



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FÁCTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PECES PARA DECORACIÓN EN CHALTURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA: ARCINIEGAS Q. Gabriela Elizabeth

DIRECTOR: Eco. ESTUARDO AYALA

IBARRA, ABRIL, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad, determinar la factibilidad de la producción y comercialización de peces para decoración en Chaltura. Primeramente se desarrolla un diagnóstico situacional, en el que se establece la forma como se realizó la investigación, los instrumentos de recolección de datos, a fin de determinar cuál es su problema principal. A continuación se desarrolla el marco teórico, aquí se explica conceptos básicos sobre el cuidado y crianza de los peces ornamentales y temas afines que se relacionan con el proyecto. Como siguiente paso se realiza un estudio de mercado, en donde se demuestra la existencia de un mercado potencial a satisfacer, siendo favorable para la implementación del proyecto, debido a que, en la Provincia de Imbabura no existe un criadero de peces ornamentales que provea a los pequeños acuarios y a la población en general que gusta de esta especie, dando lugar a que se pueda ingresar con el producto en forma positiva. Seguidamente se elabora el estudio técnico del proyecto, en el cual se describe la macro y micro localización, la distribución de la planta, el tamaño e ingeniería del proyecto, además se realizó el presupuesto de inversiones que se va a requerir. Consecuentemente, se realizó el estudio económico y evaluación financiera, determinando su viabilidad; ya que la inversión se justifica, así lo demuestran los estudios financieros realizados donde se logró determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el tiempo que tiene el proyecto. A continuación se realiza un estudio organizacional mismo que permitió determinar ciertos aspectos legales, la estructura orgánica de la microempresa, organigrama estructural y funcional. En cuanto se refiere a los impactos: social, educativo, económico, ambiental; el presente proyecto productivo tendrá un impacto general medio positivo, aludiendo que es factible su implementación. El proyecto finaliza con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

SUMMARY

This project aims to determine the feasibility of the production and marketing of fish for decoration Chaltura. First of a situational analysis is developed, in which the form is set as the research was conducted, the data collection instruments were developed in order to determine what the your main problem. Then the theoretical framework developed here is the basics on care and breeding of ornamental fish and related topics that is project explained. As a next step a market study, where demonstrates the existence of a potential market to meet, which will be favorable for project implementation because there is no breeding of ornamental fish to provide, in the Province of Imbabura is done small aquariums and the general population who likes this species, resulting to be entered with the a postive product. Then the technical study of the project is developed, in which the macro and micro localization, plant layout, size and engineering project is described further investment budget performance that will be required. Consequently, economic and financial evaluation study was conducted, determining their viability; because the investment is justified, as demonstrated financial studies where it was determined that the project has solid foundations that guarantee their profitability during the time you have the project. Then the same organizational study which identified certain legal aspects, organizational structure microenterprise, structural and functional organization is made. As regards impacts: social, educational, economic, environmental; this productive project will positively impact overall average, saying that its implementation is feasible.

The project will ends with the respective conclusions and recommendations.

AUTORÍA

Yo, **Gabriela Elizabeth Arciniegas Quiroz**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100298807-7 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PECES PARA DECORACIÓN EN CHALTURA”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Gabriela Arciniegas

100298807-7

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Gabriela Elizabeth Arciniegas Quiroz**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA.** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PECES PARA DECORACIÓN EN CHALTURA”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los....días de..... del 2014.



Eco. ESTUERDO AYALA
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

Yo, Gabriela Elizabeth Arciniegas Quiroz, con cédula de ciudadanía Nro. 100298807-7, 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PECES PARA DECORACIÓN EN CHALTURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor 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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Gabriela Arciniegas", is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

GABRIELA ARCINIEGAS

CI: 100298807-7

Ibarra, a los 09 días de abril del 2014.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERDSIDAD 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	
CEDULA DE CIUDADANÍA	100298807-7
APELLIDOS Y NOMBRES	Arciniegas Quiroz Gabriela Elizabeth
DIRECCIÓN	Jaime Félix Tafur y Hugo guzmán Lara
EMAIL	gabicha_03@rocketmail.com
TELÉFONO FIJO	065 001 913
TELÉFONO MÓVIL	098 382 1648

datos de la obra	
TITULO	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de peces para decoración en Chaltura
AUTOR	Arciniegas Quiroz Gabriela Elizabeth
FECHA	13 de marzo de 2014
TITULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR / DIRECTOR	Eco. Estuardo Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

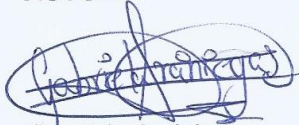
Yo, Gabriela Elizabeth Arciniegas Quiroz, con cédula de identidad Nro. 100298807-7, en calidad de autoray titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, 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 como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONTANCIAS

La autora manifiesta que la obra, objeto de la presente autorización es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumela responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a a los 09 días de abril del 2014.

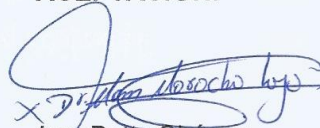
AUTORA:



Gabriela Arciniegas

1002988077

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por la resolución del Honorable Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo es el fruto de un gran esfuerzo y dedicación, en el que plasmo todo el amor y gratitud.

Dedico este gran esfuerzo con todo el amor que en mi corazón cabe, A DIOS por su bondad amorosa, y AL RECUERDO DE MI MADRE BEATRIZ QUIROZ, quien en vida demostró todo el cariño, esfuerzo y responsabilidad por su esposo e hijas; ella ha sido mi inspiración para seguir luchando por este anhelado sueño, estoy segura que se sentiría muy orgullosa.

Dedico también con todo cariño a MI PADRE MILTON, por ser la fuente, el soporte y ejemplo diario de lucha, esfuerzo y responsabilidad a seguir.

Y sobre todo dedico ESTE GRAN ESFUERZO A MI HIJO, José Martín que es y será el motivo de mi existencia, a María José Vásquez por ser el pilar de mi vida, mi apoyo incondicional siempre, pese a la adversidad.

AGRADECIMIENTOS

*A Dios y la Virgen, por ser quienes jamás se olvidarán y siempre
guiarán nuestro camino.*

*A la Universidad Técnica del Norte, especialmente a la Facultad de
Ciencias Administrativas y Económicas, tanto autoridades y docentes,
por su invaluable aporte académico, humano y ético.*

*Al Econ. Estuardo Ayala, por la ayuda e interés en la dirección del
presente Trabajo de Grado.*

Gaby

PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la Creación de una microempresa de producción y comercialización de peces para decoración en Chaltura, ha sido desarrollada por la modalidad de proyecto.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, mismos que tienen la información pertinente, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

El primer capítulo corresponde al Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes históricos de la parroquia, ubicación, superficie, datos poblacionales y las principales actividades económicas. Datos que permitieron establecer el problema central.

El segundo capítulo, hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas en sustento a una investigación bibliográfica, a través de conceptos y teorías referentes al proyecto, mercado, administración, contabilidad y evaluadores financieros.

El tercer capítulo denominado Estudio de Mercado, en el que se determinaron: las variables diagnósticas, muestra poblacional, demanda y oferta, precios, publicidad, competencia y el mercado en el que entrará en marcha el proyecto. Se realizó una investigación de campo con encuestas, mismas que demostraron las necesidades de acceder a una mascota de fácil cuidado.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la ubicación de la empresa,

diseño y distribución de las instalaciones, flujo grama de procesos, maquinaria, equipos, mano de obra, etc. Se concluye con la valorización de la inversión y su financiamiento.

El quinto capítulo corresponde a la Evaluación Financiera y Económica, se encuentran registrados todos los ingresos y egresos, mano de obra, costos fijos, costos variables, balances que detallan la situación y proyección de los rubros del proyecto, con su respectivo análisis para determinar si el proyecto es o no viable.

El sexto capítulo plantea la Estructura Organizacional y Funcional de la empresa, en la cual se especifican aspectos como: la misión, visión, valores, principios, objetivos, organigrama estructural y manual de funciones.

El capítulo séptimo son los Impactos que generará el proyecto en el ámbito social, ambiental, económico y educativo.

Finalizados los capítulos mencionados, se da a conocer las conclusiones y recomendaciones a los cuales se ha llegado con la investigación.

ÍNDICE GENERAL CONTENIDO

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
RESUMEN EJECUTIVO IDIOMA INGLÉS	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE CUADROS	XVIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXII

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
Antecedentes del diagnóstico	1
Justificación	3
Objetivos General	5
Objetivos Específicos	5
Variables Diagnósticas	6
Análisis Político	8
Análisis Económico	10
Análisis Social	13
Análisis Tecnológico	17
Análisis Ambiental	18
Determinación de la oportunidad de la inversión	19

CAPÍTULO II

Marco Teórico	20
La Empresa	20
Microempresa	21
Clasificación de los peces	22
Métodos de reproducción de los peces	24
Sistemas en el cultivo y mantenimiento de peces ornamentales	26
Estudio de Mercado	27
Producto	28
Segmento de Mercado	28
Oferta	29
Demanda	29
Precio	30
Comercialización	30
Promoción y Publicidad	31
Estudio Técnico	31
Tamaño del Proyecto	32
Localización del Proyecto	32
Ingeniería del Proyecto	33
Estudio Financiero	35
Ingresos	35
Egresos	35
Estructura Organizacional	40
Organización Estructural	41
Impactos	42

CAPÍTULO III

Objetivos Diagnostico	44
Objetivo General	44
Objetivo Especifico	44

Indicadores de las Variables	45
Estructura del Mercado Actual	47
Descripción del Producto	48
Tamaño del Universo a investigar	49
Calculo de la Muestra	50
Tabulación y Análisis de la Información	53
Identificación y Características del Servicio	66
Análisis y Proyección de la Demanda	66
Análisis y Proyección de la Oferta	67
Comercialización	71
Precio	72
Promoción	72
Estrategias de Venta	73
Conclusión del Estudio de Mercado	74

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico	
Tamaño del Proyecto	75
Tamaño o Capacidad del Acuario	75
Macro Localización	76
Micro Localización	77
Diseño de las Instalaciones Físicas	79
Flujo grama del Proceso del Acuario	80
Crianza de peces	81
Alimentación	82
Inversiones en Activos Fijos	82
Inversión Diferida	87
Capital de Trabajo	88
Financiamiento del Proyecto	89

CAPÍTULO V

Estudio Financiero	
Ingresos	91
Determinación de Egresos	91
Mano de Obra	93
Depreciación Activos Fijos	95
Gastos Financieros	96
Estados Financieros	98
Estado de Situación Financiera	98
Estado de Resultados Proyectado	100
Flujo de Caja Proyectado	101
Evaluación Financiera	101

CAPÍTULO VI

Estructura Organizacional y Funcional	
Logotipo de la Empresa	105
Misión	105
Visión	106
Objetivos de la Empresa	106
Principios	106
Valores	107
Organización Estructural de la Empresa	108
Organización Interna de la Empresa	109
Manual de Funciones	111

CAPÍTULO VII

Impactos del Proyecto	
Impacto social	118
Impacto Educativo	119

Impacto Ambiental	120
Impacto Económico	121
Conclusiones y Recomendaciones	123
Anexos	127
Anexo 1	128
Anexo 2	131
Bibliografía	132

