



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2020.”

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autor:

Pico Prado Kevin Fernando

Tutor:

Ing. Mg. Sc Neuval Villegas Barros.

La Maná – Ecuador

Marzo – 2021

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Yo, **Pico Prado Kevin Fernando** declaro ser el autor del proyecto de investigación “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2020.**”, siendo el **Ing. Mg. Sc Neuval Villegas Barros**. Tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, declaro que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad



Kevin Fernando Pico Prado
0504498015

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de investigación con el título: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2020”**, de Pico Prado Kevin Fernando, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico – técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del tribunal de validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencia Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, febrero del 2021



Ing. Villegas Barros Neoval José M. Sc.
C.I. 120243766-9
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores , aprueban el Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el postulante: Pico Prado Kevin Fernando con el título de Proyecto de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2020”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, febrero del 2021

Para constancia firman

Atentamente



Ing. Fabricio Cabrera
LECTOR 1
(PRESIDENTE)



Ing. Enry Medina
LECTOR 2



Ing. Mayra Valencia
SECRETARIO

AGRADECIMIENTO

Hago constatar mis más sinceros agradecimientos a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a la Facultad de Ciencias Administrativas y a la Carrera de Ingeniería Comercial.

Expreso mi agradecimiento al Ing. M.Sc. Neuval Villegas por formar parte de mi guía y orientación, de igual manera agradezco el apoyo incondicional de mi familia, amigos y a todas las personas que contribuyeron en el desarrollo de este trabajo

Kevin

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo de manera especial a mi padre Galo, a mi madre Cyndia, por su sacrificio y esfuerzo, por ser mi apoyo fundamental en mi carrera universitaria. De igual manera dedico este trabajo a todas aquellas personas que ayudaron de una u otra manera en la realización de este proyecto

Kevin

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2020”

Autor:

Pico Prado Kevin Fernando

RESUMEN

La presente investigación titulada como: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, año 2020, se realizó con la finalidad de dar a conocer la viabilidad de comercialización de tales productos de alto valor económico, es importante saber que este tipo de emprendimiento contribuirá a la fuente de empleo y brindará una variedad de productos de alta calidad a precios muy competitivos con el fin de cumplir con la meta. el entorno requiere recurrir a la investigación: Formativa porque está asociada con el aprendizaje y la enseñanza, investigación de campo que permitió recopilar toda la información necesaria de forma directa con respecto a la realidad y en el lugar donde se presentó el estudio, la investigación bibliográfica permitió obtener información teórica de diferentes autores, y La investigación diagnóstica es significativa porque es necesario diagnosticar la relación entre oferta y demanda de los mariscos mediante la encuesta dirigida a los 22 comerciantes de mariscos y a las 389 familias del cantón La Maná. En base al estudio de mercado realizado se confirmó que existe una demanda de 2.599.575 libras de mariscos y una oferta de 570720 libras obteniendo una demanda insatisfecha de 2.028.855 demostrando que existe un amplio mercado para implementar la propuesta. El estudio técnico determino que el tamaño del proyecto fue del 5% teniendo una capacidad instalada que permitió comercializó 42200 libras anuales de mariscos además se describió el croquis de la ubicación de la microempresa disponibilidad de los recursos, los requisitos del proyecto y marco legal necesario para su operación de la microempresa. El estudio económico financiero se puede determinar que la inversión total requerida para la comercialización de mariscos, se compone de compras de activos fijos préstamo financiero al Ban Ecuador y capital de trabajo dando una inversión de \$28.602,00, el estado de resultados relejo que la utilidad neta para el año 2021 es de \$31.886,31 y para el año 2025 la utilidad neta será de \$36.771,89. El análisis financiero reflejo un VAN de \$149.276,02 mientras que la TIR reflejó un porcentaje del 375% una relación costo – beneficio de \$1,70 valores que acreditan la viabilidad de esta inversión, y se recuperará en menos de un año.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, comercialización, mariscos, microempresa

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES
COMMERCIAL ENGINEERING MAJOR

TITLE: "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A MICRO-ENTERPRISE DEDICATED TO THE COMMERCIALIZATION OF SEAFOOD IN LA MANÁ CANTÓN, COTOPAXI PROVINCE, 2020"

Autor:

Pico Prado Kevin Fernando

ABSTRACT

The present research entitled as: Feasibility study for the creation of a microenterprise dedicated to the commercialization of seafood in La Maná canton, Cotopaxi province in 2020, was conducted with the purpose of making known the feasibility of marketing this type of product of great economic value, it is important to show that this type of business will contribute with sources of employment, offering several quality products at very competitive prices, with the purpose of giving fulfillment to the stated objectives it was necessary to resort to research: Formative because it is associated with learning and teaching, field research that allowed gathering all the necessary information directly with respect to the reality and in the place where the study was presented, bibliographic research that allowed obtaining theoretical information from various authors, likewise diagnostic research was relevant because it was necessary to diagnose the supply and demand of seafood through the survey directed to the 22 seafood traders and the 389 families in the canton of La Maná. The market study showed that there was a demand of 2,599,575 pounds of seafood and a supply of 5,707,720 pounds, giving an unsatisfied demand of 2,028,855, evidencing that there was a large market for the implementation of the proposal. The technical study allowed determining that the size of the project was 5%, having an installed capacity that marketed 42200 pounds of seafood per year. In addition, a sketch of the location of the microenterprise, availability of resources, the requirements of the project and the legal framework necessary for the operation of the microenterprise were described. In the economic and financial study it was determined that the total investment required for the commercialization of seafood was made up of the purchase of fixed assets, financial loan to Ban Ecuador, and working capital, giving an investment of \$28,602.00. The income statement showed that the net profit for the year 2021 is \$31,886.31 and for the year 2025 the net profit will be \$36,771.89. The financial analysis showed an NPV of \$149,276.02, while the IRR showed a percentage of 375%, a cost-benefit ratio of \$1.70, values that demonstrate the viability of this investment, which will be recovered in less than one year.

Keywords: Feasibility study, commercialization, seafood, micro-enterpris



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al idioma Inglés presentado por el estudiante Egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas, Pico Prado Kevin Fernando, cuyo título versa "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2020", lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

La Maná, marzo del 2021

Atentamente,

MSc. Ramón Amores Sebastián Fernando
C.I: 050301668-5
DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
INDICE DE CONTENIDOS.....	x
INDICE DE CUADROS	xv
INDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
INDICE DE FIGURAS	xviii
1.INFORMACIÓN GENERAL	19
2.DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	20
3.JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	21
4.BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	22
5.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
6.OBJETIVOS	25
6.1. Objetivo general	25
6.2. Objetivos específicos.....	25
7.OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METOLOGÍA.....	26
8.FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TEÓRICO.....	27
8.1. Antecedentes investigativos	27
8.2 Categorías fundamentales.....	28
8.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	29
8.3.1. Estudio de mercado	29
8.3.1.1. Definición de estudio de mercado	29
8.3.1.2. Objetivos y generalidades del estudio de mercado.....	29
8.3.1.3. Producto.....	30

8.3.1.4. Oferta.....	30
8.3.1.5. Tipos de oferta.....	30
8.3.1.6. Proyección de la oferta	31
8.3.1.7. Demanda.....	31
8.3.1.8. Demanda insatisfecha	32
8.3.1.9. Proyección de la demanda	32
8.3.1.10. Precio.....	32
8.3.1.11. Análisis de precios.....	33
8.3.1.12. Comercialización	33
8.3.1.13. Canales de comercialización	35
8.3.1.14. Tipos de canales de comercialización	35
8.3.1.15. Marketing.....	37
8.3.1.16. Comercialización de mariscos	37
8.3.2. Estudio técnico	38
8.3.2.1. Tamaño del proyecto	38
8.3.2.2. Localización del proyecto.....	39
8.3.2.3. Macro localización	39
8.3.2.4. Micro localización	40
8.3.2.5. Ingeniería del proyecto	40
8.3.2.6. Sitio preciso	41
8.3.2.7. Disponibilidad de materia prima e insumos	41
8.3.2.8. Distribución de la planta.....	42
8.3.2.9. Organización de la empresa.....	43
8.3.2.10. Marco legal.....	44
8.3.3. Estudio Económico.....	45
8.3.3.1. Costos de producción.....	45
8.3.3.2. Costo.....	45
8.3.3.3. Tipos de costos	46
8.3.3.4. Inversión	47
8.3.3.5. Inversión inicial	47
8.3.3.6. Depreciación.....	48

8.3.3.7. Amortización	48
8.3.3.8. Gastos	48
8.3.3.9. Tipos de gastos	49
8.3.3.10. Punto de equilibrio.....	49
8.3.3.11. Estados financieros	50
8.3.4. Estudio financiero.....	52
8.3.4.1. Definición de estudio financiero.....	52
8.3.4.2. Valor actual neto (VAN)	53
8.3.4.3. Tasa interna de retorno (TIR)	53
8.3.4.4. Relación costo – beneficio.....	54
8.3.4.5. Evaluación económica.....	54
8.3.4.6. Análisis de sensibilidad	55
8.3.4.7. Rentabilidad.....	55
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS	56
10. METODOLOGÍA.....	57
10.1. Tipo de investigación.....	57
10.1.1. Investigación Formativa	57
10.1.2. Investigación Campo	57
10.1.3. Investigación Bibliográfica.....	57
10.1.4. Investigación Diagnóstica.....	58
10.1.5. Investigación Propositiva	58
10.2. Métodos	58
10.2.1. Método analítico	58
10.2.2. Método deductivo	58
10.3. Técnicas	59
10.3.1. Encuesta.....	59
10.4. Instrumentos para la encuesta.....	59
10.4.1. Cuestionario.....	59
10.5 Población y muestra.....	59
10.5.1. Población de comerciantes de mariscos	59
10.5.2. Población clientes	60

10.5.2. Muestra de los clientes	60
11.5.3. Análisis e interpretación de la información obtenida	61
11. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	62
11.1. Resultado de las encuestas dirigidas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná.....	62
11.2. Resultado de las encuestas efectuadas a las familias del cantón La Maná.....	67
11.3. Conclusiones y recomendaciones de las encuestas aplicadas en el cantón La Maná.	76
11.3.1. Conclusiones.....	76
11.3.2. Recomendaciones	77
11.4. Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.	78
11.4.1. Estudio de mercado para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.....	78
11.4.1.1. Oferta actual	78
11.4.1.2. Oferta proyectada	79
11.4.1.3. Demanda actual	79
11.4.1.4. Demanda proyectada	80
11.4.1.5. Demanda insatisfecha	80
11.5.2. Estudio técnico para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.....	81
11.5.2.1. Tamaño del proyecto para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná .	81
11.5.2.2. Ubicación y disponibilidad de recursos.....	82
11.5.2.3. Croquis de la ubicación de la microempresa	83
11.5.2.4. Requerimientos del proyecto	84
11.5.2.5. Organización y marco legal de la microempresa.....	85
11.5.2.6. Manual de funciones.....	85
11.5.2.7. Aspecto legal	89
11.5.3. Estudio económico para la comercialización de mariscos	89
11.5.3.1. Inversión de los activos fijos indispensables	90
11.5.3.2. Estimación de la depreciación de inversión fija para la ejecución del proyecto	91
11.5.3.3. Financiamiento requerido para la ejecución del proyecto	92
11.5.3.4. Plan de comercialización de mariscos	93
11.5.3.5. Materiales directos.....	94

11.5.3.6. Mano de obra.....	95
11.5.3.7. Costos directos.....	96
11.5.3.8. Costos indirectos.....	97
11.5.3.9. Gatos generales.....	97
11.5.3.10. Costos totales.....	98
11.5.3.12. Punto de equilibrio.....	99
11.5.3.13. Estado de resultados	100
11.5.3.14. Flujo de caja.....	101
11.5.4. Evaluación financiera para la comercialización de mariscos	102
11.5.4.1. Cálculo del VAN	102
11.5.4.2. Cálculo de la TIR.....	103
11.5.4.3. Cálculo del periodo de Retorno de la inversión	104
12. Presupuesto del Proyecto.....	106
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
13.1. Conclusiones.....	107
13.2. Recomendaciones	108
14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	109
15. ANEXOS	124

INDICE DE CUADROS

	págs.
1. Actividades y tareas en relación a los objetivos.....	26
2. Proyección de la población según cantones.....	60
3. Tiempo de actividad.....	62
4. Libras de mariscos vendidas anualmente.....	63
5. Destino del producto	64
6. Proveedores de mariscos.....	65
7. Presentación del producto.....	66
8. Integrantes del núcleo familiar.....	67
9. Lugar donde habita.....	68
10 Actividad económica.....	69
11 Libras de mariscos consumidas anualmente.....	70
12 Libras consumidas anualmente el año anterior.....	71
13 Lugar de compra.....	72
14 Es necesaria la creación de una microempresa de mariscos.....	73
15 Preferencia de mariscos.....	74
16 Factor decisivo en la compra de mariscos	75
17 Oferta actual.....	78
18 Proyección de la oferta	79
19 Demanda actual de los mariscos.....	79
20 Demanda proyectada.....	80
21 Demanda insatisfecha.....	80
22 Tamaño del proyecto.....	82
23 Mano de obra necesaria para la comercialización de mariscos.....	84
24 Presupuesto para la adquisición de activos fijos.....	84
25 Funciones gerente.....	85
26 Funciones cajero.....	87
27 Funciones del vendedor.....	88
28. Inversión activos fijos para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.....	90
29. Depreciación de activos fijos del proyecto vida útil de la inversión 5 años.....	91
30. Tabla de amortización de la deuda	92

31. Resumen de gastos financieros y capital amortizado.....	92
32. Plan de ventas de los mariscos	93
33. Capital de trabajo.....	93
34. Costo de materiales directos en USD.....	94
35. Costo de materiales indirectos en USD.....	94
36. Estimación de mano de obra directa en USD.....	95
37. Estimación de mano de obra indirecta en USD.....	95
38. Estimación de otros gastos.....	95
39. Estimación de gastos administrativos en USD.....	96
40. Costos directos en USD.....	96
41. Costos indirectos en USD.....	97
42. Gastos administrativos en USD.....	98
43. Gastos financieros y capital amortizado.....	98
44. Costos fijos en USD.....	98
45. Costos variables en USD	99
46. Precio de venta en USD.....	99
47. Estado de resultados de la comercialización de mariscos.....	100
48. Flujo de caja.....	101
49. Cálculo del Valor Actual Neto.....	102
50. Cálculo de la TIR.....	103
51. Cálculo del periodo de retorno de la inversión.....	104
52. Presupuesto trabajo de titulación.....	106

INDICE DE GRÁFICOS

	págs.
1. Tiempo de actividad.....	62
2. Libras de mariscos vendidas anualmente	63
3. Destino del producto	64
4. Proveedores de mariscos.....	65
5. Presentación del producto.....	66
6. Integrantes del núcleo familiar.....	67
7. Lugar donde habita.....	68
8. Actividad económica.....	69
9. Libras de mariscos consumidas anualmente.....	70
10. Libras consumidas anualmente el año anterior.....	71
11. Lugar de compra.....	72
12. Es necesaria la creación de una microempresa de mariscos.....	73
13. Preferencia de mariscos.....	74
14. Factor decisivo en la compra de mariscos	62

INDICE DE FIGURAS

	págs.
1. Categorías fundamentales.....	28
2. Localización de la microempresa	82
3. Croquis de la ubicación de la microempresa	83
4. Organigrama.....	85

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi año 2021

Fecha de inicio: mayo 2020

Fecha de finalización: septiembre 2020

Lugar de ejecución: Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi

Unidad académica que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia: Ingeniería Comercial

Proyecto de investigación vinculado:

El proyecto en ejecución está vinculado al proyecto Macro de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi el cual está titulado “**GESTIÓN DE LAS PYMES EN EL CANTÓN LA MANÁ**”.

Equipo de trabajo:

El equipo está formado por un docente tutor, un estudiante los cuales se describen a continuación:

- Tutor: Ing. Mg. Sc. Neuval Villegas Barros. (anexo 1)
- Estudiante: Pico Prado Kevin Fernando (anexo 2)

Área de Conocimiento: De acuerdo con La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (1997) en su Clasificación Internacional Normalizada de la Educación CINE la presente investigación se encuentra dentro de la siguiente área y sub área:

Área: Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho

Sub área: Educación Comercial y Administración.

Línea de Investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub línea de investigación de la carrera:

Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento

Objetivo del Plan Nacional toda una vida:

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, este proyecto de investigación está relacionado con el Objetivo 5 del Plan Nacional de Vida, que analiza la productividad y la competitividad de las microempresas para su desarrollo económico generando mayor competitividad en la industria ecuatoriana "Mejorar la productividad y la competitividad mediante la redistribución y el apoyo para lograr un crecimiento económico sostenible".

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La investigación se enmarcó en efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, su propósito fundamental es precisar la factibilidad para comercializar mariscos, en donde se realizó un estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha en la comercialización de mariscos, también se ejecutará el estudio técnico para determinar el tamaño, ubicación, equipamiento, instalaciones y organización óptima para poder ofertar el producto, se realizó un estudio organizacional y el estudio económico financiero para poder determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Los principales beneficiarios de la presente propuesta son los accionistas de la microempresa, los 2 trabajadores, los proveedores, las 14.226 familias del cantón que serán nuestros posibles consumidores. Los beneficiarios indirectos son las empresas públicas como: el Servicio de

Rentas Internas del Ecuador (SRI) y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Maná (GAD La Maná).

En este proyecto de investigación se utilizaron las metodologías de investigación como: la investigación formativa, bibliográfica, diagnóstica, de campo y propositiva; entre los métodos aplicarse tenemos al método analítico y deductivo, por último, la técnica que se utilizó es la encuesta en donde el instrumento que se utilizara es un cuestionario que nos permitirá obtener la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Por otro lado, este proyecto permitió obtener la información necesaria para que a futuro sirva como fuente de investigación primaria para futuras investigaciones sobre el tema de estudio, así mismo una copia de la misma reposara en la biblioteca de la Universidad para que sirva como fuente bibliográfica para futuros estudios.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El presente estudio de factibilidad para la instauración de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, surge del interés propio del autor como alternativa al desarrollo empresarial y económico del cantón. La investigación tiene mucha importancia porque permitirá poner en práctica los conocimientos teóricos recibidos en las aulas y busca ofrecer una alternativa de inversión con bases sólidas sustentadas en un estudio de mercado, contribuyendo de esta manera en reactivar el sector de comercialización de mariscos con valor agregado y crear nuevas fuentes de trabajo.

Actualmente en La ciudad de La Maná existen dos microempresas dedicadas a la comercialización de mariscos frescos, de calidad y que brinden las garantías sanitarias para su comercialización y consumo. Existe desabastecimiento de mariscos en la ciudad, porque los abastecedores informales no cubren el mercado, el constante crecimiento en la tendencia de consumo de mariscos por parte de la población objetiva va en incremento, evidenciando en el número de clientes que cada día consumen en las marisquerías.

En Ecuador, el consumo anual per cápita de productos de mar es del 7,8 kg, según el Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas de la Espol. En la región de la sierra y en particular la ciudad de La Maná la demanda de productos provenientes de las zonas costeras ha

tenido un crecimiento importante, dando paso a la incursión de nuevos locales entre ellos los negocios de marisquerías.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Beneficiarios directos

- Accionistas de la microempresa
- (2) trabajadores de la microempresa
- (14226 familias) posibles consumidores

Beneficiarios indirectos

- Servicio de Rentas Internas del Ecuador (SRI)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Maná

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Geográficamente Chile tiene relevantes ventajas para la sustracción y el cultivo de pescados y mariscos, produciendo cerca de 4,5 millones de toneladas de pescados, mariscos y crustáceos. Este grado de producción no guarda interacción con el consumo de pescados y mariscos en el consumo local, por tal fundamento se necesita una evaluación de factibilidad, estratégica, técnica y económica de un local de comercialización de pescados y mariscos. Como parte de este análisis se levantarán e identificarán las propiedades que más valoran los consumidores en un local de ventas de pescados y mariscos la oferta de productos se construirá con base a las preferencias declaradas por los consumidores, el objetivo es determinar y evaluar una oferta que responda cada una de las necesidades de los consumidores y que brinde una vivencia de consumo diferenciadora. (Pereira, 2013, pp. 5-7)

Implementación de un supermercado de mariscos frescos en la ciudad de Guayaquil. La creación de este proyecto (Implementación de un Supermercado de mariscos frescos en la

ciudad de Guayaquil) se debe a la necesidad que está dándose en los consumidores de mariscos frescos por la falta de un supermercado dirigido a este segmento como lo son los mariscos frescos, porque son muy codiciados por nuestra gastronomía, además de fomentar proteínas y nutrientes muy importantes para nuestro cuerpo. La finalidad de este proyecto es llegar a la mente del consumidor con un producto innovador y que cumpla la necesidad de poder adquirir sus mariscos frescos fácilmente en un lugar fresco, confortable, muy cómodo, en ambiente agradable con los mejores servicios y atención al cliente, una oportunidad de esta implementación es que en la ciudad de Guayaquil no existe, un supermercado de mariscos para escoger el tipo de mariscos que le gusta y a preferencias de nuestra clientela, seremos pioneros en este mercado, ya que en la ciudad no contamos con un supermercado especializado en venta de mariscos frescos a la preferencia al consumidor, existen diversos mercados informales, consumidores mayoristas, y de los competidores sustitutos. (Gómez et al., 2012, p. [1])

El cantón La Maná provincia de Cotopaxi se encuentra ubicado a 150 km de la capital de la provincia Latacunga, su ubicación geográfica y su agradable clima tropical han permitido ofrecer varios lugares de relajación, atrayendo turistas nacionales e internacionales, esto ha contribuido al acrecentamiento de nuevos negocios que buscan ofertar diversos productos, permitiendo cambiar la cotidianidad de los lamanences y de los turistas que visitan esta ciudad. El consumo de mariscos en el cantón es alto, esto se ha evidenciado en la alta demanda que tienen las marisquerías y restaurantes que ofrecen una gran variedad de gastronomía. Por otro lado, la mayoría de clientes que buscan mariscos para su preparación, adquieren estos productos costeros en diferentes mercados informales que se encuentran ubicados en diversos sitios del cantón, estos en muchas ocasiones no logran satisfacer a los consumidores generando una demanda insatisfecha.

Las principales causas que se evidencian para la no creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná se deben a la gran cantidad de mercado informal que existe en el cantón, además de la extensa distancia de los productos que se van a ofertar, procedentes de la región costa específicamente de las provincias de Manabí y Guayas, asimismo la falta de un estudio de mercado que permita comercializar mariscos.

Los efectos que se originan por las causas presentadas anteriormente, se establecen la alta venta informal de mariscos en la ciudad donde no se regula y controla la calidad del producto, ocasionando problemas de salud en los consumidores como la tifoidea, cabe recalcar que los

productos provienen de un lugar lejano, ofertándose a precios altos y esto genera como resultado la poca demanda de los consumidores, además de la inexistencia de un estudio de mercado de comercialización de mariscos evidenciando la insatisfacción de las necesidades de los consumidores por lo que muchos viajan a ciudades cercanas para adquirir estos productos.

Con base en los datos anteriores, se puede predecir que, si la situación actual continúa en el cantón La Maná, se seguirá ofertando el producto a precios elevados y de baja calidad que no ofrecen las garantías sanitarias necesarias para su comercialización y consumo. Proporcionalmente no se contribuirá de manera positiva para reactivar el sector de comercialización de mariscos y la creación de fuentes de trabajo.

Considerando el pronóstico anterior una de las posibles de soluciones es la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos para que cubra toda la demanda local, además que los productos ofertados cumplan con todos los estándares de calidad establecidos por el Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN para garantizar la salud de los clientes.

Delimitación del objeto de investigación:

Área: Administración

Aspecto: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos

Espacial: La investigación en curso se ejecutará en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

Temporal: Mayo 2020 – Marzo 2021

Formulación del problema

¿Es factible crear una microempresa de comercialización de mariscos en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi?

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo general

Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2020.

