



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS CONDIMENTADAS PARA SU PREPARACIÓN EN LA COMUNIDAD LA DELICIA DE SAN FRANCISCO, PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URQUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

Autor: Jacinto Ricardo Echeverria Barahona

Director de Tesis: Ing. Carlos Merizalde

IBARRA, Diciembre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La producción o cultivo de truchas arcoíris, en el Ecuador es la más empleada con fines piscícolas en aguas frías de recursos hídricos superficiales como ríos, esteros, lagunas en la sierra principalmente. En el Ecuador existen 213 criaderos distribuidos en las provincias de Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja, Napo, Pichincha, Sucumbíos, y Tungurahua. Producen un total de 982.3 toneladas al año, representando aproximadamente un rubro de \$2'678.997. Del diagnóstico situacional se determina que la comunidad de San Francisco presenta ecosistemas hídricos aptos para la implementación de proyectos piscícolas especialmente de la trucha arco iris. Del estudio de mercado se establece que la empresa producirá y comercializará truchas arco iris condimentada. Del análisis de la oferta se establece que existe una oferta de 76.980 truchas. Del análisis de la demanda se determina existe una demanda actual de 438.000 truchas. Al realizar el balance oferta demanda se establece una demanda insatisfecha de 397.122 truchas para el año 2013, la empresa pretende captar el 17.63% de este mercado. Del estudio técnico e ingeniería del proyecto de establecer que la localización de la empresa será en la comunidad de San Francisco, su infraestructura física es de 340.20 m², se estructuró el diagrama de producción de truchas arco iris condimentadas. Del estudio económico y financiero se determina que el VAN es de 3.898 dólares el TIR de 15.50% el PRI de 4 años, 9 meses y 8 días, el B/C de 1.07 dólares. En lo referente a la organización de la empresa se determinó la conformación jurídica, el nombre de la empresa, la filosofía empresarial, la estructura organizativa. Del análisis de impactos ambientales se determina que los impactos positivos tendrán una valoración media positiva.

AUTORÍA

Yo, Jacinto Ricardo Echeverría, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Jacinto Ricardo Echeverria

C.I. 100300570-7

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director de la Tesis Titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS CONDIMENTADAS PARA SU PREPARACIÓN EN LA COMUNIDAD LA DELICIA DE SAN FRANCISCO, PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA” del señor Jacinto Ricardo Echeverría Barahona, estudiante de Ingeniería en contabilidad superior y auditoría, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, considero que el presente informe de investigación reúne todos los requisitos para ser sometido a la evaluación del Jurado Examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.

Ing. Carlos Merizalde

Ibarra, Junio 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Jacinto Ricardo Echeverria Barahona, con cédula de identidad N° 100300570-7 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de propiedad intelectual del Ecuador artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (a) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS CONDIMENTADAS PARA SU PREPARACIÓN EN LA COMUNIDAD LA DELICIA DE SAN FRANCISCO, PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA” que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma.....

Nombre: Jacinto Ricardo Echeverria

Cédula: 100300570-7

Ibarra, a los 28 días del mes de Junio de 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100300570-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Jacinto Ricardo Echeverria Barahona	
DIRECCIÓN:		Ibarra, Calle Sánchez y Cifuentes 10-76 y Velasco	
EMAIL:		Rikyjacinto_81@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	093982141

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS LISTAS PARA SU PREPARACIÓN EN LA COMUNIDAD LA DELICIA DE SAN FRANCISCO, PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR:	JACINTO RICARDO ECHEVERRIA BARAHONA
FECHA:	2012-06-27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	ING. CARLOS MERIZALDE

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Jacinto Ricardo EcheverriaBarahona con cédula de ciudadanía Nro.100300570-7 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de Junio de 2012

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Jacinto Ricardo Echeverria

C.C.: 100300570-7

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo

Universitario.....

DEDICATORIA

A nuestro padre celestial, que es el ser que permite que las cosas sucedan y por su amor incondicional.

A mis padres quienes con entero sacrificio y dedicación me brindaron su apoyo y han contribuido a mi formación humana y profesional.

A todas las personas que me han dado su respaldo en los momentos buenos y malos de mi vida como estudiante especialmente a mis hermanos y compañeros de clases.

Jacinto Ricardo Echeverria

AGRADECIMIENTO

A todos y cada una de las personas que de una u otra manera han ayudado a culminar esta etapa de mi vida, a la Universidad Técnica del Norte y sus Autoridades, por permitirme ingresar a sus aulas e incidir en mi formación personal y profesional.

Al Ing. Carlos Merizalde, Director de Tesis. Con sus vastos conocimientos, orientaciones oportunas y adecuadas, condujo este trabajo de investigación, ofreciéndome las pautas para su elaboración de manera pedagógica y didáctica.

Jacinto Ricardo Echeverria

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo principal, la factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas, para su preparación en la comunidad la Delicia de San Francisco, parroquia Tumbabiro, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura. El presente estudio de factibilidad está estructurado por siete componentes que son: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto, Evaluación Económica Financiera, Estructura Organizacional y Evaluación de Impactos.

En el capítulo I se realizó el Diagnostico Situacional, mediante el levantamiento de información primaria y secundaria, con el objetivo determinar la factibilidad de crear la empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas, concluyéndose este capítulo con el análisis de los factores comparativos del proyecto AOOD.

En el capítulo II se estructuró el Marco Teórico, con la finalidad de sustentar el proyecto mediante la concepción científica, técnica de los componentes del mismo.

En el capítulo III se realizó el Estudio de Mercado, en el cual se realizó el análisis de la oferta, demanda, sus proyecciones, precio, segmentación de mercado, mercado meta del proyecto y estrategias de mercadeo.

En el capítulo IV se determinó el Estudio Técnico y la Ingeniería del proyecto se con la finalidad de establecer la macro y microlocalización de la empresa, al igual que el respectivo diagrama de producción que se requieren para la producción de truchas condimentadas, infraestructura física, equipos y maquinaria, inversiones económicas del proyecto, su financiamiento y el requerimiento del talento humano, para el funcionamiento de la empresa.

En el capítulo V se identificó la Evaluación Económica y Financiera en el que se estableció los ingresos, gastos, costos. Se determinó Estados Financieros como: Estado de Resultados, Balance Inicial y Proyectado al igual que los respectivos indicadores financieros.

En el capítulo VI se elaboró la estructura organizativa, con la finalidad de determinar la filosofía empresarial, conformación jurídica, en términos administrativos, operativos para la operatividad de la empresa.

En el capítulo VII se estableció los impactos positivos que tendrá el proyecto en su etapa operativa.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	V
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
ÍNDICE.....	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE CUADROS	XXI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXIV
INTRODUCCIÓN	26
ANTECEDENTES.....	26
JUSTIFICACIÓN.....	27
OBJETIVOS.....	28
OBJETIVO GENERAL	28
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	28
CAPÍTULO I	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	29
ANTECEDENTES.....	29
OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	30
OBJETIVO GENERAL	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	30
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA.....	31
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .	32
TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	32
ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE	32
ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE.....	36
DIAGNÓSTICO EXTERNO	37
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO	39

CAPÍTULO II	41
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CIENTÍFICA.....	41
ANTECEDENTES.....	41
SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE TRUCHAS ARCOÍRIS EN EL ECUADOR	41
MARCO LEGAL DE LA PRODUCCIÓN DE TRUCHAS EN ECUADOR	41
DEFINICIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS	42
PERSONALIDAD JURÍDICA DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE TRUCHAS.....	44
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	45
FINALIDAD DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	45
CONTENIDO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	46
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	46
ANÁLISIS EXTERNO	46
ANÁLISIS INTERNO.....	46
ESTUDIO DE MERCADO.....	47
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	47
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	47
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	48
PRECIO	48
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	49
MERCADO META.....	49
ESTRATEGIAS DE MERCADO	49
COMERCIALIZACIÓN	49
ESTUDIO TÉCNICO.....	50
TAMAÑO DEL PROYECTO	50
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	51
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:	51
MICROLOCALIZACIÓN.....	51
INGENIERÍA DEL PROYECTO	52

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	52
PROCESOS DE PRODUCCIÓN	52
INVERSIONES	52
FINANCIAMIENTO	53
TALENTO HUMANO	53
PROCESOS	53
DIAGRAMA DE FLUJO	54
EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	54
INGRESOS.....	54
EGRESOS.....	54
COSTOS DE PRODUCCIÓN	55
GASTOS.....	55
CAPITAL DE TRABAJO	55
FLUJO NETO DE EFECTIVO.....	56
FLUJO DE CAJA	56
BALANCE PROYECTADO	56
EVALUACIÓN FINANCIERA	56
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	56
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	57
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	57
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO.....	57
LA EMPRESA.....	58
MISIÓN.....	58
VISIÓN.....	58
POLÍTICAS	58
VALORES.....	58
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
ORGÁNICO FUNCIONAL.....	59
IMPACTOS DEL PROYECTO	59

CAPÍTULO III	60
ESTUDIO DE MERCADO.....	60
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	60
PRESENTACIONES.....	61
EL MERCADO	62
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	63
OBJETIVO GENERAL	63
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	63
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓ	65
IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA	65
TABULACIONES Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	66
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	80
OFERTA HISTÓRICA.....	80
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	81
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	83
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	88
DEMANDA HISTÓRICA	89
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	89
BALANCE OFERTA - DEMANDA.....	91
PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO.....	91
PRECIO.....	92
FIJACIÓN DE PRECIOS	92
ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	93
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	93
SEGMENTACIÓN POR LA LOCALIDAD	93
SEGMENTACIÓN POR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN	93
MERCADO META.....	94
ESTRATEGIAS DE MERCADO	94
ESTRATEGIAS DE PRECIO	94
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	95

ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	95
ESTRATEGIA CORPORATIVA	96
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	96
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	97
CAPÍTULO IV	98
ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO	98
TAMAÑO DEL PROYECTO	98
TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA.....	98
TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA	99
TAMAÑO DEL PROYECTO Y DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA O INSUMOS	99
TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN	99
TAMAÑO DEL PROYECTO Y FINANCIAMIENTO.....	100
CAPACIDAD INSTALADA	100
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	101
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:	101
SECTOR EN RELACIÓN AL ECOSISTEMA.....	102
CONDICIONES Y RECURSOS NATURALES	102
SOCIALIZACIÓN CON LA COMUNIDAD.....	102
SERVICIOS BÁSICOS	103
RECURSO HÍDRICO.....	103
CONTAMINACIÓN QUÍMICA DEL MEDIO AMBIENTE	104
CONDICIONES DE EXPOSICIONES DE RIESGO DE CONTAMINACIONES	104
MICROLOCALIZACIÓN.....	104
INGENIERÍA DEL PROYECTO	106
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	106
EQUIPOS – MOBILIARIO OPERATIVOS	107
MUEBLES Y ENSERES	107

INFRAESTRUCTURA OBRAS CIVILES FÍSICA Y.....	109
DISEÑO ARQUITECTÓNICO.....	110
DISEÑO DE PISCINAS	111
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	112
INVERSIONES FIJAS.....	112
INVERSIONES DIFERIDAS	112
INVERSIONES TOTALES DEL PROYECTO	113
FINANCIAMIENTO	114
DESCRIPCIÓN DE LOS SUBPROCESOS	117
CRITERIOS PARA EL USO DE ALIMENTOS.....	120
CONSIDERACIONES DE INOCUIDAD DURANTE LA PRODUCCIÓN.....	120
CAPÍTULO V	122
EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	122
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.....	122
DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS	123
DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS.....	124
COSTOS DE PRODUCCIÓN	124
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	127
GASTOS ADMINISTRATIVOS	131
GASTOS GENERALES VENTAS.....	134
GASTOS FINANCIEROS	136
DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN	137
GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN	139
CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA	139
CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	140
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	141
FLUJO NETO DE EFECTIVO.....	141
FLUJO DE CAJA	143

BALANCE PROFORMA	144
EVALUACIÓN FINANCIERA	147
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	147
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	148
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	149
PUNTO DE EQUILIBRIO	151
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	151
CAPÍTULO VI	153
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	153
LA EMPRESA.....	153
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.....	153
TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN.....	153
REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO	156
REGISTRO DE LA EMPRESA EN EL SRI	156
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO (PATENTE MUNICIPAL)	156
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS	156
FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	157
MISIÓN	157
VISIÓN.....	157
PRINCIPIOS Y VALORES.....	157
POLÍTICAS	158
ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA	159
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	159
NIVEL FUNCIONAL.....	160
CAPÍTULO VII	162
IMPACTOS	162
ANÁLISIS DE IMPACTOS	162

IMPACTO ECONÓMICO	163
IMPACTO SOCIAL	164
IMPACTO EDUCATIVO.....	165
IMPACTO GENERAL	166
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	167
BIBLIOGRAFÍA.....	170
LINOGRAFÍA	171
ANEXOS.....	172

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1:Matriz de Relación Diagnóstica	31
Cuadro N° 2: Categorías y Fuerzas Competitivas	36
Cuadro N° 3: Matriz de Variables de Mercado.....	64
Cuadro N° 4: Cantidad de Trucha.....	67
Cuadro N° 5: Tasa de Crecimiento	68
Cuadro N° 6: Presentación	69
Cuadro N° 7: Frecuencia.....	70
Cuadro N° 8: Satisfacción	71
Cuadro N° 9: Demanda.....	72
Cuadro N° 10: Preferencia	73
Cuadro N° 11: Volumen	74
Cuadro N° 12: Probabilidad	75
Cuadro N° 13: Preferencia.....	76
Cuadro N° 14: Mejora de Procesos	77
Cuadro N° 15: Precio	78
Cuadro N° 16: Publicidad.....	79
Cuadro N° 17: Calculo de la Oferta Histórica.....	81
Cuadro N° 18: Oferta Histórica	81
Cuadro N° 19: Proyección de la Oferta.....	82

Cuadro N° 20: Posicionamiento de La Trucha con Relación al Precio	83
Cuadro N° 21: Evaluación del Producto Sustitutivo	85
Cuadro N° 22: Comparación de las Características de la Tilapia y Trucha ..	86
Cuadro N° 23: Calificación Sobre las Características Trucha	87
Cuadro N° 24: Calculo de la Demanda Actual	89
Cuadro N° 25: Proyección de la Demanda	90
Cuadro N° 26: Balance Oferta – Demanda	91
Cuadro N° 27: Precio	92
Cuadro N° 28: Localidad	93
Cuadro N° 29: Método Cualitativo por Puntos	106
Cuadro N° 30: Composición Química	107
Cuadro N° 31: Equipo y Herramienta Menor de Producción.....	107
Cuadro N° 32: Muebles y Enseres de Producción	108
Cuadro N° 33: Muebles y Enseres Administrativo	108
Cuadro N° 34: Muebles y Enseres de Ventas y Distribución	108
Cuadro N° 35: Vehículo	108
Cuadro N° 36: Equipo de Informática de Producción.....	109
Cuadro N° 37: Equipo de Informática de Administración	109
Cuadro N° 38: Equipo de Informática de Ventas y Distribución	109
Cuadro N° 39: Superficie	111
Cuadro N° 40: Activos Fijos	112
Cuadro N° 41: Activos Pre operativos.....	113
Cuadro N° 42: Capital de Trabajo	113
Cuadro N° 43: Inversiones Totales	114
Cuadro N° 44: Fuentes de Financiamiento	114
Cuadro N° 45: Talento Humano.....	115
Cuadro N° 46: Alimentación.....	117
Cuadro N° 47: Tabla de Parámetros Óptimos de la Calidad del Agua.....	120
Cuadro N° 48: Estado de Situación Inicial	122
Cuadro N° 49: Desglose de Ingresos año 1	123

Cuadro N° 50: Desglose de Ingresos año 2.....	123
Cuadro N° 51: Desglose de Ingresos año 3.....	123
Cuadro N° 52: Desglose de Ingresos año 4.....	123
Cuadro N° 53: Desglose de Ingresos año 5.....	124
Cuadro N° 54: Ingresos Proforma.....	124
Cuadro N° 55: Costos de Producción Proforma.....	125
Cuadro N° 56: Materiales Directos.....	125
Cuadro N° 57: Proyección de Materiales Directos	125
Cuadro N° 58: Mano de Obra Directa Año 1	126
Cuadro N° 59: Mano de Obra Directa Año 2.....	126
Cuadro N° 60: Mano de Obra Directa Año 3.....	126
Cuadro N° 61: Mano de Obra Directa Año 4.....	127
Cuadro N° 62: Mano de Obra Directa Año 5.....	127
Cuadro N° 63: Presupuesto de Costos Indirectos de Producción.....	128
Cuadro N° 64: Materiales Indirectos	128
Cuadro N° 65: Mano de Obra Indirecta año 1	129
Cuadro N° 66: Mano de Obra Indirecta año 2.....	129
Cuadro N° 67: Mano de Obra Indirecta año 3.....	129
Cuadro N° 68: Mano de Obra Indirecta año 4.....	130
Cuadro N° 69: Mano de Obra Indirecta año 5.....	130
Cuadro N° 70: Servicios básicos.....	130
Cuadro N° 71: Gastos Administrativos.....	131
Cuadro N° 72: Salario de Personal Administrativo Año 1	132
Cuadro N° 73: Salario de Personal Administrativo Año 2	132
Cuadro N° 74: Salario de Personal Administrativo Año 3	132
Cuadro N° 75: Salario de Personal Administrativo Año 4	133
Cuadro N° 76: Salario de Personal Administrativo Año 5	133
Cuadro N° 77: Insumos de Oficina.....	133
Cuadro N° 78: Servicios Básicos	134
Cuadro N° 79: Gastos Generales de Ventas	134

Cuadro N° 80: Personal de Ventas Año 1	135
Cuadro N° 81: Personal de Ventas Año 2.....	135
Cuadro N° 82: Personal de Ventas Año 3.....	135
Cuadro N° 83: Personal de Ventas Año 4.....	135
Cuadro N° 84: Personal de Ventas Año 5.....	136
Cuadro N° 85: Gastos de Financiación	136
Cuadro N° 86: AMORTIZACIÓN.....	137
Cuadro N° 87: Depreciación – Amortización.....	138
Cuadro N° 88: Amortización de Activos Pre operativos	138
Cuadro N° 89: Costos de Operación y de Financiación.....	139
Cuadro N° 90: Capital de Trabajo – Saldo de Efectivo Requerido en Caja	140
Cuadro N° 91: Capital de Trabajo	140
Cuadro N° 92: Estado de Pérdidas y Ganancias	141
Cuadro N° 93: Flujo Neto de Efectivo	142
Cuadro N° 94: Flujo de Caja	143
Cuadro N° 95: Balance Inicial y Proyectado	145
Cuadro N° 96: Costo de Oportunidad	147
Cuadro N° 97: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	149
Cuadro N° 98: Beneficio Costo	150
Cuadro N° 99: Punto de Equilibrio	151
Cuadro N° 100: Valoración de los Impactos	162
Cuadro N° 101: Impacto Económico.....	163
Cuadro N° 102: Impacto Social.....	164
Cuadro N° 103: Impacto Educativo	165
Cuadro N° 104: Impacto General.....	166

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:Truchas fileteadas	60
Gráfico N° 2: Truchas Refrigeradas	61

Gráfico N° 3: Trucha Congelada	62
Gráfico N° 4: Cantidad de Trucha	67
Gráfico N° 5: Tasa de Crecimiento	68
Gráfico N° 6: Presentación.....	69
Gráfico N° 7: Frecuencia.....	70
Gráfico N° 8: Satisfacción	71
Gráfico N° 9: Demanda	72
Gráfico N° 10: Preferencia	73
Gráfico N° 11: Volumen	74
Gráfico N° 12: Probabilidad.....	75
Gráfico N° 13: Preferencia	76
Gráfico N° 14: Mejora de Procesos.....	77
Gráfico N° 15: Precio	78
Gráfico N° 16: Publicidad	79
Gráfico N° 17: Posicionamiento en base al precio	84
Gráfico N° 18: Posicionamiento de la Tilapia	85
Gráfico N° 19: Posición vs Competidor	87
Gráfico N° 20: Resumen de Ventajas y Desventajas de la Trucha y Tilapia .	88
Gráfico N° 21: Nivel de Satisfacción	94
Gráfico N° 22: Canal de Distribución	96
Gráfico N° 23:Macrolocalización del Proyecto	101
Gráfico N° 24: Mapa del Cantón Urcuquí.....	105
Gráfico N° 25:Punto de Equilibrio	152
Gráfico N° 26: Logotipo Institucional.....	153
Gráfico N° 27: Estructura Organizacional	159

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Ecuador es un país con la mayor diversidad de climas, esta situación propicia la realización de las más variadas actividades productivas relativas a agricultura y acuicultura, desde esta perspectiva, la comunidad la Delicia de San Francisco del cantón Urcuquí presenta un clima favorable para la crianza de truchas dadas las incomparables ventajas comparativas que le ha regalado la naturaleza.

Esta Comunidad se encuentra ubicada a 4 kilómetros de los balnearios de Chachimbiro, el sector posee un riachuelo donde años atrás crecían una gran variedad de truchas, debido a las constantes crecientes que se generan en temporada de lluvias provoco la extinción total de estas especies.

De acuerdo a la proyección del último censo de población y vivienda realizado por el INEC, durante el año 2010, San Miguel de Urcuquí cuenta actualmente con 17.614,00 habitantes, de los cuales 4.021,00 habitan en la zona urbana y 13.593,00 en zonas rurales.

La mayor parte de los habitantes de la comunidad se dedican a la agricultura, actividad que con el pasar de los años ha disminuido su rentabilidad, lo que ha provocado la migración de muchas personas a la ciudad, esta es la razón principal por la cual se ha visto conveniente realizar este estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de truchas listas para su preparación, esto fomentará la creación de nuevas plazas de trabajo a los comuneros del lugar.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se presenta como una alternativa de producción y comercialización de truchas listas para su preparación, consiguiendo de esta manera brindar nuevas alternativas de superación personal y familiar dentro de lo económico, lo que permite mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Comunidad de la Delicia de San Francisco.

Con la creación de esta empresa se espera tener beneficiarios directos e indirectos dentro de la comunidad, lo que permitirá el retorno de personas que migraron a la ciudad en busca de un trabajo que les permita mantener a sus familias.

La ejecución del proyecto permitirá crear fuentes de trabajo para los comuneros del sector, esta comunidad se encuentra ubicada a poca distancia del rincón turístico de Chachimbiro, un lugar muy conocido por turistas nacionales, lo que incentivará la formación de microempresas dedicadas a la venta de truchas logrando hacer de este sector un lugar similar al de Yahuarcocha.

Mediante la creación de la empresa productora y comercializadora de truchas lista para su preparación, se ataca el problema muy común que se presenta al consumir las truchas, el lavado y descamado, la empresa comercializará las truchas limpias de escamas y lavadas facilitándole al consumidor final consumir este producto.

De mantenerse la situación actual, Urcuquí continuará disminuyendo su población por efectos de la migración que se produce al no contar con empleos estables, si se considera que esta es una zona agraciada por la naturaleza y cuenta con los elementos naturales necesarios para la implantación de la empresa, se llega a la conclusión que solo se necesitan

las ganas y empuje necesario para mejorar las condiciones socio económicas imperantes.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de de una empresa productora y comercializadora de truchas condimentadas para su preparación en la comunidad la Delicia de San Francisco, parroquia Tumbabiro, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Desarrollar un diagnóstico situacional que permita enfocar la realización del proyecto.
- ✓ Estructurar las bases teóricas y científicas mediante la investigación bibliográfica que fundamente la investigación.
- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita analizar la factibilidad comercial de la ejecución del proyecto.
- ✓ Diseñar un estudio técnico, con el objetivo de describir la estructura de funcionamiento de la empresa en creación
- ✓ Realizar un estudio financiero para demostrar la factibilidad económica del proyecto
- ✓ Analizar los principales impactos que generará el proyecto
- ✓ Describir las principales conclusiones y recomendaciones derivadas del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La provincia de Imbabura, el cantón Urcuquí, especialmente la Comunidad de la Delicia de San Francisco, por su ubicación geográfica pertenece a la micro cuenca del río Cachaco, cuyo recurso hídrico ofrece condiciones ecológicas óptimas, para la crianza o cultivo de trucha arco iris. La trucha arco iris es una variedad de salmónido que se adapta en manera óptima a la crianza en el sistema de piscinas, para lo cual se utilizará el recurso hídrico del río Cachaco, mediante la construcción de piscinas que permita el cultivo de esta variedad de trucha.

La importancia del consumo de la trucha se debe principalmente a la variedad de usos culinarios y cualidades gastronómicas que posee, en sus diferentes presentaciones.

El presente proyecto tiene como objetivo la implementación de una empresa para el cultivo de la trucha arco iris, eviscerada y condimentada, en presentaciones de 200 a 250 gramos, por ser la variedad más apropiada que se adapta a caudales naturales de ríos o vertientes, ya que soporta temperaturas elevadas, es resistente a enfermedades y exhibe un rápido desarrollo para su cosecha y cubrir la demanda insatisfecha que actualmente tiene los locales de venta de pescado del sector de Yahuarcocha y Chachimbiro.

Desde esta perspectiva se hace necesario realizar un diagnóstico situacional externo del macro y microambiente con la finalidad de determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de la creación de una empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas en la comunidad de San Francisco, cantón Urcuquí.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el macroambiente, determinando los factores: ecológico ambiental, social cultural, tecnológico, legal ambiental, que tienen incidencia en la creación de la empresa.
- Realizar el análisis del microambiente estableciendo los posibles competidores directos, proveedores, productos sustitutos, clientes y potenciales empresas que van a ingresar en el mercado.

