precio compra	valor compras	Precio venta	Valor ventas	
mayorista	1600	\$ 0,70	\$ 1.120,24	\$ 1,05	\$ 1.674,72	
minorista	700	\$ 0,70	\$ 490,11	\$ 1,15	\$ 805,96	
c. final	400	\$ 0,70	\$ 280,06	\$ 1,26	\$ 502,42	
SEMANTAL	Total	2700	\$ 1.890,41		\$ 2.983,10	
MENSUAL			\$ 8.101,74		\$ 12.784,69	
ANUAL			\$ 97.220,83		\$ 153.416,31	
3 AÑO						
Tasa de crecimiento 4,50%			Tasa de inflación 4,67%			
Cientes	Cant Libras	Precio compra	valor compras	Precio venta	Valor ventas	
mayorista	1600	\$ 0,73	\$ 1.170,65	\$ 1,10	\$ 1.752,93	
minorista	700	\$ 0,73	\$ 512,16	\$ 1,21	\$ 843,60	
c. final	400	\$ 0,73	\$ 292,66	\$ 1,31	\$ 525,88	
SEMANTAL	Total	2700	\$ 1.975,47		\$ 3.122,41	
MENSUAL			\$ 8.466,31		\$ 13.381,74	
ANUAL			\$ 101.595,77		\$ 160.580,86	

## ANEXO 7 Proyecciones

### PROYECCIONES



4 AÑO							
Tasa de crecimiento		4,50%		Tasa de inflación		4,67%	
Clientes	Cant Libras	Precio compra	valor compras	Precio venta	Valor ventas		
mayorista	1600	\$ 0,76	\$ 1.223,33	\$ 1,15	\$ 1.834,79		
minorista	700	\$ 0,76	\$ 535,21	\$ 1,26	\$ 882,99		
c. final	400	\$ 0,76	\$ 305,83	\$ 1,38	\$ 550,44		
SEMANAL	Total	2700	\$ 2.064,37		\$ 3.268,22		
MENSUAL			\$ 8.847,30		\$ 14.006,67		
ANUAL			\$ 106.167,58		\$ 168.079,98		
5 AÑO							
Tasa de crecimiento		4,50%		Tasa de inflación		4,67%	
Clientes	Cant Libras	Precio compra	valor compras	Precio venta	Valor ventas		
mayorista	1600	\$ 0,80	\$ 1.278,38	\$ 1,20	\$ 1.920,48		
minorista	700	\$ 0,80	\$ 559,29	\$ 1,32	\$ 924,23		
c. final	400	\$ 0,80	\$ 319,59	\$ 1,44	\$ 576,14		
SEMANAL	Total	2700	\$ 2.157,27		\$ 3.420,85		
MENSUAL			\$ 9.245,43		\$ 14.660,78		
ANUAL			\$ 110.945,12		\$ 175.929,32		

## ANEXO 8 Aportación del producto



Tabla de porcentaje de Aportación del producto al centro de Acopio

Embarcaciones	Días	Embarcaciones activas	libras x embarcación	100% del producto	15% aporte de los socios x semana
10	6	60	300	18000	2700
			60	3600	

## ANEXO 9 Depreciaciones

### Depreciaciones



DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00
Materiales	\$ 1.433,52	10	\$ 143,35
Muebles	\$ 475,76	10	\$ 47,58
Equipos	\$ 1.433,52	2	\$ 716,76
Construcción e instalación	\$ 1.800,00	20	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.237,69</b>

## ANEXO 10 Costo Laboral

### Costo Laboral



SUELDOS Y SALARIOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS											
CARGO	SUELDO MENSUAL	No. EMPLEADOS POR AÑO					SUELDO ANUAL				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	318,00	2	2	2	2	2	7.632,00	8.352,00	9.072,00	9.792,00	10.512,00
<b>TOTAL</b>	<b>318,00</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7.632,00</b>	<b>8.352,00</b>	<b>9.072,00</b>	<b>9.792,00</b>	<b>10.512,00</b>

## ANEXO 11 Publicidad

### Publicidad



PUBLICIDAD Y PROMOCION	1	2	3	4	5
Rótulos	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Volantes	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300,00</b>				