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Título	Pág.
1.1	Matriz de Relación Diagnóstica Situacional	7
1.2	Estructura Político Administrativa	8
1.3	Gobierno Parroquial.	8
1.4	Consejo Parroquial De Planificación	9
1.5	Actividades Económicas	10
1.6	Restaurantes en Chaltura	11
1.7	Población Económicamente Activa Chaltura	12
1.8	Población Según Género	13
1.9	Población Chaltura por edades	13
1.10	Índices Poblacionales	14
1.11	Matriz AOR	18
3.1	Matriz Diagnostica	47
3.2	Población Urbana Provincia De Imbabura	50
3.3	Número De Familias Del Sector Urbano	51
3.4	Familias por Cantones	52
3.5	Distribución de las Encuestas por Cantón	52
3.6	Cuadro Pregunta N°1	54
3.7	Cuadro Pregunta N°2	54
3.8	Cuadro Pregunta N°3	55
3.9	Cuadro Pregunta N°4	56
3.10	Cuadro Pregunta N°5	57
3.11	Cuadro Pregunta N°6	58
3.12	Cuadro Pregunta N°7	58
3.13	Cuadro Pregunta N°8	59
3.14	Cuadro Pregunta N°9	59
3.15	Cuadro Pregunta N°10	60
3.16	Cuadro Pregunta N°11	60
3.17	Cuadro Pregunta N°12	61

3.18	Cuadro Pregunta N°13	61
3.19	Cuadro Pregunta N°14	62
3.20	Cuadro Pregunta N°15	62
3.21	Proyección de la demanda	67
3.22	Incremento de Acuarios	67
3.23	Proyección de la oferta	69
3.24	Demanda Insatisfecha	69
3.25	Porcentaje de Capacidad a cubrirse	70
3.26	Demanda cubierta	70
3.27	Precio	72
4.1	Capacidad Utilizada	76
4.2	Muebles Y Enseres	85
4.3	Equipos De Oficina	85
4.4	Equipos De Computación	86
4.5	Terreno	86
4.6	Criadero	86
4.7	Activos Diferidos para Constitución de Empresa	88
4.8	Capital de Trabajo	89
4.9	Inversión total	89
4.10	Financiamiento para el Proyecto	90
4.11	Remuneración	90
5.1	Determinación de Ingresos	91
5.2	Determinación de Costos de Producción	92
5.3	Comportamiento histórico Sueldo Básico	93
5.4	Sueldo Básico Unificado Proyectado	94
5.5	Distributivo de Gastos	94
5.6	Depreciación Activos Fijos	95
5.7	Depreciación de Activos Fijos Proyectado	96
5.8	Condiciones de Crédito	97
5.9	Tabla de Amortización	97
5.10	Estado De Situación Financiera	99
5.11	Estado de Resultados Proyectado	100

5.12	Flujo de Caja Proyectado	101
5.13	Inversión	101
5.14	Flujos Netos Actualizados	102
5.15	Flujos Netos Actualizados	103
7.1	Nivel de Impactos	118
7.2	Matriz de Impacto Social	119
7.3	Matriz de Impacto Educativo	120
7.4	Matriz de Impacto Ambiental	120
7.5	Matriz de Impacto Económico	121
7.6	Matriz de Impacto General	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Título	Pág.
1.1	Sistema de Riego	18
3.1	Pregunta N°1	54
3.2	Pregunta N°2	55
3.3	Pregunta N°3	56
3.4	Pregunta N°4	56
3.5	Pregunta N°5	57
3.6	Pregunta N°6	58
3.7	Pregunta N°7	58
3.8	Pregunta N°8	59
3.9	Pregunta N°9	59
3.10	Pregunta N°10	60
3.11	Pregunta N°11	60
3.12	Pregunta N°12	61
3.13	Pregunta N°13	61
3.14	Pregunta N°14	62
3.15	Pregunta N°15	62
4.1	Mapa de la República del Ecuador	77
4.2	Mapa de la Parroquia de San José De Chaltura	77

CAPÍTULO

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes del diagnóstico

San José de Chaltura, es una parroquia con su gente trabajadora y dedicada rodeado de amplias praderas de tierra fértil y productiva. Chaltura pertenece al Cantón Antonio Ante a la altitud de 2.340 metros sobre el nivel del mar, el clima es templado con un promedio de temperatura de 16°centígrados que favorece a la producción que en este pueblo se da, especialmente a la agricultura y turismo.

Su actividad económica varía, ya que, ha tenido mucha influencia de las ciudades vecinas, antiguamente se dedicaba a la agricultura únicamente, en la actualidad su actividad varía entre: ganadera, comercial y en los últimos tiempos también se dedican a la actividad turística. Chaltura es conocida a nivel nacional por sus deliciosos cuyes, por lo que ha llegado a todos los rincones de nuestro hermoso país.

Actualmente Chaltura cuenta con alumbrado público, electricidad, teléfono, agua potable en su gran mayoría las vías de acceso son asfaltadas, y las calles que del sector urbano son adoquinadas, en cuanto a lo rural sus calles son empedradas.

➤ Ubicación

San José de Chaltura como parroquia rural, perteneciente al Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, está ubicada a 3.5 km de la ciudad de Atuntaqui, a 12 km de la capital provincial y a 128 km de la capital ecuatoriana. Astronómicamente, la cabecera parroquial consta con las coordenadas geográficas 0° 21' 19" de latitud norte y 78°11' 32" de longitud oeste.

➤ **Límites**

Al Norte:

Limita con el Cantón San Miguel de Urcuquí, cuyo accidente geográfico de limitación es el Río Ambi y se dirige con rumbo al suroeste, en los siguientes puntos:

X: 814502,21 Y: 10043223,04; X: 809258,62 Y: 10040640,34

Al Oeste:

Limita con la Parroquia Urbana de Atuntaqui, desde el río Ambi se dirige con rumbo sureste en los siguientes puntos:

X: 809258,62 Y: 10040640,34; X: 809346,25 Y: 10040276,84

Al Sur:

Limita con la Parroquia Rural de San Francisco de Natabuela, en la calle Abelardo Moncayo y desde el sector el Alaba se dirige con rumbo al oeste por una acequia, en los siguientes puntos:

X: 813093,82 Y: 10038301,19; X: 812983,84 Y: 10038199,73

Al Este:

Limita con la Parroquia Rural de San Antonio del Cantón Ibarra, desde el sector el Alaba, se dirige con rumbo noreste tomando como accidente geográfico la vía que limita los cantones de Ibarra y Antonio Ante, en los siguientes puntos:

X: 813093,82 Y: 10038301,19; X: 815484,33 Y: 10040266,51

➤ **Superficie**

La superficie de la Parroquia de San José de Chaltura es de 13.96 km²

1.2 Justificación

El mundo actual, en el que habitamos se caracteriza principalmente por el libre mercado (oferta y la demanda), de ahí nace la iniciativa de ser emprendedores y creativos para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado.

La creación de una microempresa de producción y comercialización de peces para decoración en la Parroquia San José de Chaltura, se ve vislumbrada por la diversificación de la actividad comercial y turística en el cantón Antonio Ante, con la ilusión de satisfacer las necesidades y diversificar el servicio al visitante ya sea éste: local, nacional o extranjero.

Es así que mediante este estudio se pretende determinar el grado de conveniencia y los beneficios que se obtendrían si instituimos un criadero de peces ornamentales, además de adquirir los artículos afines a esta actividad.

En la actualidad la creciente demanda, por la decoración de lugares y el estilo vanguardista que suele llamar la atención a las personas, ha ido incrementándose con el pasar del tiempo. La creación de esta nueva empresa, sin lugar a duda será un atractivo más al cantón y la parroquia para que los turistas disfruten de un producto con nuevas formas de presentación a más de las tradicionales, que vayan en beneficio directo de todos quienes lo adquieran y alcancen un mayor grado de satisfacción.

De ahí se justifica la implementación de este nuevo proyecto que mejore las condiciones de producción y comercialización.

Así mismo, la ejecución de este proyecto de una forma directa beneficiará a los habitantes de la parroquia, ya que los turistas tendrán una razón más para ir a Chaltura y adquirir los servicios que se ofrece.

La unidad productiva cooperará en forma directa con la disminución de al menos 3 personas desempleadas o subempleadas, lo cual es un aporte positivo para la población, considerando que la tasa de desempleo de la provincia es del 4.12 %, y la de subempleo de 42.69%. Según fuente del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

De esta manera se contribuirá a dinamizar el aparato productivo y mejoramiento social local, provincial y nacional presentando cambios positivos.

Además dará una visión distinta a la población de Chaltura demostrando que no solamente se puede subsistir a base de actividades tradicionales y ancestrales, sino también por medio de emprendimientos distintos basados en conocimientos, habilidades y destrezas que diversifiquen el marco sustentable económico de la zona. La disponibilidad de recursos financieros para la creación de la Microempresa se ve altamente garantizada, en la actualidad existen numerosas entidades financieras como la Corporación Financiera Nacional.

El proyecto que se pretende establecer tendrá miras futuristas a una gran empresa, cuya finalidad primordial es responder a las necesidades de los clientes. La comercialización de los productos se hará al detalle, con venta directa al consumidor y buscando nuevos canales de distribución, diseñando políticas y estrategias de publicidad y promoción, que permita una correcta introducción de la empresa y del producto al mercado que afiance un crecimiento sostenido y equilibrado en el tiempo.

1.3 Metodología de la investigación

En lo referente a los aspectos metodológicos se iniciará planificando los métodos que se utilizarán en el proceso de la investigación, estableciendo los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación

diagnóstica y fijando las fuentes de información. A continuación se detalla los aspectos señalados.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Conocer la situación actual del entorno productivo y comercial de Chaltura para identificar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.4.2 Específicos

- ✓ Analizar los factores políticos que podrían incidir en el proyecto.
- ✓ Determinar la situación económica del sector.
- ✓ Disminuir el desempleo en el sector.
- ✓ Analizar los métodos adecuados y eficientes para el mantenimiento de las piscinas.
- ✓ Utilizar sistemas de tratamientos de derrames de agua y vertidos residuales.

1.4.3 Variables Diagnósticas

Con la finalidad de brindar un mejor entendimiento y análisis se ha identificamos las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

- Factores políticos.
- Factores económicos.
- Factores sociales.
- Factores tecnológicos.
- Factores ambientales.

1.4.4. Indicadores

➤ Variable: Factores políticos

- a) Estructura político administrativa de Chaltura.
- b) Gobierno Parroquial.
- c) Consejo Parroquial de planificación.
- d) Plan del Buen vivir.

➤ Variable: Factores económico.

- a) Áreas productivas: agricultura, producción, turismo, comercio.
- b) Población Económicamente Activa de Chaltura.

➤ Variable: Factores social

- a) Población según género.
- b) Población por edades.
- c) Índices poblacionales.
- d) Educación
- e) Salud
- f) Seguridad
- g) Movilidad, energía y conectividad

➤ Variable: Factores tecnológico

- a) Proveedores de tecnología para el mantenimiento de piscinas
- b) Proveedores locales.
- c) Plan del buen vivir

➤ Variable: Factores ambiental

- a) Sistemas de gestión ambiental 14001

Cuadro No. 1.1
Matriz de Relación Diagnóstica Situacional

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS
Identificar las políticas que incide en el proyecto.	Factores Políticos	Estructura político Administrativa. Plan del buen vivir	Documental	Observación Análisis
Determinar la situación económica del sector	Factores económicos	Agricultura Producción Turismo Comercio PEA	INEC	Observación Análisis
Disminuir el desempleo	Factores sociales	Grupos de edad Género Índices poblacionales	INEC	Observación Análisis
Analizar los métodos adecuados para el mantenimiento de las piscinas	Factores tecnológicos	Proveedores de tecnología.	Mercado Libre	Observación Análisis
Utilizar sistemas de derrame de agua y residuos residuales	Factores ambientales	Sistemas de gestión ambiental	Constitución de la república	Observación Análisis

Elaborado: Autora

1.5 Factores políticos

➤ División Político Administrativa

San José de Chaltura, es una parroquia rural que la conforman 8 barrios, cada uno liderado por un Presidente que los representa y se encarga de la organización y progreso de cada uno de ellos, en coordinación con las autoridades parroquiales y cantorales.