6.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que refleje la oferta, demanda, precio y los diferentes canales de mercadeo que se están aplicando al momento de comercializar mariscos en el cantón La Maná.
- Desarrollar un estudio técnico para determinar el tamaño, la ubicación, los equipos, las instalaciones y la mejor organización requerida.
- Realizar un estudio económico sobre la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.
- Medir la rentabilidad financiera mediante las técnicas del VAN y TIR, relación costo – beneficio y análisis de sensibilidad para comprender la viabilidad del proyecto.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METOLOGÍA

Cuadro1. Actividades y tareas en relación con los objetivos

Objetivos	Actividades	Resultados de las actividades	Medios de verificación
Realizar un estudio de mercado que refleje la oferta, demanda, precio y los diferentes canales de mercadeo que se están aplicado al momento de comercializar mariscos en el cantón La Maná.	Determinar la oferta, demanda y demanda insatisfactoria de los mariscos en el cantón La Maná Puntualizar la competencia en la comercialización de los mariscos y realizar un análisis de los precios Elaborar los instrumentos para la ejecutar la encuesta	Datos de oferta y demanda y demanda insatisfecha y sus respectivos pronósticos Comprender las características de la competencia de comercialización de mariscos	Se realizará unas encuestas a los vendedores de mariscos y a las familias del cantón. Proyección de la oferta y demanda
Desarrollar un estudio técnico para determinar el tamaño, la ubicación, los equipos, las instalaciones y la mejor organización requerida.	Determinar el tamaño, la ubicación y disponibilidad del proyecto Describir la distribución de la planta, y establecer el proceso de venta de los mariscos. Realizar un estudio legal y organizacional	Determinar la infraestructura básica para la comercialización de mariscos Comprender el proceso de comercialización de los mariscos	Para realizar la investigación técnica se desarrollará lo siguiente: Determinar el tamaño del proyecto. Mejor ubicación óptima Ingeniería del proyecto. Detalle de inversión: quipo, maquinaria, mano de obra y organización de la empresa. Marco legal
Realizar un estudio económico sobre la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.	Establecer el precio de los activos fijos y su respectiva depreciación. Establecer los egresos de constitución. Deducir el capital de trabajo requerido. Definir la inversión inicial y la manera de financiamiento. Fijar los ingresos y costos estimados.	Puntualizar la inversión inicial y la forma de financiamiento. Determinar con precisión los ingresos y costos de la comercialización de mariscos. Conocer cuáles serán los beneficios obtenidos	Cálculo de la inversión inicial y la forma de financiación Tabla de amortización. Desarrollo del punto de equilibrio
Medir la rentabilidad financiera mediante las técnicas del VAN y TIR, relación costo, beneficio y análisis de sensibilidad para comprender la viabilidad del proyecto.	Desarrollar el estado de resultados Calcular el (VAN) Valor Actual Neto Cálculo de la Tasa Interna de Retorno Realizar análisis comparativos	Tener un conocimiento real de la viabilidad financiera del proyecto	Desarrollo del Valor Actual Neto (VAN), Cálculo del TIR, y el desarrollo de la relación costo, beneficio y del análisis financiero

Elaborado por: El autor

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TEÓRICO

Para sustentar un soporte investigativo en referencia a la presente investigación, a continuación, se presentan estructuras similares que fueron extraídos de los diversos repositorios de las universidades a nivel nacional; los mismos que se presentan a continuación de manera resumida con sus aspectos más relevantes de las investigaciones.

8.1. Antecedentes investigativos

Determinación de la factibilidad de una microempresa comercializadora de mariscos.

Este proyecto de emprendimiento fue desarrollado con la finalidad de establecer la rentabilidad que se puede llegar a obtener de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos ubicada en la Parroquia Posorja, beneficiando en gran parte a los pescadores artesanales de la parroquia y sectores aledaños que en ocasiones a pesar de constituir diferentes asociaciones pesqueras no tienen los recursos necesarios para crear bodegas en donde se pueda almacenar el marisco en cámaras de frío con implementaciones adecuadas para mantener la buena calidad del producto hasta que sea comercializado. Dentro del estudio de factibilidad financiera se desarrollaron los respectivos análisis mediante el estudio socio económico que permitió identificar la inversión inicial de \$193.332,59, su estructura de financiamiento corresponde al capital propio de \$57.999,78 es (30%) y el financiamiento CFN de \$135.332,81 (70%), se determinó valorar el total de la inversión con un préstamo de la institución bancaria. Los ingresos por ventas proyectados están considerados en el primer año una moderada variabilidad en cada mes, en el mes de enero se espera desarrollar unas ventas del 10% del total del volumen de producción hasta el mes de diciembre en la totalidad (100%) del volumen de producción. A través de indicadores financieros tales como VAN, TIR, permitieron obtener cuales serían los costos beneficios, la Tasa Interna de Retorno (TIR) para este estudio se obtuvo una TIR de 28%, el Valor Actual Neto (VAN) con un valor de \$112912,38. El Costo / Beneficio, el resultado que se obtuvo en este análisis fue de 1,44 en el que da como resultado que el proyecto es factible (Armijo, 2018).

Estudio de factibilidad para la creación de una empacadora de mariscos en la parroquia El Morro, provincia del Guayas año 2015

Este estudio de factibilidad fue desarrollado con la finalidad de cubrir las actuales demandas correspondientes a aquellos consumidores exigentes e insatisfechos debido a que no se posee una gran variedad de productos en cuanto se refiere a la elaboración de mariscos. Para la realización de este proyecto se utilizó el método deductivo y método analítico o sintético. En el estudio de mercado se determinó que la demanda potencial de mariscos que nuestro país totaliza aproximadamente 10mil toneladas por año, aunque es un mercado todavía muy poco explotado. El punto de equilibrio se obtuvo del proceso de costeo de los productos que oferta la empresa, realizando también el proceso de ponderación de los costos fijos y variables se determinó que, para llegar al equilibrio debe venderse 40754,21kg, lo que calculando en dólares nos da como resultado un total en ventad de \$666.624,24. El proyecto es económico y financieramente factible, los valores obtenidos con los índices VAN y TIR, que en este caso es de \$ 140.408,39 y una tasa de retorno del 35%, frente a sus costos de capital que llega al 12%. El estudio concluye que no existe daño ambiental, al no haber aguas residuales a las vertientes naturales; esto gracias a la implementación de un sistema de terrazas purificadoras de aguas a base de carbón, piedras y arena (Yagual, 2015).

8.2 Categorías fundamentales



Figura 1: Categorías fundamentales
Elaborado por: El autor

8.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

8.3.1. Estudio de mercado

8.3.1.1. Definición de estudio de mercado

Bóveda et al. (2015) en su libro guía práctica para la elaboración de un plan de negocio definen al mercado como un grupo de consumidores que quieren comprar productos o servicios que satisfacen una necesidad o deseo. El mercado de un producto puede consistir en niños, jóvenes, adultos, padres, ancianos o empresas con determinadas características. (pág.18)

Según Rodríguez (2018), sostiene que el estudio de mercado: “es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta” (pág.27).

El estudio de mercado es un conjunto de acciones que permiten analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto, considerado un proceso extenso que permite compilar información precisa de las diversas variables que lo conforman en relación a clientes, competidores y el mercado en concreto contribuyendo a minimizar el riesgo para estimar un panorama inteligible que garantice la toma de decisiones certeras y la respuesta del mercado ante un producto o servicio.

8.3.1.2. Objetivos y generalidades del estudio de mercado

De acuerdo con Baca (2010), los objetivos de mercado son los siguientes:

- Aprobar la existencia de necesidades insatisfechas en el mercado, o la posibilidad de brindar servicios mejores que los que brindan los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Comprender cuál es la forma de proporcionar bienes y servicios a los usuarios
- Como último objetivo, talvez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. (pág.12)

8.3.1.3. Producto

Pacheco y Pérez (2018), definen al producto como: “cualquier bien que se ofrezca al mercado para llamar la atención, adquirir, usar o consumir y satisfacer un deseo o necesidad” (pág.40).

Soriano et al. (2015), sostienen que: “los productos se refieren a todos los productos básicos que se proporcionan al mercado para su adquisición, uso o consumo y que pueden satisfacer la demanda” (pág.152).

Empleando las palabras citadas anteriormente los productos son todos los bienes o servicios percibidos capaces de satisfacer una necesidad con determinadas peculiaridades y que se encaminada a representar la oferta, cuyo objetivo potencial es seguir estableciendo satisfactores tangibles e intangibles, ofreciéndose a diversos clientes a un precio determinado.

8.3.1.4. Oferta

La oferta es aquella que: “constituye las diferentes cantidades que el productor está dispuesto a ofrecer al mercado a diferentes niveles de precios dentro de un período de tiempo dado y bajo ciertas condiciones” (Viñan et al., 2018, pág.25).

La cantidad ofrecida, o simplemente oferta: “es la cantidad de bienes o servicios que el vendedor está dispuesto a vender a un precio dado” (Acemoglu et al., 2017, pág.71).

Partiendo desde esta terminación se deduce que la oferta es una descripción completa de la cantidad de bienes o servicios que el productor está dispuesto a vender a varios precios de mercado. y que su finalidad es que sean adquiridos por parte de los clientes.

8.3.1.5. Tipos de oferta

- **Oferta competitiva**

Se caracteriza porque los productores se encuentran en un mercado que no lidera ninguna de las empresas debido a la gran cantidad existentes de ellas que produce o comercializa el mismo

producto o servicio como consecuencia la cuota de mercado que abarca cada una de estas se establece en base a la calidad y servicio, pero sobre el precio. (Prieto,2013)

- **Oferta oligopólica**

La oferta oligopólica es aquella que se caracteriza por que el mercado lo controlan unos cuantos productores o prestadores de servicio, debido a ello tienen la facultad de determinar la oferta, los precios, y suele haber mucha actividad de entrada. (Martínez, 2013)

8.3.1.6. Proyección de la oferta

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables utilizadas, como puede ser PBI, la inflación o el índice de precios se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno. (Baca, 2010, pág.42)

8.3.1.7. Demanda

De acuerdo con Viñan et al. (2018), “la demanda es la suma de bienes o servicios adquiridos o adquiridos por los consumidores para satisfacer sus necesidades” (pág.20).

Según Flórez (2016), la demanda es el proceso, determinar las condiciones que afectan el consumo de bienes y / o servicios. Para su estudio es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y, así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar. (pág.58)

Desde el punto de vista de los diversos autores se agrega que la demanda es la cantidad solicitada de un bien o servicio que revela el poder adquisitivo de los posibles clientes para solventar las necesidades.

8.3.1.8. Demanda insatisfecha

Desde el punto de vista de Cárdenas (2016), la demanda insatisfecha: “es la cantidad de productos que esperan los clientes que no están en el mercado, y es probable que sea un nicho de mercado en el futuro” (pág.10).

De acuerdo con Viñan et al. (2018), definen a la demanda insatisfecha como aquella parte de la población solicitante que no está inculida por la oferta de un bien o servicio. Su cálculo se define una vez obtenidos los valores de la oferta y la demanda, establece en sí una diferencia entre la oferta y la demanda. (pág.25)

Se sostiene que la demanda insatisfecha se encuentra conformada por un reducido grupo de posibles clientes de un producto en concreto y que cuyas necesidades actualmente constituye un fragmento del mercado que no se ha logrado cubrir.

8.3.1.9. Proyección de la demanda

Un elemento importante en el estudio de mercado es la proyección de la demanda, esto es, la que prevalecerá en algún periodo de tiempo futuro de determinado producto. La principal utilidad del pronóstico de la demanda es conocer el probable nivel de ventas en esos periodos, lo cual permite estimar los ingresos en ellos. (A. Morales y J. Morales, 2009, pág.61)

8.3.1.10. Precio

El valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación. Desde el punto de vista del marketing, el precio es una variable controlable. Se diferencia de los otros tres elementos del marketing mix (producto, distribución y comunicación) porque puede generar ingresos; otros factores generan costos. (Schnarch, 2019, pág.127)

El precio es un elemento importante del marketing por ser un instrumento a corto plazo, como ya hemos dicho. Es también una poderosa arma competitiva, proporciona ingresos, tiene repercusiones psicológicas en el consumidor, ya que afecta a su percepción del valor del

producto. Finalmente, el precio es, con mucha frecuencia, la única información que posee el consumidor sobre el producto. (López et al., 2015, pág.186)

Teniendo en cuenta las definiciones propuestas por los autores se destaca que el precio es el valor que se permuta por la propiedad o el respectivo uso de un bien o servicio que los consumidores deben pagar al vendedor, considerando que es un componente fácil de rectificar acorde a las diversas particularidades.

8.3.1.11. Análisis de precios

“El análisis de precios incluye el estudio de diferentes precios en el mercado de bienes o servicios para determinar cuál es el precio más adecuado para la empresa” (Vargas, 2014, pág. 36).

En sí un análisis de precios se realiza de forma unificada para comparar la diferencia entre el precio proporcionado por la empresa y el precio proporcionado por otras empresas del mercado. Su aplicación puede darse en diversas situaciones donde se puede obtener un determinado producto o se mantiene una idea clara. por el precio de una empresa competidora (Ruiz, 2010)

8.3.1.12. Comercialización

Según Flórez (2016), en su libro Proyecto de inversión para las pymes sostiene que en la comercialización considera la forma de almacenamiento, el sistema de transporte utilizado, la exhibición de productos o servicios, la reputación de los consumidores y el soporte técnico a los usuarios, así como los mecanismos de promoción y publicidad. (pág.67)

“La comercialización se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado, con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles” (Caurin, 2018, párr. 3).

La comercialización son las distintas acciones y procedimientos para insertar eficazmente los productos, garantizando que los mismos se encuentren en el lugar, al precio y en la cantidad solicitada, y así posicionar el bien o servicio para conseguir que los consumidores perciban de modo que lo consuman y obtener resultados positivos.

- **Micro comercialización**

En la opinión de García (2018), expresa que al referirnos a la micro comercialización entendemos que son actividades diversas que se realizan previamente, por lo que los productos o el bien que se entregan a los consumidores son los que más les gustan, lo que lleva a una planificación previa basada en la fidelización y satisfacción del cliente. (pág.21)

Álvarez de Ventura (2016), define a la micro comercialización como la la ejecución de aquellas actividades que logran los objetivos de la organización al anticipar las necesidades del cliente y guiar el flujo de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del cliente. El consumo interno es el envío de bienes y / o servicios de productores / consumidores o mercados / consumidores, esta distribución se puede hacer directa o indirectamente para que los clientes la compren, es decir, dedicada a la venta de productos o servicios prestados a los usuarios finales. Los clientes pueden ser consumidores privados, empresas comerciales, organizaciones sin fines de lucro. El marketing debe partir de las necesidades potenciales de los clientes, no del proceso de producción. (pág. 8)

La micro comercialización son las distintas actividades en base a las necesidades particulares de los clientes, su objetivo primordial es de lograr los objetivos de la empresa en un proceso general de forma óptima, iniciando desde las necesidades del cliente mas no de los procesos de productividad.

- **Macro comercialización**

Se refiere a la venta al por mayor, es decir, se puede entender como un proceso en el cual se venden bienes y servicios de productores a consumidores, y en este proceso se pueden tomar en cuenta las metas de productores y consumidores y se pueden tomar en cuenta los intereses comunes. Equilibrio logrado, por la sociedad (Ávila, 2015, párr. 3)

Para García (2018), la macro comercialización: “se trata de una actividad social y económica que busca exportar bienes o servicios, esta exportación puede ser regional, nacional o extranjera.” (pág.22).

Con base en lo expuesto por los autores se agrega que la macro localización se enmarca de forma general en todo lo que conlleva el sistema de producción y distribución. Procurando determinar los diversos sectores de la sociedad para percatarse que producto objetivo se posee y así tener el conocimiento acordé de cómo ese producto llegará al público.

8.3.1.13. Canales de comercialización

Los canales de comercialización son los circuitos a través de los cuales los fabricantes (productores) proporcionan productos a los consumidores (usuarios finales) para que puedan comprar. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de colocar fábricas frente a los consumidores hace necesario distribuir bienes y servicios desde el lugar de producción al lugar de uso o consumo. Consiste en un grupo de intermediarios interrelacionados que entregan los productos o servicios del fabricante a los consumidores y usuarios finales. En el proceso de transporte de bienes y servicios desde el producto hasta el consumidor final, cada camino, circuito o paso diferente de intervención independiente. (Álvarez de Ventura, 2016, pág. 8-9)

Los canales de distribución son vías o conductos que las empresas manufactureras emplean para llevar sus productos al mercado final. Siendo esta su función básica. Los canales de distribución también llamados canales comerciales o intermediarios, permiten que los compradores tengan a su disposición los productos. (Prettel, 2015, p.337)

El énfasis que tienen los canales de comercialización se distribuye de manera que los productos o servicios lleguen al consumidor final, su función incide directamente en la disponibilidad de las cuantías demandadas en el momento adecuado y el sitio conveniente.

8.3.1.14. Tipos de canales de comercialización

Los canales de comercialización se clasifican de acuerdo a los actores que intervienen en el proceso, los tipos de canales básicos son:

- **Canal directo**

En el canal directo: “no hay intermediarios, las relaciones del canal van directamente del fabricante al consumidor. Se da cuando la producción y el consumo están próximos y se maneja un volumen reducido de mercancía. Por ejemplo, una panadería” (López et al., 2015, pág. 224).

Los canales de venta directos: “permiten presentar el producto al consumidor final, en principio, sin ningún tipo de modificación respecto a la concepción original del mismo (Toro y Villanueva, 2017, pág. 224)

Como expresan los autores se señala que los canales directos se destacan por sus ventas y comercialización de productos o servicios directamente a los consumidores, involucrando el enlace de dos elementos importantes el fabricante y consumidor final, además de que permite acceder a la verificación total del canal para poder detectar y solucionar fácilmente posibles problemas.

- **Canal indirecto**

Los canales indirectos “son los canales donde es necesario recurrir a un intermediario, lo que incrementara el costo del producto. Productor – distribuidor – consumidor; productor – mayorista – consumidor; productor – minorista – consumidor” (Álvarez de Ventura, 2016, pág. 9).

Según Toro y Villanueva (2017), definen que los canales indirectos son aquellos en los que, entre el fabricante y el consumidor final, existe algún tipo de intermediario, lo que posibilita que el fabricante pueda alcanzar una amplia cobertura geográfica sin elevados costes. Según el número de intermediarios que se den en ese canal, se definirá la extensión del mismo, siendo un canal corto aquel que tenga un único intermediario, y largo aquel que tenga más de dos. (pág.225)

Desde la posición de los autores se destaca que en el canal indirecto el producto pasa por diferentes sectores antes de que finalmente llegue al consumidor final, contribuyendo al aumento de stock destacando de manera positiva que el impacto que se genera en el mercado es mayor y así repercutiendo en la reducción de los costes de almacenamiento como también en el aumentó los niveles de eficacia.

8.3.1.15. Marketing

El Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Pérez, 2017, pág.16)

Ortis et al. (2015), afirma que: “el marketing es un proceso de planeación que busca la satisfacción total de los consumidores mediante un pronóstico acertado de lo que necesitan y desean de manera puntual y precisa” (pág. 19)

8.3.1.16. Comercialización de mariscos

Según la ESPAE (2018), sostiene que la información difundida por el Servicio de Rentas Internas (SRI) sobre las variables de las actividades económicas del país muestra que el total de ingresos por actividades relacionadas con la industria de producción acuícola de Ecuador en 2016 fue de US \$ 2,4496 millones, lo que significa que las exportaciones netas representaron el 38% del total ingresos. Representaron el 21%. A su vez, las actividades de preparación, protección y procesamiento de los productos del camarón aumentaron los ingresos en US \$ 137 millones en 2016 (los productos pesqueros fueron de US \$ 1,514 millones), de los cuales el valor neto de exportación fue del 93%, y aumentó año a año. de 16%. (pág. 16)

En términos de valor, los peces de agua dulce son la parte más importante de la producción acuícola mundial (excluidas las plantas acuáticas). El valor total de la producción en 2015 fue de 87.600 millones de dólares EE.UU., lo que representa el 55,4% de la producción mundial, seguido de los crustáceos (38.500 millones de dólares EE.UU., Cuenta para parte de la producción mundial). Los principales son los moluscos (17.900 millones de dólares y el 11,3%, respectivamente) y los peces marinos (10.200 millones de dólares y el 6,5%) y el 24,4%. Cabe señalar que el valor de la producción acuícola mundial aumentó en un 9,4% anual durante el período 1984-2015, y la parte de más rápido crecimiento fueron los crustáceos. (12.6%). (pág. 11)

La comercialización de mariscos se destaca como una de las actividades que más se ha posicionado de manera estratégica, consideradas grandes fuentes de empleo y desarrolladores de divisas para el país, la producción casi en su totalidad es exportada, generando que las ventas internas cobren mayor relevancia y que la llegada de estos que abarque más sectores del país.

8.3.2. Estudio técnico

El estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materias primas e insumos. Su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles. (Rodríguez, 2018, pág. 38)

Cipriano (2016), afirma que el estudio técnico “incluye encontrar, analizar, definir y diseñar el tamaño y la ubicación óptimos, así como investigar las ubicaciones micro y macro de los requisitos de infraestructura, procesos de producción y planes comerciales estratégicos” (pág.132).

Desde el punto de vista de los autores se destaca que el estudio técnico está constituido por todos los aspectos operativos y su objetivo radica en evidenciar la viabilidad técnica, cada uno de estos aspectos se encuentran enlazados estrechamente permitiendo precisar el punto de inicio para la ejecución del proyecto, asimismo el empleo eficiente de los recursos disponibles en dirección de la creación de un bien o servicio.

8.3.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año. Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mucha precisión los tiempos establecidos o lapsos y movimientos del transcurso, o, en su defecto, diseñar y deducir esos fundamentos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas. (Rodríguez, 2018, pág. 40)

El tamaño del proyecto: “son los factores económicos, la escala de sus instalaciones y la capacidad máxima de producción y técnicos” (Rojas, 2016, pág. 40).

Teniendo en cuenta las definiciones de los autores se hace referencia que el tamaño expresa el volumen de producción de un producto o servicio, siendo su función demostrar la capacidad productiva durante un tiempo.

8.3.2.2. Localización del proyecto

La localización es un análisis de variables, se puede considerar maximizar las ganancias, minimizar los costos de producción y los estándares de gastos operativos, a fin de determinar la ubicación del proyecto. La investigación de ubicación incluye la determinación de áreas geográficas y una amplia gama, conocido como macro localización, hasta poder equilibrar una zona urbana o rural más chica, conocida como micro localización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto. (Flórez, 2016, pág. 73)

La localización de un proyecto “es el que más aporta a los siguientes aspectos: la mayor tasa de retorno del capital (estándar privado) y obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Rodríguez, 2018, pág.47).

Argumentado a las definiciones por parte de los autores la localización contribuye a determinar el lugar adecuado que permita cubrir la serie de necesidades con la mayor de las facilidades, en base a la maximización de utilidades y minimización de los costos.

8.3.2.3. Macro localización

La macro localización “es el análisis orientado a determinar la región o zona donde se ubicará el proyecto, entre una gama de alternativas que pueden darse en un contexto internacional, nacional, regional, local, de barrio” (Méndez, 2016, pág. 148).

Sánchez et al. (2015), sostiene que “la macro localización es la definición general de dónde ubicar el proyecto, comparando alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrezca mayores ventajas para el proyecto” (pág. 23).

Se argumenta como uno de los factores de la localización donde se accede determinar de forma específica la región o la zona del proyecto permitiendo obtener las mayores ventajas

competitivas, además de considerar una serie de factores básicos como la materia prima y el mercado potencial para su efectiva ejecución.

8.3.2.4. Micro localización

La micro localización “precisa en detalle la ubicación exacta de un proyecto de desarrollo en una microrregión o zona predeterminada. Esta información es definitiva para la planeación de las actividades relacionadas con la ingeniería del proyecto, tales como adecuación del terreno distribución física” (Méndez, 2016, p. 148).

La micro localización: “es un diseño de la idea proyecto con el máximo nivel de detalles, incluyendo disposición en planta de cada factor. En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados” (Sánchez et al., 2015, pág. 23).

Se enfatiza que el objetivo principal de la micro localización es especificar de manera concreta la ubicación exacta para la ejecución del proyecto, permitiendo elegir el punto preciso dentro de la macro localización y esto originará como resultado la ubicación definitiva.

8.3.2.5. Ingeniería del proyecto

Citando a Méndez (2016), en su libro Formulación y evaluación de proyectos sostiene que la ingeniería de un proyecto está asociada directamente con El proceso de producción o prestación de servicios es, por tanto, uno de los componentes clave del estudio de pre factibilidad o viabilidad, ya que su desarrollo tiene como objetivo determinar los aspectos técnicos y características operativas de la unidad de producción de bienes y / o servicios. (pág.184)

La ingeniera del proyecto es aquella información recabada por los grupos interdisciplinarios que se analiza para trazar los planos de construcción de acuerdo con el terreno disponible. El objetivo es especificar técnicamente los factores fijos y variables que componen el sistema, para relacionarlos de tal forma que permitan la instalación adecuada de las unidades productivas. (Pacheco, 2015, pág. 103)

En la opinión de los autores se agrega que la ingeniería del proyecto es uno de los componentes claves en un estudio de factibilidad, porque se direcciona para definir las máquinas y equipos necesarios para el correcto funcionamiento y ejecución del proyecto, obteniendo como resultado todas las características de operación.