**ANEXO 12 Gastos Administrativos**  
**Gastos Administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
	<b>AÑOS</b>				
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos y salarios	\$ 7.632,00	\$ 8.352,00	\$ 9.072,00	\$ 9.792,00	\$ 10.512,00
Aporte patronal	\$ 927,29	\$ 1.014,77	\$ 1.102,25	\$ 1.189,73	\$ 1.277,21
Beneficios sociales	\$ 1.590,00	\$ 2.436,00	\$ 2.646,00	\$ 2.856,00	\$ 3.066,00
Energía Eléctrica	\$ 1.500,00	\$ 1.596,30	\$ 1.698,78	\$ 1.807,84	\$ 1.923,91
Agua potable	\$ 960,00	\$ 1.021,63	\$ 1.087,22	\$ 1.157,02	\$ 1.231,30
Mantenimiento y reparación	\$ 480,00	\$ 496,27	\$ 513,10	\$ 530,49	\$ 548,47
Capacitaciones	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Útiles de oficina	\$ 480,00	\$ 496,27	\$ 513,10	\$ 530,49	\$ 548,47
Depreciación de activos fijos	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69	\$ 1.237,69
Publicidad y promoción	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Amortización de gastos pre operativos	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80	\$ 114,80
Materiales de limpieza	\$ 52,19	\$ 107,91	\$ 111,57	\$ 115,35	\$ 119,26
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18.773,96</b>	<b>\$ 20.673,64</b>	<b>\$ 21.896,50</b>	<b>\$ 23.131,41</b>	<b>\$ 24.379,11</b>

**ANEXO 13 Costos de Operacionales**  
**Costos de Operacionales**

<b>COSTOS OPERACIONALES</b>					
	<b>AÑOS</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Suministros y materiales	360,00	372,20	384,82	397,87	411,35
Energía eléctrica	1.500,00	1.550,85	1.603,42	1.657,78	1.713,98
Agua potable	960,00	992,54	1.026,19	1.060,98	1.096,95
Mantenimiento y reparación	480,00	496,27	513,10	530,49	548,47
Capacitación	3500,00	3500,00	3500,00	3500,00	3500,00
Recolección de desechos	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Depreciación de activos fijos	2.828,85	2.828,85	2.828,85	2.828,85	2.828,85
Materiales de limpieza	104,37	107,91	111,57	115,35	119,26
Transporte	7.011,96	7.249,67	7.495,43	7.749,52	8.012,23
<b>TOTAL</b>	<b>15.795,18</b>	<b>16.148,29</b>	<b>16.513,38</b>	<b>16.890,84</b>	<b>17.281,09</b>

**ANEXO 14 Determinación de cuentas  
Determinación de cuentas**



CUENTAS	RUBRO
Costo operacionales	\$ 15.795,18
Gastos Administrativos	\$ 18.773,96
Costos Directos	\$ 24.253,65
(-) Depreciación de activos fijos	\$ 4.066,54
(-) Beneficios Sociales	\$ 1.590,00
(-) Amortización	\$ 114,80
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 53.051,45</b>
<b>Trimestres a cubrir</b>	<b>\$ 4,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 13.262,86</b>

**ANEXO 15 Costos de ventas  
Costos de ventas**



VENTAS NETAS						
		1	2	3	4	5
	Ventas Brutas	\$ 146.571,43	\$ 153.416,31	\$ 160.580,86	\$ 168.079,98	\$ 175.929,32
(-)	Descuentos en Ventas	\$ 2.931,43	\$ 3.068,33	\$ 3.211,62	\$ 3.361,60	\$ 3.518,59
(=)	<b>Ventas Netas</b>	<b>\$ 143.640,00</b>	<b>\$ 150.347,99</b>	<b>\$ 157.369,24</b>	<b>\$ 164.718,38</b>	<b>\$ 172.410,73</b>
(+)	Compras	\$ 93.034,29	\$ 97.220,83	\$ 101.595,77	\$ 106.167,58	\$ 110.945,12
(+)	Transportes en compras	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
(=)	<b>Compras Netas</b>	<b>\$ 93.994,29</b>	<b>\$ 98.180,83</b>	<b>\$ 102.555,77</b>	<b>\$ 107.127,58</b>	<b>\$ 111.905,12</b>
(-)	Mercadería Disponible para la venta	\$ 93.994,29	\$ 98.180,83	\$ 102.555,77	\$ 107.127,58	\$ 111.905,12
	Pérdida de mercaderías	\$ 1.400,00	\$ 1.772,00	\$ 2.201,66	\$ 2.607,02	\$ 3.271,09
(=)	<b>Costo de ventas</b>	<b>\$ 92.594,29</b>	<b>\$ 96.408,83</b>	<b>\$ 100.354,11</b>	<b>\$ 104.520,56</b>	<b>\$ 108.634,03</b>
(=)	<b>Utilidad Bruta en ventas</b>	<b>\$ 51.045,71</b>	<b>\$ 53.939,16</b>	<b>\$ 57.015,13</b>	<b>\$ 60.197,83</b>	<b>\$ 63.776,70</b>