Cuadro N° 1.2
Estructura Político Administrativa

PARROQUIA		BARRIOS
RURAL	SAN JOSE DE CHALTURA	El Carmen
		El Rosario
		Barrio Central
		El Incario
		La Victoria
		La Cruz
		San Vicente
		Loma de Ramírez

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chaltura

Elaborado: Autora

Cuadro N° 1.3
Gobierno Parroquial

NOMBRE	CARGO
Marco Vega	Presidente
Gabriela León	Vicepresidenta
Rosita Játiva.	Vocal
Joaquín Corrales.	Vocal
Mario Terán.	Vocal

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chaltura

Elaborado: Autora

Cuadro N° 1.4

CONSEJO PARROQUIAL DE PLANIFICACIÓN

NOMBRE	CARGO
Marco Vega	Presidente
Gabriela León	Vocal
Anita Lascano.	Contadora Gobierno Parroquial

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chaltura

Elaborado: Autora

➤ Plan del Buen Vivir

Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir se encuentra estipulado los objetivos las políticas y lineamientos estratégicos encaminados hacia la consolidación del Estado democrático, que son de vital importancia para la implementación del proyecto.

- El país está en busca de cambiar la matriz productiva de esta manera se encuentra implementando políticas que incrementen las industrias para transformar la materia prima en un producto terminado incluyendo el respectivo valor agregado.
- Para el Ecuador la transformación de la matriz productiva se vuelve la acción primordial que permitirá resolver la problemática del desempleo.
- La constitución establece de manera explícita que el régimen e desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno, sin vulnerar los derechos de los trabajadores. Para esto la política pública debe garantizar las actividades económicas que generen trabajo, garantice remuneraciones justas, ambientes de trabajo saludables, estabilidad laboral y la total falta de discriminación.
- El estado debe promover espacio de desarrollo de las actividades de servicio ambientales, bajo esquemas de competitividad y productividad para la generación de mayor valor agregado.

1.6 Análisis económico.

La información recolectada para el análisis económico es del INEC ya que en la Junta Parroquial de Chaltura los representantes no se encuentran siempre disponibles a dar información ya que de las 4 visitas realizadas 2 se los ha encontrado en el lugar. Además cabe recalcar que no contestan ni las llamadas, es por este motivo que se ha acudido a información de fuentes terceras y no de la principal.

1.6.1 Áreas productivas

Cuadro N° 1.5

Parroquia Chaltura: Actividades Económicas

ACTIVIDAD ECONÓMICA	MERCADO HABITUAL AL QUE SE DESTINA
Ganadería	Antonio Ante – Ibarra
Agricultura	Antonio Ante -Ibarra- Distribuidor Nacional
Horticultura	Local-Nacional
Turismo – Gastronomía	Regional, Nacional

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

En el cuadro anterior se puede apreciar las principales actividades económicas a las cuales se dedica la población de Chaltura. Es destacable las tres actividades de mayor trascendencia son agricultura, el comercio agrícola y el turismo por la gastronomía típica del lugar.

➤ **Agricultura**

En la parroquia de Chaltura por la variedad de micro climas se cultiva una diversidad de productos agrícolas de ciclo corto así tenemos cereales como: maíz, fréjol, arveja, hortalizas, y perennes los cuales tenemos,

algodón, árboles frutales de preferencia el aguacate, limones, chirimoyas, guayabas, manzanas, mandarinas, moras, pepinos, entre otros en la parte de Santiago del Rey por ser más abrigado se cultiva la caña de azúcar.

La actividad agrícola por su variedad de cultivos, dinamiza la producción generando un flujo comercial agrícola importante para la población, los mismos que son comercializados en mercados internos de la provincia así como también a otros mercados del país.

➤ **Turismo - Gastronomía**

Como se había mencionado, la afluencia turística, tanto nacional como extranjera, es una actividad bastante desarrollada en Chaltura, misma que moviliza considerables inversiones, genera puestos de trabajo y ha diversificado al sector de la ganadería con la crianza de cuyes.

Dentro de los lugares turísticos más reconocidos en Chaltura se encuentran restaurantes los cuales se observan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1.6
Restaurantes Ubicados en Chaltura

RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA	
Valle Hermoso de Chaltura	Obispo Mosquera S/N Y Velasco
Villa Real	Eloy Alfaro S/N Y Abdón Calderón
Chozónel # 1	Abdón Calderón Y Bolívar
Chozónel # 2	Río Amazonas S/N Y Obispo Mosquera
La Colina	Obispo Mosquera S/N (Barrio El Álava)
La Hornilla	Abdón Calderón Y Obispo Mosquera
Jatun Cuy	Cornelio Velasco Y Sucre

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

Se detalla los restaurantes más reconocidos de Chaltura y sus respectivas direcciones. Su gastronomía es lo más representativo de la Parroquia, por lo que es reconocida a nivel nacional e Internacional.

1.6.2 Población Económicamente Activa

A continuación se analiza lo referente a la Población Económicamente Activa y la dedicación a las diferentes ramas de actividad económica a las cuales se dedica la población de la parroquia Chaltura.

Cuadro N° 1.7

Parroquia Chaltura: Población Económicamente Activa

INDICADOR	CHALTURA	ANTONIO ANTE	IMBABURA
Población en Edad de Trabajar	2124	26718	248142
Población Económicamente Activa	1072	14262	131315
Tasa Bruta de Participación Laboral	37,7	39,6	38,2
Tasa Global de Participación Laboral	50,5	53,4	52,9

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

Se puede observar que la Parroquia de Chaltura tiene bajos índices de participación laboral, tanto en relación al total de población así como en relación a la población económicamente activa, además de que en relación a las personas en edad de trabajar y las que se encuentran dentro de la población económicamente activa es demasiado bajo.

1.7 Análisis Social

1.7.1 Datos Socio-Demográficos

De acuerdo al último Censo de Población del 2010, la Parroquia de San José de Chaltura cuenta con 3147 habitantes.

Cuadro N° 1.8

Parroquia Chaltura: Población Según Género

INDICADORES	CHALTURA	PORCENTAJE	IMBABURA
Población Total	3147	100%	398244
Población Masculina	1530	48.63	165789
Población Femenina	1617	51.37	232455

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

La población que habita en la parroquia de San José de Chaltura está compuesta por el 48.63% de hombres y el 51.37% de mujeres, demostrando así que la mayoría de esta población es femenina.

Cuadro N° 1.9

Parroquia Chaltura: Población Por Edades

POBLACIÓN	CHALTURA	PORCENTAJE
Población 0 a 16 años	1053	33%
Población 17 a 65 años	1787	57%
Población de 66 años y mas	307	10%
TOTAL	3147	100%

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

De los datos anteriores, se desprende que del total de la población de la parroquia, el 33% lo conforman los niños y adolescentes, es decir cuenta con una gran cantidad de habitantes jóvenes, el 57 % se encuentra la población adulta y el 10% de la población corresponde a los adultos mayores respectivamente.

Cuadro Nº 1.10
Parroquia Chaltura: Índices Poblacionales

INDICADORES	CHALTURA	PROVINCIA IMBABURA
Índice de envejecimiento	35,17	22,34
Mujeres en edad Fértil	718	85.396
Total de Jefes de Hogar	696	82.336
Número de Jefas de Hogar	150	21.116
Tasa de Crecimiento Demográfico	2,38	2,36
Migración Neta	1,39	-0,19

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

Según los datos del cuadro anteriormente expuesto, se evidencian algunos problemas que tienen relación con la población, entre los principales se tiene un mayor porcentaje en el índice de envejecimiento, una creciente tasa de crecimiento poblacional y un alto índice de migración, en comparación con los datos de la Provincia.

1.7.2 Educación

El 54% de los habitantes de la parroquia tiene educación primaria – educación básica, el 24% secundaria-Bachillerato-Educación Media y solo el 9% educación superior; la tasa de analfabetismo funcional es del 17%.

La infraestructura educativa se encuentra en buen estado, sin embargo, debe planificarse el crecimiento de la escuela Francisco Salazar que tiene educación básica; Por otra parte la población de niños/as menores de cinco años que asisten a centros de desarrollo infantil corresponde al 35%, atendido en 3 CIBV y por 1 CNH. La desnutrición crónica en este grupo de edad en la parroquia corresponde al 37,43%. El 2% de la población infantil trabaja y no estudia. 10 casos de embarazo de adolescentes comprendidos entre 10-19 años se han presentado en la parroquia. Entre la población, el 88% se auto identifica como mestiza y el 5% es indígena, de ésta tan solo el 12% hablan idioma nativo; el 73% de la población no tiene seguro social

Por otro lado, el 8% de los escenarios deportivos del cantón se encuentran en la parroquia en condiciones regulares, la existencia de áreas verdes es mínima, únicamente se cuenta con el parque central de la cabecera parroquial; además existe deficiencia en cuanto áreas de juegos recreativos sobre todo infantiles; en la parroquia la población realiza en promedio 4 horas de deporte a la semana.

1.7.3 Salud

En la Parroquia Chaltura se pudo establecer un solo establecimiento que presta los servicios de salud, el cual es El Subcentro de Salud, funciona bajo administración pública en local propio el mismo que comparte con el Centro Infantil de Chaltura.

El Ministerio de Salud Pública, con la intención de responder adecuadamente a los requerimientos de salud de la población cuenta con unidades operativas clasificadas en tres niveles que responden al tipo de atención que brindan. Su ubicación está en relación a la capacidad de cobertura de cada una de ellas. A continuación se muestra un extracto del cuadro de clasificación del ministerio correspondiente al nivel 1, al que pertenece el Subcentro de Salud de Chaltura.

La comunidad cuenta con el servicio de consulta externa y atención ambulatoria, esto último implica brigadas que prestan servicios de salud principalmente preventiva. Por lo que se concluye que no existe déficit de atención en el área de estudio.

1.7.4 Seguridad

En la parroquia Chaltura se ha identificado un establecimiento de protección civil: la Unidad de Policía Comunitaria de Chaltura. Esta situación evidencia un déficit importante, a tener en cuenta más adelante. Este equipamiento de Seguridad no cuenta con un local propio, ya que funciona en oficinas prestadas por la Junta Parroquial.

Se puede observar un déficit en cuanto a la superficie del terreno en el UPC de Chaltura, puesto que el mismo no cuenta con un terreno propio, considerándose necesario la reserva de suelo para este equipamiento.

1.7.5 Movilidad – energía – conectividad

Las vías de acceso permiten la movilidad hacia la capital de la provincia y los otros cantones a través de la E 35 (autovía); por otra parte la existencia del anillo vial permite la interconexión interparroquial e intercantonal con Atuntaqui – Natabuela – Imbaya, estas vías facilitan la comercialización de productos y el acceso de la población a diferentes servicios como los de educación superior principalmente y de la misma forma al cantón Urcuquí donde se construye la Ciudad del Conocimiento YachayWasi.

Dentro de los problemas fundamentales de movilidad tenemos: las vías en mal estado y las pocas frecuencias de transporte parroquial; mientras en energía se precisa la poca cobertura de alumbrado público, y en conectividad se alude la ausencia de internet público en los

establecimientos educativos y hogares y la baja cobertura de telefonía convencional pública.

El déficit de servicios de agua, alcantarillado y luz eléctrica es del 57% y las viviendas que tiene servicio de saneamiento es decir con acceso a agua, alcantarillado y recolección de residuos sólidos es el 58,43%; cabe indicar que la parroquia, junto con Natabuela trata las aguas residuales en la planta de tratamiento ubicada en el barrio El Carmen con lo cual no solo mejoran las condiciones del agua sino que permite el reciclaje de la misma dotando de riego a áreas productivas de la zona baja de la parroquia. Las viviendas que presentan materiales deficitarios corresponden al 9,5% y el 25,5% de hogares que habitan en viviendas con materiales deficitarios y con servicios inadecuados.