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

Cuadro Nº 1:Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN
Analizar el macroambiente, determinando los factores: ecológico ambiental, social cultural, tecnológico, legal ambiental, que tienen incidencia en la creación de la empresa.	Macroambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Ecológico ambiental • Social cultural • Tecnológico • Legal ambiental 	Fuentes secundarias
Realizar el análisis del microambiente estableciendo los posibles competidores directos, proveedores, productos sustitutos, clientes y potenciales empresas que van a ingresar en el mercado.	Microambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores directos • Proveedores • Productos sustitutos • Clientes • Potenciales empresas que van a ingresar 	Fuentes Secundarias

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.4.1 Fuente de Información Secundaria:

Para la realización del presente diagnóstico se utilizó información secundaria referente a diferentes aspectos técnicos, legales que deberá cumplir la empresa de producción y comercialización de trucha arco iris condimentada mediante la utilización de fuentes bibliográficas de diferentes autores y páginas de internet.

1.5 TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN SECUNDARIA

1.5.1 Análisis externo

1.5.1.1 ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

El rol del macro ambiente fue un análisis de los factores externos y se clasificó en cuatro categorías; ecológico ambiental, social cultural, tecnológico, legal ambiental.

- **Factor ecológico ambiental**

La provincia de Imbabura tiene una gran diversidad de climas, esta situación propicia la realización de las más variadas actividades productivas relativas a agricultura y acuicultura. La comunidad de la Delicia de San Francisco se localiza en la micro cuenca del rio Cachaco, por lo que dispone de un ecosistema hídrico apto para la implementación de unidades productivas del cultivo de trucha especialmente de la variedad arco iris.

La comunidad en intervención se encuentra ubicada a 4 kilómetros de los balnearios de Chachimbiro (provincia de Imbabura), cuenta con

excelentes rutas de acceso hasta Chachimbiro, lugar donde se ingresa a vías de segundo orden las cuales sin embargo se encuentran totalmente transitables, el sector cuenta con fuentes de agua apropiadas para el cultivo más aún, posee un riachuelo donde años atrás crecían una gran variedad de truchas, pero debido a las constantes crecientes que se generan en temporada de lluvias provocó la extinción total de estas especies sin embargo en la actualidad este problema se ha corregido totalmente ya que el Gobierno Provincial de Imbabura ha realizado proyectos de riego para incentivar la agricultura del sector, en relación al acceso a talento humano, la zona cuenta con suficientes personas las cuales no poseen una fuente laboral estable y viven a poca distancia del proyecto además de que el sector cuenta con muy buen transporte público.

Los terrenos de la comunidad de San Francisco son utilizados principalmente en agricultura, por lo tanto se cuenta con grandes extensiones aptas para el cultivo de la trucha, el proyecto no considera la utilización de una gran superficie, solo lo necesario para las piscinas de cultivo y una pequeña bodega de faena miento, por lo tanto, la superficie máxima a utilizar es de unos 3.000 metros, dimensiones poco considerables dado lo extenso de los terrenos de la comunidad, el costo de los terrenos es aún muy accesible considerando su lejanía con grandes centros urbanos y cuenta con una suficiente mano de obra dada la actividad de la agricultura que es la principal fuente de trabajo de la zona y el turismo últimamente.

- **Factor social cultural**

El consumo nacional de carne de pescado es relativamente bajo en comparación al de otros países. En comparación con las preferencias de carnes, en el país existe un mayor consumo de carne roja y de aves como de pollo. La importancia del consumo de trucha se debe principalmente a

los usos culinarios de las cualidades gastronómicas que posee; se la consume en fresco (entero o fileteado). La trucha arco iris es un producto de interés en el mercado local e internacional, ya que presenta grandes perspectivas para la exportación a países como Alemania, Suecia, Francia, Japón y Estados Unidos. En Estados Unidos se ha establecido una demanda insatisfecha de 245.000 toneladas en el año 2012 (reporte Banco Central del Ecuador). En el Ecuador en la presente década ha aumentado las preferencias alimenticias a la trucha arco iris por su valor nutricional y su comercialización que generalmente se la encuentra en los supermercados.

- **Factor tecnológico**

El cantón Urcuquí y en especial la comunidad de la Delicia de San Francisco presenta condiciones y recursos naturales debido a la presencia del río Cachaco con alta potencialidad para la implementación de unidades productivas de crianza de trucha arco iris. La alternativa tecnología de la cría de truchas bajo el sistema de piscinas o estanques se fundamenta en el aspecto de sustentabilidad de utilizar este recurso hídrico con fines productivos, utilizando su caudal natural para las piscinas y la crianza de las truchas.

La trucha de la variedad arco iris es un salmónido apropiado para el cultivo industrial a mediana y gran escala, ya que se adapta a las condiciones para los procesos de alimentación, soporta temperaturas elevadas y es resistente a enfermedades, obteniéndose truchas de gran peso y calidad.

Para la implementación del cultivo de truchas se requieren de tecnologías convencionales que se aplican en el país, se fundamentan en estanques cerrados donde se almacena y circula una determinada cantidad del recurso hídrico, a fin de permitir el confinamiento de los peces para lograr

su crianza y desarrollo, a expensas de una alimentación ofrecida por el piscicultor. Para la siembra de truchas se recomienda alevines de buena calidad que permita tener procesos de alimentación adecuados y cubrir las necesidades para obtener el tamaño y peso de la trucha deseada.

Se debe aplicar los procesos de sanidad piscícola en el cultivo de la trucha, con la finalidad de prevenir y combatir las necesidades que posiblemente limitan la producción. La cosecha de peces es conveniente cuando la trucha haya alcanzado un peso vivo de 200 a 250 gramos.

Una vez que se ha cosechado los peces será necesario proceder a eviscerarlos (sacar vísceras y agallas) y se almacenara en recipientes limpios de preferencia de material plástico en cuartos fríos.

- **Factor Legal Ambiental**

La Constitución Política de la República del Ecuador, expedida por la Asamblea constituyente y publicada en el RO1.11 agosto 98 en su Título 1 de los Principios Fundamentales Art. 3 Deberes del Estado, el Numeral 3 establece defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el Medio Ambiente. El Ministerio del Ambiente tiene definido a través de las TULAS (Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundarias) los requerimientos de manejo ambiental que deben tener las empresas en cualquier actividad económica al igual que los gobiernos locales también disponen de ordenanzas municipales ambientales que controlan y aplican en concordancia con las normativas del Ministerio del Ambiente. La empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas debido a su actividad económica se encuentran en categoría B es decir que para poder funcionar requiere de licencia ambiental o planes de manejo ambiental que deberán ser abalizados en el Ministerio del Ambiente y en la Unidad del Ambiente del Municipio de Urcuquí.

1.5.1.2 ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE

El modelo de las cinco fuerzas reconoce cinco categorías de competidores y sus fuerzas competitivas:

Cuadro N° 2: Categorías y Fuerzas Competitivas

CATEGORÍAS DE COMPETIDORES	FUERZAS COMPETITIVAS
a) Competidores directos o actuales	Intensidad de la rivalidad Barreras de entrada
b) Competidores que van a ingresar	Porciones de sustitución Poder de negociación de los proveedores
c) Productos sustitutos	
d) Proveedores	Poder de negociación de los clientes.
e) Mercado o clientes	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

- **Competidores directos.**

Por competidores directos se establecen a los criaderos de truchas localizados en la provincia de Imbabura y que actualmente comercializan su producción en esta provincia y otras del país.

- **Competidores que van ingresar.**

Por información en el Ministerio del Ambiente de Ibarra que ninguna empresa de crianza de truchas está haciendo trámite alguno para su operatividad.

- **Productos sustitutos.**

Entre los productos sustitutos de la trucha arco iris se tiene a las otras variedades de truchas y de peces como la tilapia, barbudo, picudo y otros que se comercializan en los mercados y supermercados.

- **Clientes.**

Esta fuerza competitiva está representada por los restaurantes, cadenas de hoteles, supermercados, mercados y especialmente para el proyecto el mercado meta está constituido por los locales de venta de pescado localizados en el sector de Yahuarcocha y Chachimbiro que es el mercado potencial objetivo del proyecto.

- **Proveedores.**

Los proveedores de los alevines son empresas que se localizan en la ciudad de Quito y Cuenca. Los proveedores de insumos para la alimentación y control fitosanitario de las truchas son los almacenes de insumos agrícolas localizados en la ciudad de Ibarra.

1.6DIAGNÓSTICO EXTERNO

Por tratarse de una empresa nueva, no se puede realizar un diagnóstico interno (FODA); por lo cual, se hace necesario, conocer el entorno donde funcionará este proyecto, para ellos es fundamental analizar el entorno en cuanto a los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la pequeña empresa a ser implementada en el lugar macro escogido para su ubicación y su posterior funcionamiento.

1.6.1 ALIADOS

Es la búsqueda consciente de un plan de acción que permita a una organización posicionarse en el sector o industria, de manera tal que obtenga una ventaja competitiva sostenible, que permita alcanzar un retorno superior en el largo plazo. Las ventajas competitivas se logran a través de los siguientes factores: la eficiencia, eficacia, calidad, innovación, capacidad para satisfacer al cliente, así, la ventaja competitiva es la habilidad para obtener mayor rendimiento que los rivales, ya que el objetivo primordial de la empresa es el rendimiento.

- Producto posicionado en el mercado
- Conocimiento del proceso productivo en la zona en intervención
- Existencia de amplios lugares para la producción en la zona en intervención
- Clima apto para el cultivo
- Producto demandado por jefes/as de hogar

1.6.2 OPONENTES

Un factor importante que se debe tomar en cuenta es la competencia de empresas similares a la nuestra ya que pueden producir productos sustitutos a bajo costo. Ocasionando que la producción de truchas no tenga una gran acogida en el mercado. Lo que puede provocar que la empresa se encuentre al borde de la quiebra.

- Existencia de productos sustitutos más baratos
- Cambio en los gustos y preferencias del consumidor
- Competencia de otras zonas del país
- Mercado muy susceptible a las variaciones de precios

1.6.3 OPORTUNIDADES

A continuación se prevén las siguientes oportunidades de crecer y posicionarse en el mercado, por parte de la empresa a crearse:

- Baja inversión inicial
- Producto altamente recomendado por instituciones de salud pública
- Incentivos gubernamentales a nuevos proyectos productivos
- Asesoría permanente de los Gobiernos Provinciales
- Mercado en constante crecimiento

1.6.4 RIESGOS

Se trata de la probabilidad, que un peligro (causa inminente de pérdida), ocurra afectando a una actividad determinada, durante un período definido. En definitiva, son eventualidades, factores negativos que las empresas están expuestas en sus operaciones. Se puede entender como el potencial de pérdidas que existen, asociados a una operación productiva de un bien o servicio, cuando cambian en forma no planeada las condiciones definidas, como estándares para garantizar el funcionamiento de un proceso o del sistema productivo en su conjunto. Al respecto, se determinan los siguientes riesgos:

- Bajo nivel de capital de trabajo
- Contaminación de aguas
- Inundaciones
- Difícil acceso al mercado financiero formal

1.7 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO

Una vez realizado el diagnóstico situacional, considerando las opiniones de consumidores del producto y los resultados de la matriz AOR se identificó el problema diagnóstico:

- Que la comunidad de San Francisco presenta ecosistemas hídricos específicamente el río Cachaco como una fuente natural para la implementación de proyectos piscícolas, que no han sido aprovechados específicamente para la implementación de piscinas de cultivo de la trucha arco iris.
- No se han aprovechado las potencialidades que tiene la comunidad por la presencia de los recursos ictiológicos del río Cachaco, tales como la especie de trucha arco iris que son adaptadas y favorables

para su cultivo y comercialización, por lo que no existe una actividad semi industrial e industrial para su aprovechamiento.

- La crianza de truchas no está considerada como una oportunidad económica en la comunidad de San Francisco, si se considera que la variedad de trucha arco iris ofrece facilidad de adaptación y un rápido crecimiento, lo que permite obtener truchas de buen tamaño y peso.

Por lo tanto el proyecto de creación de una empresa de producción y comercialización de trucha demuestra una factibilidad técnica, sustentado en la argumentación del problema diagnóstico.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CIENTÍFICA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.2 SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE TRUCHAS ARCOÍRIS EN EL ECUADOR

La producción o cultivo de truchas arcoíris, en el Ecuador es la más empleada con fines piscícolas en aguas frías de recursos hídricos superficiales como ríos esteros lagunas en la sierra principalmente. En Ecuador a partir del año 1930 se introdujo huevos, embriones de trucha, cuyos alevines hicieron para poblar los sistemas fluviales de la región interandina. El cultivo de truchas en el Ecuador ha sido una herramienta socioeconómica que fortalece el aprovechamiento de los ecosistemas hídricos y coadyuva a la economía del sector rural en la creación de fuentes de empleo, siendo un instrumento en el sistema económico, social, y cultural, que ha permitido ascender y mejorar el nivel de vida de poblaciones de los estratos bajos, del sector especialmente rural, bajo la implementación de unidades de producción piscícola.

El cultivo de truchas arcoíris surge como una alternativa válida y eficaz para el mercado extranjero y nacional. Según el Banco Central del Ecuador las exportaciones de trucha arcoíris en el año 2011 fueron de 46084 TM al Japón, 22324 TM se exportaron a Estados Unidos de Norte América,).

2.1.3 MARCO LEGAL DE LA PRODUCCIÓN DE TRUCHAS EN ECUADOR

Es importante mencionar el marco legal sobre las que se encuentran definidas las unidades de producción piscícola de truchas, por lo que

consideran normas y reglamentos de manera concreta y general sobre todo en aspectos de inocuidad y seguridad alimentaria que está controlada por el Ministerio de Salud Pública como política de Estado así como respecto a los requerimientos de requisitos ambientales que exige el Ministerio del Ambiente para otorgar la licencia ambiental respectiva y que se encuentra tipificado e las TULAS.

La producción de truchas crece más rápidamente según la FAO 2011 por el uso de utilizar buenas prácticas para su cultivo en concordancia con la menos afectación al medio ambiente por lo que se deberá actuar con planes programas, proyectos basados en especies nativas como es la trucha arcoíris.

Las normativas para su cultivo regulan tanto para la producción de alevines como el engorde. Las leyes que regulan la actividad son las que tiene como regulador y contralor al MAGAP a través de la subsecretaria de Acuicultura Ley de código de aguas, Régimen de Control de Calidad y Protección de Recursos Hídricos.

2.1.4 DEFINICIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

Buenas Prácticas piscícola son confeccionadas sobre la base de la producción de truchas arcoíris en sistema de piscinas de engorde y se aplica al cultivo de esta especie como producto para el consumo humano considerando las características fisiológicas anatómicas del pez las y los sistemas de cultivo Las Buenas Prácticas son una guía técnica de procesos, procedimientos, actividades para los productores como para los organismos de control y regulación de la actividad acuícola y sanitaria tomando conceptos básicos enunciados por la FAO(Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), la OMS (Organización Mundial de la Salud), y la USEPA (UnitedStatesEnvironmentalProtection Agency)

Las Buenas Prácticas propone la evolución de conceptos de inocuidad y calidad alimentaria salud , bienestar animal y sustentabilidad y sostenibilidad ambiental En este sentido la interacción de los organismos de gestión y control sobre el sector productivo acuícola con los propios productores juega un papel fundamental En este punto es importante aclarar el significado del concepto de Buenas Prácticas ya que este es utilizado en múltiples actividades .En sentido amplio las Buenas Prácticas constituyen no solo el plan de organización sino también las acciones que se llevan a cabo en un proceso determinado que finaliza con la producción de un producto de calidad considerada óptima. Este proceso de producción debe ser necesariamente dinámico y fundamentalmente mejorable, de manera que debe contar con sistemas de registro, monitoreo, y evaluación de resultados de manera que es importante documentar cada paso para dar garantía del proceso realizado

En síntesis las Buenas Prácticas son una herramienta básica para la obtención de productos seguros tanto para el consumo o para el medio ambiente y hacen su eje fundamental en la higiene y la forma de manipulación.

Los protocolos establecidos del cultivo de la trucha arcoíris para cada etapa es la siguiente:

- Los parámetros físicos- químicos del agua deben medirse y registrarse de acuerdo a los protocolos de la empresa
- El alimento será suministrado aplicando los procedimientos establecidos por el responsable técnico ,para cubrir los requerimientos nutricionales de los peces
- Los muestreos de los individuos deben realizarse en tiempo y forma de tal manera que se obtenga productos de calidad en términos de seguridad alimentaria.
- Se deberá determinar la calidad del agua, mediante la implementación de programas de monitoreo y mecanismos de control de la misma.

- Implementación de programas de manejo y control de los alimentos y fármacos utilizados en el cultivo de la trucha.
- Organización de todos los procesos basándose en los principios de: análisis de peligros y control de puntos críticos (haccp).(FAO , 2011)

2.1.5 PERSONALIDAD JURÍDICA DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE TRUCHAS

Según Dávalos, Córdova. (2008), define: “Se llama persona jurídica a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente”. (p. 215)

Según la Ley Orgánica de Economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario, (2011). Establece: “Es personería jurídica únicamente a las organizaciones que realizan actividades económicas con el público en general, que cumplan con un monto mínimo de capital económico y los demás requisitos que establezca el reglamento y las normas de la operatividad legal del campo de acción específica”. (p. 241)

Persona jurídica tiene lugar por la capacidad que se le otorga a una colectividad de tener un papel protagónico y activo en el sistema jurídico

Las personas jurídicas se clasifican en:

a. Personas Jurídicas De Derecho Público.

Las personas jurídicas de derecho público son las que proceden directamente del Estado y que gozan de derecho de potestad pública y establecen relaciones de subordinación, y tienen por fin la prestación de los servicios públicos y la realización, en el más actual derecho, de ciertas actividades de carácter comercial.

b. Personas Jurídicas de Derecho Privado.

Las personas Jurídicas de Derecho Privado son las que tienen origen en la iniciativa y actividad de las particulares (iniciativa privada) con las finalidades más o menos amplias de conformidad con lo que al respecto señale la ley.

Requisitos de constitución

Para constituir una unidad de cultivo piscícola se requiere contar con requisitos establecidos en el Reglamento de la ley de creación de empresas o microempresas

- Certificación de funcionamiento., concedido por el Cuerpo de Bomberos y la patente municipal
- Integrar todos los requisitos exigidos por el Ministerio del Ambiente
- Lista de socios fundadores o documentación que acredite su existencia jurídica.
- Hoja de vida de los fundadores.
- Copia certificada del acta de la asamblea constitutiva.
- Estudio de factibilidad económico financiero de la cooperativa a constituirse.
- Certificado de integración de capital social.
- Dos ejemplares certificados del proyecto de estatuto aprobado en la asamblea de fundadores.

2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.2.1 FINALIDAD DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según Friend, G., &Zehle, S. (2010), establece que:

“El estudio de factibilidad tiene como finalidad: Proyectar los costos y beneficios sobre la base de los criterios cuantitativos, sirviéndose de información primaria y secundaria (elaborada por terceros, como por ejemplo, tasa de crecimiento de la población revelada por el Instituto Nacional de Estadísticas)”. (p.89)

El estudio de factibilidad identificará el mercado, sus perspectivas, de crecimiento, los clientes objetivos y los principales competidores. Deberá basarse en un conjunto de estimaciones creíbles, y deberá identificar aquellas estimaciones a los que la rentabilidad del negocio es más sensible. Deberá asimismo identificar los riesgos que enfrentan el negocio, los potenciales inconvenientes y las acciones que se tomarán con el fin de atenuar los riesgos.

2.2.2 CONTENIDO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

- Diagnostico situacional
- Estudio de mercado
- Estudio técnico e ingeniería
- Evaluación económica – Financiera
- Evaluación de Impactos ambientales

2.2.3 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.2.3.1 ANÁLISIS EXTERNO

Estudia los llamados factores estratégicos del entorno tanto general (macroentorno) como específico (microentorno) y la evolución futura previsible de estos a fin de determinar las posibles amenazas y oportunidades para la Organización.

- Análisis del Macroambiente:** Pretende identificar aquellos aspectos del entorno global que dan lugar a que se generen cambios importantes en el ambiente organizacional. Es recomendable que se aborde mediante la ejecución de métodos como el PEST y Análisis de Otras Variables.
- Análisis del Microambiente:** Consiste en identificar aquellos factores preponderantes que están vinculados específicamente con el sector en el que la organización se desenvuelve.

2.2.3.2 ANÁLISIS INTERNO

Trata de identificar y valorar la estrategia actual y la posición de la empresa frente a la competencia, así como evaluar los recursos y habilidades de la empresa a fin de conocer cuáles son los puntos fuertes (FORTALEZAS) así como los puntos débiles (DEBILIDADES).

2.2.4 ESTUDIO DE MERCADO

Según Germán Arboleda Vélez, (2004), define “Es probar que existe un número suficiente de personas, empresas u otra entidades económicas que, dadas ciertas condiciones presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción”. (p.85)

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados de la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado y a la vez análisis de la información relevante sobre los elementos esenciales que caracterizan un mercado, ya sea competidores, oferta, demanda, así como los factores externos que influyen en el mismo.

2.2.4.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Describir el producto que va a ser objeto de investigación con atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien un servicio, un lugar, una persona o una idea.

2.2.4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Según Gary, Flor (2007). Define “Guía para crear y desarrollar su propia empresa”. Quito : Ecuador F.B.T. “La oferta es la interacción en el mercado de unidades económicas, o empresas que ofertan un producto o un servicio, son las fuerzas que tienen las empresas para posicionarse sus productos o servicios”. (p.78)

La oferta es una actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta. La oferta de un bien o servicio y su demanda en el mercado, tiende automáticamente a regular los precios en relación inversa de la oferta y en razón directa a la demanda; es decir, a mayores ofertas los precios bajan y a menores oferta los mismos suben en los mercados de libre competencia.

2.2.4.2ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Gary, Flor (2007). "Es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad". (p.79)

La demanda son consumidores existentes o potenciales en un mercado concreto y en un período determinado. La demanda y el mercado están estrechamente vinculados, pero influenciados estrechamente por las políticas gubernamentales vigentes.

Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque quedaste conforme y a la vez accedisteis al producto)

Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos comprado una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente nos hemos sentido estafados (bueno esta es una demanda insatisfecha)

2.2.4.3PRECIO

Según Germán, Arboleda, (2004). Considera que "Es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos". (p.175)

El precio es el resultado de los costos que incurre la empresa para generar un producto, servicio y/o bien, más el margen de utilidad que tiene como política de rentabilidad. La palabra precio no debe ser establecida en forma aislada.

2.2.4.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Según Germán, Arboleda, (2004). Interpreta "El mercado es analógicamente un pastel, que puede dividirse en pedazos para ser repartidos a varias personas. En este caso el mercado puede dividirse en muchos segmentos (pedazos) para varios productos o empresas". (p.96)

En esta sección se identificará a qué tipo de cliente va dirigido el proyecto/servicio; indica las características de los clientes y donde se encuentran ubicados. En adición indicar si el producto o servicio puede ser un insumo para la industria nacional o si se lo podría exportar. De ser el último caso explicar detenidamente.

2.2.4.5 MERCADO META

Según Klottler, Armstrong. (2007). Describe: "Las características del cliente objetivo: cuáles son sus hábitos de consumo, cuales es su estilo de vida, cuáles son sus preferencias". (p.207)

Indicar el mercado al que se dirige y señalar las tasas de crecimiento del mismo para este año. Describir porque considera que el mercado crecerá en este año.

2.2.4.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

2.2.4.6 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien servicio al consumidor con los beneficios del tiempo y lugar, es decir, colocar el producto en un sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que la espera con la compra.

2.2.5 ESTUDIO TÉCNICO

Según Germán Arboleda Vélez, (2004), subscribe: “El estudio técnico supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del proyecto y las restricciones de orden financiero”. (p.208)

El estudio de factibilidad de un proyecto mediante la cual se determina el tamaño de la empresa, sus factores de localización macro y micro. Aquí se deberá determinar la ubicación más óptima que deberá tener el proyecto para lo cual se deberá analizar los factores de localización.

2.2.5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto y la demanda:

En relación al tamaño y el mercado se obtiene del análisis del estudio de mercado, donde se analizan los pronósticos de demanda, la demanda del proyecto en función al porcentaje del consumo aparente nacional indicando el volumen que señala el límite máximo para la planta.

El tamaño del proyecto y la tecnología:

La tecnología se define como el conjunto de elementos que incluye el proceso, la maquinaria, los equipos y métodos a usar, así mismo el tamaño está en función al mercado de maquinarias y equipos, porque el número de unidades que pretende producir el proyecto depende de la disponibilidad y existencias de activos de capital.

El Tamaño y la Inversión:

Está dado por la disponibilidad de recursos de inversión con los que se podrían contar para invertir en el presente proyecto, determinado por lo general por el costo de la maquinaria y equipo e instalación.

El Tamaño y Recursos Productivos:

Esta dada por la disponibilidad de los recursos necesarios para la producción de los productos a elaborar. De no contar con los recursos

necesarios, no se podría cubrir la demanda del proyecto. Dentro de los recursos mencionados están comprendidos la materia prima, los insumos, mano de obra calificada y no calificada, la energía eléctrica y el agua. Por ello es importante realizar un estudio de la disponibilidad de estos, proyectándolos a futuro.