8.3.2.6. Sitio preciso

La ubicación o el sitio preciso puede ser en las cercanías de las ciudades, se trata de áreas suburbanas que suelen tener la misma calidad en los servicios públicos, pero que están dotadas de mayores posibilidades de selección y de expansión futura, aunque esto implique costos de transporte adicionales. La empresa debe ubicarse donde puedan utilizarse al máximo, y de manera conveniente, las ventajas económicas, técnicas, geográficas, de seguridad y de infraestructura en la zona. (Flórez, 2016, pág. 74)

Destacando la definición de los autores se menciona que el sitio preciso radica en la obtención de las mejores posibilidades de crecimiento y adquirir nuevas alternativas de expansión a corto y largo plazo, posicionándose convenientemente para la utilización de todas las ventajas que se presenten en la localidad.

8.3.2.7. Disponibilidad de materia prima e insumos

Chango (2015), plantea que este análisis es una parte esencial del proceso de producción, y también es el conocimiento de las especificaciones que debe cumplir el producto. Por lo tanto, es necesario especificar las características de las materias primas integradas en él, e incluso se deben especificar los demás insumos que se utilizarán en el proceso de producción. La buena calidad del producto dependerá enteramente de las materias primas que se utilizarán en el proceso de entrada y producción.

Los insumos según los autores se catalogan en:

- Materias primas: están integradas en el producto y son la parte básica de este.
- Materias industriales: productos que han sido procesados por otras empresas, pero son requeridos en los productos.

- **Materias auxiliares:** materiales auxiliares necesarios para el normal funcionamiento de las máquinas implicadas en el proceso de fabricación. Estos materiales están en el producto final
- **Servicios:** El servicio es una parte básica de la empresa, por lo que se puede poner en funcionamiento. (pág. 31)

La producción de cualquier bien o la prestación de cualquier servicio requieren de la disponibilidad oportuna de materias primas e insumos que faciliten la elaboración del producto final a un buen costo. Si se logra determinar la existencia óptima y permanente de materias primas básicas, complementarias o sustitutas, con buena calidad y a unos precios competitivos no tendrán inconvenientes en la elaboración de productos. Sí, por lo contrario, la disponibilidad de las materias primas es de tipo estacional, es decir, se encuentran en determinadas épocas del año, el proyecto tendrá que definir obligatoriamente una capacidad de almacenamiento y conservación de materias primas que garantice la producción y comercialización oportuna de los productos con los que se va a atender al consumidor final. (Flórez, 2016, pág. 72)

De acuerdo a los autores se destaca que la disponibilidad de la materia prima e insumos se direcciona de acuerdo al tiempo y espacio determinado para la producción de los bienes o servicios, logrando la obtención y disponibilidad de las materias primas para poder tener como resultados un producto final a buen costo y excelente estado.

8.3.2.8. Distribución de la planta

La distribución de la fábrica es la disposición física de los elementos que componen una industria o instalación de servicio esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. (Salazar, 2019, párr. 3)

La distribución de planta es un concepto que va relacionado con la disposición de las máquinas, líneas de producción, los departamentos, las estaciones de trabajo, las zonas de almacenamiento, equipos industriales, los pasillos y espacios comunes dentro de una instalación productiva, ya existente o propuesta. (Jurado, 2020, párr. 1)

Como señalan los autores la distribución en planta consiste en que permite facilitar y reducir los diversos costos de materiales, es decir se direcciona en la respectiva disposición física de los elementos que constituyen una instalación, ya sea en instalaciones productivas o de servicios.

8.3.2.9. Organización de la empresa

La organización de la organización es un sistema de actividades seriamente sistematizados formado por dos o más individuos, la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común. (Chuquiguanga ,2015, pág. 4)

La estructura organizativa de la empresa se centra en la estructura y el comportamiento para garantizar que la empresa logre sus objetivos comerciales. Cuando queremos crear una empresa, debemos definir la organización de la empresa para que todos sus componentes conozcan el correcto funcionamiento, funciones correspondientes a responsabilidades y estructura jerárquica. (Caurin, 2018, párr. 1)

Como plantean los autores la organización de la empresa parte desde la posición administrativa, englobando a partir de la respectiva integración y estructuración de los recursos, proporcionando que se establezcan las diversas atribuciones y relaciones para el alcance de los objetivos.

- **Organigrama**

Un organigrama “es la representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa. El organigrama es un modelo de sistema abstracto, puede brindarle una comprensión unificada de la estructura formal de la organización” (Martínez et al. 2015, pág. 1282).

El organigrama es el gráfico que representa la estructura formal de una agrupación recibe la denominación de organigrama, en el cual se visualizan líneas de autoridad, de responsabilidad, los diferentes cargos, las unidades departamentales, las relaciones de comunicación, tanto

horizontales como verticales, además, si es una estructura plana o una estructura alta. (Chuquiguanga, 2015, pág. 4)

Desde la posición de los autores se argumenta que el organigrama forma parte de las diferentes herramientas que permiten que la empresa se encuentre organizada, dividiendo las diversas áreas de trabajo permitiendo la especialización de las tareas, mediante el organigrama se puede obtener una idea acerca de la estructura de una organización.

8.3.2.10. Marco legal

Según Bocher (2019), sostiene que el marco legal es el proceso mediante el cual intenta determinar si existen restricciones legales a la inversión del proyecto, que debe llevarse a cabo en la etapa inicial de formulación y preparación, ya que los proyectos de alta rentabilidad pueden no ser factibles bajo las regulaciones legales.

Los elementos que se debe considerar son:

- Tipo de empresa u organización que se pretende crear.
- Formación del marco legal.
- Requerimientos legales y de operación. (párr. 2)

El estudio legal tiene como objetivo determinar la viabilidad del proyecto de acuerdo con las regulaciones que rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto en el sistema de empleo, el bienestar social y otras obligaciones laborales. una de las tareas más relevantes del estudio legal será la legislación tributaria. en ellas se deberán identificar importaciones o las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto. (Guerrero y Santacruz, 2016, p. 26)

Teniendo en cuenta las definiciones de los autores se expresa que el marco legal busca determinar la viabilidad de un proyecto en relación a las normas que rigen. Determinando las

implicaciones tanto técnicas como económicas en todo lo que respecta al ámbito de regulación y por ende operación del proyecto.

8.3.3. Estudio Económico

La antepenúltima etapa del estudio es el estudio económico, su objetivo es organizar y sistematizar la información cambiaria proporcionada en las etapas anteriores y establece una tabla de análisis como base para la evaluación económica. El primer paso es determinar el costo total y la inversión inicial de la investigación de ingeniería, porque estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continuar determinando la depreciación y amortización de toda la inversión. (Baca, 2010, pág. 10)

8.3.3.1. Costos de producción

Los costos de producción “se generan en el área productiva y se encuentran integrados por la materia prima, mano de obra y costos indirectos de producción” (López y Gómez, 2018, pág. 3).

En definitiva, los costos de producción representan el conjunto de procesos y esfuerzos relacionados al consumo efectivo de recursos llevado a cabo para obtener el producto terminado según los estándares delimitados por la empresa (por ejemplo, uso de maquinaria, implementación de capital humano, acabado del producto final). (Soriano et al., 2015, p. 89)

Los costos de producción son los costes necesarios para fabricar un bien o servicio, se basan en la integración de materia prima, mano de obra directa, mano de obra indirecta y otros costos permitiendo determinar el producto final.

8.3.3.2. Costo

Para Arreondo (2016), el costo “para obtener beneficios presentes o futuros, este es un sacrificio por obtener bienes o servicios. Cuando se utilizan estos beneficios, estos costos se convierten en gastos” (pág. 8)

El costo “es la suma de las inversiones que se han efectuado en los elementos que concurren en la producción y venta de un artículo o desarrollo de una función” (Cárdenas, 2016, p. 31).

Tal como lo definen los autores el costo es un desembolso económico que se realiza para la producción de algún bien o servicio, también se los considera como inversiones porque se espera que regresen como ganancias para la empresa.

8.3.3.3. Tipos de costos

- **Costo fijo**

Los costos fijos su característica fundamental es que son independientes de la variación del volumen de producción (amortización, salarios indirectos, contribución a la seguridad social, alquiler). Son estructurales en períodos de corto a mediano plazo. Están relacionados estrechamente con la capacidad instalada. En su magnitud unitaria, varían de modo inversamente proporcional a la variación del volumen de actividad. (Sánchez et al., 2015, pág. 31)

Los costos fijos: “se tienen que pagar se produzca o no, se venda o no, permanecen constantes como el pago de la renta o los salarios a los ayudantes generales” (López y Gómez, 2018, pág. 3).

Como señalan los autores los costos fijos, se los conoce como fijos porque no se alteran ante los diversos cambios que se exteriorizan en la producción de bienes o servicios, desde este punto son los diferentes costos que una empresa constantemente debe liquidar, independientemente del nivel de producción.

- **Costo variable**

Son aquellos que: “representa el consumo de recursos que va asociado a la producción de una unidad del bien creado dentro de la empresa” (Soriano et al., 2015, p. 89).

Los costos variables son los que: “varían en forma directamente proporcional con las unidades producidas o vendidas; es decir, conforme aumentan la producción o las ventas, los costos variables aumentan en la misma proporción” (Arreondo, 2016, p. 9).

Teniendo en cuenta las diversas definiciones de los autores se determina que los costos variables se orientan a la producción de un bien, y varían en proporción a la actividad de la empresa, permitiendo realizar cambios en la materia prima o en los proveedores.

8.3.3.4. Inversión

Según Flores (2016), “en esta etapa se caracteriza por movilizar recursos humanos, financieros y materiales para asegurar que proporciona un medio ideal para la consecución posterior de los objetivos sociales de la empresa.” (pág. 12)

A lo largo del tiempo, el concepto de inversión se ha definido de varias formas adquisición o apropiación de elementos de activos que forman parte del patrimonio empresarial de una persona física o jurídica. Aplicación de recursos a la adquisición de activos duraderos, de los que se espera obtener un retorno de fondos monetarios en el tiempo. (Rosario y Haro de Rosario, 2017, pág. 7)

Desde el punto de vista de los autores se identifica que la inversión es una acción que estriba en emplear recursos con el único objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo, siendo su principal propósito afianzar los medios idóneos para el cumplimiento del objetivo de la empresa.

8.3.3.5. Inversión inicial

El éxito o fracaso de un negocio es una inversión básica que debe realizarse con capital de trabajo. El proyecto puede considerar invertir en todos los activos necesarios para que funcione con normalidad, pero si la inversión en el capital necesario no pretende desajustar su efectivo durante el periodo de financiación (Vargas, 2014, pág. 85).

8.3.3.6. Depreciación

La depreciación se considera un costo para la administración por el desgaste de una inversión fija como consecuencia del uso en el proceso productivo. Para el cálculo de este rubro se debe considerar la vida útil de cada activo fijo establecido por las disposiciones tributarias de cada país. (Viñan et al. 2018, pág. 63)

Según Rodríguez (2015), la depreciación: “es la pérdida gradual en el valor de un activo fijo con el transcurso del tiempo, por su uso, desgaste, la acción de los elementos naturales, la insuficiencia, la obsolescencia o la combinación de estos” (pág. 217).

Desde el punto de vista de los autores la depreciación consiste en reconocer financieramente el desgaste o pérdida de valor que sufre un activo como resultado del tiempo que se estuvo utilizando.

8.3.3.7. Amortización

La amortización de un financiamiento o crédito se refiere: “a la cantidad que se paga periodo a periodo del saldo insoluto. La cantidad que se amortiza es el resultado del pago periódico menos los intereses e IVA del periodo” (Gutiérrez, 2020, pág. 186 - 187).

De acuerdo con Viñan et al. (2018), sostienen que: “la amortización significa saldar gradualmente una deuda mediante una serie de pagos, que comúnmente son similares y se los ejecuta en momentos iguales. La amortización se emplea a los activos aplazados como seguros, egresos de constitución, entre otros” (pág. 64).

8.3.3.8. Gastos

Los beneficios económicos durante el período contable se reducen en forma de gasto o agotamiento de activos, y se incurre en pasivos que conducen a la reducción del patrimonio, excepto los relacionados con los ingresos distribuidos a los participantes del patrimonio (Meza, 2013, pág. 89).

8.3.3.9. Tipos de gastos

- **Gastos administrativos**

Para Flores (2016), los gastos administrativos son: “todos los gastos relacionados con el campo administrativo, tales como salario, beneficios, depreciación de activos fijos, amortización de pagos diferidos, seguros, impuestos prediales y otros gastos, tales como papelería y material de oficina, comunicaciones, transporte, asignación diaria, investigación y desarrollo” (pág. 103).

Partiendo de la base de que los gastos de administración representan las erogaciones que se realizan con el objetivo de controlar y optimizar los recursos con los que cuenta una entidad económica, es entonces que en este renglón acumularemos las erogaciones tendientes al objetivo mencionado. (Reveles, 2017, p. 394)

Los autores dan a conocer que los gastos administrativos son los que se producen en una organización y que no se vinculan con la actividad económica del mismo, más bien se orienta a los gastos globales de la empresa que permiten controlar y optimizar los recursos y no solo de determinada área.

- **Gastos Financieros**

“Los gastos financieros se refieren a los gastos incurridos como financiamiento externo o cobranza de comisiones por servicios de entidades financieras” (Román, 2017, pág. 53).

8.3.3.10. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio (PE) se define como la herramienta de cálculo usada para determinar el nivel de ventas que permite a la empresa cubrir exactamente todos los costes que ésta genera fruto de su actividad. A partir del volumen de ventas en el PE la empresa comienza a generar beneficio. (Soriano et al., 2015, pág. 92)

Alvarado (2016), sostiene que el punto de equilibrio es: “la cantidad de unidades a producir y vender, de manera que los ingresos obtenidos cubran en su totalidad los costos incurridos, teniendo, en consecuencia, una utilidad igual a cero” (pág. 110).

Desde la posición de los autores el punto de equilibrio se refiere a uno de los elementos claves para determinar el nivel de ingresos que cubren los costos fijos y los variables, siendo una de las herramientas que permite establecer la solvencia de los proyectos y su nivel rentable.

8.3.3.11. Estados financieros

Los estados financieros “son reportes formales que comunican la información financiera de la empresa para hacer posible la toma de decisiones” (Herz, 2018, pág. 113).

Los estados financieros son los informes finales que deben realizar las entidades o empresas para dar a conocer a los usuarios la situación financiera y los resultados económicos obtenidos durante el período contable, cuya responsabilidad recae en el administrador o gerente del ente económico. (Angulo, 2016, pág. 273)

A juicio de las definiciones de los autores se indica que los estados financieros son todos los documentos e informes que se delimitan de forma estructurada información de las actividades económicas que se realizan en la empresa durante un periodo concreto.

- **Balance general**

El balance general es “un Este es un informe de contabilidad financiera que refleja el estado económico y financiero de la empresa para un momento determinado” (Fernández, 2018, pág.16).

El balance general es un reporte contable que refleja la situación patrimonial de la empresa a una fecha determinada. Este documento consta de dos básicas: activo y pasivo (deuda y patrimonio); y siguiendo los principios contables, debe cumplirse que el activo debe ser igual a la suma de los componentes dentro del pasivo. El activo muestra las inversiones de la empresa, así como sus elementos patrimoniales sujetos de derecho por la empresa, mientras que el pasivo

detalla el origen de los recursos financieros usados por la empresa para financiar sus activos y su actividad. (Soriano et al., 2015, pág. 102)

Los autores manifiestan que el balance general es un estudio financiero en donde se determina la información económica y financiera, que se encuentran separadas entre activo, pasivo y patrimonio. Muestra una vista panorámica de la información del proyecto, además al menos se debe actualizar obligatoriamente una vez al año.

- **Estado de resultados**

El estado de resultados es un estado financiero que muestra los resultados obtenidos (utilidad) por el desarrollo de actividades en un periodo de tiempo determinado, mediante la comparación de los ingresos y gastos. Presentan un resumen de los ingresos realizados y gastos devengados de una empresa por un periodo específico que puede ser un mes, un semestre o un año (del 01/01/12 al 31/12/12). (Herz, 2018, pág. 115)

Citando a Mendoza y Ortiz (2016), sostienen que el estado de resultado es denominado también como estado de ganancias y pérdidas o estado de rentas y gastos, es el estado financiero que muestra cómo se han generado los ingresos y cómo se han causado los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo de tiempo determinado. Es un estado dinámico, ya que refleja una actividad. Es acumulativo, es decir, resume las operaciones de una empresa desde el primero hasta el último día del periodo contable. (pág. 54)

En base a la definición de los autores se destaca que el estado de resultados, es una información financiera que, determinada los ingresos, los gastos y como resultado se obtiene el beneficio o pérdida que se generará en un cierto periodo de tiempo.

- **Flujo de caja**

El Flujo de caja es un estado financiero que muestra la generación y empleo del efectivo en las operaciones de las empresas, en las inversiones, y, el financiamiento de las mismas. A fin de conocer el Flujo de Efectivo, deberán determinarse las diferencias en las distintas cuentas que conforman el Balance. (Nuñez, 2016, pág.42)

Para Sánchez et al. (2015), el propósito básico de la estimación de los flujos de efectivo: “es proporcionar información sobre los ingresos y pagos reales de entidades comerciales durante el período contable. Además, tiene como objetivo proporcionar información sobre todas las actividades de inversión y financiación de la entidad. que asume el proyecto” (pág. 36).

Los autores describen que el flujo de caja es considerado como una herramienta que mide la liquidez, con su propósito básico de proporcionar información de inversión y financiación, siendo un informe financiero que detalla los ingresos y egresos de dinero en un periodo estimado.

8.3.4. Estudio financiero

8.3.4.1. Definición de estudio financiero

Según Puentes et al. (2019), sostienen que el estudio financiero es la cuarta etapa de un proyecto de inversión, debido a la investigación y análisis realizados en la etapa anterior, la información monetaria aparece de manera sistemática y ordenada, lo que es muy útil para evaluar las condiciones económicas. La rentabilidad del proyecto. Esta investigación incluye específicamente los recursos financieros necesarios para llevar a cabo el proyecto antes de que se inicie y para determinar el costo total del proyecto durante su operación. (pág. 117)

De acuerdo con Tapia y Jiménez (2019), “el estudio financiero aporta la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizarán, susceptibles de compararse con la de otras alternativas de inversión” (pág. 123).

Los autores mencionan que el estudio financiero consiste en establecer los recursos financieros necesarios para la ejecución del proyecto, precisando la identificación de las inversiones, ingresos y egresos, los beneficios/costos y de esta manera comprobar la conveniencia de a posible ejecución del proyecto.

8.3.4.2. Valor actual neto (VAN)

Citando a Tapia y Jiménez (2018), definen que el Valor Actual Neto, también llamado valor presente neto (Net Present Value, NPV, por sus siglas en inglés), es un procedimiento que puede calcular el valor presente de una cierta cantidad de flujos de efectivo futuros generados por una inversión. Se puede definir como el valor presente del conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial, valuada también en ese momento. (pág. 130)

El VAN consiste en actualizar al valor presente los flujos netos a futuro que va a generar el proyecto, a un cierto tipo de interés (“la tasa de costo del capital”), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Cuando el valor capital (VC) o valor actual neto de la inversión (VAN) de un proyecto de inversión es igual al capital invertido no hay contribución alguna de la inversión al capital de la empresa, simplemente se cubre el costo de lo invertido. Si el VC o VAN es mayor, aumenta el valor del capital de la empresa. En cambio, si el VC o VAN es menor, el proyecto está disminuyendo el valor del capital de la empresa. Según este criterio, un proyecto de inversión debe aceptarse cuando su VC es positivo o mayor a cero. (Gallardo y Maldonado 2016, pág. 99)

Como los autores plantean el valor actual neto permite conocer la rentabilidad de un proyecto, siendo un indicador que permite medir los ingresos y egresos para así poder restar la inversión inicial y determinar si nos quedara ganancia. Solo es necesario encontrar el valor actual neto de un proyecto de inversión para saber si es rentable y por lo tanto factible.

8.3.4.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Sarmiento et al. (2019), definen que: “la tasa interna de retorno TIR es la tasa de interés que genera el valor actual neto, de una serie de ingresos y egresos, igual a cero. Se dice INTERNA, porque es el interés generado por los dineros que permanecen invertidos durante el proyecto” (p. 95).

La TIR de una inversión “es un valor que surge de la relación entre la inversión inicial ($-a_0$) y los flujos netos de caja, ($a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$). Es la tasa que iguala la inversión inicial con el valor actual de los flujos netos” (Gallardo y Maldonado, 2016, p. 100).

8.3.4.4. Relación costo – beneficio

Sarmiento et al., sostienen que: “la relación Costo – Beneficio, implica el cálculo de una razón de los beneficios del proyecto con respecto a los costos del mismo” (2019, p.95).

El análisis de costo-beneficio es una herramienta financiera que puede medir la relación entre costos y beneficios asociados con un proyecto de inversión, como crear una nueva empresa o lanzar un nuevo producto para comprender su rentabilidad. El análisis de costo-beneficio mide principalmente la relación costo-beneficio (B / C), también conocida como índice de utilidad neta, que se calcula dividiendo el valor presente del ingreso neto total o ingreso neto (VAI) por el costo de inversión o el costo total del proyecto (VAC) Valor presente. Conocer la relación costo-beneficio de un proyecto de inversión nos permite conocer su rentabilidad, así por ejemplo, podemos saber si el proyecto es factible y qué tan atractivo es comparado con otros proyectos. (Komiya, 2019, párr. 1-3)

Según los autores se destaca que la relación costo/beneficio es una comparación directa, es decir, indica la relación de los beneficios y los costos de un proyecto para así obtener y definir su viabilidad. Utilizado principalmente para poder medir y evaluar los proyectos de inversión, permitiendo percibir su rentabilidad y exponer los resultados de la factibilidad del proyecto y así permitir indicar que tan atrayente, es en comparación con proyectos similares.

8.3.4.5. Evaluación económica

De acuerdo con Tapia y Jiménez (2018), sostienen que la evaluación económica Es la etapa de análisis de viabilidad financiera e investigación financiera del proyecto, el objetivo de esta etapa es organizar y sistematizar la información monetaria proporcionada en la etapa anterior, elaborar tablas de análisis y otros datos utilizados para evaluar el proyecto. Antecedentes del proyecto e investigación para determinar su rentabilidad. (pág. 126)

La evaluación económica de los proyectos de inversión es un conjunto de estudios o antecedentes que permiten estimar las ventajas y desventajas que se derivan de asignar determinados recursos para la producción de bienes y servicios. Esto implica, en consecuencia, la realización de una serie de análisis que deben conducir hacia una toma racional de decisiones, en la asignación de los recursos que las organizaciones públicas o privadas destinan para la inversión. (Pacheco y Coello 2018, pág. 148)

En base a las definiciones de los autores se deduce que la evaluación económica son los diversos antecedentes que permiten estimar las ventajas y desventajas de la respectiva producción de bienes o servicios, considerado la parte final de una serie de pasos en el análisis de factibilidad de proyectos de inversión contemplando el valor monetario a través del tiempo.

8.3.4.6. Análisis de sensibilidad

Según Méndez (2016), manifiesta que una vez determinada la evaluación financiera del proyecto, conviene hacer el análisis de sensibilidad que consiste básicamente en identificar aquellas variables del proyecto con mayor peso relativo tanto en el período pre operativo como operativo y aplicarles variaciones porcentuales para señalar los efectos en los resultados del proyecto, mediante el recalcado de los flujos netos de caja y la aplicación de cualquiera de los criterios VPN, TIR o RBC. (pág. 332)

El análisis de sensibilidad busca medir cómo se afecta la rentabilidad de un proyecto cuando una o varias variables que conforman los supuestos, bajo los cuales se elaboraron las proyecciones financieras, se modifican. Es por lo anterior que algunos textos en inglés la denominan la técnica del what if... reconociendo que lo que trata de hacer esta metodología es determinar qué pasa con la rentabilidad del proyecto si una o más variables cambian. (Lira 2015, p. 118)

8.3.4.7. Rentabilidad

La rentabilidad es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas (rentabilidad o margen de utilidad neta sobre ventas), con la inversión realizada (rentabilidad económica o del negocio), y con los fondos

aportados por sus propietarios (rentabilidad financiera o del propietario). (Murillo, 2017, pág. 36)

La rentabilidad es un indicador de la rentabilidad de una empresa o proyecto. El índice de rentabilidad es el elemento básico que nos permite diagnosticar posibles inversiones de forma positiva o negativa. La rentabilidad se mide en porcentajes. Lo que permite es determinar cómo se gestiona la empresa porque relaciona el beneficio neto con la aportación del propietario. (Gascó, 2019, párr. 1)

En la opinión de los autores se destaca que la rentabilidad es el resultado de los beneficios que se obtienen o se pueden obtener de una inversión, permitiendo generar la utilidad suficiente para diagnosticar la inversión del proyecto.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- **¿Existe demanda insatisfecha de mariscos en la población del cantón La Maná?**

Mediante el estudio de mercado se pudo determinar una demanda insatisfecha de 2,599,575 libras de mariscos indicando que existe un gran mercado para la implementación de esta propuesta de la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

- **¿Existe disponibilidad técnica para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi?**

A través del estudio técnico, se pudo determinar que, si existe disponibilidad técnica para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, debido a que, si se dispone de todas las condiciones, como mano de obra, capital de trabajo, adquisición de activos fijos y materia prima.