**ANEXO 16 Balance General**  
**Balance General**



<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
<b>ESCENARIO NORMAL</b>						
<b>RUBRO/AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja y bancos	13.262,86	18.286,48	23.467,26	29.299,22	35.816,07	43.223,14
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Maquinarias	10.380,00	10.380,00	10.380,00	10.380,00	10.380,00	10.380,00
Muebles	475,76	475,76	475,76	475,76	475,76	475,76
Herramientas	1.433,52	1.433,52	1.433,52	1.433,52	1.433,52	1.433,52
Equipos	943,84	943,84	943,84	943,84	943,84	943,84
Depreciación acumulada		4.066,54	8.133,07	12.199,61	16.266,14	20.332,68
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
Gastos pre operativos	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00
Gastos de Inv. y Desarrollo	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Amortización acumulada		114,80	229,60	344,40	459,20	574,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>27.069,98</b>	<b>27.912,26</b>	<b>28.911,71</b>	<b>30.562,33</b>	<b>32.897,84</b>	<b>36.123,58</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Préstamo bancario	12.000,00	10.080,81	7.946,66	5.573,49	2.934,53	0,00
Participación de Trabajadores		4.639,16	4.820,47	5.134,29	5.466,33	5.860,34
Impuesto a la Renta		7.731,94	8.034,12	8.557,15	9.110,55	9.767,23
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Utilidades acumuladas		2.761,47	5.895,06	9.918,85	14.893,33	21.053,60
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>15.000,00</b>	<b>28.213,38</b>	<b>29.696,31</b>	<b>32.183,79</b>	<b>35.404,73</b>	<b>39.681,17</b>

**ANEXO 17 Programa de capacitación**  
**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN NATIVOS “LOS PARGUEROS”**  
**Año 2013**



N°	TEMAS PARA CAPACITAR	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	PARTICIPANTES	CONTENIDO DEL PROGRAMA
2 Veces al año	Reparación de Motores Fuera de Borda	Ejecutar el mantenimiento preventivo y correctivo de motores fuera de borda, aplicando procedimientos y técnicas de reparación establecidas, en condiciones de seguridad, calidad y cuidado del medio ambiente	60	Motores Fuera de Borda de 2 y 4 Tiempos  Mantenimiento de Motores Fuera de Borda
1 Vez al año	Requisitos para acceder a créditos	Adquirir conocimientos para acceder a contratación e préstamos con instituciones financieras	60	Mejorar la capacidad y poder negociador del sector público en su conjunto  Optimizar el aprovechamiento de los recursos disponibles
2 veces al año	Capacitación de tecnología pesquera	Mejorar los beneficios sociales y económicos derivados de la pesca. Aumentar la seguridad y mejorar las condiciones debida de los pescadores.	60	Factores relacionados con la pesquería. Factores ambientales y del ecosistema Factores socioeconómicos Factores jurídicos

	Capacitación para la comercialización de productos marinos	Optimización y dotación de infraestructura y equipamiento para el procesamiento, almacenamiento de productos pesqueros.	60	Desarrollo de una red de mercados locales para productos regionales.
2 veces al año	Capacitación para procesar las vísceras	Las actitudes y prácticas de pescadores y actores vinculados al sector, tienden al uso sostenible de los recursos pesqueros.	60	Importancia de conservar los recursos acuíferos, sus ecosistemas y los recursos Pesqueros. Enfatizar en los efectos de la contaminación, sus principales causas, regulaciones, normas, Sanciones, etc.
2 veces al año	Capacitación en primeros auxilios y seguridad	Lograr disminuir el número de accidentes en la pesca	60	Factores relativos a la formación de las tripulaciones. Factores relativos a las condiciones de trabajo a bordo