La frecuencia del servicio de transporte es insuficiente principalmente en horas de la mañana para la movilidad de los estudiantes puesto que se cuenta con solo 2 cooperativas de transporte: Flota Antaña y 28 de Septiembre. El 98% de las viviendas tiene acceso a energía eléctrica, el 94% de los hogares usan gas doméstico y el 5% usan leña o carbón. Solo el 5% de los hogares tienen acceso a internet, el 20% tienen computadora; el 34% disponen de teléfono convencional, el 77% disponen de teléfono celular.

1.8 Análisis Tecnológico

En el país no existen proveedores de sistemas para el mantenimiento de agua, los diferentes empresarios los adaptan realizando un sistema empírico y que no tiene mayor uso tecnológico, consta básicamente en retirar las basuras que caen en el estanque, los peces muertos e insectos, mediante la aspiración de un porcentaje de agua, que se encuentra en la superficie. Existen proveedores extranjeros del sistema de circulación cerrada de agua, que se utiliza en el mantenimiento de las piscinas de los

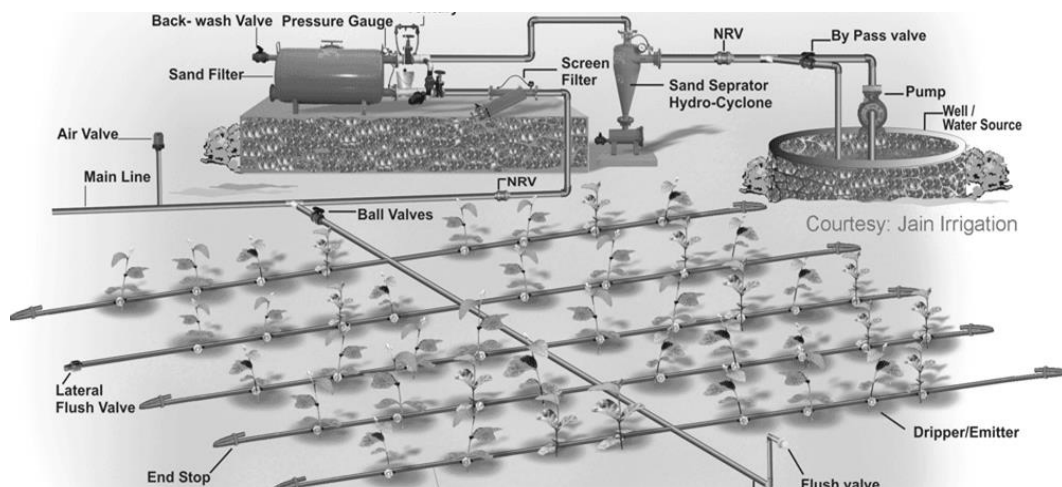
peces ornamentales. Donde capacitan a los dueños de acuarios acerca del sistema de circulación cerrada, la empresa se llama Estanques y peces y se maneja por internet.

1.9 Análisis Ambiental

Por la actividad agrícola que se realiza en el sector ha dejado muchos problemas ambientales, por el uso inadecuado de agroquímicos y la disposición de los desechos de éstos, además de la contaminación del agua por la preparación y lavado de los utensilios que usan para la aplicación, a esto también se suma la disposición de basura en las acequias y terrenos baldíos los cuales son directamente incorporados a cuerpos de agua o son quemados.

Se planea implementar un sistema de gestión ambiental el cual consiste en, realizar un canal de riego conjuntamente con los pobladores vecinos al criadero de peces para que corra el agua que sale con desechos de los peces de esta manera se estaría de una forma abonando a la tierra y tratando de disminuir el impacto de los cultivos.

Gráfico N°1.1
Sistema de Riego



Fuente: Sistema de Riego (Internet)

1.6.1. Matriz AOOD

Cuadro N° 1.11
Matriz AOOD

ALIANZAS	OPONENTES	OPORTUNIDADES	RIESGOS
Población consumidora	La falta de cultura hacia la acuaria filia	Ubicación Mercado poco explotado	Cambios de política económicas, en aranceles.
Proveedores de ciudades vecinas	No exista tecnología necesaria para el mantenimiento de las piscinas	Clima	Muerte de peces
No existen restricciones a la importación de peces	Comunidad	Impuestos	Cambios de política económica en aranceles
Disponibilidad de infraestructura física	Descomposición por clima	bajo costo de producción	Taponamiento de los filtros de agua

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

1.7. Determinación de la oportunidad de la inversión.

Después de haber realizado el diagnóstico situacional, se concluye que en la parroquia San José de Chaltura existen las condiciones suficientes para la implantación de un proyecto económico productivo para la crianza de peces, y su comercialización.

El clima es favorable para la construcción de piscinas destinadas para la crianza de peces ornamentales.

Los precios de comercialización de los peces en Ibarra se mantienen en un promedio que es altamente aceptado por los clientes, toda vez que se mantiene una demanda en permanente crecimiento

En Imbabura no existe un criadero de este tipo de peces por lo que es una gran oportunidad de emprendimiento, ya que tiene muchas ventajas y no necesita de muchos cuidados.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

Cada vez son más los aficionados a la acuario filia. Y esto no es de extrañar, dado que los peces son animales de compañía verdaderamente ideales: Tienen un aspecto maravilloso, son fáciles de cuidar e incluso pueden llegar a volverse mansos. Porque cuando se les cuida con cariño, los peces llegan rápidamente a conocer a su dueño y hasta pueden comer de su mano. Además, estos animalitos no molestan a los vecinos y no son una preocupación cuando su propietario se encuentra de vacaciones.

Debido a que en la actualidad las empresas para permanecer en un mercado deben ser completamente competitivas es indispensable que tengan a la mano el conocimiento y las herramientas necesarias para poder desarrollar sus actividades optimizando de la mejor forma todos los recursos con los que cuenta.

2.1 La Empresa

2.1.1 Definición de Empresa

Taylor, B. J. & Weerapana A. (2012). *Principios de economía (6)* 150 dice: "Es una organización que produce bienes o servicios".

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general (11)* 3 Define: "Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.

Se ha seleccionado estas definiciones debido a que toda empresa busca la combinación de los factores de la producción para ofrecer un bien y/o

servicio a la colectividad para obtener un beneficio en común que es la obtención de utilidades para satisfacer necesidades económicas y sociales, y de igual forma, una empresa es la unión de una o varias personas que busca satisfacer las necesidades de sus consumidores (cliente, accionista, empleado, proveedor, sociedad), y de esta manera alcanzar y mantener el buen nombre de la empresa dentro de la comunidad.

2.1.2 Clasificación de las Empresas

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 3 Manifiesta: “Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes: Industriales, Comerciales y de Servicios”.

2.2 La Microempresa

2.2.1 Definición de Microempresa

Rojas, A. S. (2010). *Administración de pequeñas empresas* (3) 14 define: “Es aquella que esta poseída y operada en forma independiente (es decir el propietario es autónomo de su manejo) y no es dominante en su campo de operación, considerando el número de empleados y el volumen de ventas”.

La microempresa se enfocara en prestar un servicio adecuado, agradable, y justo para lo cual servirá el sistema de costos de producción, en el cual es de vital importancia que se conozca cada uno de los elementos que contiene un producto y la buena aplicación en el proceso de producción.

2.2.2 Características de una Microempresa

Rojas, A. S. (2010). *Administración de pequeñas empresas* (3) 15
Manifiesta:

- La administración de la empresa es independiente; por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.
- El capital de las empresas generalmente es aportado por una persona o por un grupo pequeño de ellas.
- El radio de operaciones es local y los propietarios y empleados se ubican en la misma región.
- El tamaño relativo de la empresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve. Es pequeña cuando se compara con unidades más grandes.

Son unidades productivas que operan bajo riesgos propios en el mercado, desarrolla sus actividades sobre la base de tecnologías muy simples, con bajos niveles de inversión y con componentes de mano de obra de un grupo pequeño de personas. Es muy común en estas microempresas tener bajos niveles de producción, un cuestionado manejo administrativo-financiero, entre otras cosas.

2.3 Peces

2.3.1 Clasificación de los Peces

<http://www.taringa.net/postsextraído> el 25 de mayo del 2013 desde <http://www.taringa.net/posts/imagenes/10527406/Peces-de-agua-fria-para-acuario.html> Existen variedad de especies entre estas tenemos las bailarinas, bailarinas cabeza de León, bailarinas Celestial, bailarinas Rancho, Goldfish, telescopios o moros, escalares, palometas, tiburones, tigrillos, melanotaenia, hemiodos, danios y monjas.

En esta variedad también se incluyen los llamados cuchas que entre sus especies más reconocidas están las reales, policías y lapicero.

Los peces ornamentales se clasifican en tres géneros, es importante a la hora de comprarlos, no mezclar agresivos con pasivos o con los llamados tropicales, pues en el caso de los primeros, estos poseen dientes y atacarían a los demás.

Lo indicado por el especialista en peces ornamentales Jaime Alberto Saavedra Valencia, es que los peces agresivos son todos los que tienen espinas en la aleta dorsal, son los llamados de manera común cíclidos; por su parte los tropicales son peces vivíparos que nacen en su mismo entorno y pueden convivir entre varias especies y la mayoría de veces no sobrepasan los seis centímetros de longitud.

Por su parte, los peces tropicales no se pueden mezclar con pasivos como las bailarinas, pues se pueden comer las aletas, colas o velos. “Un espada es capaz de comerse la cola de una bailarina cuatro veces su tamaño”, aseguró.

➤ **Peces Tropicales**

Para criar peces de este estilo podemos crear un entorno con corales de mar, rocas calcáreas que se encarguen de producir alcalinidad en las peceras; los cíclidos en su defecación alcalinizan el agua la cual está entre un 7.5 y 9 de PH. Estos peces son es su mayoría provenientes de África, donde existen aguas con alta salinidad.

Algunas especies son: Texanos, Jack dempsey, severum, bocón, soldado, azul de cobalto, delfín de Malawi, jaguar, albino ojo rojo, oblisue, agujones, araris, monedas, azul eléctrico y auratus.

Estos peces son amazónicos, debe estar en agua alcalina, pertenecen a los cíclidos, son de gran tamaño. Existen los albinos, tigres y cobrizados.

➤ **Gancho rojo.**

Es un pez amazónico clasificado como agresivo, es descendiente de la cachama y la piraña, posee dientes, por ello es muy agresivo.

➤ **Cíclidos**

Cebras, neones, gupiss, cola de espada, barbos sumatranos, barbos oro, barbos rosi, platis, melanotaenia arco iris y australiana, guramis, gurami opalino, gurami azul, gurami, luz de luna, gurami perla, tetrabrillantes, tetrarojos, colisas, molinesias balón, molinesias comunes, molinesias lira, ramirezis, rodostomus, corazón sangrante, otocinclus, gupis de velo y camarones de agua dulce (sirven de limpieza de peceras).

El PH del agua de esta clase de peces debe estar entre 3.6 y 6.5. "Son aguas ácidas las cuales se pueden organizar con densímetros, medidores de PH, gotas de acidificadoras y dejando el agua madurar unos 15 días, introduciendo primero los peces más resistentes para que ayuden a madurar el agua.

2.3.2 Métodos de Reproducción de los Peces

<http://www.taringa.net/postsextraído> el 25 de mayo del 2013 desde <http://www.taringa.net/posts/imagenes/10527406/Peces-de-agua-fria-para-acuario.html> Básicamente existen dos métodos de reproducción: asistido y libre.

De estos dos métodos hay variantes intermedias. Cualquiera de los métodos es aplicable a cualquier tamaño de estanque.

➤ **Método libre**

El método libre en pocas palabras es hacer nada. La reproducción se desarrolla dentro del propio estanque sin intervención humana. Los huevos no son retirados ni tampoco los alevines recién nacidos. Los padres son elegidos entre ellos y no por nosotros.