- **¿Cuáles son los índices de rentabilidad económica en la comercialización de mariscos en el cantón La Maná?**

La inversión inicial es de -8,602.00 dólares, el estado de resultados muestra que la utilidad neta en el 2021 es de 36,485.65 dólares y el valor aumentó en 56937.10 dólares para 2025.

- **¿Es aceptable el nivel de rentabilidad financiera en la comercialización de mariscos en el cantón La Maná?**

El Valor Actual Neto (VAN) de \$149.276,02 y el resultado de la Tasa de Retorno (TIR) de 375% se determinó que el nivel de rentabilidad de la comercialización de los mariscos en el cantón La Maná es muy alta, además se pudo determinar que la inversión será recuperada en un periodo menos a un año.

10. METODOLOGÍA

El diseño metodológico utilizado en esta investigación estará compuesto por métodos, técnicas, herramientas e instrumentos, que permitirán dilucidar cuales son los adecuados para la investigación, describiéndose a continuación:

10.1. Tipo de investigación

10.1.1. Investigación Formativa

La investigación es de tipo formativa porque está asociada con el aprendizaje y la enseñanza además tiene como finalidad el desarrollo de la aptitud para investigar.

10.1.2. Investigación Campo

La investigación de campo nos ayudó a recopilar toda la información necesaria de forma directa con respecto a la realidad y en el lugar donde se presenta el estudio, obteniendo información verídica que permita tomar las mejores decisiones

10.1.3. Investigación Bibliográfica

La investigación es de tipo bibliográfica por que requiere la búsqueda de la información científica actualizada, la misma que debe ser citada y respectivamente referenciada.

10.1.4. Investigación Diagnóstica

La investigación es diagnóstica porque permitió realizar un análisis de la situación actual del objeto de estudio y así permitir tomar decisiones en función de esa información obtenida.

10.1.5. Investigación Propositiva

Se efectuó una investigación propositiva porque se enmarcará la propuesta de solución a desarrollarse para mejorar la comercialización de mariscos con valor agregado en el cantón La Maná aplicando el modelo de estudio de factibilidad.

10.2. Métodos

Los métodos que se emplearon en el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, se describen a continuación.

10.2.1. Método analítico

La aplicación del método analítico cobró relevancia en el desarrollo de la investigación porque permitió efectuar un análisis minucioso de los resultados obtenidos con respecto a las técnicas investigativas utilizadas, siendo el objeto principal de establecer las características de la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

10.2.2. Método deductivo

Para esta investigación se aplicó el método deductivo siendo indispensable para alcanzar los objetivos con el propósito de recopilar información general sobre los diversos temas que componen el estudio de factibilidad, posteriormente deduciendo cada uno de los componentes que son el estudio de mercado, técnico, económico y financiero para la creación de la microempresa comercializadora de mariscos

10.3. Técnicas

Las técnicas de investigación utilizadas para realizar esta investigación son:

10.3.1. Encuesta

La encuesta se aplicó a 22 comerciantes de mariscos y a 389 familias del cantón La Maná con el objetivo de recolectar toda la información sobre el estudio de mercado y todos los demás datos indispensables para el desarrollo de este proyecto de investigación.

10.4. Instrumentos para la encuesta

De acuerdo al proyecto investigativo estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, es necesario diseñar instrumentos necesarios para recopilar información tales como:

10.4.1. Cuestionario

Para la realización de las encuestas dirigidas a las familias del cantón La Maná, fue necesario diseñar un cuestionario con una serie de preguntas, con la finalidad de obtener información necesaria para determinar las posibilidades de la implementación de la microempresa comercializadora de mariscos brindando así datos concretos para dicha investigación (ver anexo 4 y anexo 5)

10.5 Población y muestra

10.5.1. Población de comerciantes de mariscos

La población de los comerciantes de mariscos está constituida por 18 comerciantes que pertenecen a la asociación de mariscos del cantón La Maná, 2 comisariatos dedicados a la venta de mariscos y 2 vendedores ambulantes, dando una población de 22 comerciantes a encuestar.

10.5.2. Población clientes

La población de clientes está constituida por la cantidad de habitantes del cantón La Maná basado en datos de pronóstico para el año calendario es de 56.905 personas en el año 2020, en donde se dividirá sobre cuatro que es el número promedio de integrantes en cada familia (ver anexo 3) se obtendrán resultados para 14.226 hogares y se les aplicarán fórmulas estadísticas para determinar el número exacto de personas a encuestarse

Cuadro2. Proyección de la población según cantones

Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
BOLIVAR	15.007	15.079	15.147	15.211	15.270	15.325	15.375	15.420	15.460	15.496	15.528
ESPEJO	14.006	14.006	14.003	13.995	13.982	13.966	13.944	13.918	13.888	13.855	13.817
MIRA	12.793	12.726	12.655	12.581	12.504	12.423	12.338	12.250	12.159	12.066	11.969
MONTUFAR	31.865	32.138	32.404	32.664	32.913	33.155	33.388	33.611	33.825	34.032	34.229
LATACUNGA	176.842	179.794	182.748	185.698	188.627	191.539	194.423	197.277	200.094	202.878	205.624
LA MANA	43.580	44.824	46.093	47.383	48.691	50.019	51.366	52.728	54.104	55.496	56.905
PANGUA	22.856	23.060	23.259	23.454	23.642	23.824	23.997	24.164	24.321	24.472	24.612
PUJILI	71.762	72.632	73.494	74.345	75.179	75.998	76.795	77.573	78.328	79.062	79.772
SALCEDO	60.504	61.223	61.935	62.638	63.326	64.000	64.657	65.296	65.917	66.518	67.100
SAQUISILI	26.231	26.749	27.270	27.793	28.316	28.839	29.361	29.881	30.398	30.913	31.426
SIGCHOS	22.888	22.961	23.027	23.087	23.140	23.185	23.220	23.248	23.266	23.276	23.277

Fuente: Inec, 2010

Elaborado por: El autor

10.5.2. Muestra de los clientes

Para obtener el tamaño de la muestra de clientes potenciales, se deben realizar los siguientes cálculos, basados en la población actual del cantón La Maná acorde a los datos proyectados por el INEC es de 56.905 habitantes, posteriormente esa cantidad se convirtió en familias dando un resultado de 14.226 familias (ver anexo 3) la siguiente fórmula se utilizará para determinar el número de hogares que se encuestarán

DATOS:

n = Tamaño de la muestra =?

N = Población a investigarse = 14226

E = Índice d error máximo admisible = 0.05

FÓRMULA

$$n = \frac{N}{(E)^2(N-1)+1}$$

● **Cálculo de la muestra de los clientes**

$$n = \frac{14226}{(0.08)^2(14226-1)+1} \quad n = \frac{14226}{(0.0025)(14225)+1}$$

$$n = \frac{14226}{(35.5625)+1} \quad n = \frac{14226}{(36.5625)}$$

$n = 389$ familias es la muestra a encuestar

11.5.3. Análisis e interpretación de la información obtenida

La información obtenida a través de la investigación a los comerciantes de mariscos y a las familias del cantón, esta información fue tabulada y graficada en el programa de Excel y posteriormente los resultados fueron analizados.

11. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

11.1. Resultado de las encuestas dirigidas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná

Pregunta 1. ¿Cuántos años lleva vendiendo mariscos?

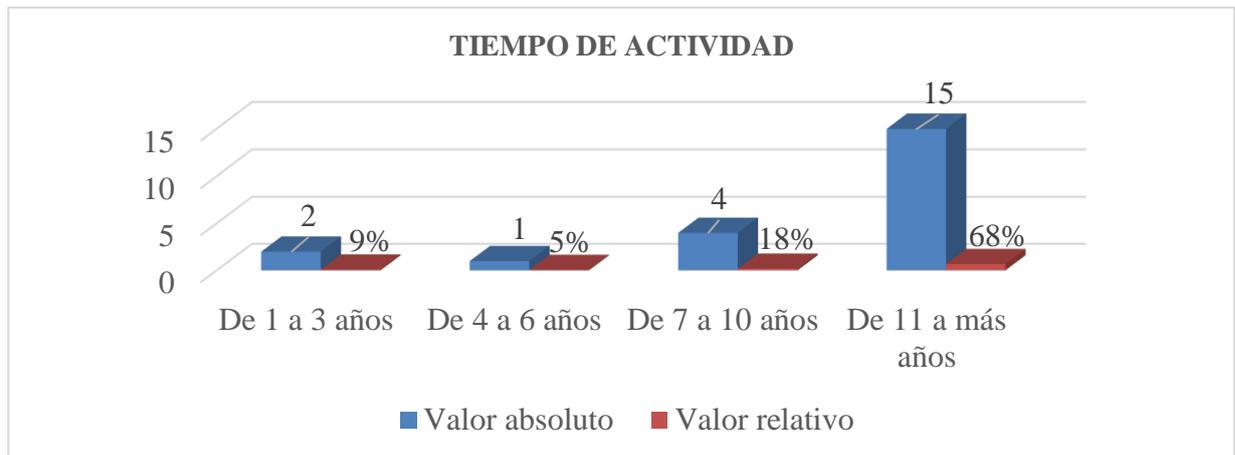
Cuadro 3. Tiempo de actividad

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
De 1 a 3 años	2	9
De 4 a 6 años	1	5
De 7 a 10 años	4	18
De 11 a más años	15	68
Total	22	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 1. Tiempo de actividad



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

Mediante el presente gráfico se puede apreciar que más del 68% de comerciantes lleva de 11 a más años comercializando mariscos en el cantón, el 18% llevan un tiempo de 7 a 10 años de actividad, el 9% llevan un tiempo entre 1 a 3 años y el 5% de ellos llevan de 4 a 6 años en el mercado, en definitiva, los comerciantes de mariscos llevan mucho tiempo en esta actividad.

Pregunta 2. ¿Cuál es la cantidad de libras vendidas anualmente?

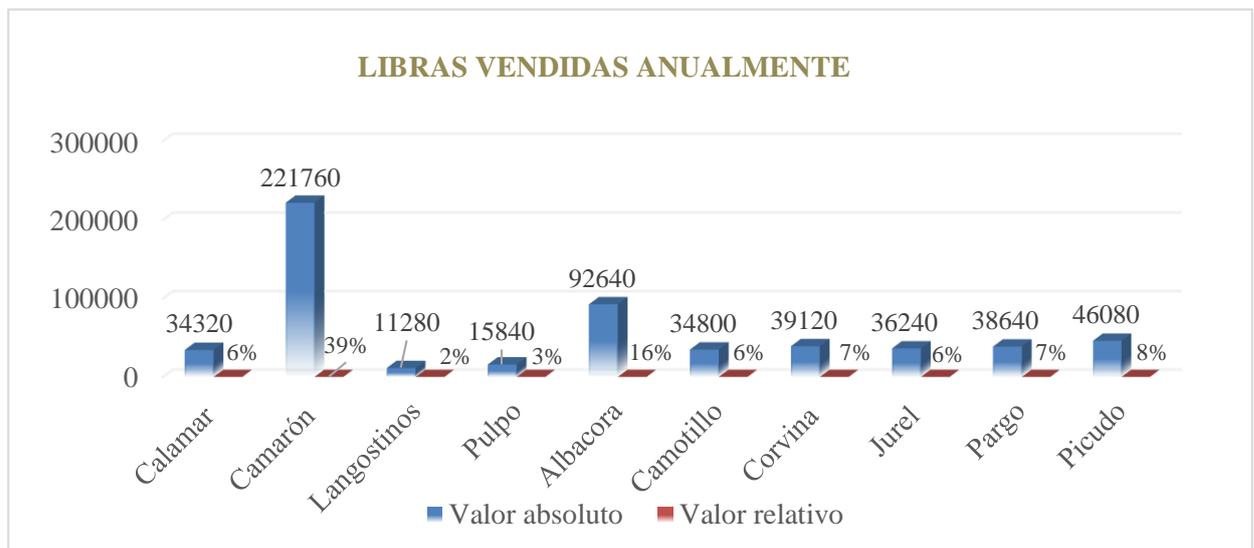
Cuadro 4. Libras de mariscos vendidas anualmente

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Calamar	34.320	6
Camarón	221.760	39
Langostinos	11.280	2
Pulpo	15.840	3
Albacora	92.640	16
Camotillo	34.800	6
Corvina	39.120	7
Jurel	36.240	6
Pargo	38.640	7
Picudo	46.080	8
Total	570.720	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 2. Libras de mariscos vendidas anualmente



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

Una vez realizada las encuestas a los 22 comerciantes de mariscos es pudo determinar que al año se ofertan 570720 libras de mariscos, siendo el camarón el marisco más ofertado con un porcentaje del 39%, y el menos ofertado es el pulpo con 11280 libras anuales representando el 2%.

Pregunta 3. ¿A qué sector se destina los mariscos que oferta?

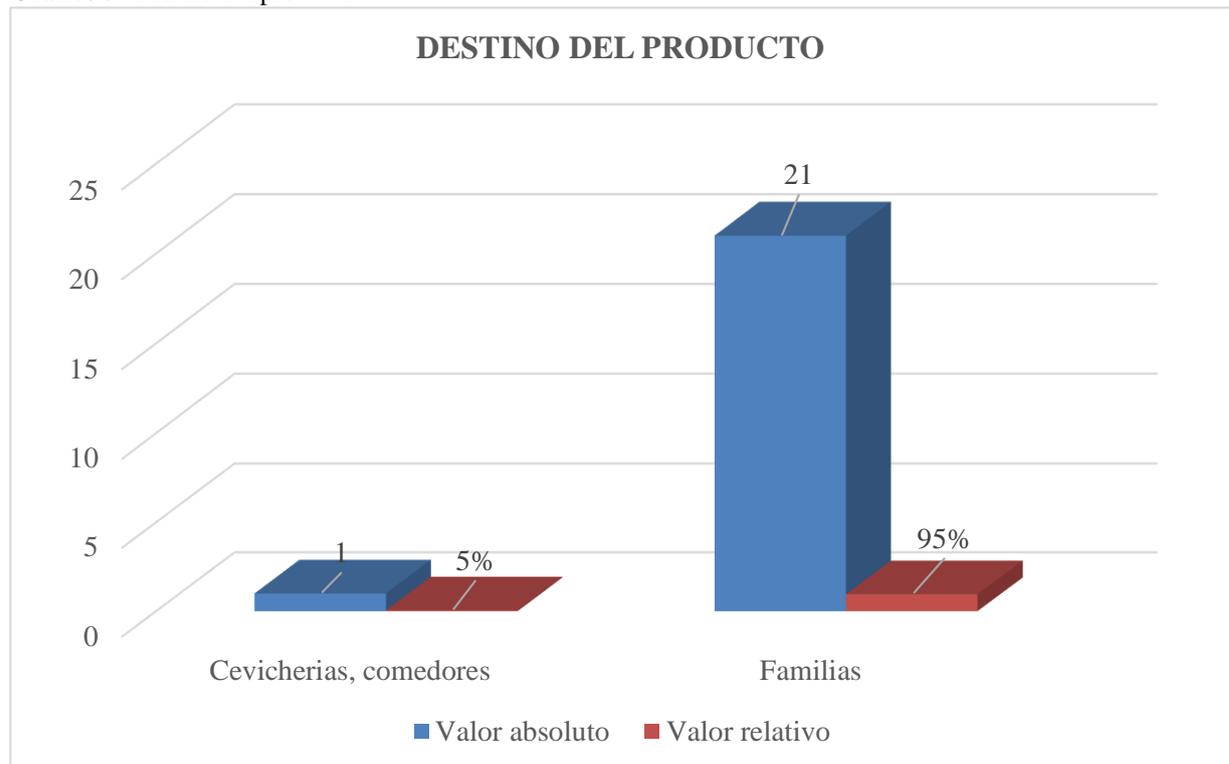
Cuadro 5. Destino del producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Cevicherías, comedores	1	5
Familias	21	95
Total	22	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 3. Destino del producto



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

En el presente gráfico se puede observar que el 5% de los comerciantes de mariscos del cantón La Maná venden sus productos a las cevicherías y comedores, mientras que 21 comerciantes representando el 95% ofertan sus productos solo a las familias consumidoras del cantón.

Pregunta 4. ¿Indique de donde se provee de mariscos para luego ofertarlos?

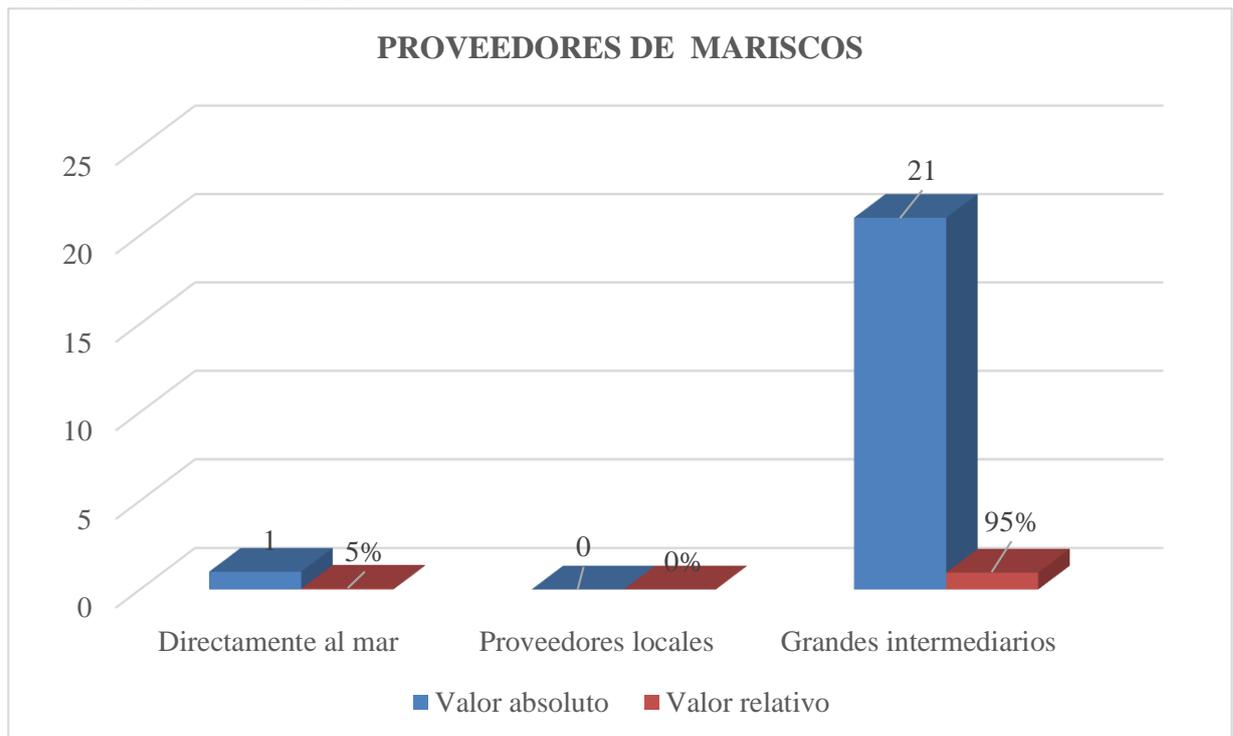
Cuadro 6. Proveedores de mariscos

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Directamente al mar	1	5
Proveedores locales	0	0
Grandes intermediarios	21	95
Total	22	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 4. Proveedores de marisco



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

Mediante la investigación de mercado realizada se pudo determinar que los comerciantes de mariscos del cantón no adquieren sus productos a través de algún proveedor local, el 5% de ellos se dirige directamente al mar para abastecerse de los mariscos mientras que el 95% compran los mariscos a grandes intermediarios ubicados en grandes ciudades como Santo Domingo de los Colorados.

Pregunta 5. ¿Cuál es la presentación de venta que usted utiliza al momento de comercializar mariscos?

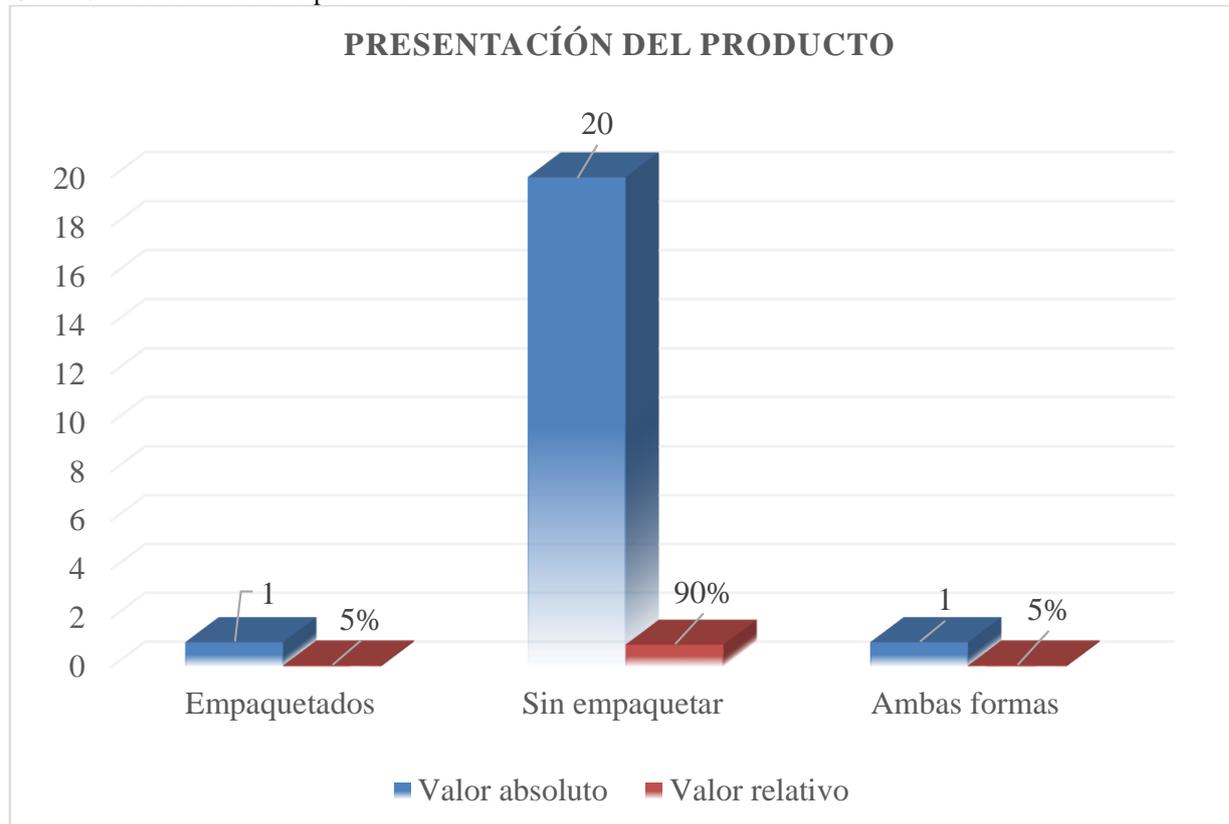
Cuadro 7. Presentación del producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Empaquetados	1	5
Sin empaquetar	20	90
Ambas formas	1	5
Total	22	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 5. Presentación del producto



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

En la presente gráfica se puede apreciar que el 90% de los comerciantes ofertan sus mariscos sin ningún empaquetamiento, mientras que un 5% los oferta empaquetados y el 5% restante los ofertan de ambas formas es decir empaquetados y sin empaquetar.

11.2. Resultado de las encuestas efectuadas a las familias del cantón La Maná

Pregunta 1. ¿De cuántos integrantes está conformado su núcleo familiar?