Capacidad instalada

La capacidad está representada por el óptimo nivel de producción que lo determinará los diferentes componentes de un estudio de viabilidad como la tecnología y equipos a implementar, la inversión a realizar, el rendimiento a obtener las ventas realizadas, la penetración de mercado y la aceptación del producto en el mercado.

2.2.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

2.2.6.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

Según Juan José, Miranda (2006), "Constituye la región del medio nacional que ha sido escogida para montar la empresa".(p.67)

Son los factores más relevantes del proyecto como: Servicios básicos, carreteras, otros servicios como: bomberos policías; así como la cercanía a materias primas que va utilizar el proyecto la presencia de mano de obra directa.

2.2.6.1 MICROLOCALIZACIÓN

Según Juan José, Miranda (2006), "La micro localización considera los factores de localización más específicos donde va a ser implementados los proyectos como terrenos su topografía y característica, su precio, la disponibilidad de mano de obra para el proyecto". (p.208)

Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso, tomando en cuenta que la empresa debe ubicarse en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización.

2.2.7 INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.2.7.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- **Características diferenciadoras:** Describir ¿Qué innovaciones presenta el producto o servicio respecto al de la competencia?, ¿Qué aspectos lo diferencian?, ¿Cuáles son sus puntos fuertes: cualidades técnicas, tecnológicas, grado de innovación?, ¿Qué ventajas tiene el consumo del producto o servicio para el cliente respecto al de la competencia?
- **Valor para el cliente:** Las necesidades son estados de carencia física o mental: es decir, las necesidades son aquellas situaciones en las que el ser humano siente la falta o privación de algo.
- **Grado de innovación:** Explicar si el proyecto implica algún grado de innovación y de ser así señalar porque un consumidor compraría el producto o servicio. En esta sección es de suma importancia que detalles específicamente que características va hacer el producto o el servicio innovador. La innovación se puede dar debido a la idea en sí que es totalmente nueva, modo de empleo, empaque, diseño, modo de uso, materiales de producción, cadena de valor, entre otros.

2.2.7.2 PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Describir o esquematizar (flujograma) las diferentes actividades que se deberán realizar para obtener el producto del proyecto planteado, estableciendo su conexión durante todo el flujo de producción.

2.2.7.3 INVERSIONES

Según MIRANDA Juan José, (2006): “Los resultados obtenidos con respecto al comportamiento del mercado del producto, a la técnica empleada y a la organización, proveen la información pertinente para la determinación de las inversiones del proyecto. Se trata de organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa”. (p.176)

En realidad determinar a cuánto asciende la inversión para llevar a cabo el proyecto es un punto esencial, porque de ahí se parte a ciencia cierta y exacta del capital propio con el que se cuenta y a cuánto asciende el monto para solicitar el crédito necesario.

2.2.7.4 FINANCIAMIENTO

En lo que respecta al financiamiento para poner en marcha una empresa es necesario determinar las fuentes de financiamiento que pueden ser de:

- Capital individual
- Capital corporativo (accionistas)
- Capital propio
- Capital financiado por bancos u otras instituciones

2.2.7.5 TALENTO HUMANO

El talento humano se constituye en un pilar fundamental de la empresa, puesto que de los administradores de ésta, depende que se optimicen las capacidades y talentos individuales de todos y cada uno de los trabajadores de una empresa, para lo cual, es necesario contar con un orgánico funcional que tenga como objetivo primordial lograr que el desempeño de las labores sean eficientes y eficaces para de esta manera alcanzar la rentabilidad deseada.

2.2.7.6 PROCESOS

Según AMAT, Carlos (2005). Se define como “un Conjunto de recursos y actividades interrelacionados que transforman elementos de entrada en elementos de salida. Los recursos pueden incluir personal, finanzas, instalaciones, equipos, técnicas y métodos”. (p.94)

Proceso es cualquier actividad o grupo de actividades que emplea insumos, les agrega valor y suministra un producto o servicio a un cliente interno o externo. En otras palabras, “por proceso queremos decir sencillamente una serie de actividades que, tomada conjuntamente, producen un resultado valioso para el cliente”

2.2.7.7 DIAGRAMA DE FLUJO

Según AMAT, Carlos (2005). "Los diagramas de flujo se definen como la representación gráfica de los puntos en que los materiales entran en proceso y de la forma como se suceden las diferentes acciones". (p.102)

Es decir, Los diagramas de flujo representan en forma gráfica las actividades que conforman un proceso. Se utilizan para diseñar procesos de producción de servicios o de productos y permiten establecer un control técnico y un aprovechamiento óptimo de los recursos económicos, tecnológicos financieros de una organización. Sirven para disciplinar nuestra manera de pensar. Muestran claramente las actividades o áreas en las cuales se podrían producir cuellos de botella o improductividades.

2.2.8 EVALUACIÓN ECONÓMICA

2.2.8.1 INGRESOS

Según MIRANDA JUAN José, 2006G, "En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez". (p. 191)

No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados.

2.2.8.2 EGRESOS

Según Juan Miranda José, (2006). denomina "Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias". (p. 208)

Consecuentemente los egresos en una empresa se reflejan en la salida de dinero para poder solventar los gastos que se efectúen en una empresa.

2.2.8.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Según (SARMIENTOS, 2003), "Son los desembolsos causados por el proceso de fabricación de un producto, o por la prestación de un servicio". (p. 191)

Son los costos específicos de la provisión de un producto o servicio. Los costos de estos ítems se identifican específicamente como componente del producto terminado.

2.2.8.4 GASTOS

Según (SARMIENTOS, 2003, pág. 12), "Son los desembolsos causados por la administración de la empresa". (p. 274)

Se relacionan con las funciones de distribución, administración y financiamiento de la empresa:

- Gastos Administrativos
- Gastos Generales Ventas
- Gastos Financieros
- Depreciación – Amortización
- Gastos De Operación Y Financiación

2.2.8.5 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el total de los rubros a corto plazo que cubre el inventario más las cuentas a cobrar menos las cuentas a pagar. Este es el dinero comprometido en una compañía que será liberado al vender el inventario, cobrar las cuentas a cobrar y liquidez las cuentas a pagar.

2.2.8.6 Estado de Pérdidas y Ganancias

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2000): "El Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado". (p. 289)

El estado de ganancias y pérdidas ofrece un resumen de los ingresos obtenidos y los costos en los que se incurrió en un periodo determinado que en general es un mes o un año. El estado comienza con las

operaciones, cubre los ingresos y los costos directos en los que incurrió para obtener los ingresos.

2.2.8.7 FLUJO NETO DE EFECTIVO

Friend G. Zehle. (2010). "Es la diferencia entre los Ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de Inversión con la técnica de "Valor Presente". (p.114)

Al tratar el Flujo Neto Efectivo significa considerar en cuenta el Valor del Dinero en Función del Tiempo, al retrotraer mediante la tasa de Interés (tasa de intercambio intertemporal del Dinero) los flujos netos de Dinero a la fecha de inicio del proyecto.

2.2.8.8 FLUJO DE CAJA

El estado de flujo de caja resume el efectivo recibido y pagado durante un periodo que, como en el caso del estado de resultados, generalmente es de un mes o año. Debido a que muchos de los rubros del estado de resultados se pagan en efectivo, el estado de flujo de caja se podría repetir la misma información.

2.2.8.9 BALANCE PROYECTADO

El balance ofrece un resumen de los negocios e incluye los activos en propiedad, los pasivos adecuados y el dinero aportado por los inversores en un momento determinado, en general a fin de mes o a fin de año

2.2.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

2.2.9.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según ZVI Bodie (2004), Expresa: "Es el valor presente neto es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo futuros menos el valor presente de todos los flujos negativos de efectivo actuales y futuros. Aceptar cualquier proyecto con un valor presente de flujos de efectivo futuros que excedan la inversión inicial." (p.89)

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados

por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto.

2.2.9.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según Lawrence. (2003).. manifiesta: La tasa interna de rendimiento (TIR) también se la conoce como la tasa interna de retorno, y se la define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial en un proyecto. En otras palabras, la TIR es la tasa de descuento que hace que el VPN de una oportunidad de inversión sea igual a cero (debido a que el valor presente de los flujos de efectivo es igual a la inversión inicial)". (p.176)

Este método nos permite medir el retorno en valores relativos o porcentajes sobre la inversión, tasa de descuento que iguala a cero los flujos netos de fondos en términos de valor presente. La TIR verifica que lo comprometido en el proyecto se vea compensado por lo que se espera de su ejecución y desarrollo. Por tanto se aceptará el proyecto cuando la TIR sea mayor al costo de los recursos (costo de oportunidad), y se desechará cuando sea inferior.

2.2.9.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Tiempo que toma los recibos de efectivo de un proyecto para recuperar los pagos en efectivo. Normalmente se expresa en años.

2.2.9.4 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Este coeficiente es equivalente a la suma de los flujos netos de operación dividida por la inversión total del proyecto, ambas cifras descontadas por una misma tasa de descuento (que puede ser el costo del capital o de oportunidad. Bajo este método todo proyecto cuyo C.B.C, es > 1 deberá ser aceptado. Aquí se utiliza la misma tasa de descuento, y la diferencia con el VAN es que el coeficiente del C.B.C. es una razón entre los flujos y no un valor absoluto.

2.2.10LA EMPRESA

En el artículo publicado por (ABC Pedia, 2008) se define que “Es una organización económica que se dedica al intercambio comercial de bienes o servicios”. (p.01)

Empresa es toda organización, institución, o industria, dedicada a actividades de fines económicos o comerciales.

2.2.10.1MISIÓN.

Recoge de forma sintetizada los objetivos de orden superior. Traduce la abstracción de la filosofía incluida en el propósito en un proyecto tangible y activador que hace avanzar a la organización y centra sus esfuerzos.

2.2.10.2VISIÓN.

Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, organización o institución sea de servicio público o privado; el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.

2.2.10.2POLÍTICAS

Estas Políticas persiguen alcanzar los Objetivos Básicos asumiendo los contenidos formulados en la Misión a través de la aplicación de las líneas directrices de la gestión estratégica y constituyen nuestra respuesta al reto competitivo del futuro.

2.2.10.3VALORES

Constituyen el núcleo de toda cultura empresarial ya que aportan un sentido de dirección común a todas las personas que componen la empresa y unas líneas directrices a su labor diaria.

2.2.10.4ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El diseño organizacional es el proceso en el cual los directivos de la empresa tomaran decisiones para elegir la estructura organizacional

adecuada para la estrategia de la organización y el entorno en el cual los miembros de la organización ponen en práctica dicha estrategia.

2.2.10.5 ORGÁNICO FUNCIONAL

Es un documento de mayor detalle que el anterior, donde está definida la misión, base legal, la descripción detallada de las funciones, tareas, responsabilidades, nivel de autoridad, relaciones y composición de cada unidad, generalmente contiene graficas de organización y funciones.

2.2.11 IMPACTOS DEL PROYECTO

Según (LAGO Pérez, 2004), "Se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales, sociales y económicas o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativa o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración."

Describir que impactos ambientales provocaran las actividades de operación propias de la empresa y qué medidas tiene previstas para mitigar estos impactos. Además es importante que considere y describa que impactos ambientales se genera por resultados del consumo de los productos.

IMPACTOS POSITIVOS

- Impacto Empresarial
- Impacto Económico
- Impacto Cultural
- Impacto comercial
- Impacto Educativo

IMPACTOS NEGATIVOS

Impactos Ambientales

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

La Trucha arco iris es de color verde azulado oscuro en el dorso con tinte más claro en los flancos, tiene reflejos de aspecto cobrizo y el vientre blanco, su peso comercial es de 200 a 250 gramos.

Gráfico N° 1:Truchas fileteadas



Elaborado por: El Autor

La trucha arco iris es un producto apetecido en el arte culinario, gastronómico, a nivel internacional, nacional y local, por sus excelentes condiciones nutricionales ya que en su contenido no dispone de grasa y está compuesto por un 20.9% de proteína, lo que le hace un producto de alta demanda.

3.1.1 PRESENTACIONES

Las presentaciones disponibles en el mercado son

➤ **Fresco-refrigerado:**

Gráfico N° 2: Truchas Refrigeradas



Elaborado por: El Autor

- Eviscerado, de un peso entre los 180 a 250 grs., envoltura plástica en cajas de 2.5 Kg
- Deshuesado en corte mariposa con un peso de 250 grs. Por pieza, en caja de 2.5 Kg.
- Filetes individuales, en peso que varía entre los 180 a 250 Grs., en caja de 2.5 Kg.

➤ **Congelado:**

Gráfico N° 3: Trucha Congelada



Elaborado por: El Autor

- Entero eviscerado, de un peso entre los 180 a 250 grs., envoltura plástica en cajas de 2.5 Kg
- Deshuesado en corte mariposa con un peso de 250 grs. Por pieza, en caja de 2.5 Kg.
- Filetes individuales, en peso que varía entre los 180 a 250 Grs., en caja de 2.5 Kg.

3.2 EL MERCADO

La trucha arco iris por sus características organolépticas de textura sabor potencialidades nutricionales y la facilidad para su preparación tiene una alta probabilidad de mercado externo e interno Según el Banco Central del Ecuador actualmente se exporta alrededor de 21548 kilogramos a los Estados Unidos , Se comercializa en el país alrededor de 982,3 toneladas que representa 956.269,05 kilogramos de trucha arcoíris en sus diferentes presentaciones fresco refrigerado, congelado, condimentadas En el mercado interno la trucha arcoíris se comercializa en los siguientes segmentos de mercado

- Supermercados el 70,10%

- Hoteles en general 23,43%
- Restaurantes y punto de venta de comidas en general 6,47%

Este comportamiento de mercado a nivel del cantón Ibarra y del cantón Urcuquí tiene marcada diferencia a nivel del segmento de mercado de restaurante y puntos de venta de comidas , por los pequeños locales de venta de pescado localizados en el sector de la laguna de Yahuarcocha que son alrededor 98 puestos que ofertan pescado frito u horneado y 10 locales ubicados en el sector de Chachimbiro , que tienen demanda de truchas arcoíris siendo este segmento de mercado potencial el mercado meta del proyecto en primera instancia para lo cual se aplicó un estudio de mercado

3.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un Estudio de Mercado, con la finalidad de efectuar una evaluación de la situación actual y el potencial mercado interno específicamente de los locales de expendio localizados en los alrededores de la laguna de Yahuarcocha y Chachimbiro del cantón Ibarra, y Urcuquí respectivamente, identificando la oferta, la demanda sus proyecciones, precio, segmentación del mercado, mercado meta y proponer estrategias de mercado, para el proyecto.

3.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la oferta de la trucha arco iris en el mercado meta del proyecto.
- Establecer la demanda de trucha arco iris en el mercado meta del proyecto.
- Identificar los indicadores de marketing mix que deberá tener la empresa.

MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

Cuadro N° 3: Matriz de Variables de Mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Determinar la oferta de la trucha arco iris en el mercado meta del proyecto.	Oferta	Cantidad de trucha	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Tasa de crecimiento	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Presentación de la trucha	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Nivel de satisfacción	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
Establecer la demanda de trucha arco iris en el mercado meta del proyecto.	Demanda	Demanda de clientes	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Preferencia	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Volumen de trucha	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Probabilidad de adquisición	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
Identificar los indicadores de marketing mix que deberá tener la empresa.	Marketing mix	Preferencias de trucha condimentada	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Mejora de procesos	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Precio de la trucha	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro
		Tipo de publicidad	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro

Fuente: investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para realizar el estudio de mercado se estableció que es fundamental tener la apreciación de los propietarios de los 98 locales que comercializan pescado frito y al horno en el sector de Yahuarcocha y los 10 puestos de comida de la zona de Chachimbiro, lo que significa 108 locales de expendio de este producto .

3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{(e)^2(N - 1) + z^2 \delta^2}$$

Donde:

n= número de encuestas a levantar.

N= población a investigar.

Z= nivel de confianza, sugerencia trabajar al 95% (1,96).

δ^2 = Varianza

e= error, se sugiere 5%, error y confianza deben cuadrar

(N-1)= correcciones para mayores de treinta

Muestra= n/N % distribución de frecuencia M=n/N

$$n \equiv \frac{1.96^2 \times 0.5^2 \times 108}{0.05^2(108-1) + 1.96^2 \times 0.5^2}$$

n = 84.47 ≈ 84 locales comerciales de trucha

3.6 TABULACIONES Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.6.1 ENCUESTA APLICADA A LOS PROPIETARIOS DE LOS LOCALES DE VENTA DE PESCADO DE YAHUARCOCHA Y CHACHIMBIRO

Se aplicó 84 encuestas a los propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro, para lo cual se utilizó un instrumento de recolección de datos que se estructuró con 13 preguntas (anexo 2), basándose en la matriz de variables de mercado, con la finalidad de obtener información referente a la oferta, demanda y marketing mix, para la sustentación del proyecto desde el punto de vista de mercado.

Indicador: Cantidad de trucha

1. ¿Qué cantidad de trucha arco iris le ofertan generalmente en forma mensual?

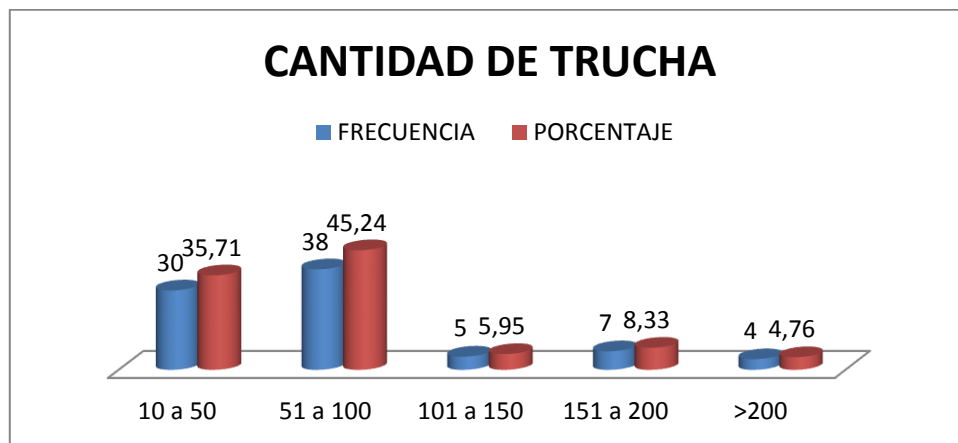
Cuadro N° 4: Cantidad de Trucha

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 a 50	30	35,71
51 a 100	38	45,24
101 a 150	5	5,95
151 a 200	7	8,33
>200	4	4,76
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 4: Cantidad de Trucha



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La cantidad de trucha arco iris que generalmente les ofertan a los locales de venta de pescado, la mayoría de los encuestados sostienen que se encuentra entre un rango de 51 a 100 truchas mensuales, otra parte de ellos manifiestan que de 10 a 50 truchas.

Indicador: Tasa de crecimiento

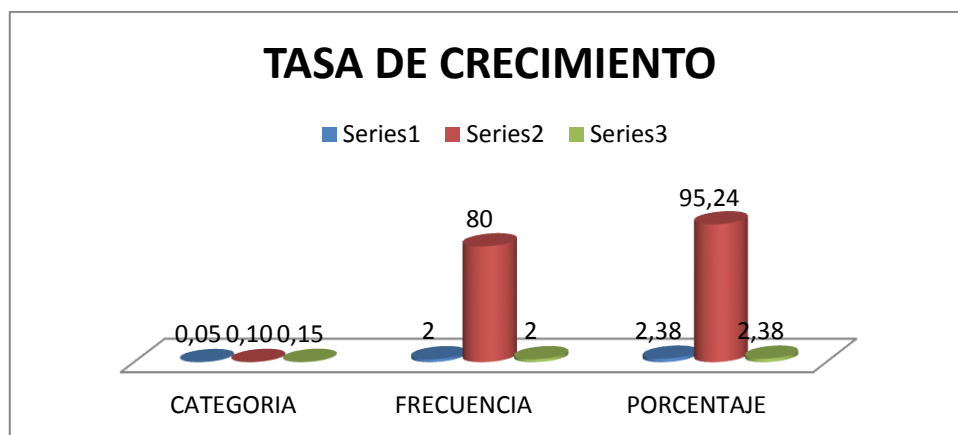
2. ¿Cuál considera usted que es la tasa de crecimiento promedio en el periodo 2008 – 2012 de la oferta de trucha arco iris?

Cuadro Nº 5: Tasa de Crecimiento

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,05	2	2,38
0,10	80	95,24
0,15	2	2,38
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nº 5: Tasa de Crecimiento



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

En relación a la tasa de crecimiento promedio de la oferta, la mayoría de los encuestados sostienen que es del 10% en el periodo 2008 – 2012. Indicador que será considerado para la proyección de la oferta.

Indicador: Presentación de la trucha

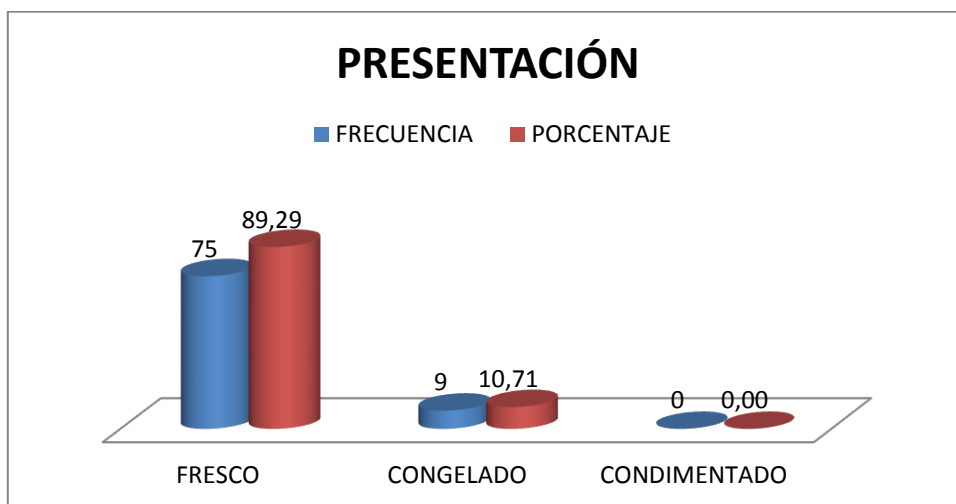
3. La presentación de la trucha es en estado:

Cuadro N° 6: Presentación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FRESCO	75	89,29
CONGELADO	9	10,71
CONDIMENTADO	0	0,00
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 6: Presentación



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

El tipo de presentación de truchas que actualmente reciben los locales de venta de pescado es trucha en estado fresco, otro porcentaje afirman que reciben en estado congelado y ninguna condimentada.

Indicador: Frecuencia de compra

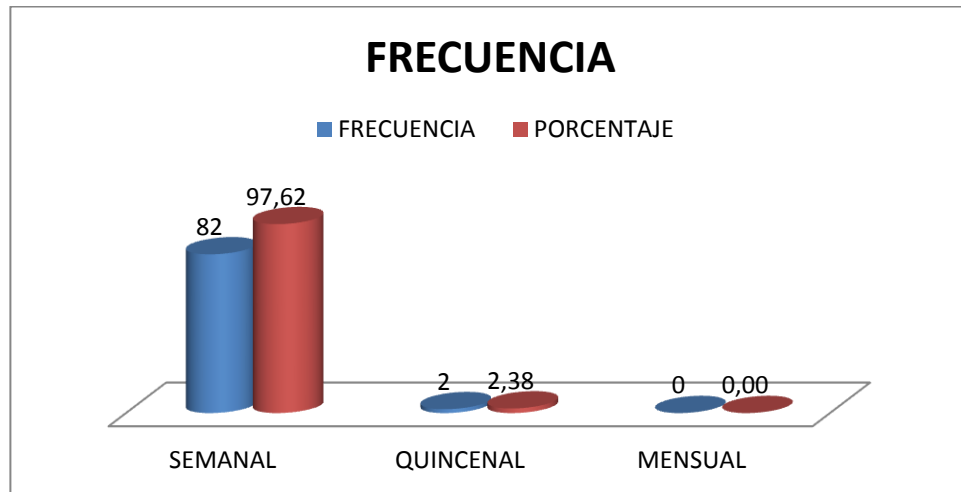
4. ¿Con que frecuencia adquiere la trucha

Cuadro N° 7: Frecuencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANAL	82	97,62
QUINCENAL	2	2,38
MENSUAL	0	0,00
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 7: Frecuencia



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados sostienen que adquieren la trucha de forma semanal, y otra parte de forma quincenal, debida a la demanda de clientes que tienen cada fin de semana.

Indicador: Nivel de satisfacción

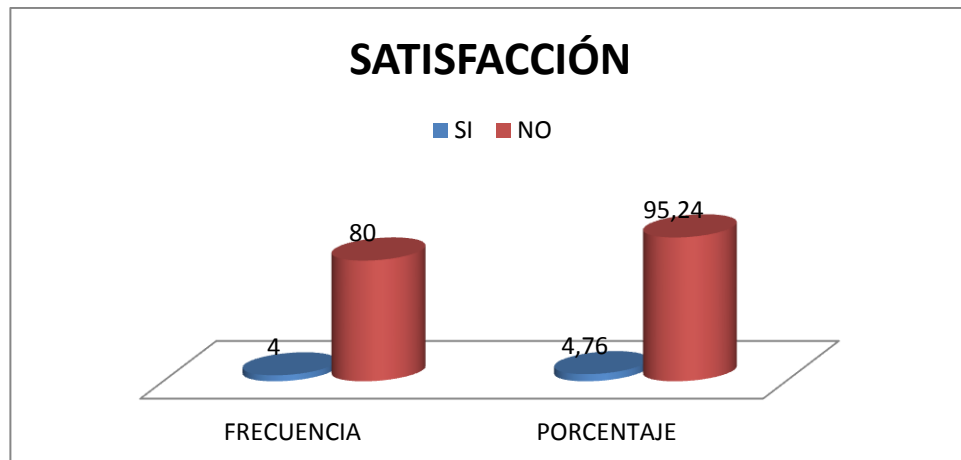
5. ¿Está satisfecho con las truchas actuales que le distribuyen?