ANEXO 18Nómina de socios

ASOCIACIÓN NATIVOS "LOS PARGUEROS" DEL PUERTO SANTA ROSA DEL CANTÓN SALINAS

CREADA EL 12 DE JUNIO 1994

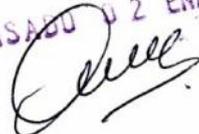


N°	ASOCIADO	FIRMAS
1	PEDRO V. TIGRERO B. - PRESIDENTE	Victor Tigrero B
2	ANDRES Balón	Andres Balón
3	Ricardo Sarmiento Tigrero	Ricardo Sarmiento
4	Paul Reyes Reyes	Paul Reyes Reyes
5	Orlando Cojitaambo Perero	Orlando Cojitaambo
6	Pedro Alexander Perero Suarez	Pedro Alexander Perero
7	Augustin Tigrero	Augustin Tigrero
8	Carlos Leonardo Balón	Carlos Balón
9	Thon Luis Reyes	Thon Luis Reyes
10	Leonardo Pedro Perero	Leonardo Perero
11	San Luis Cojitaambo	San Luis Cojitaambo
12	Kleber Samuel Gonzales	Kleber Gonzales
13	Roberto Daniel Balón	Roberto Daniel Balón
14	Alex Paul Reyes	Alex Paul Reyes
15	Fernando Saul Suarez	Fernando Suarez
16	Pedro Manuel Perero	Pedro Manuel Perero
17	Luis Leonardo Cojitaambo	Luis Cojitaambo
18	Victor Erick Gonzalez	Victor Gonzalez
19	Carlos Luis Perero Balón	Carlos Perero
20	Jairo Saul Balón Reyes	Jairo Balón
21	Alex Francisco Perero	Alex Perero
22	Roberto Alexander Balón	Roberto Balón
23	Fernando Manuel Perero	Fernando Perero
24	Pablo Samuel Reyes Balón	Pablo Reyes
25	Ernesto Paul Suarez	Ernesto Suarez
26	Ricardo Cojitaambo Suarez	Ricardo Cojitaambo
27	Pedro Fernando Suarez Reyes	Pedro Suarez
28	Pablo Augustin Perero	Pablo Perero
29	Kleber Fernando Cojitaambo	Kleber Cojitaambo
30	Victor Alexander Gonzalez Suarez	Victor Gonzalez S.
31	Ernesto Daniel Perero Reyes	Ernesto Perero
32	Manuel Saul Suarez Perero	Manuel Suarez
33	Carlos Reyes Tigrero	Carlos Reyes
34	Pedro Ricardo Suarez	Pedro Suarez
35	Pablo Saul Gonzalez Reyes	Pablo Gonzalez
36	Mauricio Saul Perero	Mauricio Perero
37	Amiel Mauricio Oca Tigrero	Amiel Oca
38	Jorge Alexander Torres Rodriguez	Jorge Torres
39	Mario Alberto Tigrero Reyes	Mario Tigrero
40	Pedro Alfonso Cojitaambo	Pedro Cojitaambo

REVISADO 02 ENE 2013

41	PEDRO SAUL PERERO	Pedro Saúl
42	Luis Alberto González Reyes	Luis González R.
43	Erick Fernando Balón	Erick Balón
44	Alex Manuel Caguitambo	Alex Caguitambo
45	Carlos Luis Perero Reyes	Carlos Perero R.
46	Cristhian Andres Balón Babi	Cristhian Balón Babi
47	Jorge Ernesto Reyes	Jorge Reyes
48	CLAUDIO VENUTO PERERO	Claudio Perero
49	Gustavo Javier González	Gustavo González
50	Pedro Javier Balón Reyes	Pedro Balón
51	Javier Aquilín Caguitambo	Javier Caguitambo
52	Alberto Manuel Perero	Alberto Perero
53	Raul Negandor González	Raul González
54	Roberto González Balón	Roberto González Balón
55	Francisco Caguitambo Reyes	Francisco Caguitambo
56	Jorge Javier Orozco	Jorge Orozco
57	Raúl Eduardo Reyes	Raúl Reyes
58	Pedro Pablo Balón Chiquito	Pedro Balón
59	Sergio Samuel Perero Jaso	Sergio Perero
60.	Alex Saúl Caguitambo Balón	Alex Caguitambo