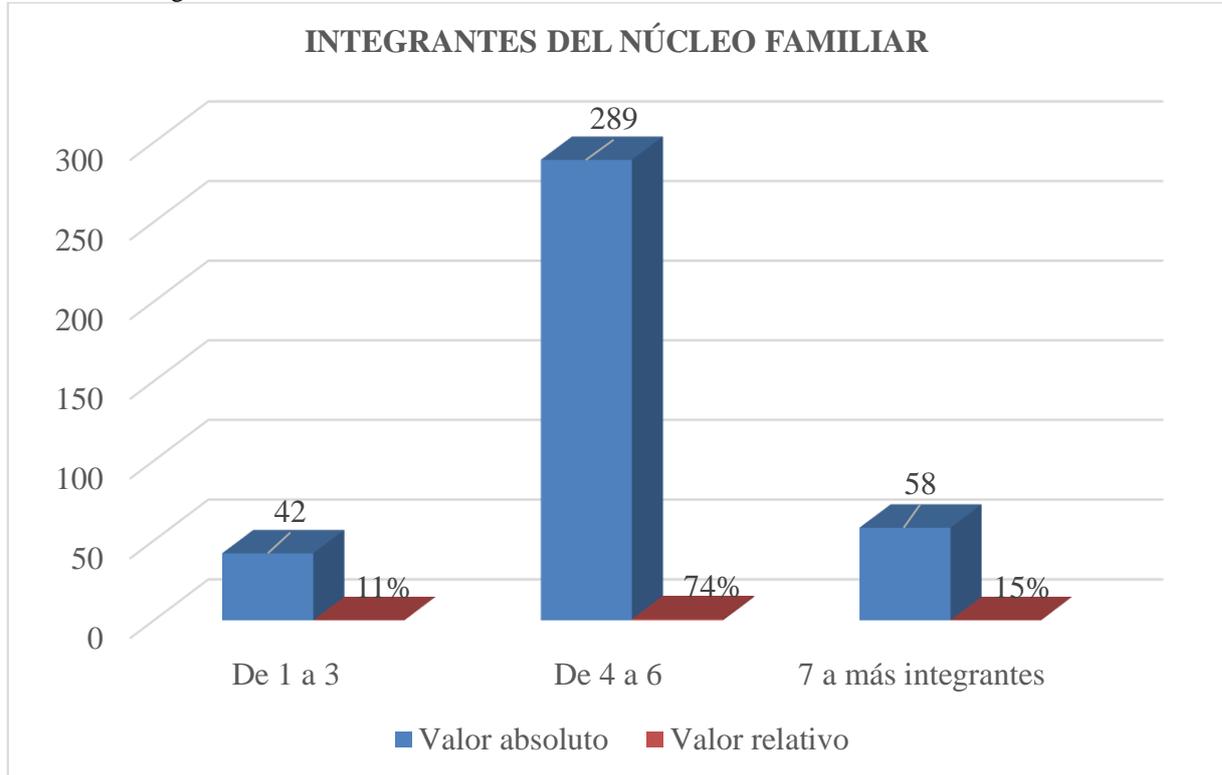
Cuadro 8. Integrantes del núcleo familiar

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
De 1 a 3	42	11
De 4 a 6	289	74
7 a más integrantes	58	15
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 6. Integrantes del núcleo familiar



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

Las familias del cantón La Maná como objeto de estudio de esta investigación se pudo constatar que el 74% de las familias encuestadas están conformadas de 4 a 6 integrantes, mientras que el 15% están conformadas de 7 a más integrantes y el 11% están conformadas de 1 a 3 integrantes por familia.

Pregunta 2. ¿Indique el lugar donde usted habita?

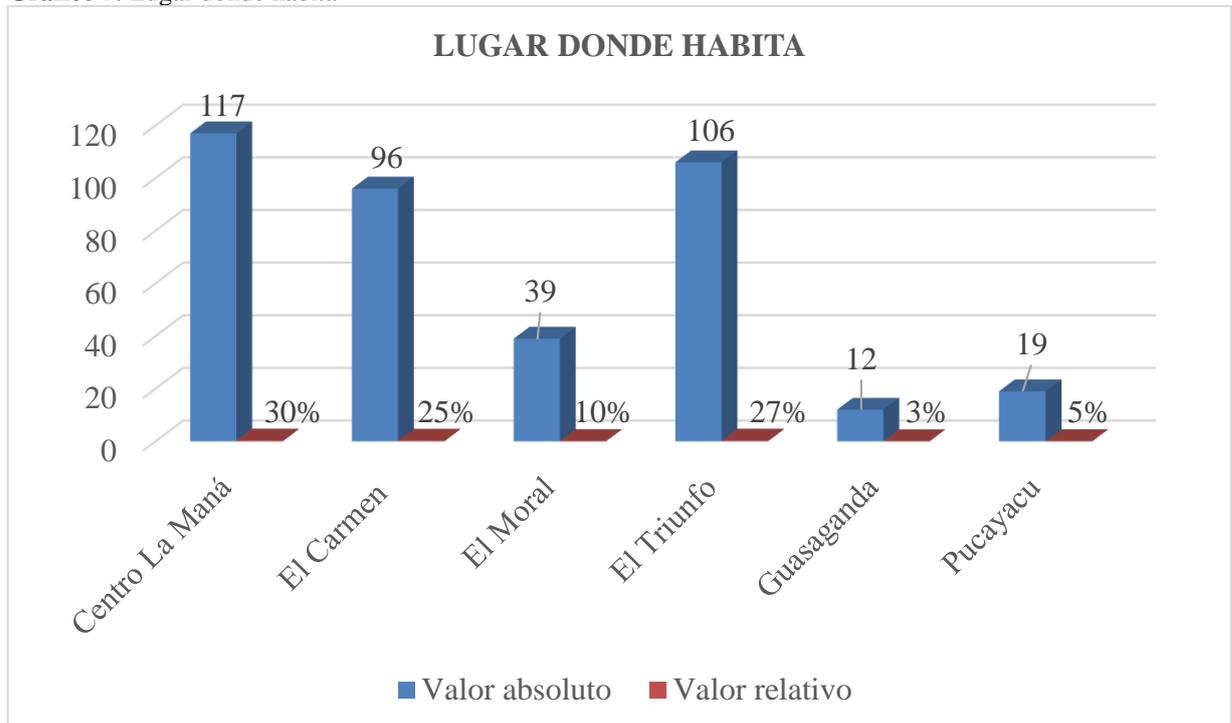
Cuadro 9. Lugar donde habita

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Centro La Maná	117	30
El Carmen	96	25
El Moral	39	10
El Triunfo	106	27
Guasaganda	12	3
Pucayacu	19	5
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 7. Lugar donde habita



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

La presente gráfica representa que de las 389 familias encuestadas el 30% de ellas habitan en el centro de La Maná, el 25% en la parroquia El Carmen, el 27% en el sector del Triunfo, el 10% habitan en el Moral, mientras que el 8% restante residen en las parroquias de Guasaganda y Pucayacu

Pregunta 3. ¿A qué actividad económica usted se dedica?

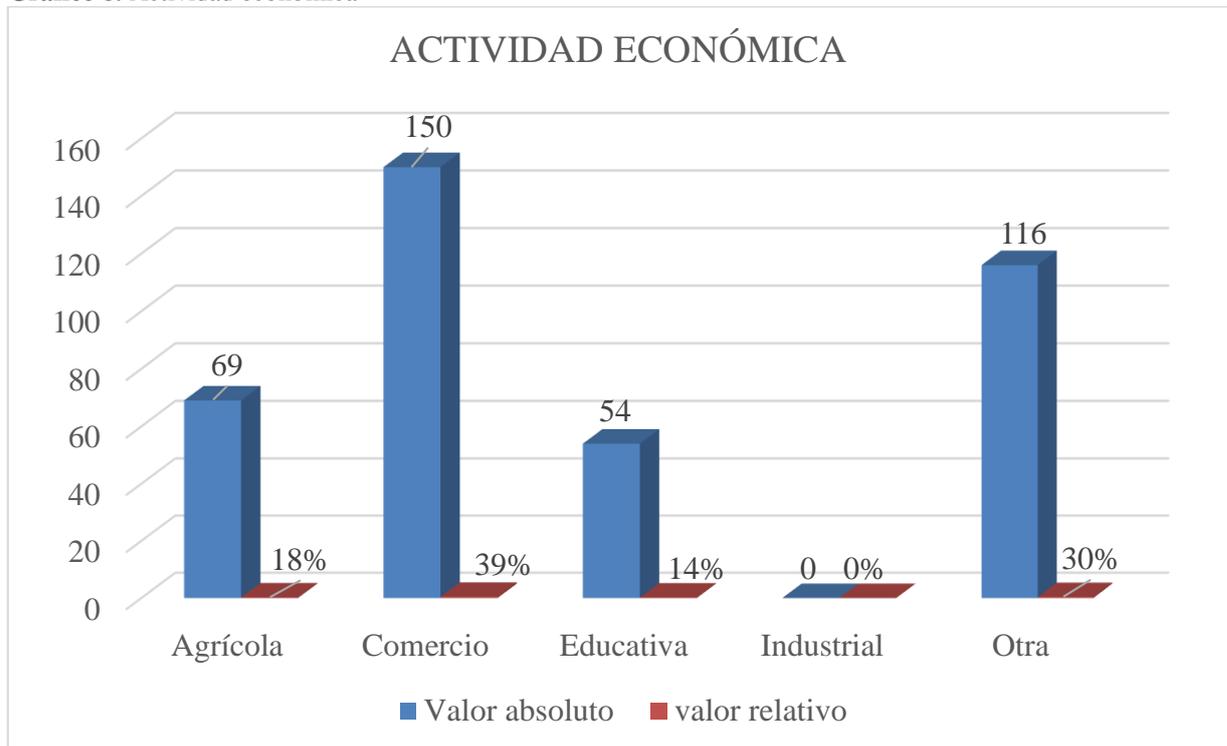
Cuadro 10. Actividad económica

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Agrícola	69	18
Comercio	150	39
Educativa	54	14
Industrial	0	0
Otra	116	30
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 8. Actividad económica



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

La presente pregunta tuvo como finalidad conocer a qué actividad económica se dedican las familias encuestadas, el 39% de ellas se dedican al comercio, 18% se dedican a la agricultura, el 14% se dedican a estudiar mientras que el 30% restante se dedican a otra actividad económica.

Pregunta 4. ¿Cuál es la cantidad de libras consumidas anualmente?

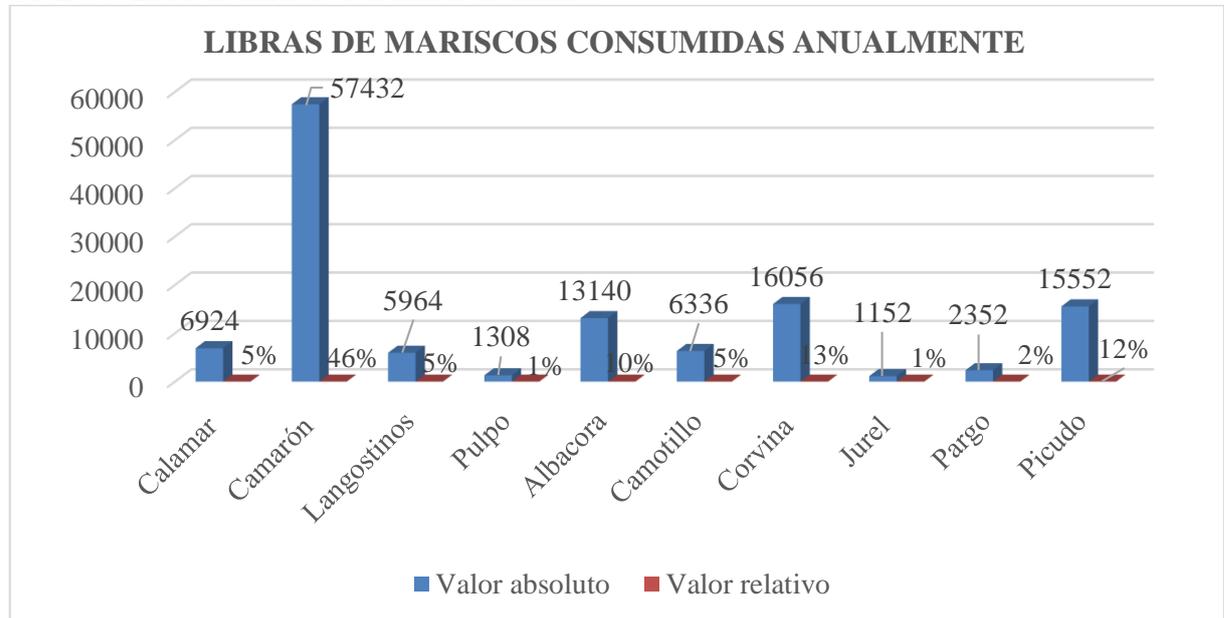
Cuadro 11. Libras de mariscos consumidas anualmente

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Calamar	6.924	5
Camarón	57.432	46
Langostinos	5.964	5
Pulpo	1.308	1
Albacora	13.140	10
Camotillo	6.336	5
Corvina	16.056	13
Jurel	1.152	1
Pargo	2.352	2
Picudo	15.552	12
Total	126.216	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 9. Libras de mariscos consumidas anualmente



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

La presente gráfica representa que las 389 familias encuestadas consumen anualmente 126216 libras de mariscos, siendo el camarón el marisco más consumido con un 46 %, seguido por la corvina con un 13%, los menos ofertados son el jurel y el pulpo ambos con un 1%.

Pregunta 5. ¿Cuál es la cantidad de libras consumidas anualmente el año anterior?

Cuadro 12. Libras consumidas anualmente el año anterior

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Calamar	7.740	4
Camarón	91.704	44
Langostinos	8.760	4
Pulpo	1.728	1
Albacora	18.972	9
Camotillo	7.884	4
Corvina	31.308	15
Jurel	984	0
Pargo	4.020	2
Picudo	34.344	17
Total	207.444	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 10. Libras consumidas anualmente el año anterior



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

En la presente grafica se puede determinar que las familias consumieron 207444 libras de mariscos el año anterior 81228 libras más, siendo el camarón el marisco más ofertado con 91704 libras representando un 44% mientras que el segundo más consumido fue el picudo con un total de 34344 libras representando un 17%.

Pregunta 7. ¿Dónde usted compra los mariscos?

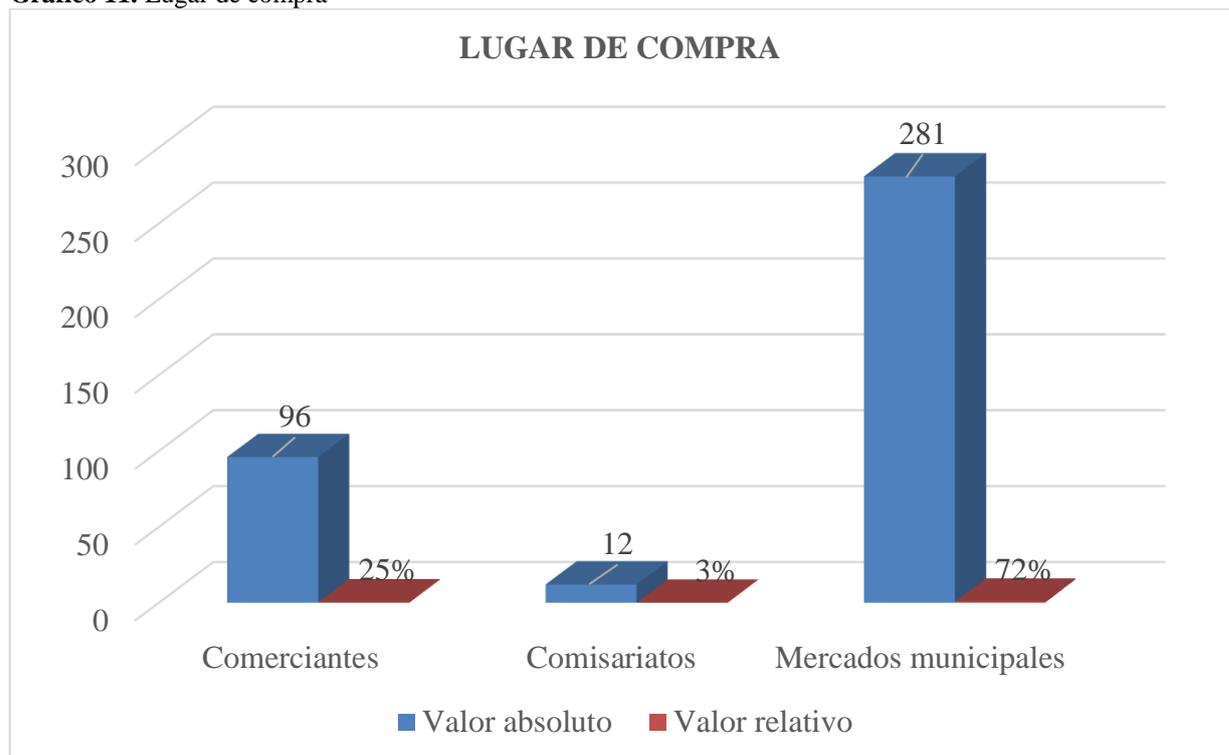
Cuadro 13. Lugar de compra

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Comerciantes	96	25
Comisariatos	12	3
Mercados municipales	281	72
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 11. Lugar de compra



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

La presente pregunta tuvo como objeto conocer donde compra los mariscos las familias del cantón La Maná, se puede evidenciar en la gráfica que 281 familias compran en los mercados municipales representando un 72%, mientras que el 25% de las familias encuestadas compran a los comerciantes y el 3% restante compran en los comisariatos.

Pregunta 8. ¿Considera que es necesario la creación de una microempresa de mariscos en el cantón La Maná?

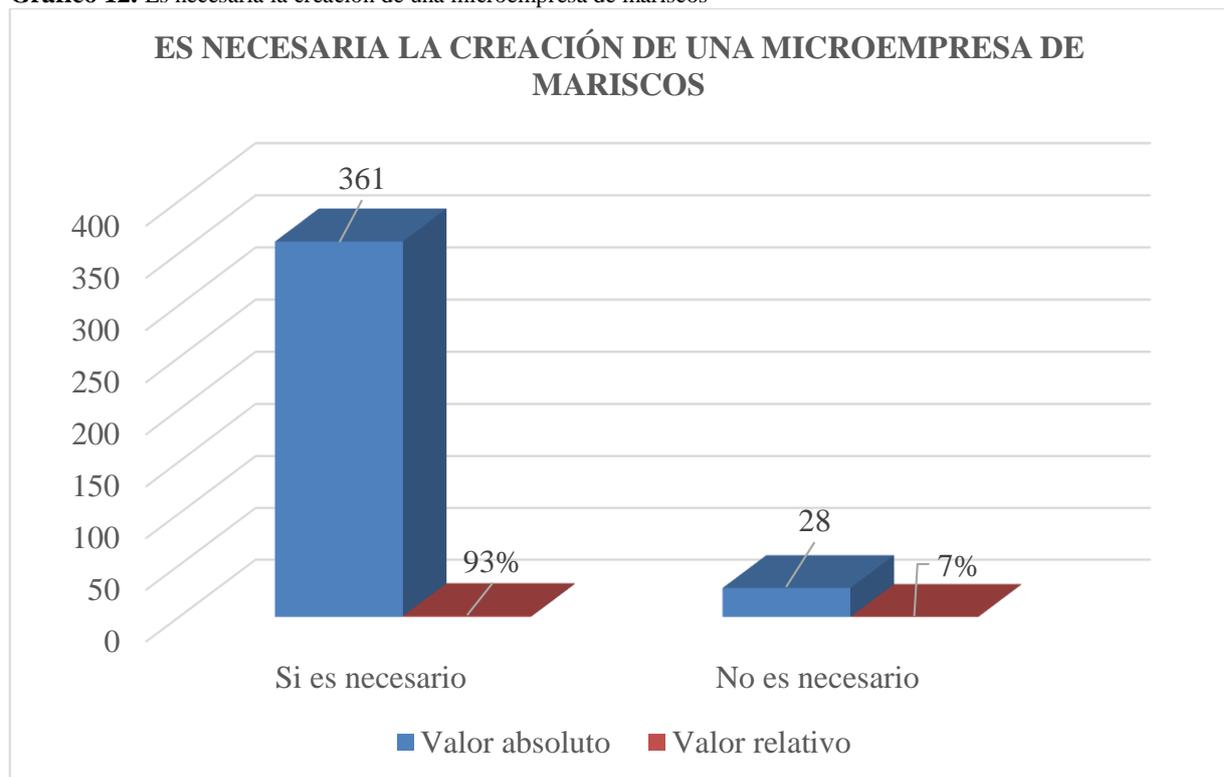
Cuadro 14. Es necesaria la creación de una microempresa de mariscos

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Si es necesario	361	93
No es necesario	28	7
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 12. Es necesaria la creación de una microempresa de mariscos



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

De las 389 familias encuestadas en esta investigación dieron a conocer que el 93% de ellas están de acuerdo con la creación de una microempresa comercializadora de mariscos, mientras que el 7% restante expresaron que no es necesaria la creación de esta microempresa en el cantón.

Pregunta 9. ¿Cómo usted prefiere los mariscos?

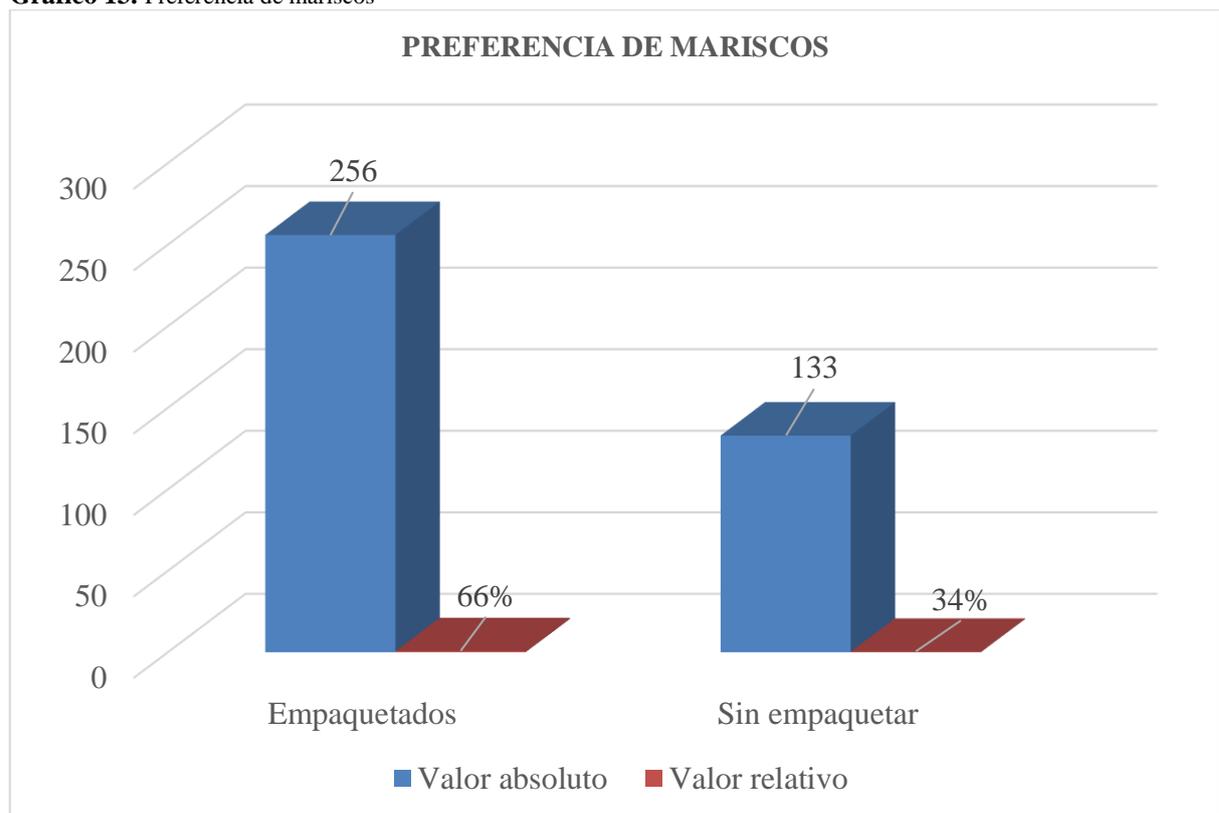
Cuadro 15. Preferencia de mariscos

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Empaquetados	256	66
Sin empaquetar	133	34
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 13. Preferencia de mariscos



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo al presente gráfico se puede apreciar que de las 389 familias encuestadas el 66% de ellas prefieren que los mariscos se los vendan empaquetados, mientras que el 34% restante manifestaron que su preferencia es comprar los mariscos sin empaquetar

Pregunta 10. ¿Cuál es el factor decisivo que incide al momento de comprar mariscos?