Cuadro Nº 8: Satisfacción

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	4,76
NO	80	95,24
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nº 8: Satisfacción



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados no están satisfechos con las truchas que les ofertan actualmente, debido a que ellos tienen preferencia por la trucha arco iris y no por la de color marrón.

Indicador: Demanda de clientes

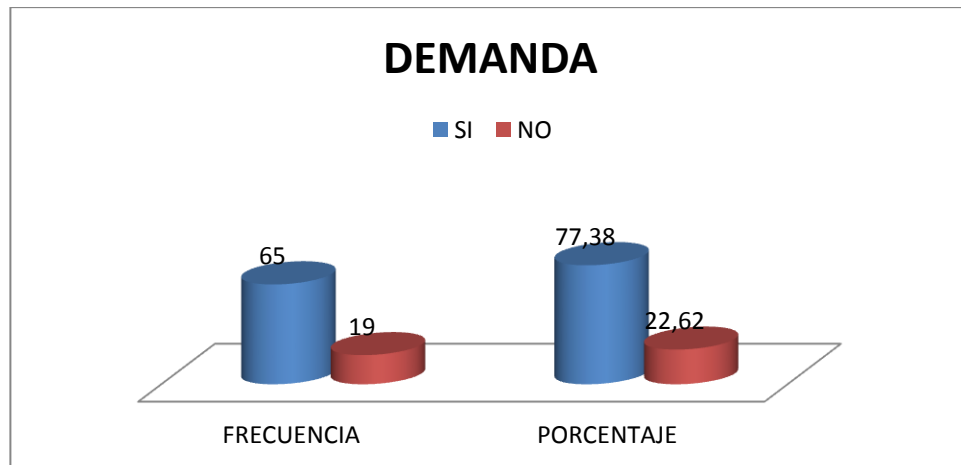
6. ¿Tiene demanda de sus clientes por la trucha arco iris?

Cuadro N° 9: Demanda

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	77,38
NO	19	22,62
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 9: Demanda



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

En relación a la demanda de los clientes que tienen preferencia por la trucha arco iris, la mayoría de los encuestados sostienen que los clientes de sus locales de venta si han solicitado ese tipo de trucha, por la gran cantidad de proteína que esta posee

Indicador: Preferencia

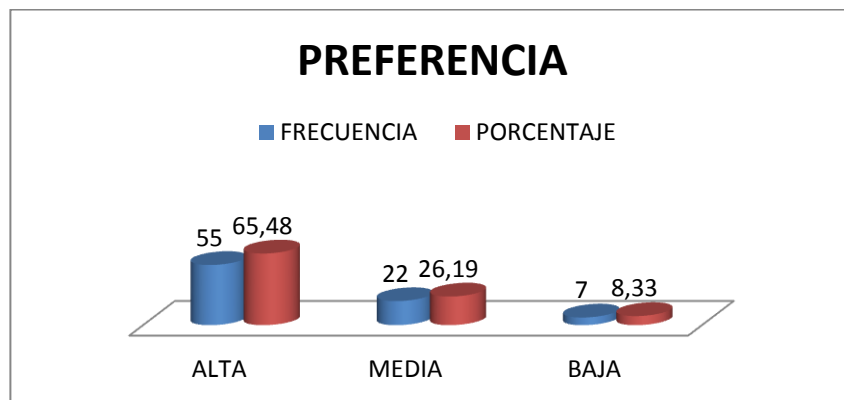
7. ¿Qué tipo de preferencia considera usted que tienen sus clientes por la trucha arco iris

Cuadro N° 10: Preferencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	55	65,48
MEDIA	22	26,19
BAJA	7	8,33
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 10: Preferencia



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

El grado de preferencia por la trucha arco iris es alta por parte de los clientes ya que la solicitan con frecuencia en los locales de venta de pescado en Yahuarcocha y Chachimbiro.

Indicador: Volumen de trucha

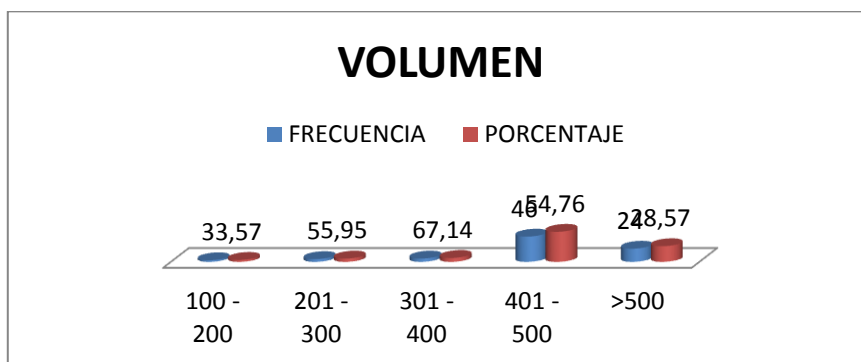
8. ¿Cuál es el volumen de trucha promedio que requiere usted para su local en forma mensual?

Cuadro N° 11: Volumen

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 - 200	3	3,57
201 - 300	5	5,95
301 - 400	6	7,14
401 - 500	46	54,76
>500	24	28,57
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 11: Volumen



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

El volumen de trucha que requieren los locales comerciales para cubrir la demanda que tienen es en el rango de 401 – 500 truchas mensuales y otro porcentaje considerable de encuestados manifiestan que requieren hasta más de 500 truchas mensuales. Lo que se transforma en una oportunidad para la empresa.

Indicador: Probabilidad de adquisición

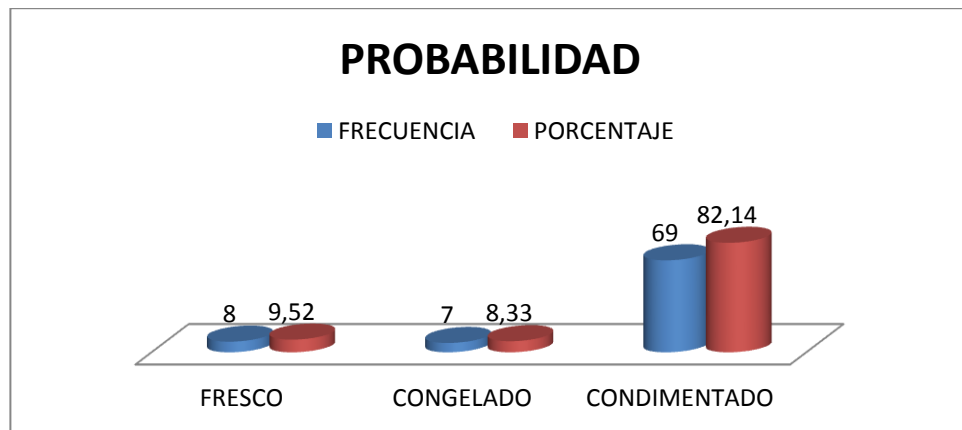
9. ¿Usted tendría preferencias por adquirir la trucha arco iris en estado:

Cuadro Nº 12: Probabilidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FRESCO	8	9,52
CONGELADO	7	8,33
CONDIMENTADO	69	82,14
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nº 12: Probabilidad



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

El estado de comercialización de la trucha que es de preferencia por los propietarios de los locales de venta de pescado es en su mayoría condimentado, ya que se les facilitara el proceso de preparación de la trucha con mayor rapidez.

Indicador: Preferencia de trucha condimentada

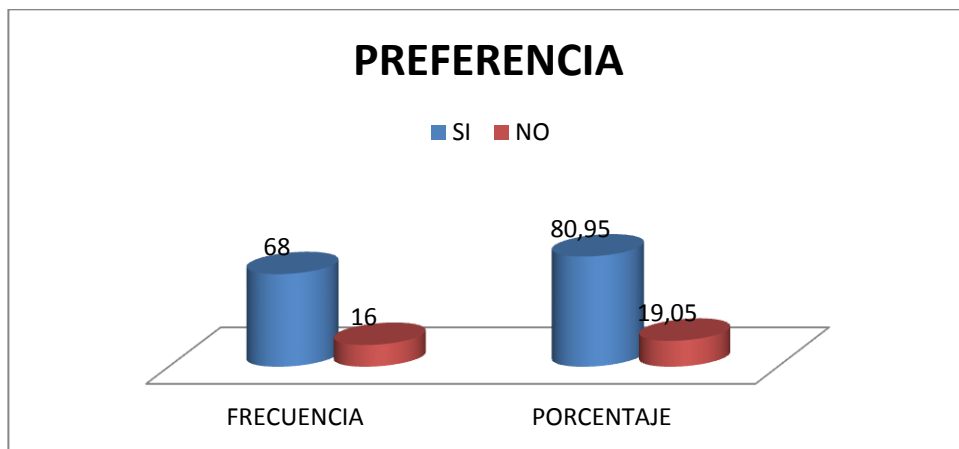
10. ¿La trucha condimentada considera usted que tiene mayor preferencia por sus clientes?

Cuadro N° 13: Preferencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	80,95
NO	16	19,05
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 13: Preferencia



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Respecto a la preferencia que tienen los clientes de los locales de venta de pescado por la trucha condimentada, manifiestan que si es de preferencia ya que el sabor está más concentrado.

Indicador: Mejora de procesos

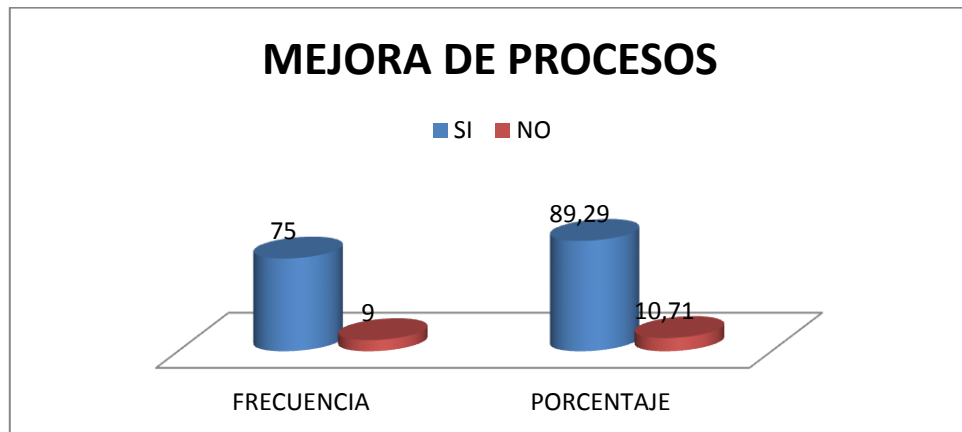
11. ¿La trucha condimentada le mejorará sus procesos para la obtención de la presentación de sus productos?

Cuadro N° 14: Mejora de Procesos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	89,29
NO	9	10,71
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 14: Mejora de Procesos



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La trucha condimentada si mejorara los procesos de presentación de sus productos, ya que estará lista para prepararla, por lo que su servicio mejorara siendo más rápida y eficaz.

Indicador: Precio

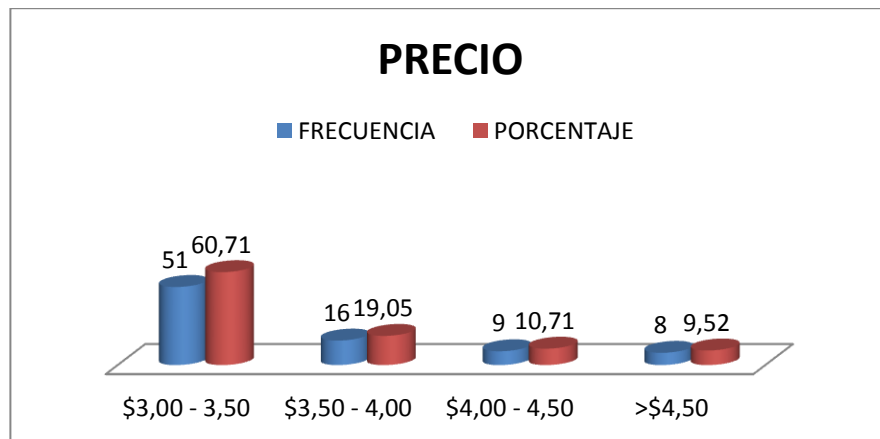
12. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por una kg de trucha arco iris?

Cuadro Nº 15: Precio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$3,00 - 3,50	51	60,71
\$3,50 - 4,00	16	19,05
\$4,00 - 4,50	9	10,71
>\$4,50	8	9,52
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nº 15: Precio



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

En relación al precio que estarían dispuestos a pagar por la trucha arco iris condimentada, la mayoría de los encuestados sostienen que estaría entre \$3.00 a \$3.50, otra porcentaje manifiesta que estarían dispuestos a cancelar \$3.50 \$4.00.

Indicador: Tipo de publicidad

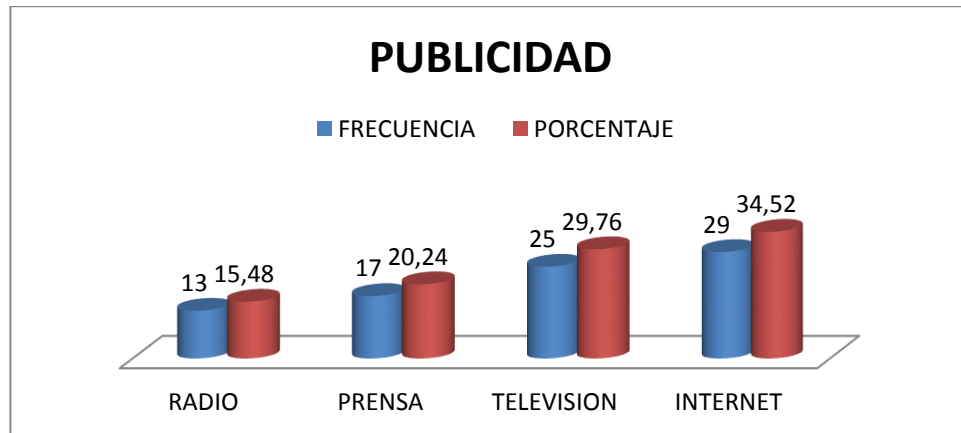
13. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría la empresa de a conocer la trucha arco iris condimentada?

Cuadro Nº 16: Publicidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	13	15,48
PRENSA	17	20,24
TELEVISIÓN	25	29,76
INTERNET	29	34,52
TOTAL	84	100

Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nº 16: Publicidad



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación)
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Respecto al tipo de publicidad que les gustaría a los clientes que se dé a conocer las truchas arco iris condimentadas, la mayoría sostienen que mediante internet, otra parte por televisión, prensa y radio. Sugerencias que

serán tomadas en cuenta en el momento de realizar la publicidad la empresa.

3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo al último censo piscícola de producción de trucha arco iris realizado por el MAGAP (2011), en el país existen 213 criaderos distribuidos en las provincias de Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja, Napo, Pichincha, Sucumbíos, y Tungurahua. Producen un total de 982.3 toneladas al año, representando aproximadamente un rubro de \$2'678.997. La falta de una adecuada tecnología y las bajas producciones no permiten competir en otros mercados. No obstante se conoce por las estadísticas del Banco Central del Ecuador, que una pequeña cantidad es exportada a los Estados Unidos. En la actualidad no se cuenta con información del porcentaje de pérdida de las piscifactorías a causa de enfermedades, ya sean por agentes patógenos como virus y bacterias o por mala calidad del alimento entre otros.

Según el mismo estudio se estima que en la provincia de Imbabura se produce alrededor de 41.400 kilogramos al año que generalmente se comercializa en supermercados del país. Los propietarios de los locales objeto de estudio de mercado sostienen que tienen un déficit en la oferta de la trucha arco iris que no satisface el volumen que requieren estos locales.

3.7.1 OFERTA HISTÓRICA

Al analizar la oferta histórica del volumen expresado en kilogramos que disponen los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro, de acuerdo a la pregunta 1 aplicada a los propietarios de los locales de venta de pescado del sector de Yahuarcocha y Chachimbiro se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro Nº 17: Calculo de la Oferta Histórica

Rangos en número de truchas	Número promedio de truchas	Número de locales	Número de truchas mes	Número de truchas anual
10 – 50	30	30	90	1.080
51 – 100	75	38	2.850	34.200
101 – 150	250	5	1.250	15.000
151 – 200	175	7	1.225	14.700
>200	250	4	1.000	12.000
Total				76.980

Fuente: Locales de venta de pescado

Elaborado por: El Autor

Año: 2012

Cuadro Nº 18: Oferta Histórica

Años	Oferta en número de truchas
2008	52.578
2009	57.836
2010	63.620
2011	69.982
2012	76.980

Fuente: Locales de venta de pescado

Elaborado por: El Autor

Año: 2012

Los resultados de la encuesta aplicada en la pregunta No. 2 se determina que existe una tasa de crecimiento de la oferta de un 10% anual del periodo 2008 – 2012.

3.7.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta del número de truchas que se comercializa en estos dos sectores (Yahuarcocha y Chachimbiro) se utilizó las series históricas

obtenidas en el cuadro anterior y aplicando la tasa de crecimiento promedio anual que es del 10%, por lo tanto la oferta futura es la siguiente:

Para su cálculo se utilizó la formula $M_n = M_o (1 + t)^n$

Dónde:

M_n = Oferta futura

M_o = Oferta actual (año 2012).

n = años proyectados.

t = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica 10%

Cuadro N° 19: Proyección de la Oferta

Años	Proyección de la oferta en número de truchas $M_n = M_o(1+0.10)^n$
2013	84.678
2014	93.146
2015	102.460
2016	112.706
2017	123.977

Fuente: Tasa de la oferta histórica.
Elaborado por: El Autor
Año: 2012

Con el factor de crecimiento del 10% y las tendencias de comercialización que tienen los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro, se establece que la oferta de trucha arco iris tendrá el comportamiento con los valores aproximados calculados.

3.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Las siguientes ilustraciones muestran la competencia del producto, se han incluido dentro de esta, a 5 tipos de pescados: Tilapia, Bagre, Picudo, Atún, Pargo.

Debe mencionarse que solo la tilapia y la trucha son comercializadas en los puestos de venta formalmente establecidos en Yahuarcocha y Chachimbiro sin embargo, se han incluido otras variedades ya que en mercados y supermercados se comercializan las otras variedades.

Las ilustraciones muestran el posicionamiento de la trucha en base al precio:

Cuadro Nº 20: Posicionamiento de La Trucha con Relación al Precio

1		POSICIONAMIENTO Vs	Precio
	NOMBRE del COMPETIDOR	EVALUACIÓN	posicionamiento
1	Tilapia	10,00	1 Tilapia FUERTE
2	Bagre	9,00	2 Bagre FUERTE
3	Picudo	7,00	3 Picudo FUERTE
4	Trucha	5,00	4 Trucha media
5	Pargo	4,00	5 Pargo media

Elaborado por: El Autor

Se comparó la trucha con otros productos mediante el siguiente sistema: se evaluó el pescado en base al precio promedio en la provincia en escala de 10 (máximo) a 1 (mínimo), el gráfico de posicionamiento se muestra a continuación:

Gráfico N° 17: Posicionamiento en base al precio



Elaborado por: El Autor

Como se aprecia en el gráfico anterior, la tilapia es el producto de menor precio seguido por el bagre y el picudo, la trucha ocupa el cuarto lugar.

Al evaluar el producto mejor posicionado, tilapia, en base a precio y compararlo con la trucha aumentando otros factores se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro Nº 21: Evaluación del Producto Sustitutivo

2		Posicionamiento de	Tilapia
		FACTOR a EVALUAR	EVALUACIÓN
1	Precio		10,00
2	Calidad		5,00
3	Sabor		4,00
4	Beneficios para la salud		6,00
5	Facilidad de compra		9,00
Introduce Valoración del 1 al 10			

Tilapia		Posición
1	Precio	FUERTE
2	Calidad	media
3	Sabor	media
4	Beneficios para la salud	media
5	Facilidad de compra	FUERTE

Elaborado por: El Autor

Las variables incluidas son: precio, calidad, sabor, beneficios para la salud, facilidad de compra.

Gráficamente este se puede representar de la siguiente manera:

Gráfico Nº 18: Posicionamiento de la Tilapia



Elaborado por: El Autor

Como se aprecia en el gráfico, las ventajas con que cuenta la tilapia respecto de la trucha son el precio y la facilidad de compra, sus aspectos más débiles son calidad de su carne, el sabor y los beneficios para la salud.

Si se comparan ambos productos (tilapia y trucha) gráficamente se obtienen interesantes resultados los que son muy útiles a la hora de diseñar campañas de marketing para promocionar el producto aprovechando las ventajas:

Cuadro N° 22: Comparación de las Características de la Tilapia y Trucha

Características	Tilapia PUNTOS	Trucha PUNTOS
Precio	10,00	6,00
Beneficios para la salud	5,00	10,00
Facilidad de compra	10,00	6,00
calidad de la carne	5,00	9,00
Sabor	5,00	9,00
Imagen	4,00	10,00
Disponibilidad	10,00	4,00
Facilidad de preparación	7,00	7,00
Duración del producto en fresco	2,00	2,00
Demanda	7,00	7,00

Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 23: Calificación Sobre las Características Trucha

Características	Tilapia	Trucha	
Precio	FUERTE	media	DESVENTAJA
Beneficios para la salud	media	FUERTE	VENTAJA
Facilidad de compra	FUERTE	media	DESVENTAJA
calidad de la carne	media	FUERTE	VENTAJA
Sabor	media	FUERTE	VENTAJA
Imagen	media	FUERTE	VENTAJA
Disponibilidad	FUERTE	media	DESVENTAJA
Facilidad de preparación	FUERTE	FUERTE	N/D
Duración del producto en fresco	DÉBIL	DÉBIL	N/D
Demanda	FUERTE	FUERTE	N/D

Elaborado por: El Autor

El método de comparación es similar a los anteriores, se atribuye una puntuación del 1 al 10 siendo 10 lo mejor y 1 lo peor, cuando existe igualdad de puntuación no existe ventaja ni desventaja.

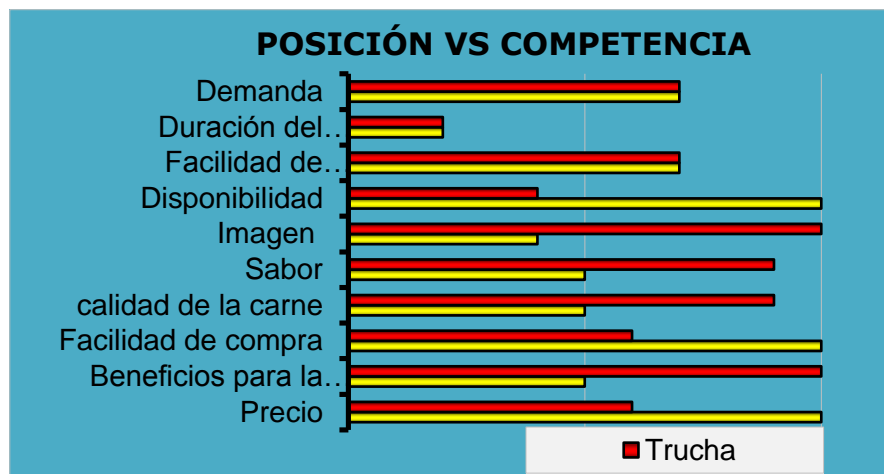
Gráfico N° 19: Posición vs Competidor



Elaborado por: El Autor

Como se aprecia en el gráfico, las ventajas de la trucha v/s la tilapia son el beneficio para la salud, la calidad de la carne, el sabor y la imagen; las desventajas son el precio, la facilidad de compra y la disponibilidad del producto, donde no existe ventajas o desventajas son en la facilidad de preparación y la duración del producto en seco.

Gráfico N° 20: Resumen de Ventajas y Desventajas de la Trucha y Tilapia



Elaborado por: El Autor

3.9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La trucha se comercializa en diferentes presentaciones: fresca (entera, eviscerada con cabeza; eviscerada sin cabeza), congelada (entera eviscerada con cabeza, eviscerada sin cabeza), deshuesada (en cortes mariposa, filete, ahumada en frío), así como eviscerada condimentada con un promedio de 200 a 250 gramos de peso y envoltura de plástico.

La demanda de la trucha arco iris condimentado se presenta en los supermercados, comisariatos a nivel de la provincia de Imbabura y del país. Para que el estudio de la demanda de este producto tenga objetividad e información tangible, verificable, se utilizó las necesidades que tienen los

locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro, a través de las encuestas aplicadas.