Este método es el más natural. Es dejar que los propios peces dentro del estanque desarrollen todo el proceso. Los alevines recién nacidos se ocultarán entre las raíces de las plantas flotantes donde vivirán aproximadamente 1 mes, luego se desplazarán por todo el estanque. Se alimentarán de los micro-organismos que hay en la superficie del agua. Elegirán vivir en plantas más cercanas a la orilla dado que la temperatura es más agradable.

Recién intervenimos cuando se decide o no sacar algunos alevines (recién a partir del mes y medio de vida) del estanque. En muchos casos, si se posee peces con buena tasa de reproducción, se tendrán cientos de alevines en verano con lo que si se los deja sobre-poblará el estanque.

Con este método hay una sola salvedad: debe haber suficiente plantas flotantes, las ideales son los repollitos de agua y camalotes (jacinto de agua).

➤ **Método asistido**

Con este método intervenimos de gran manera. Se selecciona el macho y hembra adecuado, se los separa a un recipiente especial (lo ideal es un mini-estanque) y se los retira luego de que el macho fertilice los huevos.

De esta manera, la tasa de supervivencia de los alevines es muy alta dado que no hay otros peces que los coman. Claro, el stress de los

padres también es alto si no se sabe manipular peces, sobre todo de gran porte.

2.3.4 Sistemas en el cultivo y mantenimiento de peces ornamentales.

<http://www.taringa.net/postsextraído> el 25 de mayo del 2013 desde <http://www.taringa.net/posts/imagenes/10527406/Peces-de-agua-fria-para-acuario.html>. En la actualidad no existen varios sistemas para el mantenimiento de estanques el más utilizado y económico es el sistema de recirculación cerrada. Consiste en que el agua de entrada se distribuye verticalmente en la columna de agua a través de un tubo perforado y entra en sentido tangencial a la pared del tanque, sustentando una corriente circular de agua, facilitando la concentración de los sólidos decantados hacia el drenaje central, que son conducidos hacia el decantador o cono por un tubo de pequeño calibre (4), constantemente desalojando a los sólidos concentrados. El exceso de agua generalmente sale del tanque por un drenaje de superficie.

Decantadores y filtros mecánicos: Los conos y decantadores pueden usarse para concentrar los sólidos decantados. Los filtros mecánicos con telas finas o filtros cerrados con un medio filtrante de arena, guijarros o esferas de plástico (filtro tipo piscina) concentran y remueven los sólidos en suspensión. Los sólidos disueltos pueden ser concentrados o removidos del sistema con el uso de un fraccionador de espuma

Sistema de aireación/oxigenación: el sistema de aireación/oxigenación está compuesto por sopladores de aire y difusores, aireadores mecánicos de diverso tipo (aireadores de paso o bombas de agua), inyección directa de oxígeno y asimismo una combinación entre dos o más tipos de aireación/oxigenación. Aireadores y difusores que han sido inadecuadamente dimensionados o posicionados, pueden provocar excesiva agitación dentro de los tanques de cultivo, re suspendiendo y fraccionando los residuos sólidos. Por ello, es preferible concentrar la

aireación en otros puntos del sistema, particularmente después del filtrado de los sólidos en suspensión. El fraccionador de espuma y el propio biofiltro son puntos donde la aireación comienza a ser aplicada. Generalmente, la mayor parte de la aireación se aplica luego, antes o inmediatamente después del biofiltro, re oxigenando el agua que retornará a los tanques.

Sistema de bombeo y tabulaciones de drenaje y retorno: en algún punto del sistema es necesario instalar bombas para retornar el agua tratada y re oxigenada hacia los tanques de cultivo. Las dimensiones de las bombas y las tabulaciones deberá efectuarse por profesionales con buen conocimiento de hidráulica, para evitar sub o súper dimensionar el sistema hidráulico del emprendimiento.

2.4 Estudio de Mercado

Hair, J. y Brush, R.P. (2010) *Investigación de Mercados en un ambiente de informática*, 6 manifiesta: “Es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades, además de evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de las organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno que les permite tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social”.

De la cita anteriormente descrita puede resumirse diciendo que el estudio de mercado es la función empresarial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, la oferta de bienes y/o servicios, los precios a los cuales se venden los mismos en un espacio y un tiempo determinado.

2.4.1 Producto

Rojas R. D. (2012). *La biblia del marketing* 150 Afirma: “Es el primer y más importante componente de la mezcla de marketing que está constituido por una parte material, tangible (forma, color, sabor, envase, marca, precio) y otra parte intangible (valor, calidad, prestigio) que el vendedor ofrece y el comprador puede aceptar para satisfacer alguna de sus necesidades”.

Se puede concluir que el producto es el resultado de la combinación de todos y cada uno de los factores de producción para satisfacer las necesidades de la colectividad.

2.4.2 Mercado Meta

www.promonegocios.net.Extraído el 25 de mayo del 2013 desde <http://www.promonegocios.com/mercadometa/>.Kotler y Armstrong, autores del libro "*Fundamentos de Marketing*", consideran que un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"

Según el concepto de este autor el mercado meta es el mercado objetivo al cual se va a dirigir un producto de una empresa, que está básicamente determinado por la mayoría de personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio.

2.4.3 Segmento de Mercado

www.promonegocios.net. Extraído el 25 de mayo del 2013 desde <http://www.promonegocios.com/segmentodemercado/>. Para Patricio Bonta y Mario Farber, la *segmentación de los mercados* define como "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de

acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento"

De acuerdo al concepto citado se puede establecer que segmentar el mercado significa dividir al mercado por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, entre otros.

2.4.4 Oferta

Taylor, B. J. & Weerapana A. (2012). *Principios de economía* (6) 60 define "La oferta es una relación entre dos variables: 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que las empresas están dispuestas a vender a ese precio, manteniendo todo lo demás igual".

Según el concepto antes mencionado, la oferta no es más que los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinados.

2.4.5 Demanda

Taylor, B. J. & Weerapana A. (2012). *Principios de economía* (6) 53 menciona "La demanda es la relación entre dos variables económicas: 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que los consumidores están dispuestos a comprar a ese precio durante un periodo específico, manteniéndose constante todos los demás factores".

Partiendo de este concepto (MarcadorDePosición1), el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad de un proyecto, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del negocio que se va a implementar con la aceptación del producto en el mercado.

Para el análisis de la demanda se necesita determinar las características de los consumidores actuales y potenciales del producto. Identificar sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, de tal manera que se pueda obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

Por lo tanto, el estudio de la demanda permite determinar el consumo de un bien o servicio con el fin de satisfacer las necesidades colectivas e individuales de una determinada sociedad.

2.4.6 Precio

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 61 dice: “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

Del concepto antes mencionado se puede concluir que el precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado, el mismo que se lo puede fijar de acuerdo a precios existentes, de acuerdo a los costos y gastos, de acuerdo a la oferta y demanda entre otros aspectos.

2.4.7 Comercialización

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 64 afirma: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicios al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

Según el concepto se puede establecer que la separación geográfica entre compradores y vendedores, hace necesario el traslado de productos desde su lugar de producción hasta el consumidor, gestión que se le adopta con el nombre de comercialización o distribución.

➤ **Canales de Comercialización**

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 65: “Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria”.

Uno de los aspectos de gran trascendencia en el análisis del mercado es sin lugar a duda el de los canales de comercialización, debido a que son factores primordiales dentro de la distribución del producto, permitiendo llegar al lugar adecuado y en el momento oportuno.

➤ **Promoción y Publicidad**

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 68 *Establece*: “Promoción.- Parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor”. “Publicidad.- Esta dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta es directa de vendedor a comprador es ineficaz”.

Realizando un análisis de la población beneficiaria de un proyecto se hace necesario desarrollar una estrategia de publicidad y promoción a fin de incentivar la aceptación de un producto por parte de los consumidores, tratando de lograr un posicionamiento en la mente del consumidor, la misma que se lo puede realizar a través de medios como televisión, radio, prensa, trípticos, revistas, vallas, hojas volantes, perifoneo, telecomunicaciones, conversaciones con los clientes, apoyos de carácter social, entre otros.

2.5 Estudio Técnico

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 97 “El estudio técnico permite determinar toda la estructura de la empresa tanto física, como administrativa y cuando se habla de administración en su sentido más

amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas, etc.”.

Al hablar del estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requerido para el funcionamiento de la misma.

2.5.1 Tamaño del Proyecto

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos (7)* 61 El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la producción de peces que se requiere, con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

2.5.2. Localización del Proyecto

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos (7)* 61 Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o a obtener el costo unitario mínimo.

El objetivo es lograr la que produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

a) Macro localización

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.

b) Micro localización

El micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

2.5.3. Ingeniería del Proyecto

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 112 La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos,, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

a) Procesos

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 112 El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener el servicio.

b) Flujo grama de Procesos

El flujo grama de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea.

c) Tecnología

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 112 La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio, en el proyecto se utilizara en el mantenimiento de las piscinas.

d) Obras Civiles

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 112 Las obras civiles consiste en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, con

indicación de los costos correspondientes, estimados con base en la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

e) Presupuesto Técnico

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

f) Inversiones Fijas

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos (7)* 175 “Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa”.

Se puede concluir que una inversión fija es un factor determinante dentro del estudio económico, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos por destinar al capital permanente o fijo.

g) Inversiones Diferidas

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos (7)* 175 “Dentro de las Inversiones Diferidas constan todos los gastos iniciales para la creación de una empresa que los debe realizar un abogad en este rubro también se incluye los gastos del estudio”.

Una inversión diferida constituye una inversión fundamental para la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, registro sanitario, gastos de estudios, entre otros.

h) Capital de Trabajo

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 176“Activos corrientes menos pasivos corrientes. Una medida de la capacidad de pago de las deudas en el corto plazo”.

El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

2.6. Estudio Financiero

El estudio financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinados períodos de tiempo y la vez determinar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera y determinar su rentabilidad.

2.6.1. Ingresos

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 222 afirma: “Es el flujo de salarios, intereses, dividendos y demás cosas de valor recibida durante un periodo (normalmente un año)”.

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

2.6.2. Egresos

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 192 argumenta: “Son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de

una renta. Ciertos gastos son indispensables para el funcionamiento de la empresa, otros resultan necesarios e incluso algunos son prescindibles.”

Como lo menciona el autor de la definición un egreso es un desembolso de dinero que puede ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros.

a) Costos de Producción

Ramírez, P. D. (2013), *Contabilidad Administrativa* (8) 37 Los costos de producción son los que se generan en el proceso de transformar el producto.

b) Materia Prima

Ramírez, P. D. (2013), *Contabilidad Administrativa* (8) 37 “La materia prima es un conjunto de productos básicos necesarios para elaborar, por medio del trabajo, objetos fabricados o terminados”.

c) Mano de Obra

Ramírez, P. D. (2013), *Contabilidad Administrativa* (8) 37 “La mano de obra es el costo que interviene directamente en la transformación del producto”.

La mano de obra es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto.

d) Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Ramírez, P. D. (2013), *Contabilidad Administrativa* (8) 37 Los costos indirectos de fabricación son todos aquellos costos que no se relacionan

directamente con los peces, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

e) Gastos Administrativos

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 193 Los gastos administrativos son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo. En esta categoría están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos de administración.

f) Gastos de Ventas

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 193 Comenta “Son todos los gastos que se relacionan directamente con la oficina o departamento de ventas”.

g) Depreciación

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 249 Manifiesta “Es el proceso de asignar a gasto el costo de un activo de planta o activo fijo, durante el periodo en que se usa el activo.

La depreciación consiste en la disminución del bien adquirido progresivamente, según la vida útil que este bien tenga

e) Gastos Financiero

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 193 Dice “Se relaciona con los intereses que paga la empresa a los bancos por los préstamos concedidos para su financiamiento.