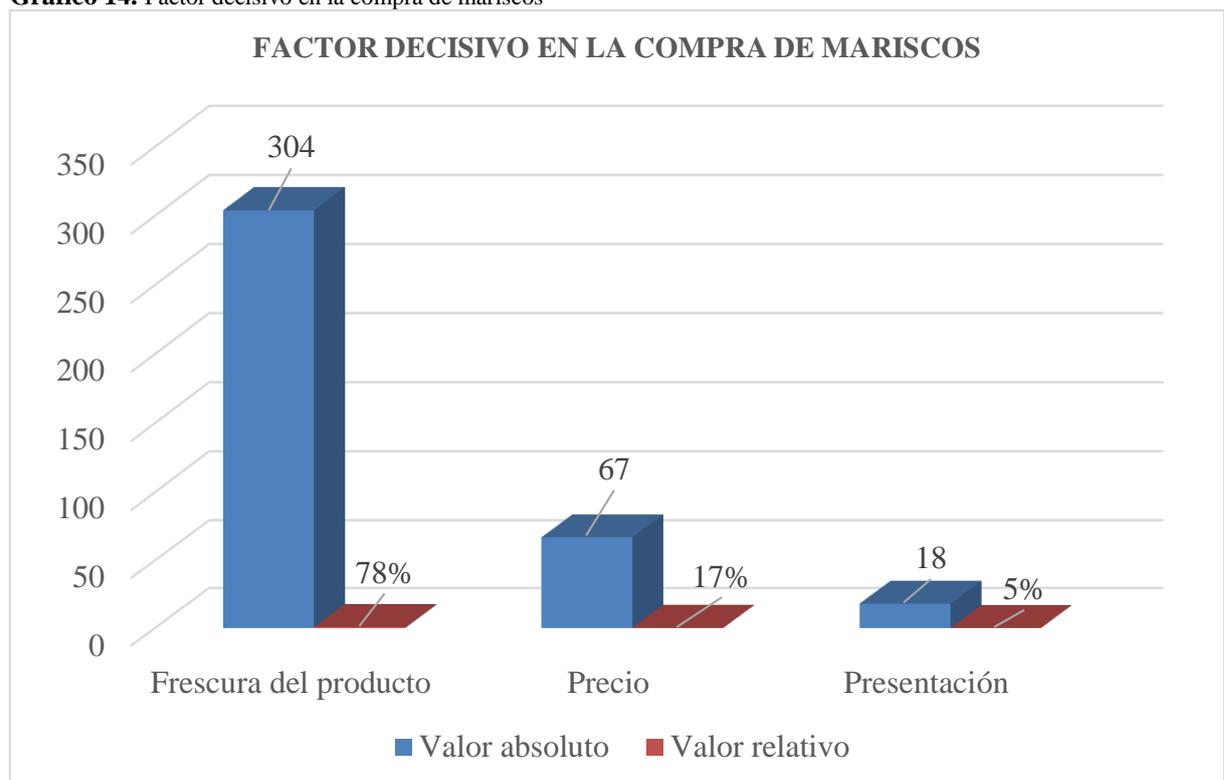
Cuadro 16. Factor decisivo en la compra de mariscos

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Frescura del producto	304	78
Precio	67	17
Presentación	18	5
Total	389	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Gráfico 14. Factor decisivo en la compra de mariscos



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación:

Esta pregunta sirvió para conocer cuál es el factor decisivo que incide en los consumidores al momento de comprar mariscos, el 78% manifestó que la frescura del producto es el factor más decisivo, mientras que el 17% sostuvo que el precio es el factor más determinante y el 5% indicó que la presentación del producto incide en la compra de los mariscos

11.3. Conclusiones y recomendaciones de las encuestas aplicadas en el cantón La Maná.

11.3.1. Conclusiones

- De los 22 comerciantes de mariscos encuestados del cantón La Maná se pudo constatar que el 68% de ellos tienen de 11 a más años dentro del mercado cubriendo las necesidades de las familias lamanences (ver gráfico 1), los datos de este estudio de mercado reflejaron que la oferta anual total de todos estos comerciantes es de 570720 libras de mariscos (ver cuadro 4), siendo el camarón el marisco más ofertado con una representación del 39% sobre el total de libras ofertadas anualmente, en tanto que los demandantes de estos productos son las familias consumidoras con un 95% y el 5% restante son las cevicherías y comedores (ver gráfico 3), 21 de los comerciantes representando un 95% compra los mariscos a grandes intermediarios mientras que el 5% restante se dirige directamente al mar a comprar los mariscos (ver gráfico 4) además se pudo determinar que el 90% de los comerciantes venden sus productos sin empaquetar y el 10% restante lo vende empaquetado (ver gráfico 5).
- Los resultados de las encuestas realizadas a las familias del cantón La Maná permitió conocer que la cantidad de libras que se demanda al año es de 126216 libras, siendo el camarón el marisco más consumido por las familias con un total de 57432 libras anuales representando un total del 46% de las libras demandadas al año (ver cuadro 11), también se pudo conocer el total de libras demandadas el año anterior dando un total de 207444 libras (ver cuadro 12) dando una diferencia de 81228 libras de un año a otro.
- Se constató que el 72% de las familias encuestadas compran los mariscos en los mercados municipales (ver gráfico 11), el 93% de las familias encuestadas consideran que es necesaria la creación de una microempresa de mariscos en el cantón (ver gráfico 12), el 66% de las familias prefieren que los mariscos los vendan empaquetados (ver gráfico 13).

11.3.2. Recomendaciones

- Es necesario realizar un estudio de mercado donde se establezca de una manera detallada la oferta de los mariscos en el cantón La Maná, con el propósito de establecer la capacidad de comercialización y calcular la demanda insatisfecha para la ejecución de este estudio de factibilidad
- Es indispensable mantener una buena relación comercial con los grandes proveedores de mariscos, para que nos oferten sus productos y así permitir seguir cubriendo las necesidades de las familias consumidoras, esto permitirá ofrecer productos de calidad y a buenos precios para poder tener una mayor participación y aceptación en el mercado local.
- En vista a qué la demanda de mariscos en el cantón La Maná es alta, en el estudio técnico se deberá considerar este aspecto, es importante considerar algunos otros detalles, como el precio, la calidad del producto. la presentación, estos generaran un valor agregado que permitirá lograr la preferencia de los consumidores del cantón La Maná.

11.4. Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

11.4.1. Estudio de mercado para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná

Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y demanda de la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

Objetivos específicos

- Determinar la oferta actual y proyectada de los mariscos en el cantón La Maná
- Establecer y proyectar la demanda de los mariscos
- Calcular la demanda no satisfecha existente de los mariscos

11.4.1.1. Oferta actual

Para establecer la oferta se aplicó una encuesta dirigida a los comerciantes de mariscos el cual se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro 17. Oferta actual

Opciones	Libras semanales	Libras mensuales	Libras anuales
Calamar	715	2.860	34.320
Camarón	4.620	18.480	221.760
Langostinos	235	940	11.280
Pulpo	330	1.320	15.840
Albacora	1.930	7.720	92.640
Camotillo	725	2.900	34.800
Corvina	815	3.260	39.120
Jurel	755	3.020	36.240
Pargo	805	3.220	38.640
Picudo	960	3.840	46.080
Total	11.890	47.560	570.720

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

11.4.1.2. Oferta proyectada

Para realizar la proyección de la oferta se utilizó una tasa de crecimiento del 3,2% alcanzando una cantidad de 647354 libras de mariscos para el año 2025

Cuadro 18. Proyección de la oferta

Opciones	Libras anuales actuales	Tasa de crecimiento %	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Calamar	34.320	3,2	35.418	36.552	37.721	38.928
Camarón	221.760	3,2	228.856	236.180	243.737	251.537
Langostinos	11.280	3,2	11.641	12.013	12.398	12.795
Pulpo	15.840	3,2	16.347	16.870	17.410	17.967
Albacora	92.640	3,2	95.604	98.664	101.821	105.079
Camotillo	34.800	3,2	35.914	37.063	38.249	39.473
Corvina	39.120	3,2	40.372	41.664	42.997	44.373
Jurel	36.240	3,2	37.400	38.596	39.832	41.106
Pargo	38.640	3,2	39.876	41.153	42.469	43.828
Picudo	46.080	3,2	47.555	49.076	50.647	52.267
Total	570.720		588.983	607.830	627.281	647.354

Fuente: Encuesta a los comerciantes de mariscos del cantón La Maná, enero 2021.

Elaborado por: El autor

11.4.1.3. Demanda actual

Para establecer la demanda actual de los mariscos se utilizó los resultados obtenidos de la pregunta 4 de la encuesta dirigida a las familias del cantón La Maná, obteniendo una demanda mensual de 10518 libras y una demanda anual de 126216 libras

Cuadro 19. Demanda actual de los mariscos

Opciones	Libras mensuales	Libras anuales
Calamar	577	6.924
Camarón	4.786	57.432
Langostinos	497	5.964
Pulpo	109	1.308
Albacora	1.095	13.140
Camotillo	528	6.336

Corvina	1.338	16.056
Jurel	96	1.152
Pargo	196	2.352
Picudo	1.296	15.552
Total	10.518	126.216

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón La Maná, enero 2021

Elaborado por: El autor

11.4.1.4. Demanda proyectada

Para realizar la proyección de la demanda se tomó en cuenta los resultados de las 389 encuestas realizadas, se proyectó para toda la población del sector urbano 8012 familias aplicando una regla de tres.

Cuadro 20. Demanda proyectada

Producto	Demanda de la muestra encuestada 389 familias	Demanda de la población del área urbana 8012 familias
Calamar	6.924	142.609
Camarón	57.432	1.182.893
Langostino	5.964	122.837
Pulpo	1.308	26.940
Albacora	13.140	270.637
Camotillo	6.336	130.499
Corvina	16.056	330.696
Jurel	1.151	23.706
Pargo	2.352	48.443
Picudo	15.552	320.315
Total	126.215	2.599.575

Elaborado por: El autor

11.4.1.5. Demanda insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha se realizó una resta de la oferta actual y la demanda proyectada de la toda la población de sector urbano del cantón obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro 21. Demanda insatisfecha

PRODUCTO	DEMANDA	OFERTA	DI = O-D
Calamar	142.609	34.320	-108.289
Camarón	1.182.893	221.760	-961.133

Langostino	122.837	11.280	-111.557
Pulpo	26.940	15.840	-11.100
Albacora	270.637	92.640	-177.997
Camotillo	130.499	34.800	-95.699
Corvina	330.696	39.120	-291.576
Jurel	23.706	36.240	12.534
Pargo	48.443	38.640	-9.803
Picudo	320.315	46.080	-274.235
Total	2.599.575	570.720	-2.028.855

11.5.2. Estudio técnico para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná

Objetivo general

Diseñar un estudio técnico que permita la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná

Objetivos específicos

- Definir el tamaño del proyecto de la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.
- Describir la ubicación y disponibilidad de recursos de la localización del proyecto.
- Definir la ingeniería del proyecto.
- Establecer la inversión, equipamiento, maquinaria, mano de obra.
- Especificar la estructura organizativa de la empresa y el marco legal para la microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

11.5.2.1. Tamaño del proyecto para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná

La determinación del tamaño del proyecto para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, se utilizaron los datos de demanda insatisfecha calculados previamente en la actualidad la demanda insatisfecha refleja un total de -2028855 libras por lo que la capacidad

instalada para este proyecto es 42200 libras para cubrir la demanda insatisfecha nuestro tamaño del proyecto seria de un 5%.

Cuadro 22. Tamaño del proyecto

Producto	Demanda	Oferta	Di = O-D	Capacidad Instalada	Tamaño Del Proyecto
Calamar	142.609	34.320	-108.289	4.420	4,08
Camarón	1.182.893	221.760	-961.133	9.100	0,95
Langostino	122.837	11.280	-111.557	2.600	2,33
Pulpo	26.940	15.840	-11.100	3.120	28,11
Albacora	270.637	92.640	-177.997	1.640	0,92
Camotillo	130.499	34.800	-95.699	3.900	4,08
Corvina	330.696	39.120	-291.576	4.680	1,61
Jurel	23.706	36.240	12.534	4.160	-33,19
Pargo	48.443	38.640	-9.803	3.900	39,78
Picudo	320.315	46.080	-274.235	4.680	1,71
Total	2.599.575	570.720	-2.028.855	42.200	50,37
					5%

Elaborado por: El autor

11.5.2.2. Ubicación y disponibilidad de recursos

Localización:

La microempresa estará ubicada en el Cantón La Maná perteneciente a la provincia de Cotopaxi a 150km de la capital de la provincia Latacunga, esta ciudad se constituye en un gran centro comercial debido a que aporta con los bienes y servicios que precisa la comunidad a través varios negocios particulares.

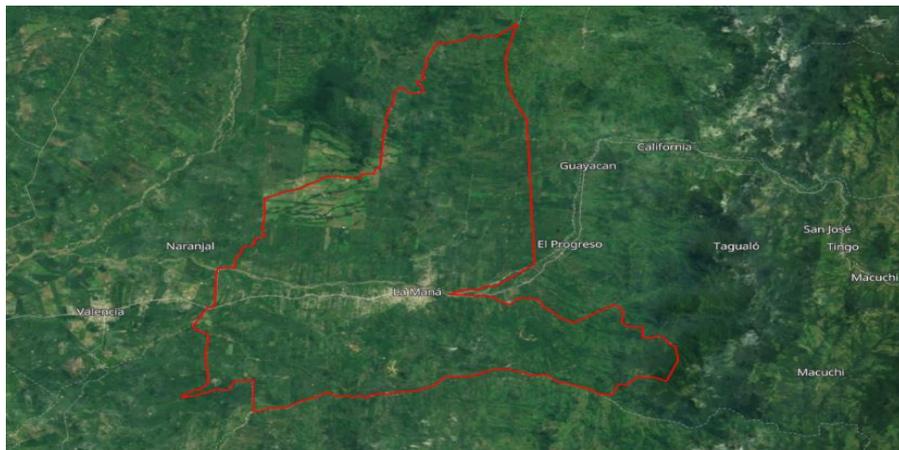


Figura 2. Localización de la microempresa

Fuente: google maps.

11.5.2.3. Croquis de la ubicación de la microempresa

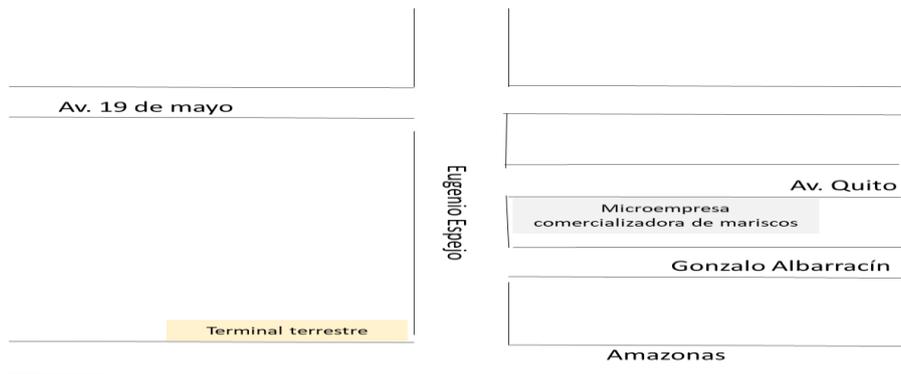


Figura 3. Croquis de la ubicación de la microempresa
Elaborado por: El autor

- **Disponibilidad de recursos**

Proveedores

Para poder satisfacer la demanda del consumo de mariscos en el cantón La Maná, la microempresa trabajaran directamente con los productores y pescadores de las zonas costeras del país, siendo estos los principales proveedores.

Disponibilidad de medios de transportes

Existe una gran disponibilidad de medios de transportes para poder llegar a la microempresa de comercialización de mariscos, debido a que estará ubicada en el centro de la ciudad.

Disponibilidad de servicios básicos

En el área donde se ubicará la microempresa cuenta con los siguientes servicios básicos: energía eléctrica, agua entubada, e internet

Disponibilidad de la mano de obra

Uno de los recursos más importantes es la mano de obra debido a que es muy indispensable en la comercialización de los mariscos

11.5.2.4. Requerimientos del proyecto

Cuadro 23. Mano de obra necesaria para la comercialización de mariscos

Detalle	Cantidad	Sueldo mensual
Mano de obra directa		
Vendedor	1	400,00
Mano de obra indirecta		
Cajero	1	200,00
Gerente	1	200,00
Total	3	800,00

Elaborado por: El autor

Cuadro 24. Presupuesto para la adquisición de activos fijos

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES			
Instalación eléctrica	1	\$300,00	\$300,00
Instalación de agua	1	\$350,00	\$350,00
SUB-TOTAL			\$650,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Balanza electrónica de mesa	1	\$185,00	\$185,00
Balanza electrónica industrial	1	\$310,00	\$310,00
Despieladora de pescado	1	\$460,00	\$460,00
Maquina etiquetadora de precios	2	\$12,00	\$24,00
Selladora manual pedestal	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Mesas metálicas acero inoxidable	3	\$185,00	\$555,00
Máquina de hielo	1	\$1.100,00	\$1.100,00
Congelador horizontal 2 puertas	2	\$882,00	\$1764,00
Congelador vertical	2	\$1.296,00	\$2.592,00
Vitrina térmica	2	\$650,00	\$1.300,00
Cuchillos	10	\$6,00	\$60,00
Generador eléctrico	2	\$290,00	\$580,00
Pinza pelador de camarones	6	\$5,00	\$30,00
Desamador de pescado	6	\$4,00	\$24,00
Pinza quita espina de pescado	6	\$4,00	\$24,00
Afilador de cuchillo	4	\$30,00	\$120,00
Maquina descabezadora	1	\$1.874,00	\$1.874,00
Raspa hielos	2	\$15,00	\$30,00
Regulador de voltaje 8 tomas	2	\$23,00	\$46,00
SUB-TOTAL			\$13078,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Caja registradora	1	\$290,00	\$290,00
calculadoras	2	\$18,00	\$36,00
SUB-TOTAL			\$326,00
EQUIPOS DE COMPUTO			
Kit de alarma inalámbrica	2	\$300,00	\$600,00
SUB-TOTAL			\$600,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN			\$14.654,00

Elaborado por: El autor

11.5.2.5. Organización y marco legal de la microempresa

La estructura organizativa de la microempresa consistirá en el Área administración, Área operación y el Área de apoyo.

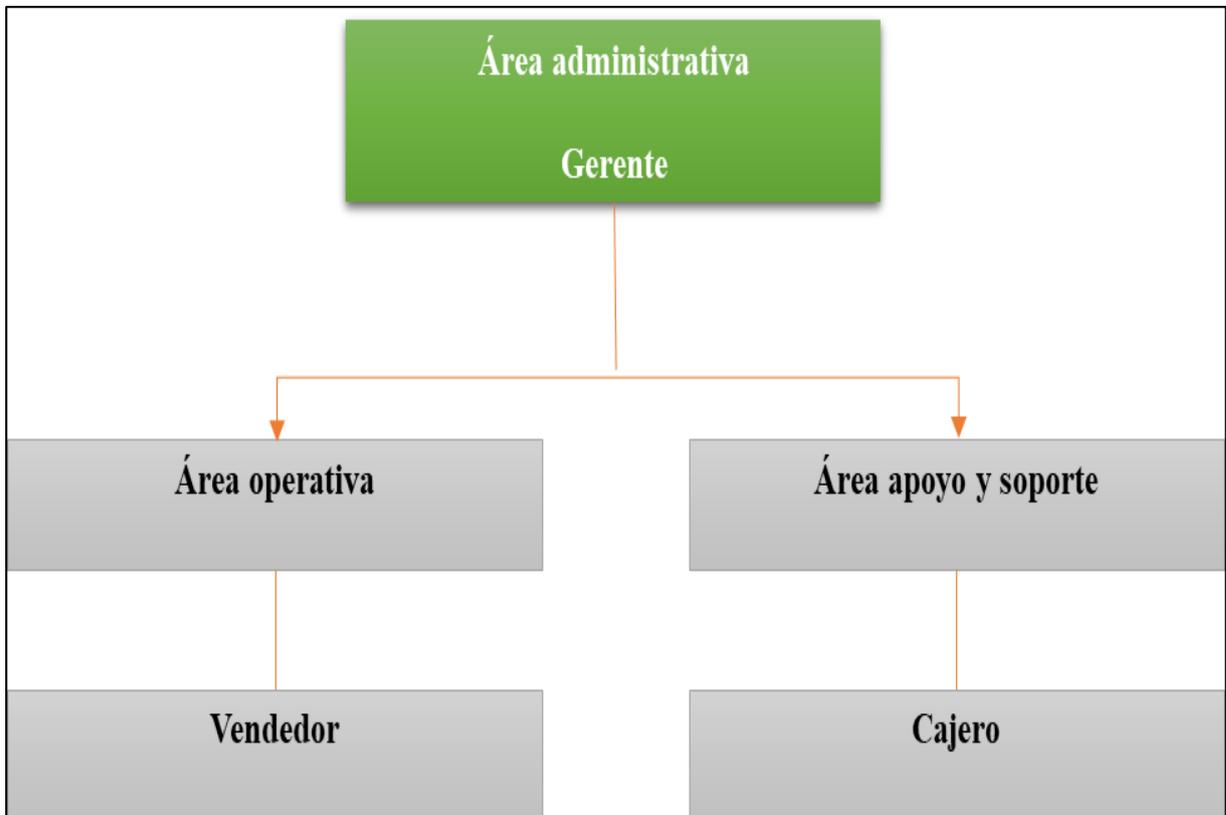


Figura 4. Organigrama
Elaborado por: El autor

11.5.2.6. Manual de funciones

Cuadro 25. Funciones gerente

Código	01
Cargo	Gerente
Área	Ejecutivo
Funciones:	

- Asegurar que se establezcan planes, planes, metas y uso apropiado de los recursos existentes en las microempresas.
- Será responsable de planificar, proponer, aprobar, dirigir, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, productivas, comerciales, operativas y financieras de las microempresas
- Planificar y controlar si las actividades diarias se realizan de acuerdo con estrategias, políticas, procedimientos y estándares previamente establecidos.
- Verificar los sistemas contables y financieros. • Negociar las condiciones para el suministro comercial de productos del mar.
- Es responsable de mantener los pagos a tiempo a los empleados.
- Representar a la microempresa que se dirigen a terceros con fines legales.

Características del puesto:

- Poseer capacidad para trabajar en equipo
- Identificar, comprender y satisfacer las necesidades de sus empleados, clientes y proveedores.
- Tener una actitud que tenga como objetivo lograr las metas de manera efectiva y eficiente de acuerdo con las leyes y estándares oportunos.
- Capacidad para identificar oportunidades de mejora para realizar cambios y optimizar Y / o desarrollar procesos productivos en la finca.

Requisitos indispensables para el puesto:

Estudios: Bachiller o especializado en Administración de Empresas

Experiencia: un año de experiencia.

Conocimientos básicos: comercialización, marketing.

Elaborado por: El autor

Cuadro 26. Funciones cajero

Código	02
Cargo	Cajero
Área	Apoyo
Funciones	Apoyar al gerente en las secciones de administración, finanzas y contabilidad de la microempresa
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar procedimientos relacionados con las actividades de la microempresa para brindar apoyo al área de gestión. • Registrar los ingresos y gastos generados por las microempresas de manera oportuna. • Preparar estados financieros basados en registros diarios de transacciones diarias. • Pagar y mantener los impuestos e impuestos pagados de manera oportuna. • Hacer recomendaciones sobre presupuestos y fuentes de financiación. • Asegurar que la información proporcionada sea confiable y veraz 	
Características del puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer capacidad para trabajar en equipo • Tener una alta capacidad de interpretación a la hora de aplicar órdenes y tomar la iniciativa para resolver problemas sencillos que eventualmente surjan. 	
Requisitos indispensables para el puesto:	
Estudios: Administración o CPA. Experiencia: dos años de experiencia en el puesto solicitado. Conocimientos básicos: Contabilidad.	