3.9.1 DEMANDA HISTÓRICA

El volumen de demanda histórica se consideró bajo la concepción de demanda aparente, considerando la pregunta No. 8 de la encuesta aplicado a los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro. Estos valores expresado en número de truchas significa el 55%, adquiriría entre 400 a 500 truchas mensuales, el 28% más de 500 truchas mensuales. El 4% de estos locales adquirirían entre 100 a 200 truchas, el 6% entre 201 a 300 truchas y el 7% entre 301 a 400 truchas mensuales. Expresados en números de truchas significa 438.000 que sería la demanda actual.

Cuadro N° 24: Calculo de la Demanda Actual

Rangos en número de truchas	Número promedio de truchas	Número de locales	Número de truchas mes	Número de truchas anual
100 - 200	150	3	450	5.400
201 – 300	250	5	1.250	15.000
301 – 400	350	6	2.100	25.200
401 - 500	450	46	20.700	248.400
>500	500	24	12.000	144.000
Total				438.000

Fuente: Locales de venta de pescado
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2012

3.9.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda de truchas que requieren los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro se partió del principio de la oferta

que ha tenido un ritmo de crecimiento del 10% anual considerando las series históricas 2008 – 2012, se puede inferir que la demanda puede crecer al mismo ritmo es decir con un crecimiento del 10% anual. Para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación:

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Dónde:

M_n = Oferta futura

M_o = Oferta actual (año 2012).

n = años proyectados.

1 = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica 10%

Cuadro Nº 25: Proyección de la Demanda

Años	Proyección de la demanda en número de truchas $M_n = M_o(1+0.10)^n$
2013	481.800
2014	529.980
2015	582.978
2016	641.276
2017	705.403

Fuente: Tasa de la Demanda histórica.

Elaborado por: El Autor

Año: 2012

La demanda proyectada de trucha arco iris condimentada que tienen estos locales comerciales que es el mercado meta del proyecto es altamente representativa y representa la primera opción de comercialización para el proyecto y constituye una oportunidad, o viabilidad de mercado.

3.10 BALANCE OFERTA - DEMANDA

Una vez que se analizó la oferta y demanda proyectada de la trucha arco iris condimentada, se procedió a realizar el balance oferta – demanda que tiene los locales de venta de pescado en Yahuarcocha y Chachimbiro y de esta forma determinar la demanda insatisfecha.

Cuadro N° 26: Balance Oferta – Demanda

Año	Oferta (No. de truchas)	Demanda (No. truchas)	Demanda insatisfecha
2013	84.678	481.800	397.122
2014	93.146	529.980	436.834
2015	102.460	582.978	480.518
2016	112.706	641.276	528.570
2017	123.977	705.403	581.426

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2013-2017.
Elaborado por: El Autor
Año: 2012

Del balance oferta – demanda de la trucha eviscerada condimentada se establece que existe una demanda insatisfecha de 397.122 truchas para el año 2013 y para los siguientes años como determina el análisis respectivo.

3.11 PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO

Frente a las proyecciones de la oferta y la demanda de trucha arco iris eviscerada y condimentada se deslumbran excelentes perspectivas de mercado para el proyecto, cuya demanda insatisfecha será abastecida con 70.000 truchas de 250 gramos en forma anual, lo que significa una participación en el mercado del 17.63% de la demanda insatisfecha para el año 2013.

Este porcentaje de participación se consideró para los primeros cinco años de operación de la empresa.

3.12 PRECIO

Al analizar el precio de venta de la trucha arco iris fresca de 250 gramos del periodo 2008 – 2012 se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro N° 27: Precio

Años	Precio promedio de trucha fresca de 250 gramos
2008	1,00
2009	1,10
2010	1,20
2011	1,30
2012	1,40

Fuente: Asociación de productores de trucha del Ecuador. Informe No. 25 del 2012.
Elaborado por: El Autor

3.12.1 FIJACIÓN DE PRECIOS

Para fijar los precios de venta de la trucha eviscerada condimentada que aplicará la empresa se consideró los costos de producción (materiales directos, mano de obra directa y CIP), los gastos de administración y ventas así como los de financiamiento que tendrá la empresa, más un margen de rentabilidad lo que establece un precio de venta \$1,50 por trucha de 250 gramos.

3.13 ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.13.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

3.13.1.1 SEGMENTACIÓN POR LA LOCALIDAD

Por la localización del mercado meta del proyecto se establece 98 locales de venta de pescado se localizan alrededor de la laguna de Yahuarcocha del cantón Ibarra y 10 locales en el sector de Chachimbiro.

Cuadro N° 28: Localidad

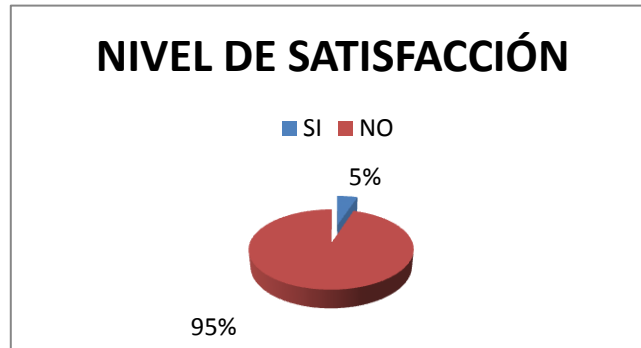
Localidad	Número de puestos de venta
Yahuarcocha	98
Chachimbiro	10
Total	108

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: El Autor

3.13.1.2 SEGMENTACIÓN POR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN

Se segmentó el mercado de acuerdo al nivel de satisfacción de los propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro en relación al nivel de satisfacción de la oferta actual de esta variedad de pez (trucha arco iris) obteniéndose los siguientes resultados:

Gráfico N° 21: Nivel de Satisfacción



Fuente: Encuestas (84 unidades de observación).
Elaborado por: El Autor
Año: 2012

3.14 MERCADO META

El mercado meta o destino de la empresa son los 108 locales de venta de este producto localizados en los alrededores de los centros turísticos de la laguna de Yahuarcocha y Chachimbiro de la provincia de Imbabura, por los sustentos señalados, principalmente porque los propietarios de estos locales sostienen que tiene un nivel de insatisfacción del 95%, de demanda de trucha arcoíris eviscerada y condimentada. El mercado de consumo de este producto tiene tendencia del 10 % de incremento anual en los cinco años proyectados, por lo que la empresa pondrá en énfasis en el de marketing para alcanzar el nivel de satisfacción en el mercado meta del proyecto.

3.15 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Las estrategias de mercado que aplicara la empresa son las siguientes:

3.15.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO

La estrategia de precio presenta un factor determinante en la elección de los clientes y es un elemento fundamental del marketing-Mix que generara los

ingresos planificados para la empresa. Es más la fijación de precios se enfocará en un programa de costos por órdenes de producción con la finalidad de obtener registros reportes de información relacionada con los costos y con base a esta información tomar decisiones adecuadas relacionadas con la planeación, control de los mismos y poder tener precios competitivos. Se aplicará los costos por órdenes de producción con la finalidad de obtener costos unitarios reales de la trucha condimentada, que permita obtener una rentabilidad aceptable en la empresa. La maximización de utilidades, beneficios así como el flujo de efectivo y el rendimiento interno de la inversión estará en relación directa con el programa de control de costos.

3.15.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La estrategia de promoción del producto se realizará al mercado meta. La promoción se realizará mediante la entrega de muestras a los locales comerciales de pescado, para así dar a conocer la calidad de las truchas que ofrecerá la empresa, al igual que se promocionará los productos (trucha) de la empresa en los medios de comunicación como: televisión, internet mediante la creación de una página web, y prensa escrita.

3.15.3 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Esta estrategia se fundamentara desde el principio de liderazgo en la calidad del producto para que la empresa tenga el ingreso, posicionamiento en el mercado meta y ofrezca un grado de seguridad ante los competidores lo cual significara una defensa de los objetivos principales de ventas. Las políticas del producto por ser tangible tendrán tener la capacidad de satisfacer la demanda de las necesidades de los clientes y la visión del producto para captar sus requerimientos y sujetarse a las decisiones del

Mix del producto. Esta dimensión del mix del producto proporcionara la clave para definir las estrategias del producto de la empresa.

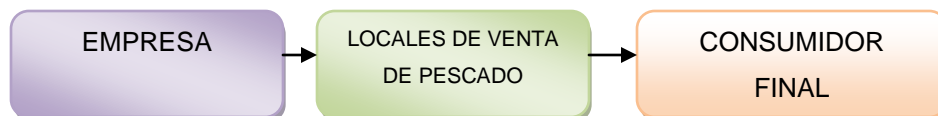
3.15.4 ESTRATEGIA CORPORATIVA

Esta estrategia es definida como un plan general de acción mediante el cual la empresa busca alcanzar sus objetivos de mercadeo y de ventas. El objetivo básico de esta estrategia consiste en lograr una ventaja competitiva, fundamentándose en los recursos, capacidades (habilidades) existentes o en generar recursos y capacidades adicionales para obtener los costos de comercialización más bajos que sus competidores, así conseguir una mayor participación y liderazgo en el mercado. Las estrategias de diferenciación permitirá alcanzar mejores resultados con base en ventaja del producto como peso exacto propiedades organolépticas adecuadas propiedades físicas saludables, por lo que la empresa deberá saber lo que el cliente desea y concentrarse en aquellas fortalezas que contribuyan la diferenciación del producto basado en calidad, factores lograrán que la empresa tenga una ventaja competitiva ante la competencia.

3.16 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución que aplicará la empresa será por medio de canal corto de distribución.

Gráfico N° 22: Canal de Distribución



Elaborado por: El Autor
Año: 2012

3.17 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- La trucha arcoíris generalmente se comercializa en presentaciones de fresco-refrigerado, congelado, y condimentada de características de entero eviscerado de 180 a 250 gramos en presentaciones de cajas de 2,5 Kg. Deshuesado en corte mariposa con un peso de 2,5 Kg. y en filetes individuales de peso que varía de 180 a 250 gramos en cajas de 2,5 Kg.
- Del análisis de la oferta de truchas arco iris condimentada se puede establecer que no existe empresa alguna en la provincia de Imbabura que elabore este tipo de producto, La oferta actual de trucha arcoíris es de 76.980 unidades para el año 2012 con una tasa de crecimiento anual del 10%. La oferta proyectada de truchas arcoíris para el año 2013 será de 84.678 unidades de 250 gramos de peso aproximadamente, datos obtenidos de los propietarios de los locales sujeto a este estudio de mercado
- Del análisis de la demanda de trucha arcoíris condimentada se determinó que el mercado meta requiere este producto en aproximadamente 438000 unidades de 250 gramos para el año 2012. La demanda proyectada para el año 2013 es de 481.800 truchas arco iris que se transforma en una demanda real, efectiva o demanda potencial.
- La participación del proyecto en el mercado meta será del 17.63%, que significa 70.000 truchas condimentadas al año que es un escenario de mercado moderado. Este porcentaje de participación se consideró como índice de posicionamiento del proyecto en el mercado meta
- El mercado meta de las ventas totales de la empresa de producción y comercialización de truchas arcoíris condimentadas son ciento ocho comedores localizados en el sectores turísticos de la laguna de Yahuarcocha y Chachimbiro pertenecientes al cantón Ibarra y Urcuquí respectivamente, provincia de Imbabura.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

En el estudio técnico se pretende determinar, formular y analizar los componentes: tamaño óptimo de la empresa, su macrolocalización y microlocalización.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se consideró los siguientes factores: demanda, tecnología, disponibilidad de materia prima, organización de la empresa y financiamiento.

4.1.1 TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA

La demanda de truchas a nivel nacional se va constituyéndose en una dinámica social debido a las políticas que tiene el gobierno que promueven la inocuidad de los alimentos mediante la implementación de unidades de producción y procesamiento primario de alimentos como es la trucha que coadyuvan a mejorar la inocuidad de los alimentos de origen animal acuícola .

En los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro la demanda proyectada es de 481.800 truchas arco iris, del balance oferta – demanda se establece una demanda insatisfecha de 397.122 truchas, de la cual la participación del proyecto en el mercado es del 17.63%.

4.1.2 TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

La aplicación de buenas prácticas de producción y procesamiento de productos acuícolas como es la trucha arcoíris depende de procesos importantes , la selección adecuada del área de cultivo b) programa de monitoreo y control de agua c) alimentación o balanceados d) sistemas de control de calidad y de puntos críticos sanitarios de acuerdo a las leyes y normativas que rigen para este producto para tener acceso al mercado nacional local Se aplicaran tecnologías innovadoras respecto a su diseño arquitectónico de sus piscinas utilizando los adelantos tecnológicos que se han desarrollado en este sector en sus procesos de producción y procesamiento para cumplir con las expectativas del mercado neta y del consumidor final.

4.1.3 TAMAÑO DEL PROYECTO Y DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA O INSUMOS

Los insumos que se requieren para la operatividad de la producción de trucha arco iris son básicamente los alevines los cuales abarcan toda la fase de cultivo y alimentación de los peces desde el cultivo de crías hasta la engorde a talla comercial y la cosecha Para el abastecimiento de balanceados y otros insumos que se requieren se dispone en los almacenes de productos agrícolas de la ciudad de Ibarra Los servicios básicos, de energía eléctrica, , agua potable, servicios de telefonía fija y móvil, se localizan en el sector .

4.1.4 TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN

Uno de los factores fundamentales del proyecto será la figura legal de la empresa, la estructura de capital, la figura legal, que deberá ser apropiada para una futura expansión.

La figura legal será importante en términos de control y dirección corporativa. Para la constitución se deberá tener en cuenta los requisitos y los reglamentos que rige para este tipo de actividad económica. La estructura organizativa se fundamentará en la misión, visión, u los objetivos corporativos de la empresa de tal forma que obtenga ventajas competitivas.

4. 1.5 TAMAÑO DEL PROYECTO Y FINANCIAMIENTO

Para garantizar, la valoración de la empresa y acentuar la eficiencia, estimular la productividad y retribuir convenientemente a los inversionistas se plantea una toma de decisión financiera de la siguiente forma: la estructura del capital de inversión inicial y operativo estará compuesto de el aporte de los accionistas por un monto de 16.470 dólares y a través de un crédito que se efectuará en el Banco Nacional de Fomento de la ciudad de Ibarra a una tasa de interés del 10 % de \$38.430.

La maximización en el empleo de los recursos económicos será una política que integre la gestión financiera de la empresa.

4. 1.6 CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño del proyecto está representado por la extensión de terreno que ocupara que es de 719.89m². Constará de ocho piscinas de producción y engorde un área de sesenta metros cuadrados para los procesos pos cosecha y embalaje final del producto. Dispondrá de ambientes físicos para las aéreas de administración y ventas así como un patio de maniobras y de parqueadero para los clientes La capacidad instalada será de 100.000 truchas al año.

La capacidad operativa o programada para los primeros cinco años de funcionamiento será de 70.000 truchas año que significa producir 5.833

4.2.1.1 SECTOR EN RELACIÓN AL ECOSISTEMA

El sector de San Francisco se localiza en la clasificación de ecosistemas según Holdrige a bosque espinoso montano alto, cuyas características en torno a temperatura equilibrio higroscópico son aptas para la producción de truchas u otro tipo de actividad acuícola. Su ubicación se fundamenta desde dos puntos de vista, el primero que la actividad de producción de truchas de preferencia debe estar localizado en aéreas adyacentes a una vertiente natural superficial como son ríos, para asegurar la producción de buenas prácticas de producción que tienen como objetivo asegurar un producto al público en términos de inocuidad precio y calidad asegurando la producción sostenida minimizando los impactos al medio ambiente logrando con ello la sustentabilidad del proyecto .

4.2.1.2 CONDICIONES Y RECURSOS NATURALES

La provincia de Imbabura, el cantón Urcuquí, la parroquia de Tumbabiro, presenta condiciones y recursos naturales posibles de utilizar como son las numerosas vertientes del rio Cachaco que ofrecen condiciones ecológicas óptimas para la crianza de la trucha arco iris. La crianza de truchas en el sistema de piscinas se fundamenta en la oportunidad de utilizar el recurso hídrico, mediante la construcción de estanques de recepción del caudal necesario que permita la crianza de estos peces. El proyecto ha considerado la trucha variedad arco iris por ser el salmónido más apropiado para el cultivo de tipo semi industrial y para la producción de truchas condimentadas, ya que posee una gran facilidad de adaptación (alimentación y cuidados artificiales), es resistente a enfermedades y tiene un rápido desarrollo hasta llegar a su peso de comercialización.

4.2.1.3SOCIALIZACIÓN CON LA COMUNIDAD

La socialización del proyecto con la comunidad se requerirá de los

diferentes actores involucrados como el Ministerio del Medio Ambiente , MAGAP por lo que será necesario convocarlos a reuniones en las cuales se socialicen temas como el aprovechamiento sustentable de los recursos hídricos del sector la apertura a iniciativas productivas y generación de empleo local la influencia positiva a este tipo de actividades humanas de producción acuícola , costos involucrados y beneficios esperados para los productores y para la sociedad en general

4.2.1.4 SERVICIOS BÁSICOS

Es importante para la macrolocalización del proyecto que el sector disponga de servicios de infraestructura como luz, agua, teléfono vías de comunicación y otros servicios complementarios policía, hospitales que fueron fuerzas ocasionales que se consideraron para la implantación de la empresa.

4.2.1.5 RECURSO HÍDRICO

Un factor de localización considerado de mayor peso o importancia para la producción de truchas arcoíris es el recurso hídrico para lo cual se consideró la selección adecuada del sitio de cultivo el cual deberá ubicarse en un lugar con un abastecimiento de agua que no esté en riesgo de contaminarse por descargas de otros afluentes y que no esté en contacto con otros animales El sitio elegido o sus alrededores no debe tener un historial de uso agrícola que haya ocasionado la contaminación del suelo con plaguicidas o sustancias químicas La fuente de abastecimiento de agua tiene que estar libre de posibles contaminaciones, ser de alta calidad y cumplir con los requerimientos físico químicos óptimos para la especie de trucha arcoíris.

4.2.1.6 CONTAMINACIÓN QUÍMICA DEL MEDIO AMBIENTE

La contaminación química del medio ambiente en términos de la interacción del suelo y agua que pueden tener un efecto en la calidad del agua para el cultivo y la aplicación de buenas prácticas de producción de trucha arcoíris. Se deberá verificar los parámetros físico químicos óptimos para el crecimiento de los peces estén presentes durante el ciclo de cultivo antes de construir la granja deberá realizarse un estudio del suelo para determinar las concentraciones y la magnitud de cualquier parámetro de importancia en la inocuidad del producto final .

4.2.1.7 CONDICIONES DE EXPOSICIONES DE RIESGO DE CONTAMINACIONES

Los sitios de cultivo no deberán estar localizadas en sitios expuestos a descargas de plaguicidas, otros químicos agrícolas, industriales o biológicos o que estos son mínimos que se puedan controlarlos.

4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

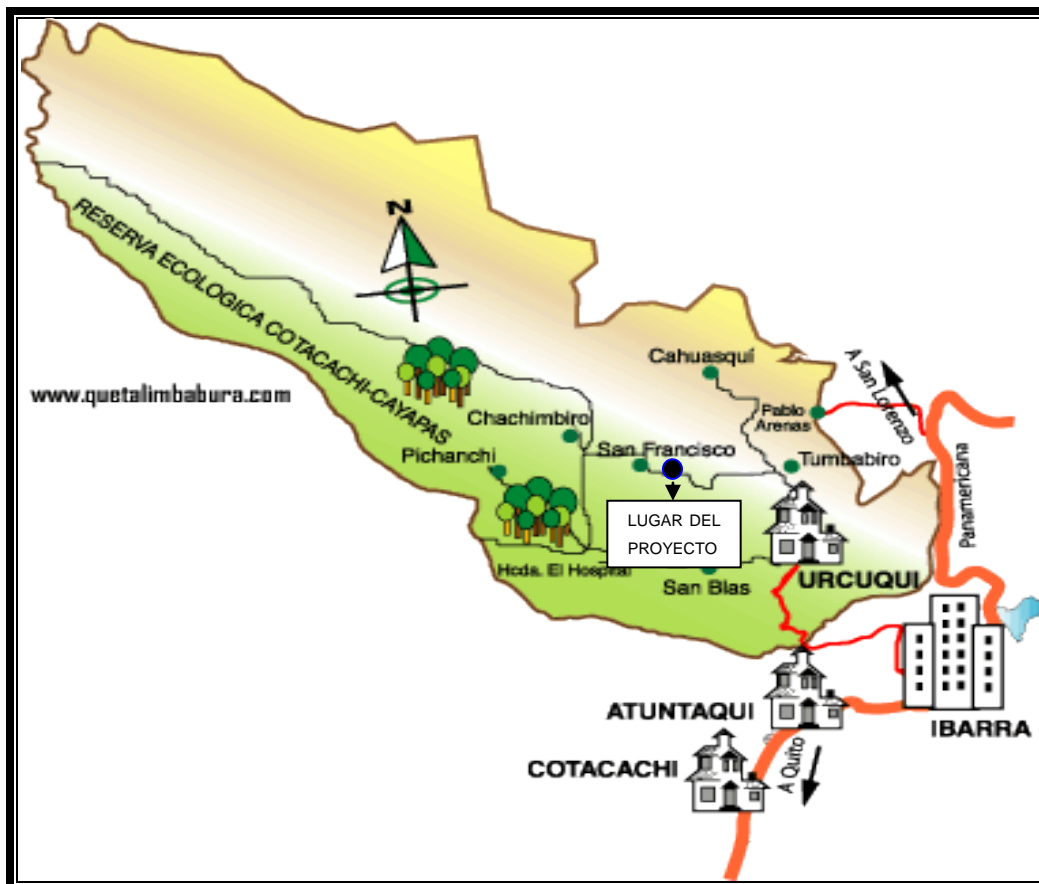
Para fundamentar la microlocalización de la empresa se consideró los siguientes factores de localización más relevantes:

- a. Tamaño y dimensiones
- b. Relación con el entorno
- c. Tipo de suelo
- d. Acceso directo a afluyente de agua natural directo
- e. Mínima presencia de presencia de contaminantes provenientes de actividades agrícolas
- f. Relación precio o costo del terreno
- g. Crecimiento de la empresa

Para medir estos indicadores de localización se consideró tres alternativas para el proyecto. Alternativa uno el sector bajo de la comunidad de San Francisco el segundo localizado a 7 kilómetros de Tumbabiro y el tercero a

200metros del rio Cachaco en las riveras del afluente conocido como San Francisco, comunidad del mismo nombre .

Gráfico N° 24: Mapa del Cantón Urcuquí



Fuentes: Base Cartográfica digital del IGM-INEC, 2001
Elaborado por: El Autor

El método utilizado fue el de Evaluación Cuantitativa por Puntos mediante el cual se procedió a dar un peso a los factores de localización según la relevancia del mismo de tal manera que sumados den uno. Los factores ocasionales se midieron subjetivamente a cada sector escogido, usando información directa recogida in – situ. La calificación de cada factor se asumió en una escala de 1 a 10. Para obtener la calificación ponderada se multiplicó el peso por la calificación de cada factor. La matriz establecida para la localización fue la siguiente:

Cuadro N° 29: Método Cualitativo por Puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO	Tumbabiro		San Francisco		Rio Cachaco	
		Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.
Tamaño y dimensiones	0.10	6	0.6	8	0.8	5	0.5
Relación con el entorno	0.10	7	0.7	9	0.9	7	0.7
Tipo de suelo	0.20	8	1.6	9	1.8	8	1.6
Acceso directo al afluente	0.15	6	0.9	8	1.2	7	1.05
Mínima presencia de contaminantes	0.30	7	2.1	9	2.7	7	2.1
Relación precio costo del terreno	0.05	6	0.3	8	0.4	6	0.3
Crecimiento de la empresa	0.10	7	0.7	8	0.8	6	0.6
TOTAL	1.00		6.9		8.6		6.85

Fuente: Investigación directa
Elaborado: El Autor

Mediante la Matriz y el análisis dimensional utilizado para determinar la mejor microlocalización se obtuvo que el sector de la comunidad de San Francisco con el puntaje más alto de 8.6 puntos.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La empresa tiene como objetivo operativo producir truchas arcoíris condimentadas en presentación de 250 gramos empacada en fundas de polietileno:

4.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Trucha entera eviscerada

Peso 250 gramos

Forma de presentación en fundas de polietileno (funda plástica)

Composición química de la trucha arco iris

Cuadro N° 30: Composición Química

Elemento constitutivo	%
Agua	75.3
Grasas	2.3
Proteína	20.9
Sales minerales	1

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

4.3.2 EQUIPOS – MOBILIARIO OPERATIVOS

Para el funcionamiento, la empresa requerirá de equipos, herramientas para el área de producción, equipos para el área administrativa y de ventas

Cuadro N° 31: Equipo y Herramienta Menor de Producción

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Empacadora	u	1	500.00	500.00
Balanzas	u	2	150.00	300.00
Equipo de refrigeración	u	1	3.000	3.000
Implementos	Juego	1	500.00	500.00
Total				4.300

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor.

4.3.2.1 MUEBLES Y ENSERES

La empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas dispondrá del siguiente mobiliario para el proceso de producción.

Cuadro Nº 32: Muebles y Enseres de Producción

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estanterías de aluminio	u	2	190.00	380.00
Mesas de aluminio	u	2	250.00	500.00
Juego de escritorio - silla	u	1	320.00	320.00
Total				1.200

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor.