2.6.3. Balance General

Es una fotografía instantánea de las operaciones de un negocio, que muestra los beneficios que corresponden a las distintas clases de propietarios en el valor del activo neto o líquido, conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, Estado de Recursos y Obligaciones, Estado de Situación o simplemente Estado, que muestra la naturaleza e importe de los Activos, Pasivos, y Capital (activo neto) de un negocio, en una fecha dada.

2.6.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 290 “El estado de pérdidas y ganancias es una forma resumida de mostrar las variaciones del capital en un determinado ejercicio”. Relación de todos los ingresos, costos, gastos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida.

2.6.5. Flujo de Caja

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 198 El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico.

2.6.6. Evaluación Financiera

Bravo, M. (2013). *Contabilidad general* (11) 289 Es un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudios de los estados financieros y datos operacionales del negocio.

a) Valor Actual Neto (VAN)

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 208 “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

b) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 209 “La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de descuento por el cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que igual la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

c) Costo/Beneficio

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 212 El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial.

d) Periodo de Recuperación de la Inversión

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 212 El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los

flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del período de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su período de recuperación es inferior que un cierto plazo mínimo.

e) Punto de Equilibrio

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7) 179 Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables.

El punto de equilibrio es un instrumento para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: volumen de producción y ventas necesarias para no perder ni ganar, planeamiento de resultados, fijación de precios, de niveles de costos fijos y variables.

2.7 Estructura Organizacional

Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (3) 202 La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto.

2.7.1 Misión

Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (3) 203 La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, la misión es cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante ¿Para qué existe la

institución u organización?, es decir en la medida de definir la misión debemos tácitamente considerar la razón de ser de la empresa.

2.7.2 Visión

Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (3) 203 La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?, es decir establecer el rumbo a seguir a corto o largo plazo para llegar a ser lo que queremos ser en un tiempo determinado.

2.7.3 Organización Estructural

Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (3) 204 En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

a) Organigrama Estructural

Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (3) 204 El Organigrama Estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la

integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.

b) Orgánico Funcional

Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (3) 356 El Orgánico Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.8 Impactos

Epstein, M. J. & Mantilla, S. traductor, (2009). *Administración y Medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos* (1) 143 Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

2.8.1 Impactos Social

Epstein, M. J. & Mantilla, S. traductor, (2009). *Administración y Medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos* (1) 143 Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son; la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico, y, específicamente, en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros.

2.8.2 Impacto Económico

Epstein, M. J. & Mantilla, S. traductor, (2009). *Administración y Medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos* (1) 143 El impacto

económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.

2.8.3 Impacto Educativo y Empresarial

Epstein, M. J. & Mantilla, S. traductor, (2009). *Administración y Medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos* (1) 144 El impacto educativo se reflejaría principalmente en el interés por mejorar la calidad de los suelos y por la búsqueda de nuevas tecnologías de mayor eficiencia para producciones comerciales dentro de una zona determinada, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

2.8.4 Impacto Ambiental

Epstein, M. J. & Mantilla, S. traductor, (2009). *Administración y Medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos* (1) 144 Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es parte fundamental del proyecto de factibilidad elaborado en la provincia de Imbabura, el cual permite determinar las siguientes variables, como son: mercado, comercialización, servicio, estructura organizacional y proceso contable financiero.

3.1 Objetivos Diagnósticos.

3.1.1 Objetivo General

Conocer el comportamiento del mercado para identificar la oferta, demanda, precio y comercialización.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar la oferta actual de acuarios, tiendas de mascotas que existen en la provincia de Imbabura.
- Analizar la demanda que existe en la provincia de Imbabura.
- Analizar las actividades productivas de los acuarios
- Conocer el precio del producto que se va a brindar.
- Establecer la forma de comercializar y publicidad que el acuario va a necesitar para obtener popularidad en la provincia.

3.2 Variables Diagnósticas

- Oferta y demanda
- Producción
- Precio

- Comercialización
- Publicidad

3.3 Indicadores de las Variables

3.3.1 Variables Oferta y Demanda

- Oferta real
- Demanda real
- Producto
- Precio
- Plaza

3.3.2 Variables Producción

- Materia prima e insumos
- Tipo de servicios

3.3.3 Variable Precio

- Precio de venta
- Mecanismos para determinar precios
- Contacto con el consumidor final

3.3.4 Variable Comercialización

- Canales de distribución.
- Calidad y servicio al cliente
- Imagen

3.3.5 Variable Publicidad

- Promoción
- Medios de publicidad

3.3.6 Matriz Diagnostica para el estudio de mercado

Cuadro N° 3.1
Matriz Diagnóstica Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS
Determinar la cantidad de producto que las empresas ofertan en la actualidad	Oferta	Cantidad de producto en el mercado	Importaciones	Observación análisis
Determinar la cantidad de producto que requiere el mercado demanda	Demanda	Aprobación clientes.	Población mercado meta	Encuesta
Determinar el precio del producto	Precio	Imitación	Empresas	Encuesta
Determinar la forma como se comercializa el producto	Comercialización	Formas de comercializar el producto Planes de acción de acuerdo a las necesidades del cliente.	Profesionales	Observación entrevistas
Determinar los medios para publicitar el producto	Publicidad	Técnicas de publicidad Spots, Volantes.	Profesionales	Observación entrevistas

Elaborado: Autora

En la provincia de Imbabura existen pocos locales que se dediquen a vender peces ornamentales, y en la actualidad no hay criaderos de peces específicamente. Se puede identificar que la mayoría de Acuarios, tienda de mascotas se complementa con otros animales como son perros, gatos, loros, hámster, etc. Por variedad de mascotas y espacio cuentan con lo básico para el mantenimiento de una acuario ofreciendo un producto con poca diversidad en cuanto a peces, artículos de decoración y equipamiento adecuado.

3.4 Estructura del Mercado Actual

La Producción a nivel local: Actualmente en el país se desenvuelven pequeños y medianos productores de peces ornamentales, los mismos han particularizado su producción mayormente en lo que se refiere a Bailarinas y Guppy's; no obstante los especímenes obtenidos de estos criaderos aún no son de excelente calidad, es decir, no existe un buen conocimiento y especialización al respecto como para obtener peces completamente sanos, ni de otras especies distintas, con un buen tamaño y con un muy buen color. Al respecto se puede mencionar que los señores Carlos Barrena en Guayaquil y César Mosquera en Quito, son dos de las personas más conocidas en la crianza de anotadas especies. Mientras que el primero participa de la reproducción de los peces para su uso, como hobby personal; el Sr. Mosquera los distribuye desde sus estanques de crianza ubicados en Cumbayá, Guallabamba y Pifo.

Control del sector: Según el mismo acu aristas - aficionados concedores y dueños de negocios - actualmente no existe ninguna empresa ni persona que maneje este negocio por completo. Los mejores acuarios, sean de la Costa o de la Sierra, "importan directamente "algunos de sus productos, los mismos que sólo en ocasiones pueden ser importados y distribuidos a otros locales del medio, sin embargo este nivel de comercialización al mayoreo sigue siendo bajo - principalmente porque esta no es su principal actividad económica -.

Basados en el ambiente del mercado en la actualidad no existe un criadero de peces para decoración en la provincia de Imbabura, puesto que se los importa de otros países o ciudades aumentando los costos, se enmarca dentro de la competencia directa para la venta de nuestro producto.

3.5 Descripción del Producto

Contaremos con tres tipos de productos detallados a continuación:

- a) Acuario Grande: constara de una pecera sus medidas serán 100x50x40cm, en donde vendrá 12 peces los cuales serán: bailarinas, goldfish, guppy, caballón, colmilleja, calandino, barbo, cebr de Malawi, dependerá de las preferencias del cliente. Contará con un motor para acuarios grande, filtro, calefactor, además tendrá opción a escoger accesorios para decorar su pecera como posters, casas acuáticas, buzos, entre otros.

- b) Acuario Mediano: En este producto ofertaremos la pecera sus medidas serán de 80x35x40cm, incluirá un motor mediano, calefactor, siete peces entre ellos bailarinas, goldfish, guppy, caballón, colmilleja, calandino, barbo, cebr de Malawi, dependerá de las exigencias del cliente. Además se incluirá una casita acuática, un poster, tres plantas de plástico, un buzo y demás accesorios que deseen incluir como animales acuáticos.

- c) Acuario Pequeño: este producto constará con un pecera pequeña sus medidas serán 30x15x5cm, incluirá un pez bailarina, un motor pequeño, filtro, calefactor pequeño y una casita acuática.

3.5.1 Productos

El Acuario en sí: Son muy comunes entre el medio los acuarios de vidrio sin bastidor; este tipo de acuarios da muy buenos resultados, las paredes son pegadas usualmente con silicona y son los más convenientes para peces de aguas marinas.

En cambio también existen los acuarios de plástico, éstos son usados para la cría de especies pequeñas, para la cuarentena y tratamiento de ejemplares nuevos o enfermos. Estos recipientes deben tener la capacidad de alojar de 10 a 15 litros de agua, deben ser adecuados con calefacción y filtro interior.

3.6 Tamaño del Universo a investigar.

El universo constituye las familias del área Urbana, de la Provincia de Imbabura, según datos del Censo realizado en el año 2010.

Cuadro N° 3.2
Población Urbana
Provincia de Imbabura

Ciudad	Población
Ibarra	131856
Otavalo	39354
Antonio Ante	21286
Cotacachi	8848
Pimampiro	5138
Urcuquí	3298
TOTAL	209780

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Autora

Según la información proporcionada por el INEC se desprende que en Imbabura existe un total de 209780 habitantes de la zona rural entre hombres y mujeres.

Para nuestra muestra es necesario conocer las familias que existen en la Provincia de Imbabura que pertenezcan a la zona Urbana. Para determinar el número de familias en la Provincia de Imbabura utilizaremos el promedio de personas por hogar a nivel nacional que se encuentra en 3.7 según los datos encontrados en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Cuadro N° 3.3
Número de Familias del Sector Urbano

PROVINCIA	Imbabura
PÓBLACION URBANA	209780
PROMEDIO DE PERSONAS POR FAMILIA	3,7
TOTAL	56697 familias

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Autora

3.6.1 Calculo de la Muestra para el Estudio de Mercado

Considerando que la investigación de mercado busca determinar la aceptación o no del producto o servicio a ofertar, es necesario segmentar al número de personas del sector urbano de la provincia de Imbabura, para tomar una muestra de carácter aleatorio y aplicar la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población a estudiarse 56697

k= Nivel de Confianza 95% que equivale a 1.96

P= Varianza de la población 0.5 0.25

e= Limite aceptable de error muestra 0.05

Designando valores a la fórmula se obtiene como resultado el tamaño de la muestra, es decir el número de encuestas que se aplicarán en la provincia de Imbabura.

Aplicación en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (56697)}{(0.05)^2 * (56697 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{54451.8}{142.70} = 382$$

Según el cálculo realizado se aplicará 382 encuestas al sector urbano de la provincia de Imbabura, la muestra con un error del 5% da un resultado apto para el trabajo muestra, con un 96% de confiabilidad.

Cuadro N° 3.4

Familias por Cantones

Ciudad	Población	Promedio de Personas por Familia (3,7)
Ibarra	131856	35637
Otavalo	39354	10636
Antonio Ante	21286	5753
Cotacachi	8848	2391
Pimampiro	5138	1389
Urququí	3298	891
TOTAL	209780	56697

Elaborado: Autora

Cuadro N° 3.5

Distribución de las encuestas por cada Cantón de la Provincia de Imbabura de acuerdo al número de familias

Ciudad	Número de Familias	Porcentaje	N° de Encuestas
Ibarra	35637	62,85	240
Otavalo	10636	18,76	72
Antonio Ante	5753	10,15	39
Cotacachi	2391	4,22	16
Pimampiro	1389	2,45	9
Urququí	891	1,57	6
TOTAL	56697	100	382

Elaborado: Autora

3.6.2 Información Primaria

➤ Encuestas

Las encuestas se realizaron a las familias de la población urbana de Imbabura

➤ Entrevistas

Se aplicaron a propietarios y administradores de los acuarios y tiendas de mascotas existentes en la Provincia de Imbabura.