Elaborado por: El autor

Cuadro 27. Funciones del vendedor

Cargo	03
Puesto	Operario
Área	Operativa
Funciones	Apoyar al gerente en el departamento de gestión, marketing financiero de la microempresa
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar y formular procedimientos operativos para la venta de productos del mar. • Analizar los imprevistos ocurridos durante la comercialización, revisión y mantenimiento del área de ventas. • Actividades de atención al cliente. • Realizar ventas directas de mariscos. • Gestionar la comercialización de productos acuáticos y el suministro de materiales básicos. • Supervisar la recepción de materias primas en el almacén. 	
Características del puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer capacidad para trabajar en equipo • Tener una actitud que tenga como objetivo lograr las metas de manera efectiva y eficiente de acuerdo con las leyes y estándares oportunos. • Capacidad para identificar oportunidades de mejora para cambiar, optimizar y / o desarrollar procesos en la comercialización 	
Requisitos indispensables para el puesto:	
<p>Estudios: Bachiller.</p> <p>Experiencia: dos años de experiencia en el puesto solicitado.</p> <p>Conocimientos básicos: en ventas y mercadeo</p>	

Elaborado por: El autor

11.5.2.7. Aspecto legal

Con el propósito de constituir la microempresa es importante cumplir con los requisitos establecidos por la legislación vigente en el Ecuador. Para la inscripción y funcionamiento la microempresa deberá contar con toda la documentación y permisos exigidos por la ley. Con el propósito del desenvolvimiento normal de las actividades los directivos de la empresa deberán obtener la siguiente documentación:

- Una planilla de la inspección realizada
- Poseer una solicitud valorada del permiso de funcionamiento
- Copia de cédula de los representantes legales
- RUC vigente de la microempresa
- Permiso de funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos

11.5.3. Estudio económico para la comercialización de mariscos

Objetivo general

Realizar el estudio económico para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

Objetivos específicos

- Determinar la inversión total requerida para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná
- Calcular los ingresos, costos fijos y variables, los gastos administrativos, financieros y el financiamiento para la ejecución del proyecto
- Realizar el cálculo del punto de equilibrio monetario y unitario de cada producto
- Determinar las utilidades mediante el estado de resultados proyectado

11.5.3.1. Inversión de los activos fijos indispensables

Cuadro 28. Inversión activos fijos para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES			
Instalación eléctrica	1	\$300,00	\$300,00
Instalación de agua	1	\$350,00	\$350,00
SUB-TOTAL			\$650,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Balanza electrónica de mesa	1	\$185,00	\$185,00
Balanza electrónica industrial	1	\$310,00	\$310,00
Despieladora de pescado	1	\$460,00	\$460,00
Maquina etiquetadora de precios	2	\$12,00	\$24,00
Selladora manual pedestal	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Mesas metálicas acero inoxidable	3	\$185,00	\$555,00
Máquina de hielo	1	\$1.100,00	\$1.100,00
Congelador horizontal 2 puertas	2	\$882,00	\$1764,00
Congelador vertical	2	\$1.296,00	\$2.592,00
Vitrina térmica	2	\$650,00	\$1.300,00
Cuchillos	10	\$6,00	\$60,00
Generador eléctrico	2	\$290,00	\$580,00
Pinza pelador de camarones	6	\$5,00	\$30,00
Descamador de pescado	6	\$4,00	\$24,00
Pinza quita espina de pescado	6	\$4,00	\$24,00
Afilador de cuchillo	4	\$30,00	\$120,00
Maquina descabezadora	1	\$1.874,00	\$1.874,00
Raspa hielos	2	\$15,00	\$30,00
Regulador de voltaje 8 tomas	2	\$23,00	\$46,00
SUB-TOTAL			\$13078,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Caja registradora	1	\$290,00	\$290,00
calculadoras	2	\$18,00	\$36,00
SUB-TOTAL			\$326,00
EQUIPOS DE COMPUTO			
Kit de alarma inalámbrica	2	\$300,00	\$600,00
SUB-TOTAL			\$600,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN			\$14.654,00

Elaborado por: El autor

11.5.3.2. Estimación de la depreciación de inversión fija para la ejecución del proyecto

Cuadro 29. Depreciación de activos fijos del proyecto vida útil de la inversión 5 años

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULAD A	VALOR RESIDUAL
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES							
Instalación eléctrica	1	\$300,00	\$300,00	10	\$30,00	\$150,00	\$150,00
Instalación de agua	1	\$350,00	\$350,00	10	\$35,00	\$175,00	\$175,00
SUB-TOTAL			\$650,00		\$65,00	\$325,00	\$325,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS							
Balanza electrónica de mesa	1	\$185,00	\$185,00	10	\$18,50	\$92,50	\$92,50
Balanza electrónica industrial	1	\$310,00	\$310,00	10	\$31,00	\$155,00	\$155,00
Despieladora de pescado	1	\$460,00	\$460,00	10	\$46,00	\$230,00	\$230,00
Maquina etiquetadora de precios	2	\$12,00	\$24,00	10	\$1,20	\$6,00	\$18,00
Selladora manual pedestal	1	\$2.000,00	\$2.000,00	10	\$200,00	\$1.000,00	\$1.000,00
Mesas metálicas acero inoxidable	3	\$185,00	\$555,00	10	\$18,50	\$92,50	\$462,50
Máquina de hielo	1	\$1.100,00	\$1.100,00	10	\$110,00	\$550,00	\$550,00
Congelador horizontal 2 puertas	2	\$882,00	\$1.764,00	10	\$176,40	\$882,00	\$882,00
Congelador vertical	2	\$1.296,00	\$2.592,00	10	\$129,60	\$648,00	\$1.944,00
Vitrina térmica	2	\$650,00	\$1.300,00	10	\$65,00	\$325,00	\$975,00
Cuchillos	10	\$6,00	\$60,00	5	\$1,20	\$6,00	\$54,00
Generador eléctrico	2	\$290,00	\$580,00	10	\$29,00	\$145,00	\$435,00
Pinza pelador de camarones	6	\$5,00	\$30,00	5	\$1,00	\$5,00	\$25,00
Descamador de pescado	6	\$4,00	\$24,00	5	\$0,80	\$4,00	\$20,00
Pinza quita espina de pescado	6	\$4,00	\$24,00	5	\$0,80	\$4,00	\$20,00
Afilador de cuchillo	4	\$30,00	\$120,00	5	\$6,00	\$30,00	\$90,00
Maquina descabezadora	1	\$1.874,00	\$1.874,00	10	\$187,40	\$937,00	\$937,00
Raspa hielos	2	\$15,00	\$30,00	10	\$1,50	\$7,50	\$22,50
Regulador de voltaje 8 tomas	2	\$23,00	\$46,00	10	\$2,30	\$11,50	\$34,50
SUB-TOTAL			\$13.078,00		\$933,10	\$4.665,50	\$8.12,50
EQUIPOS DE OFICINA							
Caja registradora	1	\$290,00	\$290,00	5	\$58,00	\$290,00	\$0,00
calculadoras	2	\$18,00	\$36,00	5	\$3,60	\$18,00	\$18,00
SUB-TOTAL			\$326,00		\$61,60	\$308,00	\$18,00
EQUIPOS DE COMPUTO							
Kit de alarma inalámbrica	2	\$300,00	\$600,00	6	\$50,00	\$250,00	\$350,00
SUB-TOTAL			\$600,00		\$50,00	\$250,00	\$350,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN			\$14.654,00		\$1.109,70	\$5.548,50	\$9.105,50

Elaborado por: El autor

11.5.3.3. Financiamiento requerido para la ejecución del proyecto

La inversión para la comercialización de mariscos en el cantón La Maná, será costeada a través de un crédito productivo PYMES en Ban Ecuador por un plazo de 2 años con cuotas semestrales a una tasa de interés del 10,21%.

Cuadro 30. Tabla de amortización

Capital: \$10.000,00

Periodo: 2 años (capitalizable semestralmente)

Interés: 10,21%

Cuota: \$2.827,00

Semestres	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				\$10.000,00
1	\$2.827,00	\$510,50	\$2.316,50	\$7.683,50
2	\$2.827,00	\$392,24	\$2.434,76	\$5.248,74
3	\$2.827,00	\$267,95	\$2.559,05	\$2.689,69
4	\$2.827,00	\$137,31	\$2.689,69	\$0,00
Total	\$11.308,00	\$1.308,00	\$10.000,00	

Elaborado por: El autor

Cuadro 31. Resumen de gastos financieros y capital amortizado

Año	Intereses	Capital amortizado
1	\$902,74	\$4.751,26
2	\$405,26	\$5.248,74
Total	\$1.308,00	\$10.000,00

Elaborado por: El autor

11.5.3.4. Plan de comercialización de mariscos

Cuadro 32. Plan de ventas de los mariscos

Concepto	Unidad de medida	Ventas semanales	Ventas anual (52 semanas)
Calamar	Libras	85	4.420
Camarón	Libras	175	9.100
Langostinos	Libras	50	2.600
Pulpo	Libras	60	3.120
Albacora	Libras	70	3.640
Camotillo	Libras	75	3.900
Corvina	Libras	90	4.680
Jurel	Libras	80	4.160
Pargo	Libras	75	3.900
Picudo	Libras	90	4.680
Total		850	44.200

Elaborado por: El autor

Cuadro 33. Capital de trabajo

Detalle	Cantidad
Mano de obra	\$800,00
Materiales directos	\$1.520,00
Materiales indirectos	\$38,00
Servicios básicos	\$100,00
Insumo de limpieza	\$10,00
Gastos de transporte materia prima	\$80,00
Adquisición de activos	\$500,00
Imprevisto	\$700,00
Canon de arrendamiento	\$200,00
Total	\$3.948,00

Elaborado por: El autor

11.5.3.5. Materiales directos

Los mariscos son la materia prima principal estos serán provenientes de las zonas costeras del país, en donde existen proveedores dispuestos a ofertar a muy buenos precios, la inversión anual en la compra de mariscos será de \$78.988,00

Cuadro 34. Costo de materiales directos en USD

Concepto	Unidad de medida	Ventas semanales	Ventas anual	Costo unitario	Costo total
Calamar	Libras	85	4.420	\$0,80	\$3.536,00
Camarón	Libras	175	9.100	\$2,00	\$18.200,00
Langostinos	Libras	50	2.600	\$3,00	\$7.800,00
Pulpo	Libras	60	3.120	\$1,00	\$3.120,00
Albacora	Libras	70	3.640	\$1,50	\$5.460,00
Camotillo	Libras	75	3.900	\$1,70	\$6.630,00
Corvina	Libras	90	4.680	\$2,00	\$9.360,00
Jurel	Libras	80	4.160	\$1,20	\$4.992,00
Pargo	Libras	75	3.900	\$1,50	\$5.850,00
Picudo	Libras	90	4.680	\$3,00	\$14.040,00
Total		850	44.200		\$78.988,00

Elaborado por: El autor

Cuadro 35. Costo de materiales indirectos en USD

Concepto	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo total
Bandeja 2p plasti útil 20cm x 14 cm	Bulto	2	24	\$22,00	\$528,00
Film de alimentos 30cm x 300m	Rollo	2	24	\$9,35	\$224,40
Fundas	Paquete 1000 unid	1	12	\$6,00	\$72,00
Total					\$824,40

Elaborado por: El autor

11.5.3.6. Mano de obra

Para la comercialización de mariscos se utilizó la mano de obra directa conformado por un vendedor y por mano de obra indirecta conformados por un cajero y un gerente, en donde el dueño del negocio cumple las dos funciones de cajero y gerente.

Cuadro 36. Estimación de mano de obra directa en USD

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual	13 va	14 ava	F. Reserva	Aporte patrón 11,15%	Total año
Vendedor 1	\$400	\$4.800	\$400	\$400	\$400	\$535,2	\$6.535,20
Total							\$6.535,20

Elaborado por: El autor

Cuadro 37. Estimación de mano de obra indirecta en USD

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual	13 va	14 ava	F. Reserva	Aporte patrón 11,15%	Total año
Cajero	\$200	\$2.400	\$200	\$200	\$200	\$267.6	\$3.267.60
Total							\$3.267.60

Elaborado por: El autor

Cuadro 38. Estimación de otros gastos

Concepto	Gasto mensual	Gasto anual
Canon de arrendamiento	\$200,00	\$2.400,00
Servicios básicos (agua, luz)	\$130,00	\$1.560,00
Internet	\$20,00	\$240,00
Gastos de artículos de limpieza	\$14,00	\$168,00
Total		\$4.368,00

Elaborado por: El autor

Cuadro 39. Estimación de gastos administrativos en USD

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual	13 va	14 ava	F. reserv	Aporte patrón 11,15%	Gasto anual
Gerente	\$200	\$2.400	\$200	\$200	\$200	\$267.6	\$3.267.60
Sub total							\$3.267,60
Concepto	Gasto mensual		Gasto anual				
Suministros de oficina		\$5,00					\$60,00
Gastos de comunicación		\$30,00					\$360,00
Sub total							\$420,00
Total de gastos administrativos							\$3.687.60

Elaborado por: El autor

11.5.3.7. Costos directos

En los costos directos se incluyen los materiales directos, que se detallan a continuación

Cuadro 40. Costos directos en USD

Concepto	Unidad de medida	Ventas semanales	Ventas anual	Costo unitario	Costo total
Calamar	Libras	85	4.420	\$0,80	\$3.536,00
Camarón	Libras	175	9.100	\$2,00	\$18.200,00
Langostinos	Libras	50	2.600	\$3,00	\$7.800,00
Pulpo	Libras	60	3.120	\$1,00	\$3.120,00
Albacora	Libras	70	3.640	\$1,50	\$5.460,00
Camotillo	Libras	75	3.900	\$1,70	\$6.630,00
Corvina	Libras	90	4.680	\$2,00	\$9.360,00
Jurel	Libras	80	4.160	\$1,20	\$4.992,00
Pargo	Libras	75	3.900	\$1,50	\$5.850,00
Picudo	Libras	90	4.680	\$3,00	\$14.040,00
Total de materiales directos		850	44.200		\$78.988,00
SUELDOS Y SALARIOS					
Sueldo del vendedor					\$6.535,20
Total de mano de obra directa					\$6.535,20
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS					\$85.523,20

Elaborado por: El autor

11.5.3.8. Costos indirectos

En los costos indirectos se incluyen los materiales indirectos, la mano de obra indirecta que se detallan a continuación:

Cuadro 41. Costos indirectos en USD

MATERIALES INDIRECTOS	
Bandeja 2p plasti útil 20cm x 14 cm	\$528,00
Film de alimentos 30cm x 300m	\$224,40
Fundas	\$72,00
Sub total	\$824,40
MANO DE OBRA INDIRECTA	
Cajero	\$3.267,60
Sub total	\$3.267,60
OTROS GASTOS	
Canon de arrendamiento	\$2.400,00
Servicios básicos (agua, luz)	\$1.560,00
Internet	\$240,00
Gastos de artículos de limpieza	\$168,00
Depreciación anual	\$1.109,70
Imprevisto 2%	\$1.000,00
Sub total	\$6.477,70
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$10.569,70

Elaborado por: El autor

11.5.3.9. Gatos generales

1) Gastos administrativos

Los gastos administrativos ascienden a \$3.723,60 pagándole al personal todos los beneficios, así como determina la ley, se incluyen los suministros de oficina y los gastos en comunicación de manera anual, tal como lo muestra en el cuadro

Cuadro 42. Gastos administrativos en USD

Concepto	Valor en USD
Sueldo al gerente	\$3.267,60
Suministros de oficina	\$96,00
Gastos de comunicación	\$360,00
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	\$3.723,60

Elaborado por: El autor

2) Gastos financieros

Corresponden a los valores que se tiene previsto como pago por concepto del crédito productivo PYMES de \$10.000,00 que se obtuvo en el Ban Ecuador

Cuadro 43. Gastos financieros y capital amortizado

Año	Intereses	Capital amortizado
1	\$902,74	\$4.751,26
2	\$405,26	\$5.248,74
Total	\$1.308,00	\$10.000,00

Elaborado por: El autor

11.5.3.10. Costos totales

a) Costos fijos

Cuadro 44. Costos fijos en USD

Concepto	Costo USD
Mano de obra directa	\$6.535,20
Mano de obra indirecta	\$3.267,60
Gastos administrativos	\$3.723,60
Gastos financieros	\$902,74
Otros gastos	\$6.477,70
Total de costos fijos	\$20.906,84

Elaborado por: El autor

b) Costos variables

Cuadro 45. Costos variables en USD

Concepto	Costo USD
Materiales directos	\$78.988,00
Materiales indirectos	\$824,00
Total de costos variables	\$79.812,00

Elaborado por: El autor

11.5.3.11. Precio de venta

Cuadro 46. Precio de venta en USD

Producto	Precio por libra	Cantidad libras anuales	Ingreso Total
Calamar	\$2.00	4.420	\$8.840,00
Camarón	\$3.50	9.100	\$31.850,00
Langostinos	\$5.00	2.600	\$13000,00
Pulpo	\$2.00	3.120	\$6.240,00
Albacora	\$3.50	3.640	\$12.740,00
Camotillo	\$3.00	3.900	\$11.700,00
Corvina	\$5.00	4.680	\$23.400,00
Jurel	\$3.00	4.160	\$12.480,00
Pargo	\$3.50	3.900	\$13.650,00
Picudo	\$5.00	4.680	\$23.400,00
Total de ventas		44.200	\$157.300,00

Elaborado por: El autor

11.5.3.12. Punto de equilibrio

Conforme al cálculo del punto de equilibrio de la comercialización de mariscos se tendría que vender \$37.568,73 con un valor unitario de \$0.85 para no tener pérdidas ni ganancias.

$$PE = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ventas}}}$$

$$PE = \frac{20.906,84}{1 - \frac{79.812,00}{157.300,00}}$$

$$PE = 42.440,72$$

$$PEU = PE / \text{Unidades producidas}$$

PEU= 40.410,72 / 44200

PEU= \$0.96

11.5.3.13. Estado de resultados

El desarrollo del estado de resultados y una vez restado todos los costos y los impuestos respectivos se obtuvo una utilidad neta de \$31.886,31 para el año 2021, para los siguientes años los costos aumentan un 1.05% debido a la inflación, para el año 2021 en adelante los ingresos aumentarían un 2% al igual que los gastos administrativos.

Cuadro 47. Estado de resultados de la comercialización de mariscos

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por ventas	\$157.300,00	\$160.446,00	\$163.654,92	\$166.928,02	\$170.266,58
Costo de producción	\$96.092,50	\$97.573,06	\$98.971,01	\$99.973,40	\$100.985,58
Costos fijo	\$16.280,50	\$16.923,03	\$17.474,16	\$17.620,83	\$17.768,31
Costos variables	\$79.812,00	\$80.650,03	\$81.496,85	\$82.352,57	\$83.217,27
Utilidad bruta	\$61.207,50	\$62.872,94	\$64.683,91	\$66.954,62	\$69.281,00
Gastos operacionales	\$4.626,34	\$4.203,33	\$3.874,03	\$3.951,51	\$4.030,54
Gastos administrativos	\$3.723,60	\$3.798,07	\$3.874,03	\$3.951,51	\$4.030,54
Gastos financieros	\$902,74	\$405,26	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos de ventas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad antes. e I. Renta	\$56.581,16	\$58.669,61	\$60.809,88	\$63.003,11	\$65.250,45
Participación trabajadores (15%)	\$8.487,17	\$8.800,44	\$9.121,48	\$9.450,47	\$9.787,57
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$48.093,99	\$49.869,17	\$51.688,40	\$53.552,64	\$55.462,89
Impuesto a la renta (22%)	\$10.580,68	\$10.971,22	\$11.371,45	\$11.781,58	\$12.201,83

Utilidad líquida	\$37.513,31	\$38.897,95	\$40.316,95	\$41.771,06	\$43.261,05
Reserva legal	\$3.751,33	\$3.889,80	\$4.031,70	\$4.177,11	\$4.326,11
Reserva estatutaria (5%)	\$1.875,67	\$1.944,90	\$2.015,85	\$2.088,55	\$2.163,05
Utilidad neta a distribuir	\$31.886,31	\$33.063,26	\$34.269,41	\$35.505,40	\$36.771,89

Elaborado por: El autor

11.5.3.14. Flujo de caja

El flujo de caja de ingresos y egresos que representara la comercialización de mariscos en el cantón La Maná se representa a continuación:

Cuadro 48. Flujo de caja

Cuentas	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$157.300,00	\$160.446,00	\$163.654,92	\$166.928,02	170.266,58
Ingreso por venta de activos						
Costos fijos		\$16.280,50	\$16.923,03	\$17.474,16	\$17.620,83	\$17.768,31
Costos variables		\$79.812,00	\$80.650,03	\$81.496,85	\$82.352,57	\$83.217,27
Gastos financieros		\$902,74	\$405,26	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros						
Utilidad antes de impuesto		\$59.195,06	\$61.357,98	\$63.574,21	\$65.844,92	\$68.171,30
Impuesto renta 22%		\$10.580,68	\$10.971,22	\$11.371,45	\$11.781,58	\$12.201,83
Participación de trabajador		\$8.487,17	\$8.800,44	\$9.121,48	\$9.450,47	\$9.787,57
Utilidad neta		\$40.127,21	\$41.586,32	\$43.081,28	\$44.612,87	\$46.181,90
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros		\$41.236,91	\$42.696,02	\$44.190,98	\$45.722,57	\$47.291,60
Capital de trabajo	\$3.948,00					
Inversión Fija	\$14.654,00					
Préstamo financiero	10.000,00					
Amortización financiera		\$4.751,26	\$5.248,74	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Valor de desecho						\$9.105,50
Flujo de caja	-\$8.602,00	\$36.485,65	\$37.447,28	\$44.190,98	\$45.722,57	\$56.397,10

Elaborado por: El autor

11.5.4. Evaluación financiera para la comercialización de mariscos

Objetivo general

Calcular la rentabilidad financiera aplicando el VAN y TIR, relación costo – beneficio y análisis de sensibilidad que permita comprender la debilidad del proyecto y el nivel de rentabilidad financiera.

Objetivos específicos

- Calcular la viabilidad de la inversión mediante los cálculos del VAN y la TIR, la relación costo – beneficio y el periodo de retorno de la inversión.
- Efectuar un análisis de sensibilidad efectuando tres escenarios.

Calculo del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y la Relación Costo Beneficio de la comercialización de mariscos

11.5.4.1. Cálculo del VAN

De acuerdo con los resultados obtenidos con un descuento del 11,30% se alcanzó un valor actual neto de \$153.513,08 durante los 5 años del proyecto, demostrando la viabilidad de la comercialización de mariscos en el cantón La Maná

Cuadro 49. Cálculo del Valor Actual Neto

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Inversión inicial	-8.602,00				
Flujo de caja	\$36.485,65	\$37.447,28	\$44.190,98	\$45.722,57	\$56.397,10
Tasa de descuento	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113
Factor de descuento	1,113	1,238769	1,378749897	1,564548635	1,707952631

Flujo de caja						
descontado y	\$32.781,36	\$30.229,43	\$32.051,49	\$29.795,45	\$33.020,29	
acumulado						
VAN	\$149.276,02					

Elaborado por: El autor

11.5.4.2. Cálculo de la TIR

La tasa interna de retorno (TIR) es de 375% valor aceptable y comprobado la viabilidad de la propuesta de la comercialización de mariscos.

Cuadro 50. Cálculo de la TIR

CÁLCULO DE LA TIR DEL PROYECTO						
0	2021	2022	2023	2024	2025	
\$-8.602,00	\$32.781,36	\$30.229,43	\$32.051,49	\$29.795,45	\$33.020,29	375%

Elaborado por: El autor

Cálculo Relación Costo – Beneficio (RCB)

RCB = Sumatoria de ingresos / sumatoria de egresos + la inversión inicial

RCB = 818.595,52 / 493.595,54 + (-8.602,00)

RCB = 1,7

Después de realizar el cálculo de la relación costo beneficio refleja un valor de \$1,70 es decir que el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto por cada \$1,00 invertido se obtendrá \$0,70 de ganancia

11.5.4.3. Cálculo del periodo de Retorno de la inversión

Cuadro 51. Cálculo del periodo de retorno de la inversión

Años	Flujo neto de efectivo (FNE)	Flujo acumulado (FA)
0	-\$8.602,00	-\$8.602,00
1	\$36.485,65	\$27.833,65
2	\$42.696,02	\$70.579,67
3	\$44.190,98	\$114.770,65
4	\$45.722,57	\$160.493,22
5	\$56.397,10	\$216.890,32

Elaborado por: El autor

Periodo de recuperación = $A + B/C$

En donde A es el periodo del último flujo negativo

En donde B es el valor absoluto del último flujo negativo

En donde C es el valor del flujo siguiente

$$PR = A + B/C$$

$$PR = 0 + \$8.602,00 / \$36.485,65$$

$$PR = 0,235763924$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es menor a un año, es decir que para el primer año del proyecto se recuperara toda la inversión realizada

11.5.4.4. Análisis de sensibilidad

Escenario 1:

Para el primer caso, se propone incrementar un 5% en los costos variables en la comercialización de mariscos obteniendo un VAN de \$134.360,41 y una TIR de 334% valores indican que el proyecto, aunque se proponga aumentar los costos, representa rentabilidad (ver anexo 6)

Escenario 2:

Para el segundo caso, se asume que los costos fijos aumentan en un 5% en la comercialización de mariscos obteniendo un VAN de \$146.133,59 y una TIR de 367% valores indican que el proyecto, aunque se proponga aumentar los costos, representa rentabilidad (ver anexo 7)

Escenario 3:

Para el tercer caso, se propone la hipótesis de reducir los ingresos percibidos en un 5% en la comercialización de mariscos obteniendo un VAN de \$119.375,09 y una TIR de 294% valores que indican que el proyecto, aunque se disminuya los ingresos representa rentabilidad (ver anexo 8)

Escenario 4:

El cuarto supuesto se planteó un escenario más pesimista teniendo en cuenta todos los factores mencionados en los escenarios anteriores es decir un aumento del 5% en los costos variables, un aumento del 5% en los costos fijos y una reducción del 5% en los ingresos percibidos en la comercialización de mariscos obteniendo un VAN de \$101.317,05 y una TIR de 245% valores que evidencian una reducción en las utilidades desde luego se constató una rentabilidad positiva (ver anexo 9)

12. Presupuesto del Proyecto

El presupuesto indispensable para el desarrollo del presente sobre el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de mariscos en el cantón La Maná se detalla en el siguiente cuadro comprendido entre los meses de mayo – septiembre del 2020 y noviembre 2020 – marzo 2021. El valor de este proyecto es de \$825,00 dólares.