Cuadro Nº 33: Muebles y Enseres Administrativo

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estación de trabajo	u	2	500.00	1.000
Juegos de star	u	1	300.00	300.00
Honter – recibidor	u	1	880.00	880.00
Teléfono-Fax	u	1	220.00	220.00
Total				2.400

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

Cuadro Nº 34: Muebles y Enseres de Ventas y Distribución

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estación de trabajo	u	1	690.00	690.00
Juegos de star	u	1	510.00	510.00
Total				1.200

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor.

Cuadro Nº 35: Vehículo

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Camión refrigerante	u	1	13.500	13.500
Total				13.500

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El autor

Cuadro N° 36: Equipo de Informática de Producción

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	1	950.00	950.00
Total				950.00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 37: Equipo de Informática de Administración

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	2	950.00	1.900
Total				1.900

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 38: Equipo de Informática de Ventas y Distribución

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	1	950.00	950.00
Total				950.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

4.3.3 INFRAESTRUCTURA OBRAS CIVILES FÍSICA Y

La infraestructura física que tendrá la empresa se fundamenta en lo siguiente:

- Disponer de instalaciones adecuadas para la correcta aplicación de las buenas prácticas y labores diarias tanto en número como en condiciones de secciones de áreas.
- Las áreas deberán estar físicamente separadas y ubicadas para evitar contaminaciones químicas o biológicas entre las diferentes zonas y que puedan afectar adversamente a la inocuidad del producto
- Espacios físicos del área de procesos pos cosecha dispondrá de los ambientes que permita la operatividad eficiente y eficaz de los procesos para que el personal efectúe los mismos a mas de los servicios de limpieza y de mantenimiento.

4.3.3.1 DISEÑO ARQUITECTÓNICO

En el plano se determina la planta arquitectónica de la implantación general, de la empresa. El área del proyecto será de 719,89m² y un área de construcción de 340, 20 metros cuadrados.

El diseño arquitectónico del proyecto se emplaza en área de piscinas con 8 piscinas de 8 por 2 metros de ancho y una profundidad de 1,80 metros. Se localiza una área de producción con espacios físicos para los procesos de pos cosecha, de despacho de productos terminados, de mantenimiento y repuestos, área de cuarto frío, espacio de material de embalaje. Para la captación del agua a las piscinas se dispone de un tanque de captación del agua del río, un tanque de recepción y tuberías de conducción de agua a las piscinas. Se localizan un área para la administración y ventas, patio de maniobras y de parqueo para clientes, circulación peatonal, y áreas verdes.

Cuadro N° 39: Superficie

Área en sentido horizontal	Metros
Bloque de procesos pos cosecha	122,50
Bloque de localización de piscinas	128,00
Bloque de administración y ventas	89,70o
Parqueaderos y patio de maniobras en general	200,000
tanques de recepción y captación de agua s	21,76
Accesos peatonales y otros espacios verdes l	157,93
Total	719.89

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

El área total de la empresa es de 719,89 metros cuadrados definidos en los ambientes que señala el cuadro No. 4.11. El abastecimiento de agua para los procesos de pos cosecha deberá ser potable con adecuada presión. El hielo que se utilice en los procesos de pos cosecha deberá ser fabricado a partir de agua potable y estar protegido de cualquier contaminación

4.3.3.2 DISEÑO DE PISCINAS

La forma y tamaño de las piscinas de producción de las truchas serán de 8 metros de largo por 2 de ancho y por 1.80 de profundidad. Este tipo rectangular se destinaran a la fase de alevinaje (dos piscinas). Los medianos y los adultos se ubicaran en las seis piscinas de engorde. Las piscinas serán recubiertas sus paredes con mortero de cemento y arena y el borde de las mismas serán de la capa vegetativa del mismo sector.

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 INVERSIONES FIJAS

El conjunto de elementos patrimoniales que tendrá la empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas, para entrar en funcionamiento corresponden a las siguientes partidas:

Cuadro N° 40: Activos Fijos

AÑO	INVERSIÓN
1. Inversiones fijas	
Terreno	4.500,00
Construcción civil	15.000,00
Equipo y herramienta de producción	4.300,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00
Muebles y enseres administrativo	2.400,00
Muebles y enseres de ventas	1.200,00
Camión con refrigerante	13.500,00
Equipos de informática de producción	950,00
Equipos de informática de administración	1.900,00
Equipos de informática de ventas	950,00
Total inversiones fijas	45.900,00
2. Gastos preoperativos	3.000,00
3. Capital de trabajo	6.000,00
Total inversiones	54.900,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

4.4.2 INVERSIONES DIFERIDAS

Gastos de legalización. En su etapa operativa, la empresa llevará a cabo sus actividades de formalidad en base a las leyes y reglamentos impuestos por el Estado que se debe tomar en cuenta para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 41: Activos Pre operativos

CONCEPTO	MONTO
Costo del estudio	900.00
Permiso de funcionamiento	600.00
Constitución de la empresa	1.000
Gastos publicitarios	500.00
TOTAL	3.000

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

4.4.3 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

El capital de trabajo inicial que tendrá que disponer la empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas se consideró en relación directa con el volumen de comercialización proyectado, determinando los costos de materiales directos, mano de obra directa y CIP. Se establecieron los gastos de administración y de ventas que incurrirá la empresa en los primeros años operativos. Con estos costos se establece que el capital de trabajo inicial será de \$6.000.

Cuadro N° 42: Capital de Trabajo

COSTOS Y GASTOS	VALOR / AÑO
Gastos de producción	3.872
Gastos de administración	1.580
Gastos de ventas	548.00
TOTAL	6.000

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

4.4.4 INVERSIONES TOTALES DEL PROYECTO

El proyecto contará con una inversión inicial fija de \$ 54.900 el cual está integrado por: Activos fijos con un valor de \$ 45.900; Activo circulante o

capital de trabajo de \$6.000 y Gastos pre operativos \$3.000. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 43: Inversiones Totales

ACTIVOS	MONTO	%
Activos fijos	45.900,00	83,61
Capital de trabajo	6.000,00	10,93
Activos pre operativos	3.000,00	5,46
TOTAL	54.900,00	100

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

4.4.5 FINANCIAMIENTO

El financiamiento previsto para la implementación de la empresa será por aportes propios de \$16.470 que significa el 30% de la inversión total y mediante un crédito en el Banco Nacional de Fomento de \$38.430.

Cuadro N° 44: Fuentes de Financiamiento

ACTIVOS	MONTO TOTAL	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
1. ACTIVOS FIJOS			
Terreno	4.500,00	4.500,00	0,00
Construcción civil	15.000,00		15.000,00
Equipo y herramienta de producción	4.300,00	370,00	3.930,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00	1.200,00	0,00
Muebles y enseres administrativo	2.400,00	2.400,00	0,00
Muebles y enseres de ventas	1.200,00	1.200,00	0,00
Camión con refrigerante	13.500,00	0,00	13.500,00
Equipos de informática de producción	950,00	950,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	1.900,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	950,00	0,00
Sub total	45.900,00	13.470,00	32.430,00
2. CAPITAL DE TRABAJO	6.000,00	0,00	6.000,00
3. ACTIVOS PREOPERATIVOS	3.000,00	3.000,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	54.900,00	16.470,00	38.430,00
%	100%	30,00	70,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El autor

4.4.6 Talento Humano

El talento humano que requiere la empresa de producción y comercialización de truchas en su etapa operativa de acuerdo al organigrama estructural propuesto es el siguiente:

Cuadro N° 45: Talento Humano

NOMBRE DEL CARGO	CANT.	SALARIO
Gerente general	1	650.00
Contadora	1	292.00
Vendedor	1	500.00
Jefe de producción	1	450.00
Operarios	1	292.00
Total	5	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

4.5 Operación del proyecto

4.5.1 Diagrama de Procesos

El diagrama de procesos que son necesarios para la producción de trucha arco iris condimentado se definió en relación a la estrategia tecnológica y comercial que tendrá la empresa.

DIAGRAMA DE BLOQUES DE LA PRODUCCIÓN DE TRUCHAS ARCO IRIS CONDIMENTADAS



Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El autor

4.5.2 DESCRIPCIÓN DE LOS SUBPROCESOS

1. Recepción de alevines

Se procederá a recepcionar los alevines para lo cual será necesario verificar la calidad de los mismos en cuanto a tamaño y peso, para lo cual se cogerá alevines al azar para efectuar sus medidas y peso correspondiente.

2. Desinfección de los estanques

Se procederán las piscinas para eliminar las posibles bacterias que pueden ocasionar enfermedades a las truchas. Para su desinfección se utilizará compuestos de calcio o cal viva.

3. Alimentación

En el proceso de alimentación se colocaran los alevines en las piscinas de engorde con la finalidad de proporcionar el alimento adecuado en las dosificaciones técnicas y en los momentos oportunos. El alimento debe cubrir las necesidades de los peses para su desarrollo y crecimiento. La siguiente tabla es la recomendada para el alimento necesario de 70.000 truchas.

Cuadro N° 46: Alimentación

Formula del alimento	Peso de la trucha en gramos	Conversión
Inicial	0.5 – 1.3	8.2
Crecimiento 1	1.3 – 4.5	8.5
Crecimiento 2	4.5 – 16	10.6
Desarrollo 1/8	16 - 100	11.7
Desarrollo 3/16	100 - 220	12.2
Pigmentado	220 - 250	12.8

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

4. Control sanitario

Se efectuará el control sanitario de acuerdo a una programación en función a las etapas de crecimiento de las truchas de tal forma que las formulaciones sean realizadas de acuerdo a los estándares de buenas prácticas, que tendrá como finalidad prevenir y controlar enfermedades que limiten la producción programada.

5. Cosecha

En el transcurso de cuatro a cinco meses cuando las truchas hayan alcanzado un peso vivo de 230 a 250 gramos estarán aptos para ser aprovechados (cosechados). Este proceso se efectuará por medio de atarrayas o pequeñas redes.

6. Recepción del producto (trucha) – eviscerado

Se procederá a eviscerarlos (sacar viseras y agallas) utilizando cuchillos de preferencia curvos o evisceradores; en este subproceso se lavaran las truchas con agua limpia.

7. Clasificación

Se procederá a clasificar las truchas y transportarlas en recipientes de material plástico tipo bandeja y llevarlos a los cuartos fríos. Las bandejas de plástico deberán tener aproximadamente de 100 truchas evisceradas.

8. Salado

Las truchas una vez que han pasado un tiempo determinado en los cuartos fríos se procede a aplicar sal y condimentos de acuerdo a normas técnicas ya establecidas.

9. Colgado

Una vez que las truchas están saladas y condimentadas se procede a colgarlas y ubicarlas en el cuarto frío con la finalidad de absorba la sal y el condimento.

10. Pesado y empacado de la trucha entera eviscerada

El último subproceso se refiere a que la trucha es pesada y empacada en fundas de polietileno (bolsa plástica) de 250 gramos y esta lista para su despacho.

4.5.3 Determinación de puntos de muestreo y control de calidad de agua

Se deberá considerar la calidad del agua como principio fundamental con la finalidad de identificar agentes de peligro que pueden provocar la contaminación química y biológica de las piscinas por agentes de tipo plaguicidas, aguas residuales o contaminación industrial Esta información deberá analizarse conjuntamente con los límites máximos permitidos para los principales contaminantes Esta información se receptara de el canal recolector de agua del rio que conecta con la planta

Tabla de parámetros óptimos de calidad de agua

En el cuadro siguiente se establecen los parámetros óptimos de calidad del agua que se deberá disponer para un cultivo eficiente de la trucha arcoíris.

Cuadro N° 47: Tabla de Parámetros Óptimos de la Calidad del Agua

Parámetro	Elemento
Oxígeno disuelto	7 – 15 mm / litro
Salinidad (ppt)	0 – 35
Ph	6.4 a 8.4
Temperatura (grados centígrados)	10 – 23
Sólidos suspendidos (miligramos / litro)	< 70
Sólidos disueltos (miligramos / litro)	25 - 100
Presencia de calcio	60 – 120 mm/ litro

Fuente: MAGAP Buenas Prácticas para el cultivo de truchas 2002 pag 51

Elaborado: El Autor

4.5.4 CRITERIOS PARA EL USO DE ALIMENTOS

La alimentación de las truchas es un factor de importancia para la prevención de enfermedades y la obtención de truchas de peso adecuado y de calidad por lo tanto será importante considerar aspectos como

- Calidad de los balanceados
- Disponer de aéreas de almacenaje y almacenarse de forma que se practique la rotación de los lotes tipo de alimento, y fecha de arribo a la empresa cantidad y numero de lotes designar una clave para lote de alimento
- Verificar la temperatura y humedad del sitio de almacenamiento
- Llevar un programa de alimentación por lotes de truchas

4.5.5 CONSIDERACIONES DE INOCUIDAD DURANTE LA PRODUCCIÓN

Para tener producción de truchas arcoíris se desarrollara procesos que aseguren la calidad del producto fundamentado en acciones de:

- Evitar las raspaduras o daño de la piel

- Reducirse el estrés de las truchas con un adecuado programa de alimentación
- Aplicación de balanceados apropiados de acuerdo a la edad de las mismas
- Mantener temperaturas bajas durante la cosecha para evitar la proliferación de microorganismos y afectar la calidad del producto
- Las truchas deberán ser lavadas de tal manera que queden libres de sedimentos tan pronto como la cosecha se haya practicado
- El lavado de las truchas después de la cosecha será a presión y siguiendo las normativas sobre higiene y salud ocupacional.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

El Estado de Situación Financiera Inicial tuvo como objetivo fundamental el determinar la posición financiera que tendrá la empresa, mediante el cual se determina el comportamiento de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro N° 48: Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
A. CORRIENTE			
1.Caja		P. CORRIENTE	
2.Bancos	6.000,00	14.Cuentas por Pagar	0.00
3.Cuentas por Cobrar	0.00	Total pasivo corriente	0.00
4. Inventario de materiales directos	0.00		
5. Inventario de productos en proceso	0.00		
6, Inventario de productos terminados	0.00		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	6.000,00		
A. FIJOS			
Terreno	4.500,00	Pasivo a Largo Plazo	
Construcción civil	15.000,00	15.Préstamo	38.430,00
Equipo y herramienta de producción	4.300,00	TOTAL PASIVOS	38.430,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00		
Muebles y enseres administrativo	2.400,00		
Muebles y enseres de ventas	1.200,00		
Camión con refrigerante	13.500,00		
Equipos de informática de producción	950,00		
Equipos de informática de administración	1.900,00		
Equipos de informática de ventas	950,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	45.900,00	PATRIMONIO	
A. DIFERIDOS		16.Capital Social	16.470,00
13.Gastos Pre operativos	3.000,00	17.Utilidad	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00	TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL DE ACTIVOS	54.900,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	54.900,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.2 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la empresa son de 105.000 dólares. Para el quinto año proforma los ingresos en un escenario optimista serán de 126.514 dólares.

Cuadro N° 49: Desglose de Ingresos año 1

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
TRUCHAS CONDIMENTADAS (250gr)	U	70.000,00	1,50	105.000,00
TOTAL				105.000,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 50: Desglose de Ingresos año 2

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
TRUCHAS CONDIMENTADAS (250gr)	U	70.000	1,57	110.008,50
TOTAL				110.008,5

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 51: Desglose de Ingresos año 3

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
TRUCHAS CONDIMENTADAS (250gr)	u	70.000	1,65	115.255,91
TOTAL				115.255,9

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 52: Desglose de Ingresos año 4

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
TRUCHAS CONDIMENTADAS (250gr)	u	70.000	1,73	120.753,61
TOTAL				120.753,6

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 53: Desglose de Ingresos año 5

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
TRUCHAS CONDIMENTADAS (250gr)	u	70.000	1,81	126.513,56
TOTAL				126.513,6

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 54: Ingresos Proforma

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos proyectados	105.000	110.009	115.256	120.754	126.514
TOTAL	105.000	110.009	115.256	120.754	126.514

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.3 DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

Para la proyección de los costos e ingresos se utilizó la tasa de inflación actual que según el Banco Central del Ecuador es del 4.77% año 2012.

5.3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción que tendrá la empresa corresponden a materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Por el rubro de materiales directos para el primer año proyectado se tiene un valor de \$40.773, en el rubro mano de obra directa \$4.513; y en el rubro Costos indirectos de producción 13.816 dólares, teniendo un costo total de 59.103 dólares. Para los siguientes años son los que muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 55: Costos de Producción Proforma

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	40.773,00	42.717,87	44.755,51	46.890,35	49.127,02
Personal operativo	4.513,74	5.034,97	5.275,14	5.526,76	5.790,39
Costos indirectos de producción	13.816,49	14.761,05	15.279,20	15.518,06	16.216,41
TOTAL	59.103,23	62.513,89	65.309,85	67.935,18	71.133,82

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: el Autor

Detalle de materiales directos

Cuadro N° 56: Materiales Directos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
ALEVINES	U	70.000,00	0,12	8.400,00
ALIMENTO	QQ	1.199,00	27,00	32.373,00
COSTO TOTAL ANUAL				40.773,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 57: Proyección de Materiales Directos

CONCEPTO	1	2	3	4	5
MATERIALES DIRECTOS	40.773,00	42.717,87	44.755,51	46.890,35	49.127,02
COSTO TOTAL ANUAL	40.773,00	42.717,87	44.755,51	46.890,35	49.127,02

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Mano de obra directa año 1

Cuadro N° 58: Mano de Obra Directa Año 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIO	292,00	24,33	24,33	35,48	376,14	4.513,74
TOTAL						4.513,74

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Mano de obra directa año 2

Cuadro N° 59: Mano de Obra Directa Año 2

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIO	305,93	25,49	25,49	37,17	25,49	419,58	5.034,97
TOTAL							5.034,97

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Mano de obra directa año 3

Cuadro N° 60: Mano de Obra Directa Año 3

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIO	320,52	26,71	26,71	38,94	26,71	439,59	5.275,14
TOTAL							5.275,14

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Mano de obra directa año 4

Cuadro N° 61: Mano de Obra Directa Año 4

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIO	335,81	27,98	27,98	40,80	27,98	460,56	5.526,76
TOTAL							5.526,76

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Mano de obra directa año 5

Cuadro N° 62: Mano de Obra Directa Año 5

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIO	351,83	29,32	29,32	42,75	29,32	482,53	5.790,39
TOTAL							5.790,39

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor.

5.3.1.1 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos indirectos de producción que tendrá el proyecto para los primeros años de operación son efectivos y no efectivos. Los efectivos son los que corresponde a los rubros de materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos, mantenimiento, los costos no efectivos son los de depreciación. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro N° 63: Presupuesto de Costos Indirectos de Producción

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Material indirectos	1.470,00	1.540,12	1.613,58	1.690,55	1.855,68
Mano de obra indirecta	6.798,10	7.593,83	7.956,06	8.335,56	8.733,17
Servicios BÁSICOS	950,00	995,32	1.042,79	1.092,53	1.199,25
Mantenimiento	700,00	733,39	768,37	805,02	843,42
Subtotal	9.918,10	10.862,66	11.380,81	11.923,67	12.631,52
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de edificio	334,89	334,89	334,89	334,89	334,89
Depreciación de equipo y maquinaria de producción	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
Depreciación de muebles y enseres producción	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciación de vehículo	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Depreciación de equipo de informática producción	313,50	313,50	313,50	9,50	0,00
Subtotal	3.898,39	3.898,39	3.898,39	3.594,39	3.584,89
Total	13.816,49	14.761,05	15.279,20	15.518,06	16.216,41

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 64: Materiales Indirectos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
EMPAQUE (FUNDAS)	UNIDAD	14.000,00	0,08	1.120,00
CONDIMENTOS	GRAMOS	7.000,00	0,05	350,00
COSTO TOTAL ANUAL				1.470,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Cuadro Nº 65: Mano de Obra Indirecta año 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	450,00	24,33	37,50	54,68	566,51	6.798,10
TOTAL						6.798,10

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Mano de obra indirecta año 2

Cuadro Nº 66: Mano de Obra Indirecta año 2

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	471,47	25,49	39,29	57,28	39,29	632,82	7.593,83
TOTAL							7.593,83

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Mano de obra indirecta año 3

Cuadro Nº 67: Mano de Obra Indirecta año 3

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	493,95	26,71	41,16	60,02	41,16	663,01	7.956,06
TOTAL							7.956,06

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Mano de obra indirecta año 4

Cuadro Nº 68: Mano de Obra Indirecta año 4

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	517,52	27,98	43,13	62,88	43,13	694,63	8.335,56
TOTAL							8.335,56

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Mano de obra indirecta año 5

Cuadro Nº 69: Mano de Obra Indirecta año 5

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	542,20	29,32	45,18	65,88	45,18	727,76	8.733,17
TOTAL							8.733,17

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nº 70: Servicios básicos

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	150	0.25	37.50	450.00
Agua	Metros 3	91.10	0.30	27.33	328.00
Teléfono	Líneas	1		14.33	172.00
TOTAL					950.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos en los que incurrirá la empresa por pago de personal administrativo es de 14.203 dólares, servicios básicos de \$280.00, insumos de oficina de \$120.50, teniéndose un total de 14.603 dólares que representan gastos desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de 1.574. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de 16.178 dólares, para el quinto año proyectado se tendrá un valor de 19.678 dólares. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes:

Cuadro Nº 71: Gastos Administrativos

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo	14.203,44	15.867,87	16.304,25	17.081,96	17.896,77
Servicios Básicos	280,00	293,36	307,35	322,01	337,37
Insumos de oficina	120,50	126,25	132,27	138,58	145,19
Subtotal	14.603,94	16.287,48	16.743,87	17.542,55	18.379,33
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de Edificio	107,60	107,60	107,60	107,60	107,60
Depreciación de muebles y enseres administrativos	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Depreciación de equipos de informática administrativos	627,00	627,00	627,00	19,00	0,00
Amortización	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Subtotal	1.574,60	1.574,60	1.574,60	966,60	947,60
TOTAL	16.178,53	17.862,07	18.318,46	18.509,15	19.326,93

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Salario de personal año 1

Cuadro N° 72: Salario de Personal Administrativo Año 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE GENERAL	650,00	24,33	54,17	78,98	807,48	9.689,70
CONTADORA	292,00	24,33	24,33	35,48	376,14	4.513,74
TOTAL						14.203,44

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Salario de personal año 2

Cuadro N° 73: Salario de Personal Administrativo Año 2

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE GENERAL	681,01	25,49	56,75	82,74	56,75	902,74	10.832,90
CONTADORA	305,93	25,49	25,49	37,17	25,49	419,58	5.034,97
TOTAL							15.867,87

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Salario de personal año 3

Cuadro N° 74: Salario de Personal Administrativo Año 3

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE GENERAL	713,49	26,71	59,46	86,69	59,46	945,80	11.349,63
CONTADORA	320,52	26,71	26,71	38,94	26,71	439,59	5.275,14
TOTAL							16.624,77

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Salario de personal año 4

Cuadro N° 75: Salario de Personal Administrativo Año 4

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE GENERAL	747,52	27,98	62,29	90,82	62,29	990,92	11.891,01
CONTADORA	335,81	27,98	27,98	40,80	27,98	460,56	5.526,76
TOTAL							17.417,77

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Salario de personal año 5

Cuadro N° 76: Salario de Personal Administrativo Año 5

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE GENERAL	843,42	783,18	29,32	65,26	95,16	65,26	1.038,18
CONTADORA	351,83	29,32	29,32	42,75	29,32	482,53	5.790,39
TOTAL							18.248,60

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Insumos de oficina

Cuadro N° 77: Insumos de Oficina

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
CDS	U	15	0,50	7,50
SOBRES DE MANILA	U	25	0,60	15,00
PAPEL PARA FAX	U	10	4,00	40,00
TINTAS EN GENERAL	U	10	5,80	58,00
TOTAL				120,50

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Servicios básicos

Cuadro N° 78: Servicios Básicos

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	32.68	0.25	8.17	98.00
Agua	Metros 3	21.93	0.30	6.58	79.00
Teléfono	Líneas	1		8.58	103.00
TOTAL					280.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.3.3 GASTOS GENERALES VENTAS

En el siguiente cuadro se muestra los gastos necesarios para mantener las actividades de ventas. Los gastos están conformados por los rubros de: salarios de personal, publicidad en general y depreciaciones. Para el primer año proyectado son de \$ 8.947, para el quinto año son de \$ 10.978.