➤ Observación

Se aplicó la observación directa a los actuales acuarios y tiendas de mascotas que se encuentran en la provincia de Imbabura

➤ Información Secundaria

La información secundaria que se ha utilizado es la siguiente:

1. Revistas
2. Bibliografía Especializada
3. Internet

3.6.3 Tabulación y Análisis de la Información

➤ Encuestas Aplicadas a las Familias del área Urbana de Imbabura

SEGMENTO DE LA ENCUESTA PARA PERSONAS QUE POSEEN O NO UN ACUARIO

1.- ¿Usted posee algún tipo de mascota?

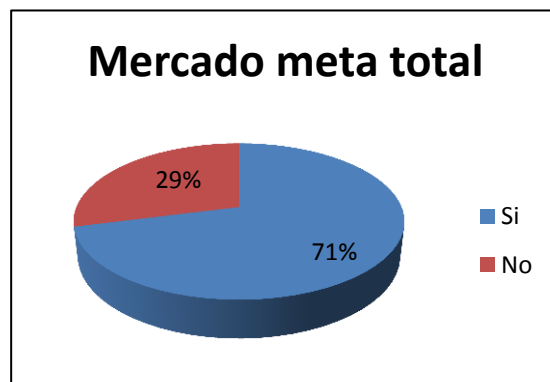
Cuadro N° 3.6

Indicador	N°
Si	271
No	111
TOTAL	382

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Grafico N° 3.1



Frente a esta pregunta se puede observar que más del 70% de la población, sí posee algún tipo de mascota ya sea este perros, gatos, peces, loros, etc. Lo que nos indica que existe más del 50% de probabilidad de acceder al mercado de la acuario filia.

2.- ¿Qué tipo de mascota posee?

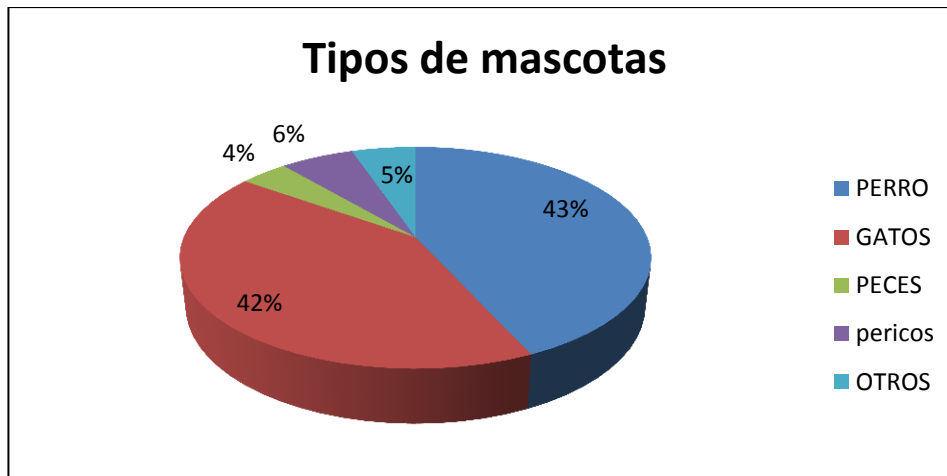
Cuadro N° 3.7

Mascotas	N°
Perro	165
Gatos	159
Peces	15
Pericos	23
OTROS	20
Total	382

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Grafico N° 3.2



Se puede apreciar claramente que el animal de mayor aceptación entre las familias del mercado meta en la Provincia de Imbabura es el perro; el mismo mantiene altos porcentajes de popularidad. Como resultado promedio el perro es mantenido en un 42%

Por otra parte se puede decir que los peces no son aún mascotas muy explotadas, con apenas el 4%.

3.- ¿Porque tiene exclusivamente este tipo de mascota y no otra?

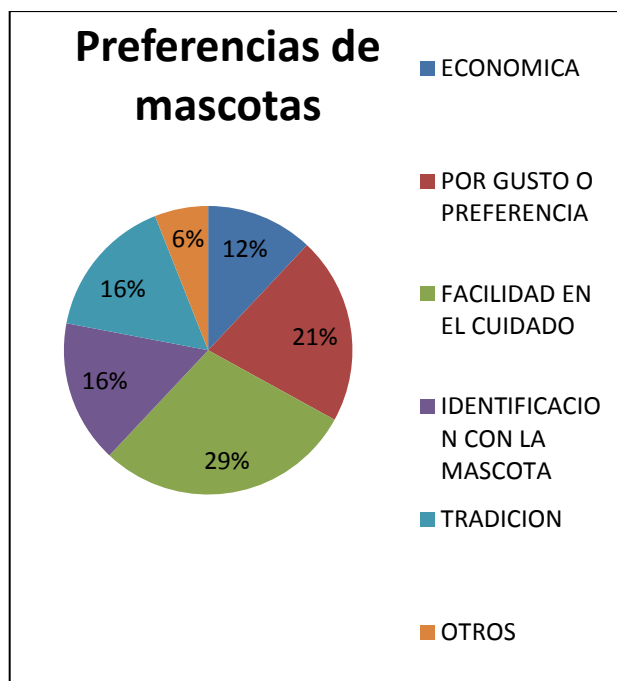
Cuadro N° 3.8

VARIABLES	Nº
ECONOMICA	46
POR GUSTO O PREFERENCIA	80
FACILIDAD EN EL CUIDADO	111
IDENTIFICACION CON LA MASCOTA	61
TRADICION	61
OTROS	23
TOTAL	382

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.3



Entre las razones que motivan a la gente para tener cierto tipo de mascotas tenemos, de acuerdo al grado de importancia: el 29% escoge su mascota por la facilidad del cuidado, favoreciéndonos ya que los peces no necesitan de cuidados excesivos.

4.- ¿Compraría un Acuario que adorne su hogar?

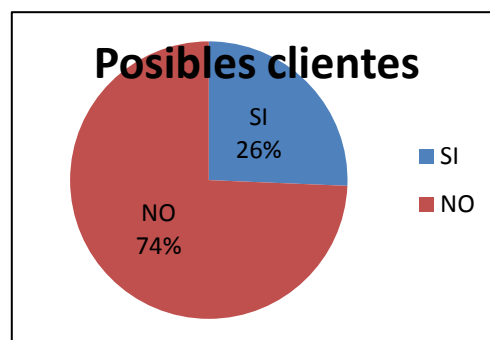
Cuadro N° 3.9

VARIABLES	Nº
SI	98
NO	284
TOTAL	382

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.4



Frente a los resultados de estas encuestas, principalmente se ha intentado rescatar la apreciación de las personas ante la idea de tener un acuario en casa, de lo cual se puede notar el 26% del total de la población encuestada tiene una buena aceptación por el proyecto, demuestran que el mantener un acuario sería una idea positiva, dándonos nuestro posible mercado objetivo. Adicionalmente es importante rescatar que en la redacción del cuestionario se planteó claramente que si las personas respondían que tener peces en casa era una mala idea era el fin de la encuesta, caso contrario se tenía que seguir respondiendo la misma.

SEGMENTO DE LA ENCUESTA PARA PERSONAS QUE POSEEN UN ACUARIO

5.- Si ya tiene un acuario ¿Cuánto gasta mensual en la manutención de los peces?

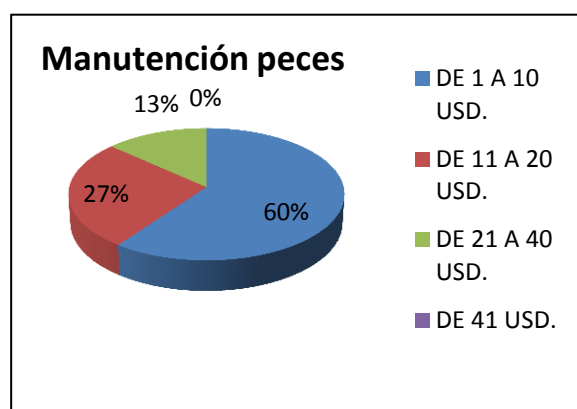
Cuadro N°3.10

INTERVALOS	Nº
DE 1 A 10 USD.	9
DE 11 A 20 USD.	4
DE 21 A 40 USD.	2
DE 41 USD.	0
TOTAL	15

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.5



Se puede apreciar que la mayoría de las personas que mantienen un acuario en sus hogares gastan entre 1 y 10 dólares mensualmente por el mantenimiento, comida y medicinas, siendo este un valor accesible.

6.- ¿Qué tipo de alimento prefiere para sus peces?

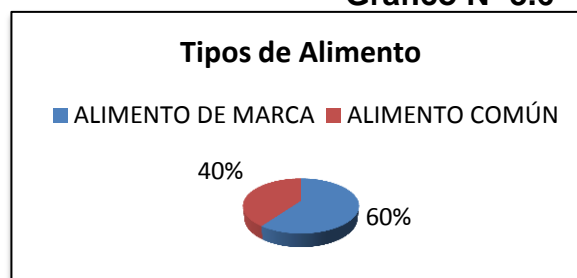
Cuadro N° 3.11

VARIABLE	Nº
Alimento de marca	9
Alimento común	6
TOTAL	15

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.6



Analizando de manera general esta pregunta se puede apreciar que de la totalidad de los encuestados, más de la mitad del mercado meta estudiado tiene una preferencia por la comida de marca; mientras que el 40% restante prefieren el alimento común ya que la diferencia económica entre estos no es mucha.

7.- ¿Qué tipo de accesorios compra regularmente para usar y decorar su acuario?

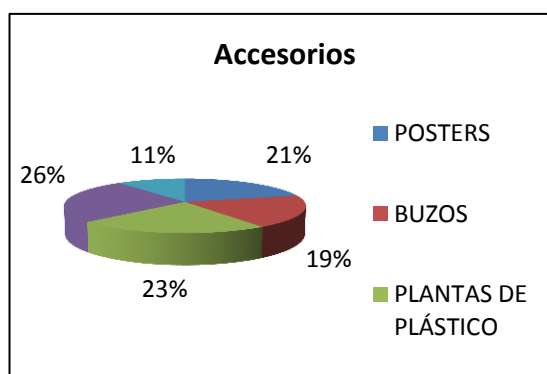
Cuadro N° 3.12

VARIABLES	Nº
Posters	12
Buzos	11
Plantas de plástico	13
Casitas acuáticas	15
Animales	6

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.7



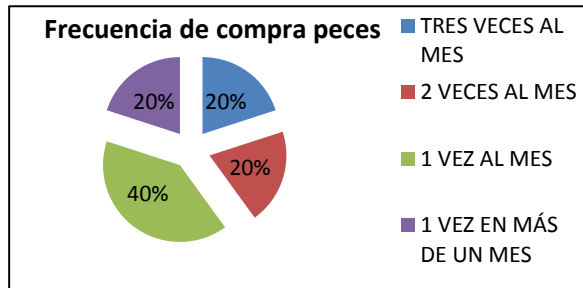
Se puede apreciar que los accesorios de mayor aceptación son las casitas acuáticas en su gran mayoría, seguido de las plantas de plástico y los posters y por último los animales. Se puede analizar los gustos y preferencias de los posibles consumidores al momento de adornar su acuario.

8.- ¿Cada cuánto tiempo compra nuevos ejemplares?

Cuadro N°3.13

VARIABLES	Nº
Tres veces al mes	3
2 veces al mes	3
1 vez al mes	6
1 vez en más de un mes	3
TOTAL	15

Gráfico N° 3.8



Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Podemos destacar que el 40% de las personas adquieren por lo menos un pez cada mes.