Cuadro 52. Presupuesto trabajo de titulación

N ^o	CONCEPTO	Primer Semestre	Segundo Semestre
1	Investigador	20,00	20,00
2	Laptop	200,00	200,00
4	Internet	50,00	50,00
5	Esferos	2,00	2,00
6	Grapadora	2,00	0,00
7	Libreta	1,00	1,00
8	Borrador	1,00	1,00
8	Copias	0,00	50,00
9	Impresiones	0,00	40,00
10	Alimentación	20,00	20,00
11	Transporte	20,00	30,00
12	Empastado		20,00
Subtotales:		316,00	434,00
			\$ 750,00
Imprevistos 10%			75,00
TOTAL:			825,00

Elaborado por: El autor

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. Conclusiones

- En base al estudio de mercado realizado se confirmó que existe una demanda de 2.599.575 libras de mariscos (ver cuadro 21) y una oferta de 570720 libras (ver cuadro 17), obteniendo una demanda insatisfecha de 2.028.855 demostrando que existe un amplio mercado para implementar la propuesta
- El estudio técnico determinó que el tamaño del proyecto fue del 5% teniendo una capacidad instalada que permitió comercializar 42200 libras anuales de mariscos (ver cuadro 22), además se describió el croquis de la ubicación de la microempresa (ver figura 2), disponibilidad de los recursos, los requisitos del proyecto y marco legal necesario para su operación de la microempresa.
- El estudio económico financiero se puede determinar que la inversión total requerida para la comercialización de mariscos, se compone de compras de activos fijos (ver cuadro 28), préstamo financiero al Ban Ecuador (ver cuadro 30), y capital de trabajo (ver cuadro 33), dando una inversión de \$28.602,00, el estado de resultados refleja que la utilidad neta para el año 2021 es de \$31.886,31 y para el año 2025 la utilidad neta será de \$36.771,89 (ver cuadro 47).
- El análisis financiero reflejó un VAN de \$149.276,02 (ver cuadro 49), mientras que la TIR reflejó un porcentaje del 375% (ver cuadro 50), una relación costo – beneficio de \$1,70 valores que acreditan la viabilidad de esta inversión, y se recuperará en menos de un año

13.2. Recomendaciones

- Se sugiere la ejecución de la propuesta para aprovechar las necesidades existentes que existe en el cantón La Maná.
- Es muy necesario que la microempresa siga cumpliendo con los requerimientos establecidos en el estudio técnico, para mantener el nivel de marketing estimado, además de contratar personal en base a los datos requeridos.
- En relación al análisis económico se recomienda la buena administración de los recursos existentes en la microempresa, mediante registros contables y económicos para que permita conocer el nivel de las utilidades futuras.
- Con el propósito de incrementar la rentabilidad financiera es indispensable incrementar el tamaño del proyecto, innovando los productos para mantenerse en el mercado del cantón.

14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Referencias bibliográficas de libros

- Acemoglu, D. Laibson, D. y List, J. A. (2017). *Economía*. Antoni Bosch editor. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/129484>
- Alvarado Verdín, V. M. (2016). *Ingeniería de costos*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/40454>
- Álvarez de Ventura, A. (2016). *diseño de un modelo de comercialización para productos agrícolas del departamento de la Paz*. Escuela especializada en ingeniería ITCA-FEPADE. <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2927/1/2016%20ZAC%20Modelo%20de%20Comercializacion.pdf>
- Angulo Guiza, U. G. (2016). *Contabilidad financiera*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/70282>
- Arredondo González, M. M. (2016). *Contabilidad y análisis de costos*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/40440>
- Boullosa Torrecilla, A. M. y Ríos Rodríguez, L. R. (2017). *Matemática financiera*. Editorial Fejióo. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/71685>
- Bóveda, J. Oviedo, A. y Yakusik, A. (2015). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocios*. Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Asunción. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/71685>
- Cárdenas y Nápoles, R. A. (2016). *Costos I*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116368>
- Chilingua Jaramillo, M. P. Vallejos Orbe, H. M. (2017). *Costos modalidad órdenes de producción*. Universidad Técnica del Norte. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7077/1/LIBRO%20Costos.pdf>

- Cipriano Luna González, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/40472>
- ESPAE Graduate School of Management. (2018). *Estudios Industriales: Orientación estratégica para la toma de decisiones – Industria de Acuicultura*. ESPAE – ESPOL. http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2018/01/ei_acuicultura.pdf
- Fernández Navarrete, J. A. (2018). *Administración financiera*. Ediciones USTA. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/126090>
- Flórez Uribe, J. A. (2016). *Proyectos de inversión para las PYME (3a. ed.)*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/70421>
- Gallardo, D. y Maldonado, V. (2016). *Proyectos organizacionales*. Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/77336>
- Gutiérrez Banegas, M. Á. (2020). *Matemáticas financieras*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/130920>
- Herz Gherzi, J. (2018). *Apuntes de contabilidad financiera (3a. ed.)*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/41280>
- Lira Briceño, P. (2015). *Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/41312>
- López Alcántara, M. y Gómez Agundiz, X. (2018). *Gestión de costos y precios*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/40538>
- López-Pinto Ruiz, B. Mas Machuca, M. y Viscarri Colomer, J. (2015). *Los pilares del marketing*. Universidad Politécnica de Catalunya. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/61442>

- Méndez Lozano, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* (9a. ed.). Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/130459>
- Mendoza Roca, C. y Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/69980>
- Morillo, M. (2017). *Rentabilidad financiera y reducción de costos*. Red Actualidad Contable Faces. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/17872>
- Núñez Álvarez, L. (2016). *Finanzas I: contabilidad, planeación y administración financiera*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116385>
- Ortis Velásquez, M. González Ortiz, D. J. y Giraldo Oliveros, M. (2015). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/69930>
- Pacheco Coello, C. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116379>
- Pacheco Coello, C. E. y Pérez Brito, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116948>
- Pérez Aguilera, F. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa: UF1820*. Editorial CEP, S.L. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/51153>
- Prettel Vidal, G. (2015). *Marketing, una herramienta para el crecimiento*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/70255>

- Puentes Montañez, G. A. Prieto Puentes, D. F. y Caro González, L. S. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios (2a. ed.)*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/126598>
- Reveles López, R. (2017). *Análisis de los elementos del costo*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116352>
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116949>
- Rodríguez Franco, J. (2015). *Matemáticas financieras*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/40386>
- Rojas López, M. (2016). *Evaluación de proyectos para ingenieros (2a. ed.)*. Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/70444>
- Rosario Díaz, J. y Haro de Rosario, A. (2017). *Dirección financiera: inversión*. Editorial Universidad de Almería. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/44579>
- Sánchez, I., Ledesma, Z., Suárez, M., Penichet, M., Barrios, G., Díaz, Y., Pons, R., González, T., Fernández, R., Lloret, M., Herrera, L., Cancio, Y., Duffus, D., Escobar, Z., Manso, Y., González, P., (2015). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión con criterio económico*. Editorial Feijóo. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/124320>
- Sarmiento Rojas, J. A. Garzón Agudelo, D. M. y Gutiérrez-Junco, Ó. J. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería*. Editorial UPTC. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/135291>
- Schnarch Kirberg, A. (2019). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/127104>

- Soriano Llobera, J. M. García Pellicer, M. C. y Torrents Arevalo, J. A. (2015). *Economía de la empresa*. Universidad Politécnica de Catalunya. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/52179>
- Tapia Iturriaga, C. K. y Jiménez Sierra, J. A. (2018). *Cómo entender finanzas sin ser financiero*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/123437>
- Toro, J. M. D. y Villanueva, J. (2017). *Marketing estratégico*. EUNSA. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/47326>
- Viñán Villagrán, J. A. Puente Riofrío, M. I. Ávalos Reyes, J. A. Córdova Prócel, J. R. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque práctico*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf>

Referencias bibliográficas de tesis

- Cárdenas, A. C. (2016). *Estudio de factibilidad para la implantación de una nueva línea de procesamiento de productos marinados de pavo en la empresa AVITALSA S.A. ubicada en la parroquia Tumbaco en el periodo 2015 – 2016*. [tesis de grado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional UTC. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2641/1/T-UTC-00177.pdf>
- Chango, B. M. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de jeggins con diseños innovadores en el mercado femenino juvenil ambateño*. [tesis de grado, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador]. Repositorio Institucional PUCE. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1283/1/75913.pdf>
- Chuquiguanga, C.N. (2015). *Estructuración del organigrama, elaboración del manual de funciones y manual de políticas internas para la empresa Diserval*. [tesis de grado,

Universidad Politécnica Salesiana]. repositorio institucional UPS.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7760/1/UPS-CT004613.pdf>

- García, CH. D. (2018). *Características comerciales y oportunidades de mercado para las comercializadoras de implementos deportivos del sector la estación en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2016*. [tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio Institucional UNACH.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4524/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2018-0003.pdf>
- Guerrero, L.V y Santacruz C.A. (2016). *Estudio de mercados, administrativo y legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas*. [tesis de grado, Universidad Industrial de Santander]. Repositorio Institucional UIS.
<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>

Referencias bibliográficas de artículos científicos

- Martínez-Armendár, C.A., Soto-Zapata, M., Magaña-Magaña, J.E., Licón-Trillo, L.P., y Kiessling-Davison, C.M. (2015). *Estudio Técnico del proyecto Tomato-Mix*. Revista Mexicana de Agronegocios, 36(),1275-1285. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/pdf/141/14132408013.pdf>

13.4. Referencias bibliográficas de páginas web

- Ávila, Y. (17 de enero de 2015). *La micro y macro-comercialización*.
<http://yindriabigail.blogspot.com/2015/01/la-micro-y-macro-comercializacion.html>
- Bocher, N. (2019). *Importancia de la legalidad en los proyectos*. Seminario de integración. <https://seminarioiiuntref.wordpress.com/2019/11/10/la-importancia-de-la-legalidad-en-los-proyectos/>
- Caurin, J. (2018). *La organización de la empresa*. Emprede pyme.net.
<https://www.empredepyme.net/la-organizacion-de-la-empresa>

- Gascó, T. (3 de octubre de 2019). *Rentabilidad*. Numdea. <https://numdea.com/rentabilidad.html>
- Jurado, C.O. (2020). *Que es la distribución de planta*. Líder de emprendimiento. <https://www.liderdeemprendimiento.com/fabricacion-y-produccion/distribucion-en-planta>
- Komiya, A. (2019). *¿Qué es el análisis costo-beneficio?*. Crece Negocio. <https://www.crecenegocios.com/analisis-costo-beneficio/amp/>
- Salazar, L.B. (2019). *Diseño y distribución en planta*. Ingeniería industrial online com. <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/disen-y-distribucion-en-planta/que-es-el-diseno-distribucion-en-planta/>

15. ANEXOS

ANEXO 1. Datos informativos del tutor del proyecto

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: VILLEGAS BARROS

NOMBRES: NEUVAL JOSÉ

ESTADO CIVIL: UNIÓN LIBRE

CEDULA DE CIUDADANIA: 120243766-9

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: 02 DE SEPTIEMBRE DE 1966

DIRECCION DOMICILIARIA: CIUDADELA SANTA ROSA, AV. WALTER ANDRADE FAJARDO

TELEFONO CONVENCIONAL: 05-2754971 TELEFONO CELULAR: 085751830

CORREO ELECTRONICO: neuvalvillegas@gmail.com

EN CASO DE EMERGENCIA CONTACTARSE CON: VERÓNICA SEGIDO LETURNE
CELULAR 097932238



ESTUDIOS REALIZADOS Y TITULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO EN EL CONESUP	CODIGO DEL REGISTRO CONESUP
TERCER	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS	29-08-2002	1014-02-181472
CUARTO	DIPLOMADO SUPERIOR EN GERENCIA DE MARKETING	15-10-2002	1042-02-293597
CUARTO	DIPLOMADO SUPERIOR EN PRÁCTICA DOCENTE UNIVERSITARIA	20-01-2003	1014-03-336223
CUARTO	ESPECIALISTA SUPERIOR EN EDUCACIÓN UNIVERSITARIA	08-12-2003	1014-03-465093
CUARTO	MAGISTER EN INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO EDUCATIVO	21-04-2006	1014-06-647034
CUARTO	ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS	09-08-2011	1042-11-732623

ANEXO 2. Datos informativos del investigador

DATOS PERSONALES

Nombres: Kevin Fernando

Apellidos: Pico Prado

Nacionalidad: Ecuatoriana

Fecha de nacimiento: 15 de diciembre de 1997

Lugar de nacimiento: La Maná

Cédula de identidad: 0504498015

Teléfono: 0983690295

Dirección domiciliaria: La Maná

Cantón: La Maná

Correo electrónico: kevin.pico8015@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS

Instrucción primaria: Escuela fiscal mixta Francisco de Orellana

Instrucción secundaria: Instituto Tecnológico Superior La Maná

TÍTULOS OBTENIDOS

Bachiller en Ciencias otorgado por el Colegio Instituto Tecnológico Superior La Maná

CERTIFICADOS OBTENIDOS

Seminario de Primeras jornadas Administrativas en Creatividad, Innovación y Emprendimiento organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. y la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas realizado el 16, 17 y 18 de julio con una duración de 40 horas

REFERENCIAS PERSONALES

Ing. Roberto Prado Asistente de obras de la Empresa CPR Guayaquil. Celular

Anexo 3. Promedio de personas por hogar



Promedio de Personas por Hogar a Nivel Nacional

Promedio de personas por hogar
3,78
Total

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Unidad de Procesamiento (UP) de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE) - Vladimir Almeida Morillo

Cálculo de número de familias

Población del cantón La Maná: 56.905

Cantidad promedio de personas por hogar: 3,78 aproximado = 4

$$56905/4 = 14226$$

Anexo 4. Formato de encuesta dirigidas a las familias



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MARISCOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2021”.

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN LA MANÁ.

Objetivo: Obtener información relevante sobre la demanda, precio y comercialización de mariscos en el cantón La Maná.

Compromiso: Como parte del proceso de graduación se requiere desarrollar la presente investigación que permitirá conseguir información relevante sobre la demanda de mariscos que será de gran utilidad para el desarrollo del estudio de mercado, por lo tanto, solicito de la manera más comedida se digne a contestar las siguientes preguntas con la mayor veracidad, como investigador me comprometo a emplear la información solo para fines de elaboración de la presente investigación.

Integrantes del núcleo familiar: _____

Lugar donde habita: El Carmen () El Moral () El Triunfo () Centro La Maná () Pucayacu () Guasaganda ()

Actividad económica a la que usted se dedica: Comercio () Industrial () Agrícola () Educativo ()

Tipo de mariscos	Qué tipo de mariscos es de su mayor agrado	Frecuencia de consumo		Precio por libra	Lugar de compra		
		Cantidad de libras que consume mensualmente	Cantidad de libras que consumió mensualmente el año anterior		Mercados municipales	Comisariatos	Comerciantes
Calamar							
Camarón							
Langostinos							
Pulpo							
Albacora							
Camotillo							
Corvina							
Jurel							
Pargo							
Picudo							

¿Considera que es necesario la creación de una microempresa de mariscos en el cantón La Maná?		¿Cómo usted prefiere los mariscos?		De acuerdo a su criterio ¿cuál es el factor decisivo que incide al momento de comprar mariscos?		
Si es necesario	No es necesario	Empaquetados	Sin empaquetar	Precio	Presentación	Frescura del producto

Anexo 6. Análisis de sensibilidad aumento de los costos variables 5%

Cuenta	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$157.300,00	\$160.446,00	\$163.654,92	\$166.928,02	\$170.266,58
Ingreso por venta de activos						
Costos fijos		\$16.280,50	\$16.923,03	\$17.474,16	\$17.620,83	\$17.768,31
Costos variables		\$83.802,60	\$84.682,53	\$85.571,69	\$86.470,20	\$87.378,13
Gastos financieros		\$902,74	\$405,26	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros						
Utilidad antes de impuesto		\$55.204,46	\$57.325,48	\$59.499,37	\$61.727,29	\$64.010,44
Impuesto renta 22%		\$10.580,68	\$10.971,22	\$11.371,45	\$11.781,58	\$12.201,83
Participación de trab.		\$8.487,17	\$8.800,44	\$9.121,48	\$9.450,47	\$9.787,57
Utilidad neta		\$36.136,61	\$37.553,82	\$39.006,44	\$40.495,24	\$42.021,03
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros		\$37.246,31	\$38.663,52	\$40.116,14	\$41.604,94	\$43.130,73
Capital de trabajo	-\$3.948,00					
Inversión Fija	-\$14.654,00					
Préstamo financiero	\$10.000,00					
Amortización financiera		\$4.751,26	\$5.248,74	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor de desecho						\$9.105,50
Flujo de caja	-\$8.602,00	\$32.495,05	\$33.414,78	\$40.116,14	\$41.604,94	\$52.236,23

VAN

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025	
Inversión inicial						
Flujo de caja	-8.602,00	\$32.495,05	\$33.414,78	\$40.116,14	\$41.604,94	\$52.236,23
Tasa de descuento		0,113	0,113	0,113	0,113	0,113
Factor de descuento		1,113	1,238769	1,3787499	1,53454864	1,70795263
Flujo de caja descontado y acumulado		\$29.195,91	\$26.974,18	\$29.096,02	\$27.112,17	\$30.584,12
VAN	\$134.360,41					

TIR DEL PROYECTO

0	2021	2022	2023	2024	2025	
-8.602,00	\$29.195,91	\$26.974,18	\$29.096,02	\$27.112,17	\$30.584,12	334%

Anexo 7. Análisis de sensibilidad aumento de los costos fijos 5%

Cuentas	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$157.300,00	\$160.446,00	\$163.654,92	\$166.928,02	\$170.266,58
Ingreso por venta de activos						
Costos fijos		\$17.094,53	\$17.769,18	\$18.347,86	\$18.501,87	\$18.656,73
Costos variables		\$79.812,00	\$80.650,03	\$81.496,85	\$82.352,57	\$83.217,27
Gastos financieros		\$902,74	\$405,26	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros						
Utilidad antes de impuesto		\$58.381,04	\$60.511,83	\$62.700,51	\$64.963,88	\$67.282,88
Impuesto renta 22%		\$10.580,68	\$10.971,22	\$11.371,45	\$11.781,58	\$12.201,83
Participación de trab.		\$8.487,17	\$8.800,44	\$9.121,48	\$9.450,47	\$9.787,57
Utilidad neta		\$39.313,18	\$40.740,17	\$42.207,58	\$43.731,83	\$45.293,48
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros		\$40.422,88	\$41.849,87	\$43.317,28	\$44.841,53	\$46.403,18
Capital de trabajo	-\$3.948,00					
Inversión Fija	-\$14.654,00					
Prestamo financiero	\$10.000,00					
Amortización financiera		\$4.751,26	\$5.248,74	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor de desecho						\$9.105,50
Flujo de caja	-\$8.602,00	\$35.671,62	\$36.601,13	\$43.317,28	\$44.841,53	\$55.508,68

VAN						
Concepto		2021	2022	2023	2024	2025
Inversión inicial						
Flujo de caja	-8.602,00	\$35.671,62	\$36.601,13	\$43.317,28	\$44.841,53	\$55.508,68
Tasa de descuento		0,113	0,113	0,113	0,113	0,113
Factor de descuento		1,113	1,238769	1,3787499	1,53454864	1,70795263
Flujo de caja descontado y acumulado		\$32.049,98	\$29.546,37	\$31.417,79	\$29.221,32	\$32.500,13
VAN	\$146.133,59					

TIR DEL PROYECTO						
0	2021	2022	2023	2024	2025	
-8.602,00	\$32.049,98	\$29.546,37	\$31.417,79	\$29.221,32	\$32.500,13	367%

Anexo 8. Análisis de sensibilidad disminución de los ingresos percibidos 5%

Cuentas	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$149.435,00	\$152.423,70	\$155.472,17	\$158.581,62	\$161.753,25
Ingreso por venta de activos						
Costos fijos		\$16.280,50	\$16.923,03	\$17.474,16	\$17.620,83	\$17.768,31
Costos variables		\$79.812,00	\$80.650,03	\$81.496,85	\$82.352,57	\$83.217,27
Gastos financieros		\$902,74	\$405,26	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros						
Utilidad antes de impuesto		\$51.330,06	\$53.335,68	\$55.391,47	\$57.498,52	\$59.657,97
Impuesto renta 22%		\$10.580,68	\$10.971,22	\$11.371,45	\$11.781,58	\$12.201,83
Participación de trab.		\$8.487,17	\$8.800,44	\$9.121,48	\$9.450,47	\$9.787,57
Utilidad neta		\$32.262,21	\$33.564,02	\$34.898,54	\$36.266,47	\$37.668,57
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros		\$33.371,91	\$34.673,72	\$36.008,24	\$37.376,17	\$38.778,27
Capital de trabajo	-\$3.948,00					
Inversión Fija	-\$14.654,00					
Prestamo financiero	\$10.000,00					
Amortización financiera		\$4.751,26	\$5.248,74	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor de desecho						\$9.105,50
Flujo de caja	-\$8.602,00	\$28.620,65	\$29.424,98	\$36.008,24	\$37.376,17	\$47.883,77

VAN

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025	
Inversión inicial						
Flujo de caja	-8.602,00	\$28.620,65	\$29.424,98	\$36.008,24	\$37.376,17	\$47.883,77
Tasa de descuento	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113	
Factor de descuento	1,113	1,238769	1,3787499	1,53454864	1,70795263	
Flujo de caja descontado y acumulado		\$25.714,87	\$23.753,41	\$26.116,58	\$24.356,46	\$28.035,77
VAN	\$119.375,09					

TIR DEL PROYECTO

0	2021	2022	2023	2024	2025	
-8.602,00	\$25.714,87	\$23.753,41	\$26.116,58	\$24.356,46	\$28.035,77	294%

Anexo 9. Análisis de sensibilidad escenario 4 todas las anteriores

Cuentas	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$149.435,00	\$152.423,70	\$155.472,17	\$158.581,62	\$161.753,25
Ingreso por venta de activos						
Costos fijos		\$17.094,53	\$17.769,18	\$18.347,86	\$18.501,87	\$18.656,73
Costos variables		\$83.802,60	\$84.682,53	\$85.571,69	\$86.470,20	\$87.378,13
Gastos financieros		\$902,74	\$405,26	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros						
Utilidad antes de impuesto		\$46.525,44	\$48.457,03	\$50.442,92	\$52.499,85	\$54.608,69
Impuesto renta 22%		\$10.580,68	\$10.971,22	\$11.371,45	\$11.781,58	\$12.201,83
Participación de trab.		\$8.487,17	\$8.800,44	\$9.121,48	\$9.450,47	\$9.787,57
Utilidad neta		\$27.457,58	\$28.685,37	\$29.949,99	\$31.267,80	\$32.619,29
Depreciación activos fijos		\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70	\$1.109,70
Valor en libros		\$28.567,28	\$29.795,07	\$31.059,69	\$32.377,50	\$33.728,99
Capital de trabajo	-\$3.948,00					
Inversión Fija	-\$14.654,00					
Prestamo financiero	\$10.000,00					
Amortización financiera		\$4.751,26	\$5.248,74	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor de desecho						\$9.105,50
Flujo de caja	-\$8.602,00	\$23.816,02	\$24.546,33	\$31.059,69	\$32.377,50	\$42.834,49

VAN

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025	
Inversión inicial						
Flujo de caja	-8.602,00	\$23.816,02	\$24.546,33	\$31.059,69	\$32.377,50	\$42.834,49
Tasa de descuento	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113	
Factor de descuento	1,113	1,238769	1,3787499	1,53454864	1,70795263	
Flujo de caja descontado y acumulado		\$21.398,04	\$19.815,10	\$22.527,43	\$21.099,04	\$25.079,44
VAN	\$101.317,05					

TIR DEL PROYECTO

0	2021	2022	2023	2024	2025	
-8.602,00	\$21.398,04	\$19.815,10	\$22.527,43	\$21.099,04	\$25.079,44	245%

Anexo 10. Evidencia de trabajo de campo

Encuestas aplicadas a los comerciantes de mariscos