Cuadro N° 79: Gastos Generales de Ventas

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
1. EFECTIVOS	8.506,00	9.435,59	9.565,14	10.021,40	10.499,42
Salarios Personal	7.521,00	8.403,60	8.483,93	8.888,62	9.312,60
Publicidad en general	985,00	1.031,98	1.081,21	1.132,78	1.186,82
2. NO EFECTIVOS	441,02	441,02	441,02	137,02	127,52
Depreciación de edificios	7,52	7,52	7,52	7,52	7,52
Depreciación de muebles y enseres ventas y distribución	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciación de equipos de informática ventas y distribución	313,50	313,50	313,50	9,50	0,00
TOTAL	8.947,02	9.876,60	10.006,16	10.158,41	10.626,94

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Personal de ventas año 1

Cuadro Nº 80: Personal de Ventas Año 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR	500,00	24,33	41,67	60,75	626,75	7.521,00
TOTAL						7.521,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Personal de ventas año 2

Cuadro Nº 81: Personal de Ventas Año 2

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR	523,85	25,49	43,65	63,65	43,65	700,30	8.403,60
TOTAL							8.403,60

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Personal de ventas año 3

Cuadro Nº 82: Personal de Ventas Año 3

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR	548,84	26,71	45,74	66,68	45,74	733,70	8.804,45
TOTAL							8.804,45

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Personal de ventas año 4

Cuadro Nº 83: Personal de Ventas Año 4

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR	575,02	27,98	47,92	69,86	47,92	768,70	9.224,43
TOTAL							9.224,43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Personal de ventas año 5

Cuadro N° 84: Personal de Ventas Año 5

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR	602,45	29,32	50,20	73,20	50,20	805,37	9.664,43
TOTAL							9.664,43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

5.4 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito de 38.430 dólares obtenidos a través del Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 10 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá 3.843 dólares, para el quinto año 2.562 dólares. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 85: Gastos de Financiación

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS					
		AÑO 0	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN							
COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES)		3.843,00	3.843,00	3.416,00	2.989,00	2.562,00	
PAGO DE CAPITAL		0,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	

Cuadro Nº 86: AMORTIZACIÓN

PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO	Fechas de pago
1	38.430,00	0,00	3.843,00	3.843,00	38.430,00	febrero 24, 2014
2	38.430,00	4.270,00	3.843,00	8.113,00	34.160,00	febrero 19, 2015
3	34.160,00	4.270,00	3.416,00	7.686,00	29.890,00	febrero 14, 2016
4	29.890,00	4.270,00	2.989,00	7.259,00	25.620,00	febrero 8, 2017
5	25.620,00	4.270,00	2.562,00	6.832,00	21.350,00	febrero 3, 2018
6	21.350,00	4.270,00	2.135,00	6.405,00	17.080,00	enero 29, 2019
7	17.080,00	4.270,00	1.708,00	5.978,00	12.810,00	enero 24, 2020
8	12.810,00	4.270,00	1.281,00	5.551,00	8.540,00	enero 18, 2021
9	8.540,00	4.270,00	854,00	5.124,00	4.270,00	enero 13, 2022
10	4.270,00	4.270,00	427,00	4.697,00	0,00	enero 8, 2023

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

5.5 DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN

La depreciación de los activos fijos para los tres primeros años proyectados es de 5.314 dólares anuales, para el cuarto de \$4.098 y quinto año es de 4.060 dólares. El valor de salvamento es de 17.300 dólares. La amortización de gastos pre-operativos tiene un valor constante de 600.00 dólares. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

Cuadro Nº 87: Depreciación – Amortización

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			1	2	3	4	5	
ACTIVO								
Construcción civil	70.000,00	0,03	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	12.750,00
Equipo y herramienta de producción	4.300,00	0,10	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00	2.150,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00	0,10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Muebles y enseres administrativo	2.400,00	0,10	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	1.200,00
Muebles y enseres de ventas	1.200,00	0,10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Camión con refrigerante	25.000,00	0,20	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	0,00
Equipos de informática de producción	950,00	0,33	313,50	313,50	313,50	9,50	0,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	0,33	627,00	627,00	627,00	19,00	0,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	0,33	313,50	313,50	313,50	9,50	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	107.900,00		5.314,00	5.314,00	5.314,00	4.098,00	4.060,00	17.300,00

Cuadro Nº 88: Amortización de Activos Pre operativos

CONCEPTO	COSTO	AMORTIZACIÓN				
		1	2	3	4	5
Amortización de activos pre operativos	3.000,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL AMORTIZACIÓN		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.6 GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

Los costos de operación y de financiación que tendrá la empresa en su etapa operativa son: para el primer año 88.071 dólares de los cuales por costos directos 59.103 dólares y por costos operativos 84.228 dólares, por gastos financieros 3.843 dólares. En el quinto año proyectado los costos de operación y financiación son de 104.353 dólares.

Cuadro N° 89: Costos de Operación y de Financiación

FASE AÑO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materiales directos	40.773,00	42.717,87	44.755,51	46.890,35	49.127,02
Personal Directo	4.513,74	5.034,97	5.275,14	5.526,76	5.790,39
CIP	13.816,49	14.761,05	15.279,20	15.518,06	16.216,41
1. Costo Directos	59.103,23	62.513,89	65.309,85	67.935,18	71.133,82
Gastos de administración	16.178,53	17.862,07	18.638,98	18.844,96	19.678,75
Gastos de ventas	8.947,02	9.876,60	10.326,68	10.494,22	10.978,76
2. Gastos Operativos	25.125,55	27.738,67	28.965,66	29.339,18	30.657,52
Costos Operativos (1+2)	84.228,77	90.252,56	94.275,51	97.274,36	101.791,33
Gastos de Financiar (intereses)	3.843,00	3.843,00	3.416,00	2.989,00	2.562,00
Total Gastos Operativos y No Operativos	88.071,77	94.095,56	97.691,51	100.263,36	104.353,33

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

5.7 CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

El saldo de efectivo requerido en caja que necesitará la empresa en sus años operativos para que sus procesos de producción, administración y ventas y que no tengan paralizaciones es de 7.019 dólares en el primer año de operación y de 8.482 dólares para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días.

Cuadro N° 90: Capital de Trabajo – Saldo de Efectivo Requerido en Caja

COSTO/GASTO	DÍAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
			1	2	3	4	5
Materiales Directos	30	12	3.397,75	3.559,82	3.729,63	3.907,53	4.093,92
Personal Directo	30	12	376,14	419,58	439,59	460,56	482,53
CIP	30	12	1.151,37	1.230,09	1.273,27	1.293,17	1.351,37
Gastos de Administración	30	12	1.348,21	1.488,51	1.553,25	1.570,41	1.639,90
Gastos de ventas	30	12	745,58	823,05	860,56	874,52	914,90
Saldo de efectivo Requerido en caja			7.019,06	7.521,05	7.856,29	8.106,20	8.482,61

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.8 CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo contable que requiere el proyecto para operar sin interrupciones en términos financieros y operativos, tiene que tener los valores proyectados en las diferentes cuentas de activo corriente y pasivo corriente. Los valores se proyectaron en base a comportamiento económico supuesto que tendrá el proyecto los valores se detallan en es siguiente cuadro:

Cuadro N° 91: Capital de Trabajo

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
1.Caja	7.019,06	7.521,05	7.856,29	8.106,20	8.482,61
2.Bancos	16.994	29.188	42.477	56.490	71.572
3.Cuentas por Cobrar	7.019,06	7.521,05	7.856,29	8.106,20	8.482,61
4. Inventario de materiales directos	3.397,75	3.559,82	3.729,63	3.907,53	4.093,92
5. Inventario de productos en proceso	1.477,58	1.562,85	1.632,75	1.698,38	1.778,35
6. Inventario de productos terminados	3.136,74	3.349,00	3.497,87	3.615,84	3.783,86
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	39.043,72	52.701,56	67.049,82	81.924,17	98.193,61
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar	16.178,53	17.862,07	18.638,98	18.844,96	19.678,75
TOTAL PASIVO CORRIENTE	16.178,53	17.862,07	18.638,98	18.844,96	19.678,75
CAPITAL DE TRABAJO	22.865,19	34.839,49	48.410,84	63.079,22	78.514,85

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.9 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias proforma que tiene la empresa operando la producción programada se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de 45.897 dólares, una utilidad operativa de 20.771 dólares, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de 16.928 dólares. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta se genera una utilidad neta de 11.080 dólares. Para el quinto año proyectado la utilidad neta de 14.692 dólares. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 92: Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	105.000	110.009	115.256	120.754	126.514
Menos costo de producción	59.103	62.514	65.310	67.935	71.134
Utilidad Bruta	45.897	47.495	49.946	52.818	55.380
Menos Gastos de Administración	16.179	17.862	18.639	18.845	19.679
Gastos de vender	8.947	9.877	10.327	10.494	10.979
Utilidad Operacional	20.771	19.756	20.980	23.479	24.722
Costos Financieros	3.843	3.843	3.416	2.989	2.562
Utilidad Antes de Participación	16.928	15.913	17.564	20.490	22.160
15% Participación de Utilidades	2.539	2.387	2.635	3.074	3.324
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	14.389	13.526	14.930	17.417	18.836
Impuesto a la Renta	3.309	2.976	3.285	3.832	4.144
Utilidad Neta	11.080	10.550	11.645	13.585	14.692

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

5.10 FLUJO NETO DE EFECTIVO

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en su fase de inversión y operacional son: En la fase operativa por concepto de ingresos operativos se tiene un valor de 26.685 dólares; una salida total de efectivo de 9.691 dólares, lo que origina un saldo neto de efectivo de 16.993 dólares. El saldo acumulado de efectivo en el quinto año proyectado es de 71.572 dólares. El valor de salvamento o remanente en el último año es de 17.300 dólares como muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 93: Flujo Neto de Efectivo

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS					VALOR REMANENTE LIBROS
AÑO	0	1	2	3	4	5	
NIVEL DE PRODUCCIÓN							
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1. Recursos Financieros	54.900,00						
2. Utilidad Operativa		20.771,23	19.755,94	20.980,39	23.479,26	24.722,22	
3. Depreciación		5.314,00	5.314,00	5.314,00	4.098,00	4.060,00	
4. Amortización		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	
5. Valor Remanente en el Ultimo año							17.300,00
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	54.900,00	26.685,23	25.669,94	26.894,39	28.177,26	29.382,22	17.300,00
SALIDAS DE EFECTIVO							
1. Activos Fijos	45.900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
2. Capital de Trabajo	6.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
3. Activos Pre operativos	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
4. Costos Financieros		3.843,00	3.843,00	3.416,00	2.989,00	2.562,00	
5. Pago a principal		0,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	
6. Impuestos		5.848,70	5.362,66	5.919,20	6.905,22	7.468,00	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	54.900,00	9.691,70	13.475,66	13.605,20	14.164,22	14.300,00	
ENTRADAS MENOS SALIDAS	0,00	16.993,53	12.194,28	13.289,19	14.013,04	15.082,23	17.300,00
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE)	0,00	16.993,53	29.187,80	42.476,99	56.490,03	71.572,26	88.872,26

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: El Autor

5.11 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un instrumento similar al flujo neto de efectivo y su interpretación es válido desde el punto de vista contable y financiero, ya que es un instrumento que permite conocer el comportamiento y la proyección de fuentes y usos en efectivo, con la finalidad de prever su origen y aplicación:

Cuadro N° 94: Flujo de Caja

CONCEPTO	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
	0	1	2	3	4	5
A. Ingresos Operativos		105.000,0	110.008,5	115.255,9	120.753,6	126.513,6
Recuperación Por ventas		105.000,0	110.008,5	115.255,9	120.753,6	126.513,6
B. Egresos Operacionales		84.228,8	90.252,6	94.275,5	97.274,4	101.791,3
Costo de Operación		59.103,2	62.513,9	65.309,8	67.935,2	71.133,8
Gastos de Administración		16.178,5	17.862,1	18.639,0	18.845,0	19.678,8
Gastos de Ventas		8.947,0	9.876,6	10.326,7	10.494,2	10.978,8
C. Flujo Operacional (A-B)		20.771,2	19.755,9	20.980,4	23.479,3	24.722,2
D. Ingresos no Operacionales						
Depreciación y amortización		5.914,0	5.914,0	5.914,0	4.698,0	4.660,0
Recursos Financieros	54.900,00					
E. Egresos no Operacionales		9.691,7	13.475,7	13.605,2	14.164,2	14.300,0
Pago de Intereses		3.843,0	3.843,0	3.416,0	2.989,0	2.562,0
Pago de Capital - Crédito		0,0	4.270,0	4.270,0	4.270,0	4.270,0
Pago de Participación de Utilidades		2.539,2	2.386,9	2.634,7	3.073,5	3.324,0
Pago de Impuestos		3.309,5	2.975,7	3.284,5	3.831,7	4.144,0
Adquisición de Activos Fijos	54.900,00					
Terreno	4.500,00					
Construcción civil	15.000,00					
Muebles y enseres de producción	1.200,00					
Equipo y herramienta de producción	4.300,00					
Muebles y enseres administrativo	2.400,00					
Muebles y enseres de ventas	1.200,00					
Camión con refrigerante	13.500,00					
Equipos de informática de producción	950,00					
Equipos de informática de administración	1.900,00					
Equipos de informática de ventas	950,00					
Capital de trabajo	6.000,00					
Activos pre operativos	3.000,00					
F. Flujo no Operacional (D-E)		-3.777,7	-7.561,7	-7.691,2	-9.466,2	-9.640,0
G. Flujo Neto Generado (C+F)		16.993,5	12.194,3	13.289,2	14.013,0	15.082,2
H. Saldo Inicial de Caja		0,0	16.993,5	29.187,8	42.477,0	56.490,0
I. Saldo Final de Caja (G+H)		16.993,5	29.187,8	42.477,0	56.490,0	71.572,3

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

5.12 BALANCE PROFORMA

En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional. En el balance se determina que en el primer año los activos corriente son de 39.043 dólares; en activos fijos 40.586 dólares y en activos diferidos 2.400dólares; teniendo un total de activos de 82.029 dólares. En pasivos corrientes en este mismo año se tendrá 16.178 dólares, en pasivo a largo plazo 38.430 dando un total de pasivos 54.608 dólares. En patrimonio y capital 27.421 dólares lo que origina un total de pasivos más patrimonio de 82.029dólares. El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 95: Balance Inicial y proyectado

DETALLE	INICIAL	AÑOS PROYECTADOS				
		1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN						
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
1.Caja		7.019,06	7.521,05	7.856,29	8.106,20	8.482,61
2.Bancos	6.000,00	16.993,53	29.187,80	42.476,99	56.490,03	71.572,26
3.Cuentas por Cobrar		7.019,06	7.521,05	7.856,29	8.106,20	8.482,61
4. Inventario de materiales directos		3.397,75	3.559,82	3.729,63	3.907,53	4.093,92
5. Inventario de productos en proceso		1.477,58	1.562,85	1.632,75	1.698,38	1.778,35
6. Inventario de productos terminados		3.136,74	3.349,00	3.497,87	3.615,84	3.783,86
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	6.000,00	39.043,72	52.701,56	67.049,82	81.924,17	98.193,61
A. FIJOS						
Terreno	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
Construcción civil	15.000,00	14.550,00	14.100,00	13.650,00	13.200,00	12.750,00
Equipo y herramienta de producción	4.300,00	3.870,00	3.440,00	3.010,00	2.580,00	2.150,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00	1.080,00	960,00	840,00	720,00	600,00
Muebles y enseres administrativo	2.400,00	2.160,00	1.920,00	1.680,00	1.440,00	1.200,00
Muebles y enseres de ventas	1.200,00	1.080,00	960,00	840,00	720,00	600,00
Camión con refrigerante	13.500,00	10.800,00	8.100,00	5.400,00	2.700,00	0,00
Equipos de informática de producción	950,00	636,50	323,00	9,50	0,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	1.273,00	646,00	19,00	0,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	636,50	323,00	9,50	0,00	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	45.900,00	40.586,00	35.272,00	29.958,00	25.860,00	21.800,00
A. DIFERIDOS						
13.Gastos Pre operativos	3.000,00	2.400,00	1.800,00	1.200,00	600,00	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00	2.400,00	1.800,00	1.200,00	600,00	0,00

TOTAL DE ACTIVOS	54.900,00	82.029,72	89.773,56	98.207,82	108.384,17	119.993,61
PASIVOS						
P. CORRIENTE						
14.Cuentas por Pagar		16.178,53	17.862,07	18.638,98	18.844,96	19.678,75
Pasivo a Largo Plazo						
15.Préstamo	38.430,00	38.430,00	34.160,00	29.890,00	25.620,00	21.350,00
TOTAL PASIVOS	38.430,00	54.608,53	52.022,07	48.528,98	44.464,96	41.028,75
PATRIMONIO						
16.Capital Social	16.470,00	16.341,67	27.201,22	38.033,64	50.334,18	64.272,62
17.Utilidad	0,00	11.079,53	10.550,28	11.645,19	13.585,04	14.692,23
TOTAL PATRIMONIO		27.421,2	37.751,49	49.678,84	63.919,22	78.964,85
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	54.900,00	82.029,72	89.773,56	98.207,82	108.384,17	119.993,61

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.13 EVALUACIÓN FINANCIERA

CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)

El costo de capital del proyecto considero, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa promedio anual de inflación del año 2012 que es de 4.77%, la tasa activa del 10% y la tasa pasiva del 5%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro N° 96: Costo de Oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	16.470	30	5	150,00
Capital Financiado – BNF	38.430,00	70	10	700,00
Total	54.900	100	15	850,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: El Autor

$$CK = 850/100 = 8.50\%$$

$$Td = 8.50 + 4.77\% = 13.27\%$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 13.27%.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa”

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Dónde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (13.27%)

n = Tiempo de proyección (10 años)

$$VAN_{(13.27\%)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(13.27\%)} = -54.900 + \frac{16.993}{(1+0.1327)^1} + \frac{12.194}{(1+0.1327)^2} + \frac{13.289}{(1+0.1327)^3} + \frac{14.013}{(1+0.1327)^4} + \frac{32.382}{(1+0.1327)^5}$$

$$VAN = -54.900 + 59.532$$

$$VAN = 4.631$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 13.27%, rinde el 13.27% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$4.631 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedieron a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = -P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

TIR = 15.50%

La “i” que satisface la ecuación es 0.1550 que equivale al TIR del 15.50% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de \$54.900 y genera una rentabilidad anual del 15.50% que supera al costo de oportunidad (CK= 13.27%) en 2.23%.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de descuento del 13.27% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(13.27\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro Nº 97: Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	54.900,00			4 años, 8 meses y 24 días
1		16.993,53	15.002,67	
2		12.194,28	9.504,43	
3		13.289,19	9.144,37	
4		14.013,04	8.512,81	
5		32.382,23	17.367,30	
TOTAL			59.531,58	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 13.27% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(13.27\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{59.531}{54.900} = 1.08$$

Cuadro N° 98: Beneficio Costo

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
0	54.900,00			1,08
1		16.993,53	15.002,67	
2		12.194,28	9.504,43	
3		13.289,19	9.144,37	
4		14.013,04	8.512,81	
5		32.382,23	17.367,30	
TOTAL			59.531,58	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.08 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 1.08 por cada dólar invertido.

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima económica que tendrá la empresa en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de 66.273 dólares y para el quinto año proyectado 75.889 dólares.

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

CF = Costos Fijos
CV = Costos Variable

V= Ventas

Cuadro Nº 99: Punto de Equilibrio

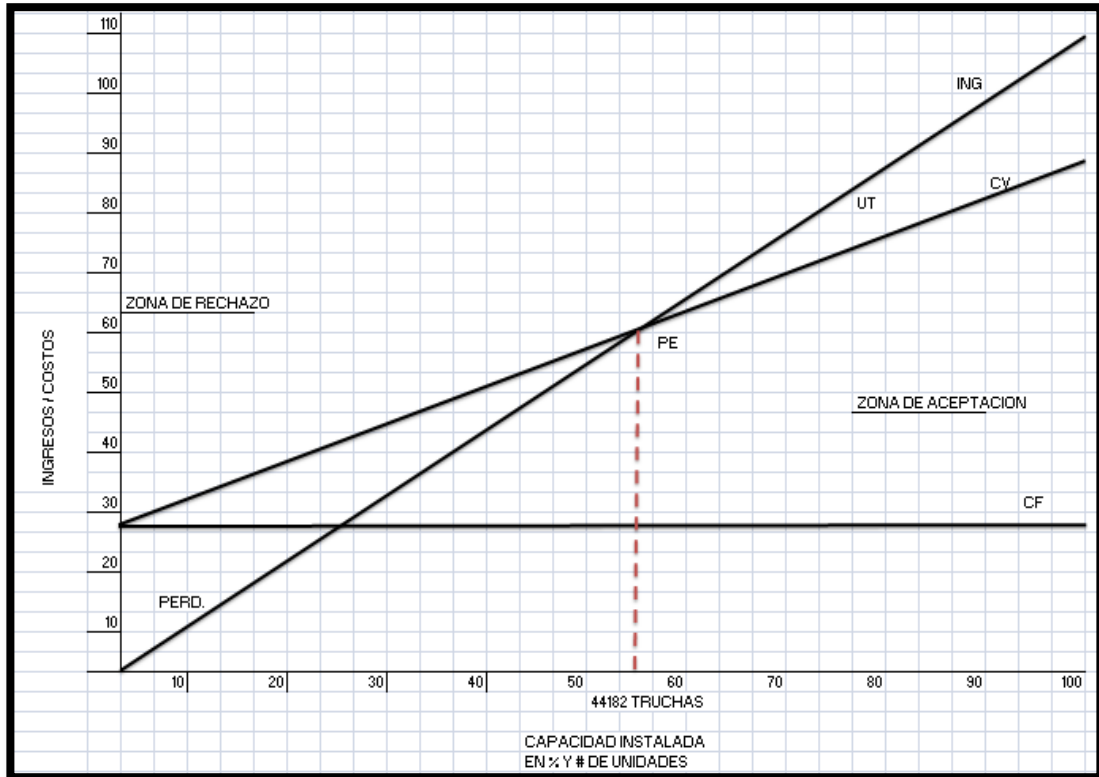
CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	105.000	110.009	115.256	120.754	126.514
Costos Totales	88.072	94.096	97.692	100.263	104.353
Costos Variable	59.103	62.514	65.310	67.935	71.134
Costos fijos	28.969	31.582	32.382	32.328	33.220
Punto de equilibrio \$	66.273	73.150	74.724	73.909	75.889

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

GRAFICO

Gráfico N° 25: Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 LA EMPRESA

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre escogido para identificar a la empresa y que cumple con los requisitos legales para esta especie de compañía es “**Truchas San Francisco Ltda.**”

Gráfico N° 26: Logotipo Institucional



Elaborado por: el autor

6.1.2 TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN

a) Tipo de empresa.

En este punto se desarrollaran los aspectos fundamentales para la formación del ente jurídico y la celebración de la escritura o estatuto de constitución:

1. Ente Jurídico.- Se constituirá como Compañía de responsabilidad limitada.
2. Obligación social.- Los dueño responderá individualmente hasta por el monto del capital de la empresa;
3. Desarrollo de las actividades.- Las actividades de producción y comercialización de truchas listas para su preparación y posterior consumo, se realizará bajo el nombre de “Truchas San Francisco”;
4. Objetivo social.- Producir y comercializar truchas listas para su preparación. .
5. Capital.- El aporte de capital inicial del dueño será de \$16.470 y un crédito por 38.430 dólares, otorgado por el Banco Nacional de Fomento a 5 años a una tasa del 10% anual.
6. Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 20 años;
7. Domicilio.- El domicilio será en la comunidad Delicias de San Francisco, s/n, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura
8. Fondo de reserva.- Se creará un fondo de reserva de hasta el 20% del capital social;
9. La creación de la empresa se realizará por medio de una escritura pública o Estatuto, en el cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la Ley.
10. Esta escritura será otorgada por el gerente propietario solicitando a uno de los jueces de lo civil del cantón Urcuquí su aprobación e inscripción en el registro mercantil de dicho domicilio
11. y se publicará el extracto de la escritura en un periódico del cantón de Ibarra;

b) Requisitos para la conformación y permisos de Funcionamiento

Los requisitos para su funcionamiento son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Patente municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual
- Formulario de declaración de patentes
- Formulario para categorización

Los aspectos que contendrá el Acta de Constitución y Estatuto de la microempresa son:

- Comparecientes
- Determinación del objeto o fines
- Domicilio
- Plazo o vigencia
- Seguridad del aporte económico
- Administración
- Remuneraciones
- Ganancia o pérdidas
- Reserva legal
- Fiscalización
- Terminación de actividades

Para la obtención del permiso de de la patente municipal de funcionamiento anual y los impuestos respectivos que correspondan se acudirá al departamento de planificación del Municipio de Ibarra.

En lo relacionado al Servicio de Rentas Internas, el requisito es obtener el RUC y la autorización para la emisión de las facturas, como las

declaraciones mensuales del impuesto al valor agregado (IVA) y anualmente realizar la declaración del impuesto a la renta.

En el Cuerpo de Bomberos de Ibarra se solicitará el respectivo permiso de funcionamiento cumpliendo con los requisitos exigidos por este cuerpo.

6.1.3 REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO

6.1.3.1 REGISTRO DE LA EMPRESA EN EL SRI

Para realizar la declaración del SRI se necesita contar con una declaración juramentada del capital de trabajo; donde conste con claridad el nombre de la microempresa.

6.1.3.2 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO (PATENTE MUNICIPAL)

Este permiso se sacará en el Municipio del Gobierno Municipal de Urcuquí, si el propietario cuenta con el título de artesano califica no tendrá que cancelar ningún costo, si no cuenta con este requisito deberá pagar de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para hacer este trámite son:

- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.

6.1.3.3 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

El permiso se obtendrá en las oficinas de la estación de bomberos pagando el rubro de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para este trámite son:

- Título de artesano calificado

- Declaración juramentada del capital de la microempresa
- Patente Municipal
- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Certificado de la empresa eléctrica de Urcuquí donde se emite la aprobación del funcionamiento eléctrico

6.2 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

6.2.1 MISIÓN

Truchas San Francisco es una empresa privada, dedicada a la producción y comercialización de truchas condimentadas, actúa con conciencia social, laboral, cultural y ecológica, proporciona un producto de calidad a sus clientes fomentándoles el hábito de consumo de alimentos sanos y nutritivos.