ANEXO 19 Fotos

REVISADO 02 ENE 2013  


## ANEXO 20Fotos



**Parroquia Santa Rosa del cantón Salinas-lugar para desarrollar mi tesis**



**Pescadores del puerto de Santa Ros**

**ANEXO 21 Fotos**



**Comerciante**



**Comercialización ambulante dentro del Puerto de Santa Rosa**

**ANEXO 22 Fotos**



**Lanchas de la Asociación “Los Pargueros”**



**Botes de la Asociación “Los Pargueros”**

## ANEXO 23 Comerciantes



Lugar en donde pesan los pescados



Comerciante que recorre en los barrios

**ANEXO 24 Realizando Entrevista**



**Realizando encuestas a los comerciantes**



**Realizando encuestas a los Asociados**

## **ANEXO 25 Realizando Encuesta**



**Encuestas realizadas a consumidores**



**Personas que se dedican a la limpieza de vísceras de pescado**

## Glosario

**Análisis de riesgos:** enfoque del análisis de problemas que pondera los riesgos de una situación al incluir probabilidades para obtener una evaluación más exacta de los riesgos existentes.

**Análisis costo – beneficio:** Procedimiento para formular y evaluar programas o proyectos, consistente en la comparación de costos y beneficios, con el propósito de que estos últimos excedan a los primeros pudiendo ser de tipo monetario o social, directo o indirecto.

**Autonomía de gestión:** Mayor margen de maniobra otorgado a las empresas públicas que les permite tener más agilidad para adecuarse a las nuevas circunstancias para el desarrollo pleno de la capacidad gerencial de los niveles de dirección, reformulando el sistema de relaciones existentes entre el sector central y el paraestatal.

**Benchmarking:** método para el establecimiento de metas y medidas de productividad con base en las mejores prácticas de la industria.

**Cultura organizacional:** patrón general de conducta, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización

**Depreciación (consumo de capital fijo):** Es la pérdida o disminución en el valor material o funcional del activo fijo tangible, la cual se debe fundamentalmente al desgaste de la propiedad porque no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados

**Diagnóstico:**(Del griego diagnósticos, a su vez del prefijo día-, “a través”, y gnosis, “conocimiento” o “apto para conocer”) alude, en general.

## Glosario

**Kaizen:** un término japonés que señala la importancia del mejoramiento continuo. La idea es que dar continuamente pequeños pasos en mejoras será la clave para el éxito a largo plazo.

**Medición:** Se refiere a la información numérica que cuantifica los recursos, procesos, servicios, desempeño y resultados de la organización

**Proceso:** Es un conjunto de tareas relacionadas lógicamente llevadas a cabo para lograr un resultado de negocio definido.

**Programa:** Declaración de lo que se piensa hacer en una determinada empresa.

**Producción:** Proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades humanas.

**Productividad:** Relación entre el producto obtenido y los insumos empleados, medidos en términos reales; en un sentido, la productividad mide la frecuencia del trabajo

**Racionalidad:** análisis que requiere de una meta y una comprensión clara de las alternativas mediante las que se pueden alcanzar una meta.

**Staff:** relación en un puesto organizacional donde la tarea del titular es dar consejos o asesoría a alguna persona.

**Stock:** Acervo o cantidad acumulada de una variable determinada en un momento dado.

## **Abreviaturas**

- ASOEXPEBLA:** Asociación de Exportadores de Pesca Blanca.
- ATUNEC:** Asociación de Atuneros del Ecuador
- BCE:** Banco Central del Ecuador
- CEIPA:** Cámara Ecuatoriana de Industriales y Procesadores Atuneros
- CENAIM:** Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas
- CEPAL:** Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas
- CNP:** Comisión Nacional de Pesquería
- CORPEI:** Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones
- DGP:** Dirección Nacional de Pesca
- DIGMER:** Dirección General de la Marina Mercante
- EPESPO:** Escuela de Pesca del Pacífico Oriental
- ESTEPE:** Escuela Tecnológica de Pesquería del Ecuador
- FAO:** Organización para la Alimentación y la Agricultura de las Naciones Unidas
- FENACOPEC:** federación Nacional de Cooperativas Pesqueras del Ecuador
- IESS:** Instituto Ecuatoriano de seguridad Social
- INP:** Instituto Nacional de Pesca
- OIT:** Organización Internacional de Trabajo de las Naciones Unidas
- OMI:** Organización Marítima Internacional
- PEA:** Población Económicamente Activa
- PMRC:** Programa de Manejo de Recursos Pesqueros
- PROTEP:** Programa de Tecnología en Pesquería
- SGRT:** Seguro General de Riesgos de Trabajo
- SRP:** Subsecretaria de Recursos Pesqueros
- SSC:** Seguro Social Campesino
- SMVG:** Salario Mínimo Vital General