6.2.2 VISIÓN

Truchas San Francisco será una empresa líder en los próximos 10 años a nivel regional, en la producción y comercialización de truchas condimentadas, ofertando un producto de calidad aplicando Buenas Prácticas piscícolas aportando al progreso y desarrollo del sector comercial productivo en la comunidad la Delicia de San Francisco, parroquia Tumbabiro, cantón Urcuquí en la provincia de Imbabura

6.2.3 PRINCIPIOS Y VALORES

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL** asumimos el compromiso del servicio social y cultural de la comunidad (producto sano).

- EQUIDAD SOCIAL Brindamos un trato igualitario a los trabajadores y sociedad en general.
- TRANSPARENCIA Daremos fiel cumplimiento a las normas legales vigentes.
- RESPETO AL AMBIENTE Actuamos con responsabilidad y conciencia ecológica.
- TRABAJO EN EQUIPO Apoyamos toda iniciativa de mejora y trabajo mancomunado.

6.2.2 POLÍTICAS

La empresa tendrá las siguientes políticas:

- Manejar un sistema de Buenas Prácticas operativas y administrativas con un enfoque de mejoramiento continuo.
- Mantenimiento de una cultura organizacional con como una herramienta integradora del talento humano.
- Aplicar medidas de gestión ambiental para minimizar los impacto ambientales negativos que genera la empresa contribuyendo a la protección del medio ambiente
- El talento humano tendrá un horario de entrada y salida
- Dejar limpio el lugar de trabajo
- Utilizar los equipos y vestimenta adecuada para la preparación de las rosas.
- La empresa se compromete a mantener los requerimientos de los clientes, manteniendo estándares de calidad, que permitan garantizar la satisfacción del cliente por medio de una filosofía de mejoramiento continuo, planificando, comunicando y desarrollando objetivos y metas de calidad.

6.3 ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA

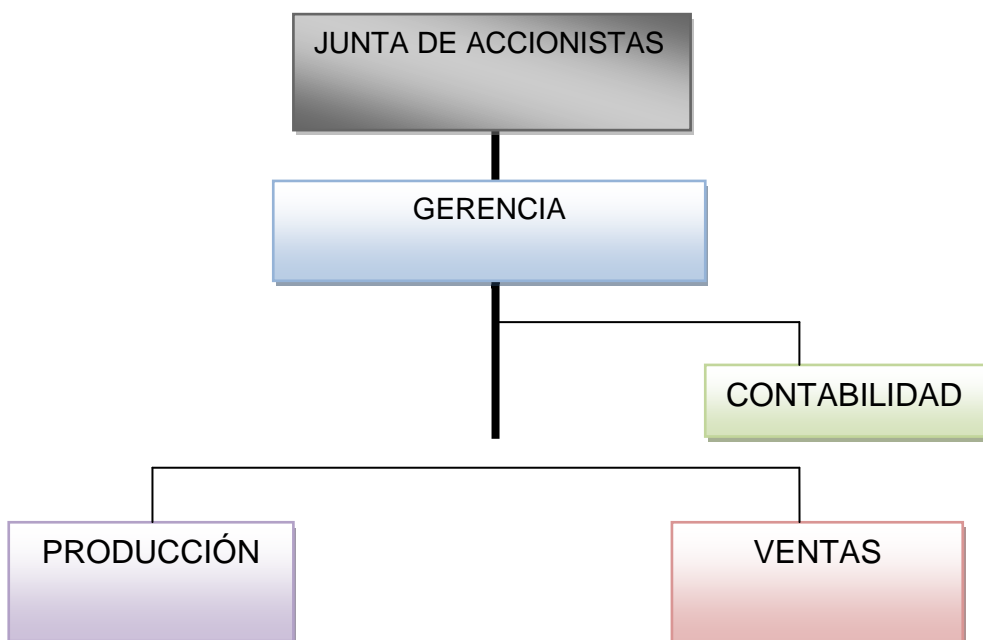
La estructura organizativa de la empresa está diseñada para el logro de los objetivos y metas previstas y cumplir con las proyecciones económicas que se espera de su funcionamiento, así como también lograr la mayor rentabilidad de las inversiones que se incurre en el proyecto.

La organización es una actividad básica de la administración que sirve para agrupar y estructurar todos los recursos, con el fin de alcanzar los objetivos predeterminados; de todos los recursos el elemento humano es el más importante.

6.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La empresa adoptará la siguiente estructura organizacional

Gráfico N° 27: Estructura Organizacional



Elaborado por: El Autor

6.4 NIVEL FUNCIONAL

Administrador y representante legal

Naturaleza del cargo: Ser el representante de la empresa como gerente, tendrá una amplia incidencia en la toma de decisiones de la empresa.

El Gerente tiene un cargo Administrador como representante legal de la institución en todos los actos judiciales y extrajudiciales que existiese en la institución, gozará de las facultades determinadas en la ley, en todos los aspectos relacionados con operaciones comerciales o civiles.

JUNTA DE ACCIONISTAS

Tiene las siguientes funciones:

- a) Designar y remover al gerente y fijar su remuneración
- b) Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente
- c) Resolver la forma de reparto de utilidades
- d) Resolver la amortización de los aportes sociales
- e) Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos accionistas
- f) Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social
- g) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la empresa
- h) Resolver la disolución anticipada de la empresa

GERENTE

Tiene las siguientes funciones:

- a) Ser el representante legal de la empresa
- b) Comprar y enajenar bienes de operación
- c) Conocer la situación financiera de la empresa y aprobar el informe anual
- d) Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias al personal
- e) Comunicar a los empleados de los objetivos y valores de la organización

- f) Dirigir a los empleados de la organización para el cumplimiento de los objetivos
- g) Dirigir la elaboración del Plan Estratégico y Operativo Anual
- h) Realizar una evaluación anual de los empleados para tomar medidas correctivas
- i) Diseñar las estrategias de comercialización y marketing
- j) Controlar el desempeño de cada trabajador
- k) Manejar efectivamente y con mesura los recursos
- l) Hacer cumplir con todas las disposiciones legales y tributarias a las que esté sujeta la empresa

PERSONAL OPERATIVO

Tiene las siguientes funciones:

- a) Controlar la calidad del producto
- b) Verificar el buen funcionamiento de los equipos, maquinaria y herramienta.
- c) Organizar el trabajo diario
- d) Diseñar los modelos y plantillas para el trabajo
- e) Controlar la calidad de la materia prima
- f) Manejo de los diferentes procesos
- g) Manejar las herramientas, equipos, maquinaria.
- h) Crear nuevas presentaciones
- i) Liderar el trabajo en su espacio
- j) Organizar el tiempo para terminar los pedidos

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizara la siguiente escala de valores.

Cuadro N° 100: Valoración de los Impactos

ESCALA	INDICADORES
3	IMPACTO ALTO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
0	NO HAY IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO

Elaborado por: El Autor

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado.

A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis.

7.2IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro N° 101: Impacto Económico

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Mejorar oferta laboral en la zona	3							3
Disminución de la migración		2						2
Incremento de ingresos de la zona		2						2
Total								7

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Uno de los objetivos planteados en el proyecto es mejorar las expectativas de venta de los productores de truchas de la zona en investigación, desde este punto de vista, el proyecto cumple a cabalidad ya que logrará ampliar el mercado de este producto en la provincia permitiendo al consumidor adquirirlo más fácilmente, en mejores condiciones de conservación y a precios más competitivos, un efecto de lo anterior es que se requerirá más mano de obra, calificada o no, lo que limitará la migración permitiendo a los colaboradores del negocio proporcionar a sus familias una expectativa de vida más estable.

7.3 IMPACTO SOCIAL

Cuadro N° 102: Impacto Social

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Generación de Empleo	3							3
Estabilidad laboral	3							3
Mejoramiento de la calidad de vida	3							3
Total								9

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto Social} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{9}{3} = 3$$

La puesta en práctica del proyecto implica una gran contribución social a la zona, la generación de empleos formales implica crear un círculo virtuoso ya que los nuevos ingresos que se generen serán gastados en el comercio domestico lo que por lógica contribuirá a la generación de nuevas plazas laborales por un incremento de la demanda, en el mediano plazo, se puede esperar un mejoramiento del nivel académico de los lugareños en el afán de un perfeccionamiento de la administración de sus fuentes laborales, recuérdese que la zona es eminentemente agrícola y no existen empresas foráneas que inviertan directamente en la zona.

7.4 IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro N° 103: Impacto Educativo

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Contribución académica a la UTN	3							3
Generación de conocimientos técnicos	3							3
Generación de Conocimientos prácticos		2						2
Total								8

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{8}{3} = 2,66$$

La cesión del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte proporcionará a la futuras generaciones de estudiantes una útil herramienta de consulta y estudio en materias tales como administración y finanzas, además dará una base teórica y práctica sobre el cultivo y comercialización de la trucha, alimento muypreciado en la zona y con un buen mercado potencial de acuerdo al estudio realizado; desde otra perspectiva, las personas residentes de la zona que participen en la ejecución del proyecto lograrán aprender un nuevo oficio diversificando así su campo de conocimientos y por lo tanto mejorando sus expectativas laborales en el mediano plazo.

7.5 IMPACTO GENERAL

Cuadro N° 104: Impacto General

INDICADORES	TOTAL
Impacto Económico	2.33
Impacto Social	3
Impacto Educativo	2.66
Total	

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto General} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{7,99}{3} = 2,66$$

El presente Proyecto generará un nivel de impacto medio positivo por cuanto se puede apreciar que con la implementación de una cultivadora y comercializadora de Truchas en la comunidad de San Francisco, Cantón de Urcuquí, se ampliará la oferta laboral de la zona además de ofrecer una mejor alternativa de comercialización a productores y mejor producto a consumidores.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- 1.1 Del Diagnóstico Situacional se determina que la comunidad de San Francisco se encuentra en ecosistemas hídricos que son la fuente para la implementación de proyectos piscícolas especialmente para el cultivo de la trucha arco iris, por lo tanto se establece la viabilidad para la implementación del proyecto.
- 1.2 De los resultados del diagnóstico en relación a las opciones de preferencias que tiene la trucha en los clientes de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro, se establece una óptima aceptación para el consumo de la trucha.
- 1.3 Del Estudio de Mercado, se establece que la trucha arco iris generalmente se comercializa en presentaciones de fresco – refrigerado, congelado y condimentado, en presentaciones de 180 a 250 gramos. Del análisis de la oferta de truchas arco iris condimentada se establece que no existe en la provincia de Imbabura una empresa que oferte este producto. De las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales se determina una oferta actual de 76.980 unidades para el año 2012. La demanda que tienen estos locales antes mencionados es de aproximadamente 438.000 truchas para el año 2012. La demanda insatisfecha es de 397.122 truchas. El proyecto tiene la posibilidad de captar el 17.63% de esta demanda insatisfecha que significa 70.000 truchas al año.
- 1.4 En el Estudio Técnico e Ingeniería se determina que la localización de la empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas es en el sector de la comunidad de San Francisco del cantón Urcuquí. El área requerida para la implantación de la

empresa es de 719.89 metros cuadrados que comprenden las áreas de producción con ocho piscinas y un bloque para los procesos de post cosecha, así como un área para administración y ventas y área de parqueadero y patio de maniobras.

- 1.5** Del análisis Económico y Financiero se establece que la inversión inicial es de 54.900 dólares. Del análisis financiero se determina que el VAN es de 3.898 dólares, el TIR de 15.50%, el PRI de 4 años, 9 meses y 8 días, el B/C de 1.07 dólares justificándose el proyecto desde este punto de vista.
- 1.6** En la estructura organizativa se diseñó el organigrama estructural de la empresa, se determinó la filosofía empresarial de tal forma que se articule el óptimo funcionamiento de la empresa.
- 1.7** Del análisis de impactos se determina que la empresa de producción y comercialización de truchas condimentadas tiene impactos positivos con una valoración medio positivo.

2. RECOMENDACIONES

- 2.1** Aprovechar el recurso hídrico del río Cachaco que está adjunto a la comunidad de San Francisco, para implementar esta actividad productiva piscícola de cultivo y comercialización de la trucha arco iris, y de esta forma aprovechar la disponibilidad de agua que tiene las condiciones apropiadas para el desarrollo del proyecto.
- 2.2** La trucha arco iris condimentada deberá cumplir con los criterios de calidad y seguridad alimentaria, para que se promueva su consumo en los diferentes locales que son el mercado meta del proyecto y en otros de la provincia de Imbabura.
- 2.3** Para que la empresa de producción y comercialización de trucha condimentada logre acceder al mercado meta del proyecto se

deberá aplicar un plan de marketing propuesto y de esta manera lograr un posicionamiento en el mercado meta propuesto y en una segunda estancia en otros segmentos de mercado de la provincia de Imbabura y la región norte.

- 2.4** La empresa deberá estar localizada a unos cincuenta metros del río Cachaco con la finalidad de evitar riesgos de crecimiento del río y de costos en la captación del agua para las piscinas. Se deberá aplicar las Buenas Prácticas piscícolas que son aplicables, para el cultivo y comercialización de la trucha arco iris, y de esta forma ajustarse a criterios de calidad y seguridad alimentaria.
- 2.5** Para obtener flujos de caja positivos y que los indicadores económicos financieros se mantengan se deberá efectuar procesos de control de costos y generar el plan de utilidades en forma adecuada, con la finalidad de tener una óptima relación entre los pasivos vs el capital contable de los accionistas.
- 2.6** La empresa deberá fundamentarse en procesos administrativos que generen altos rendimientos en los recursos institucionales en términos de competitividad y productividad, para lo cual se aplicaran estrategias a nivel corporativo, nivel funcional y que se tomen decisiones estratégicas con liderazgo.
- 2.7** Para que los impactos positivos de la empresa se mantengan será necesario que se maneje de forma adecuada la imagen corporativa y la socialización del proyecto y la operatividad del mismo con los diferentes actores de control (MAGAP, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Salud) así como sus clientes potenciales.

BIBLIOGRAFÍA

ABRAN GUTIÉRREZ M. Elaboración de Tesis y Actividades Académicas

ALEXANDRA LÓPEZ. Piscicultura y Acuarios

ANGEL, P. Y. (2006). Metodología para el trabajo de grado. Ibarra Ecuador

ARELLANO, E. I. (2005). Investigación Científica. Loja: Imprenta Cosmos.

ARELLANO, E. I. (2006). Investigación Científica. Quito: Imprenta Cosmos.

CRISTIAN SÁNCHEZ REYES. Crianza y Producción de Truchas

CODIGO LABORAL ECUATORIANO . (2005)

CONSEJO DE NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD (IASB).
(2009). NIIF para las PYME´S

Ing. MANUEL PATRICIO CHILQUINGA JARAMILLO. Costos, Ibarra – Ecuador

LAMBIN, J. J. (2005). Marketing Estratégico. Santiago: Mc Graw Hill.

LEY DEL MERCADO DE VALORES ECUATORIANO. (2005).

RUBÉN SARMIENTO R. Contabilidad General, Decima Edición, Cuenca – Ecuador, 2005

RAFAEL FRAGA, C. H. (2007). Investigación Socioeducativa. QUITO: Klendarios.

SÁNCHEZ C. Crianza y Producción de Truchas, Lima – Perú, 2004

LINOGRAFÍA

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing>

www.monografias.com/trabajos7/anfi/anfi.shtm

www.nutricion.pro/.../propiedades-nutricionales-de-la-trucha

www.cedepperu.org/img_upload/.../manual_truchas_antamina.pdf

www.pescadosymariscos.consumer.es/valor-nutritivo

www.minagricultura.gov.co/11contacto/03k_dirpesca.aspx

www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/cona/resultados_proy_prod

www.monografias.com/trabajos/tesisgrado/tesisgrado.shtml

www.tiendasmascotas.com/.../criaderos-de-truchas.html - En caché

www.pescadosymariscos.consumer.es/trucha/propiedades-nutritivas

www.chilepotenciaalimentaria.cl/.../Cultivo-de-truchas-con-poca-agua.html

www.monografias.com/trabajos3/comotesis/comotesis.shtml

ANEXOS

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS LOCALES DE VENTA DE PESCADO DE YAHUARCOCHA Y CHACHIMBIRO DEL CANTÓN IBARRA Y URCUQUI RESPECTIVAMENTE

Objetivo: Establecer la factibilidad que tiene la empresa en relación a que los propietarios de los locales de venta de pescado de Yahuarcocha y Chachimbiro adquieran la trucha arco iris condimentada.

Indicador: Cantidad de trucha

1. ¿Qué cantidad de trucha arco iris le ofertan generalmente en forma mensual?

- | | |
|-----------|-----|
| 10 – 50 | () |
| 51 – 100 | () |
| 101 – 150 | () |
| 151 – 200 | () |
| >200 | () |

Indicador: Tasa de crecimiento

2. ¿Cuál considera usted que es la tasa de crecimiento promedio en el periodo 2008 – 2012 de la oferta de trucha arco iris?

- | | |
|-----|-----|
| 5% | () |
| 10% | () |

15% ()

Indicador: Presentación de la trucha

3. La presentación de la trucha es en estado:

Fresco ()

Congelado ()

Condimentado ()

Indicador: Frecuencia de compra

4. ¿Con que frecuencia adquiere la trucha

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

Indicador: Nivel de satisfacción

5. ¿Está satisfecho con las truchas actuales que le distribuyen?

Si ()

No ()

Porque.....
.....

Indicador: Demanda de clientes

6. ¿Tiene demanda de sus clientes por la trucha arco iris?

Si ()

No ()

Porque.....

Indicador: Preferencia

7. ¿Qué tipo de preferencia considera usted que tienen sus clientes por la trucha arco iris

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

Indicador: Volumen de trucha

8. ¿Cuál es el volumen de trucha promedio que requiere usted para su local en forma mensual?

- 100 – 200 ()
- 201 – 300 ()
- 301 – 400 ()
- 401 – 500 ()
- >500 ()

Indicador: Probabilidad de adquisición

9. ¿Usted tendría preferencias por adquirir la trucha arco iris en estado:

- Fresco ()
- Congelado ()
- Condimentado ()

Indicador: Preferencia de trucha condimentada

10. ¿La trucha condimentada considera usted que tiene mayor preferencia por sus clientes?

- Si ()
- No ()

Porque.....

.....

Indicador: Mejora de procesos

11. ¿La trucha condimentada le mejorará sus procesos para la obtención de la presentación de sus productos?

Si ()

No ()

Porque.....

Indicador: Precio

12. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por una trucha arco iris?

\$3.00 – 3.50 ()

\$3.50 – 4.00 ()

\$4.00 – 4.50 ()

>4.50 ()

Indicador: Tipo de publicidad

13. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría la empresa de a conocer la trucha arco iris condimentada?

Radio ()

Prensa ()

Televisión ()

Internet ()

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

NOMINA DE PROPIETARIOS DE PUESTOS DE VENTA DE COMIDA EN CHACHIMBIRO

N°	NOMBRES	N° DE PERSONAS ATENDIDAS EN FIN DE SEMANA
1	David Fernández	120
2	Josefina Maldonado	100
3	Consuelo Fernández	100
4	Beatriz Fernández	115
5	Verónica Andrango	100
6	Vertila Fernández	110
7	Mariela Quiguango	100
8	Patricia Lara	125
9	María Monje	120
10	Restaurante de Chachimbiro	350
	Total Personas Atendidas	1.340

Fuente: Investigación de Campo Mediante la Observación

Elaborado por: El Autor

NÚMERO DE PUESTOS DE VENTA DE PESCADO EN YAHUARCOCHA

ASOCIACIÓN SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA

Nómina de Socios

N°	NOMBRES	N° DE PESCADOS VENDIDOS POR SEMANA
1	María Ipiales	200
2	Jenny Ordoñez	200
3	EnmanChusquillo	200
4	Ligia Villatuña	200
5	María Pupiales	200
6	Pilar Chandi	200
7	María Narváez	200
8	Blanca Narváez	200
9	Hilda Teanga	200
10	María Juma	200
11	Gladys Alba	200
12	Janeth Narváez	200
13	Carmen Gavilima	200
14	Marian Vitatuña	200
15	Ana Pinango	200
16	Rosario Quilo	200
17	María Pinango	200
18	Teresa Juma	200
19	Susana Alba	200
20	Consuelo Juma	200
21	Hermelinda Juma	200
22	Rosa Juma	200
SUMA TOTAL DE VENTAS		4.400

Fuente: Investigación de Campo Mediante la Observación

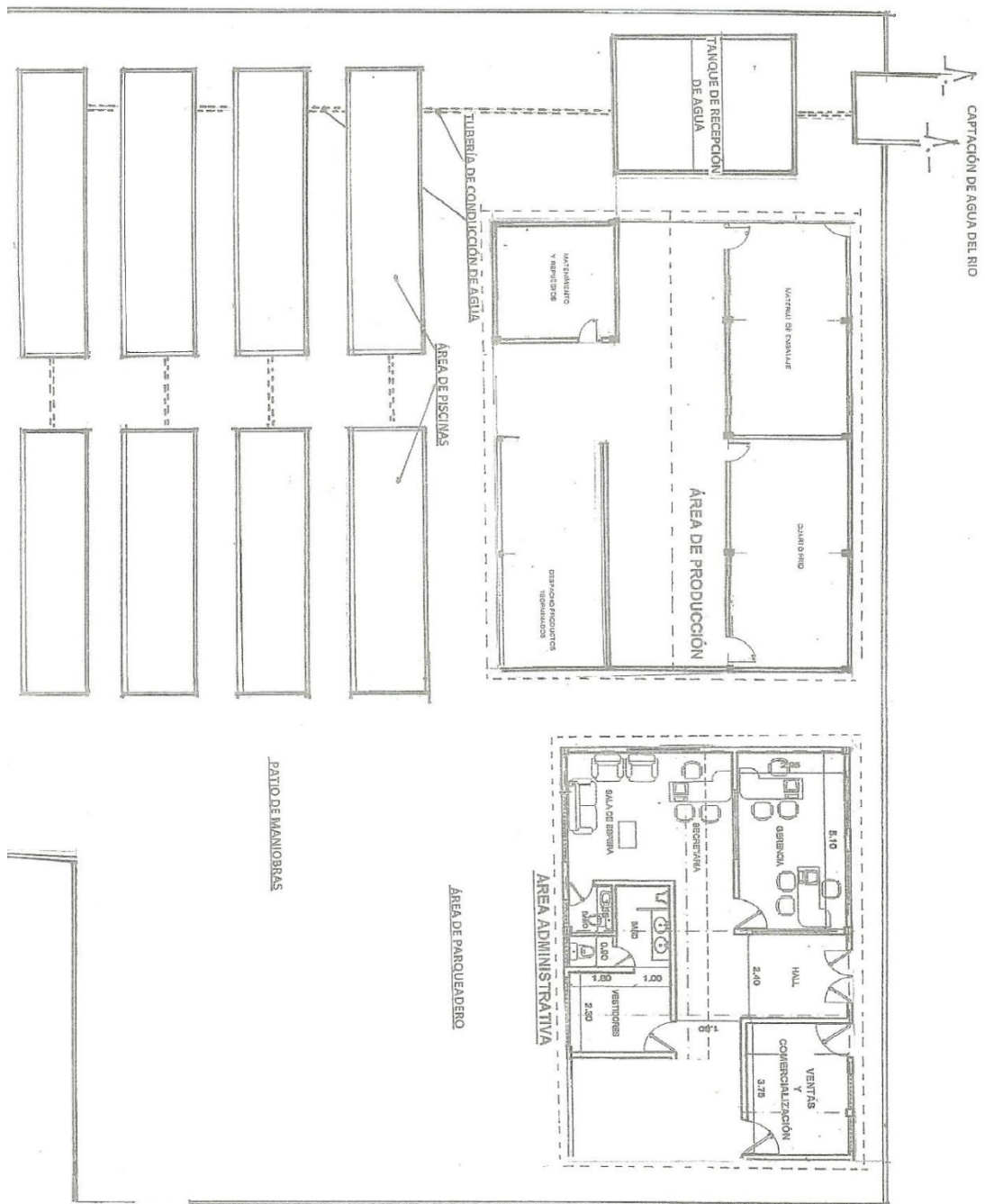
Elaborado por: El Autor

ASOCIACIÓN SANTA MARIANITA DEL OLIVO

Nómina de Socios

N°	NOMBRES	N° DE PESCADOS VENDIDOS POR SEMANA
1	Carmen Valdivieso	200
2	Gloria Freire	200
3	María Sandoval	200
4	Gilberto Valdivieso	200
5	Luis Valdivieso	200
6	Laura Guamán	200
7	Marcelino Burgos	200
8	Rebeca Pupiales	200
9	Blanca Valdivieso	200
10	Pilar Flores	200
11	Josefa Arévalo	200
12	Sandra Valdivieso	200
13	Miguel Egas	200
14	Martha Campo	200
15	Fabián Flores	200
16	Rodrigo Valdivieso	200
17	Lucila Flores	200
18	Omar Morillo	200
19	Yolanda Robles	200
20	Marlene Robles	200
SUMA TOTAL DE VENTAS		4.000

Fuente: Investigación de Campo Mediante la Observación
Elaborado por: El Autor



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA		Contiene: • Planta arquitectónica
TRABAJO DE GRADO – MODALIDAD PROYECTO – PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRUCHAS PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS CONDIMENTADAS PARA SU PREPARACIÓN EN LA COMUNIDAD LA DELICIA DE SAN FRANCISCO, PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URQUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.		Fecha: Diciembre del 2012
AUTOR: Jacinto Ricardo Echeverría Barahona DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Merizalde		Escala: 1:100 Lamina Nro. 1 de 1