9.- ¿Qué tipo de pez es el que más compra y cuánto paga por él?

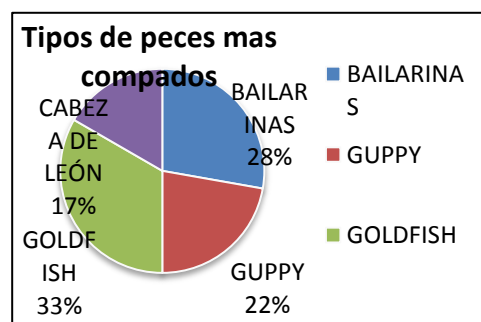
Cuadro N° 3.14

TIPO	Nº	Valor
Bailarinas	5	3
Guppy	4	3,5
Goldfish	6	3
Cabeza de león	3	4

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 3.9



Podemos observar que los posibles clientes tienen una preferencia por los goldfish y las bailarinas de entre un sinfín de posibles opciones.

10.- ¿Qué tipo de problema es el que con mayor regularidad le sucede a su acuario?

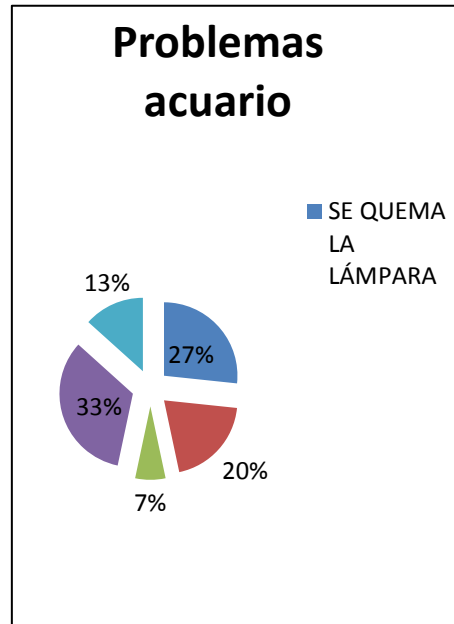
Cuadro N° 3.15

VARIABLES	Nº
Se quema la lámpara	4
Les falta oxígeno a los peces	3
Los peces sufren enfermedades (hongos o virus)	1
Se presentan daños en el filtro	5
Los peces enferman o mueren al momento de cambiarles el agua	2
TOTAL	15

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.10



Se puede observar que con mayor frecuencia el repuesto que más compran es el filtro ya que se daña con mucha frecuencia, seguido por el cambio de lámparas pues por su delicada condición se daña con facilidad.

11.- ¿Dónde suele realizar sus compras relacionadas a la manutención de su acuario?

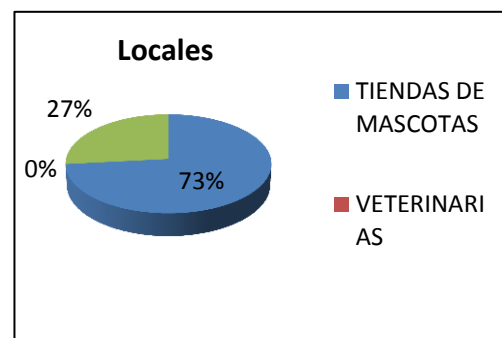
Cuadro N° 3.16

VARIABLES	Nº
Tiendas de mascotas	11
Veterinarias	0
Acuarios en locales propios	4
TOTAL	15

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.11



En la Provincia de Imbabura la mayoría de personas compra en las tiendas de mascotas en la actualidad existen pocos acuarios en la ciudad y no son muy conocidos.

SEGMENTO DE LA ENCUESTA DESTINADO A PERSONAS QUE ACTUALMENTE NO POSEEN UN ACUARIO

12.- ¿Por qué razones compraría un acuario?

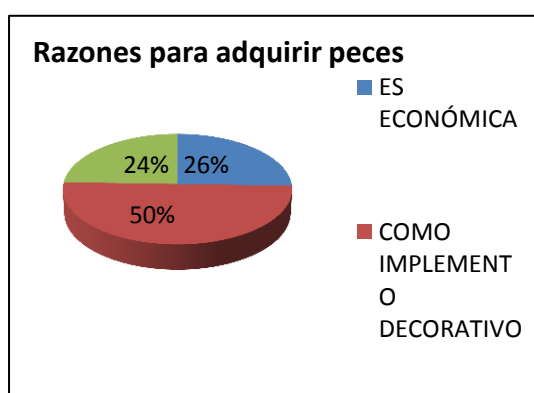
Cuadro N° 3.17

VARIABLE	Nº
Es económica	25
Como implemento decorativo	49
Actividad de ocio	24
TOTAL	98

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.12



Los criterios de la población son mayoritariamente inclinados a considerar que un acuario puede ser un buen adorno como implemento decorativo. La gente desconoce que además de ser un bonito adorno es relativamente económico y sirve como actividad de ocio.

13.-Si accediera a comprar un acuario ¿De qué porte sería?

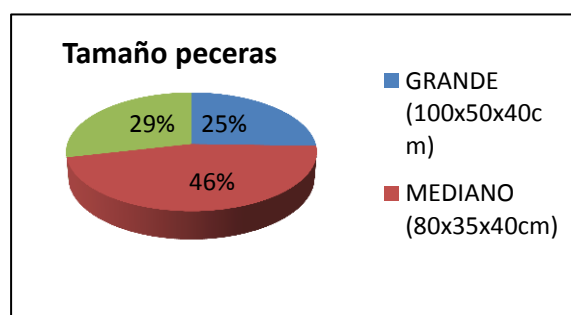
Cuadro N° 3.18

VARIABLE	Nº
Grande (100x50x40cm)	25
Mediano (80x35x40cm)	45
Pequeño (30x15x5cm)	28
TOTAL	98

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.13



Refiriéndonos al mercado meta total, se puede apreciar que la gran mayoría de las personas prefieren acuarios de 30x15x5 y de 80x35x40 acuarios pequeños y medianos respectivamente.

14.- ¿De acuerdo a que criterio elegiría los peces?

Cuadro N°3.19

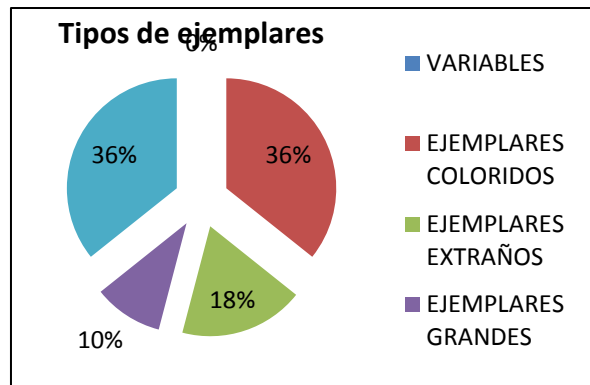
VARIABLES	Nº
Ejemplares coloridos	35
Ejemplares extraños	18
Ejemplares grandes	10
Ejemplares exóticos	35

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Se puede resumir que en grado de importancia los peces de mayor preferencia serían: los peces coloridos seguidos por los peces exóticos, también tienen agrado por los peces extraños y en menor cantidad los peces grandes.

Gráfico N° 3.14



15.- Finalmente ¿Cuánto de su presupuesto estaría dispuesto a asignar mensualmente para la manutención del acuario?

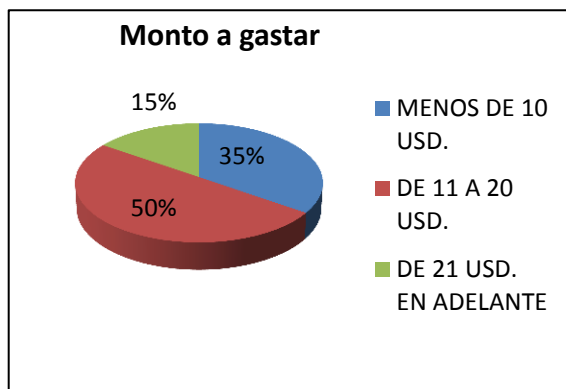
Cuadro N° 3.20

VARIABLES	Nº
Menos de 10 usd.	34
De 11 a 20 usd.	49
De 21 usd. En adelante	15
TOTAL	98

Fuente: Familias de Imbabura

Elaborado: Autora

Gráfico N° 3.15



Los encuestados supieron manifestar que en su mayoría estaría de acuerdo gastar en un rango de 11 a 20 dólares promedio por mes.

➤ **Entrevistas realizadas a los acuarios y tiendas de mascotas de la Provincia de Imbabura**

1.- ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

La encuesta fue realizada al acuario Pica piedra y 2 tiendas de mascotas donde hace referencia que en promedio el negocio lleva funcionando entre 8 y 12 años, comentando que se han cambiado de local en variadas ocasiones hasta conseguir un local estable y propio en algunos de los casos.

2.- ¿Usted es un importador directo o compra a distribuidores nacionales?

La gran mayoría de acuarios compran a distribuidores nacionales, fundamentalmente de las ciudades costeras, como Guayaquil además existe un proveedor que los visita cada mes y es de Guaya bamba y en contadas ocasiones ellos mismos se auto abastecen viajando a países como Colombia y trayendo sus propios peces. Pocos inclusive crían algunas especies fáciles de cuidado y de rápida reproducción, lo cual por la falta de infraestructura les sirve únicamente para sus locales propios de manera exclusiva.

3.- ¿Qué tan difícil o asequible es adquirir los productos que necesita para su negocio?

En lo referente a encontrar variedad de productos en el medio, la mayoría de negocios afirman que no es problema. Sin embargo están de acuerdo en que si debes comprar peces, lo mejor es acudir al proveedor X, si

necesitas filtros al proveedor Y, y si quieres artículos de ornamentación al Z; es decir, no hay un solo proveedor dedicado exclusivamente a esta línea de negocio donde se pueda encontrar todo en un solo lugar.

4.- ¿Dónde se ubican sus principales proveedores?

La principal ciudad donde se ha cimentado la acuaria filia es indiscutiblemente Guayaquil; sin embargo varios productos son traídos de Colombia y Perú. Esto principalmente en lo referente a los peces, además algunas tiendas de mascotas también traen sus peces de Quito de los Acuarios de esta ciudad ya que existen proveedores que venden al por mayor resultando un poco más económico y el viaje es menor por lo tanto el transporte se disminuye en comparación con Guayaquil.

5.- ¿En promedio cuánto compra mensualmente a sus diferentes proveedores?

El promedio de compra bordea 1000usd. Al mes, siendo los productos de mayor consumo: peces, alimento, medicinas, adornos simples, calefactores, motores y filtros.

6.- ¿Qué productos son los que se vende en mayor cantidad?

Los artículos que más se vende son los peces, motores, accesorios, y alimento, dentro de los accesorios están las casitas acuáticas las piedritas de mar ya que los clientes intentan adecuarles un hábitat similar a su hábitat natural.

7.- ¿Qué tipos de peces se vende mayormente?

Los peces de mayor aceptación son Bailarinas y Goldfish.

8.- ¿Qué tipo de filtros adquiere la gente? (Marcas, capacidad)

Sin que importe mucho la marca los filtros más vendidos son compactos, de algodón, que le den buen aspecto al acuario y generalmente filtros internos. Los externos son más decorativos pero mucho más caros. Hay un interés también porque el filtro venga completo y posea partes intercambiables y de fácil sustitución. Que sea fácil de instalar y que sirva para acuarios de 80x40x40cm. Aunque el acuario en verdad sea más pequeño.

9.- ¿Qué tipo de piezas de decoración tienen mayor demanda?

Las plantas de plástico son una pieza fundamental en la adecuación de estos ecosistemas marinos.

10.- ¿Qué opina de la implantación de un sistema de importación y distribución directa que le ofrezca mayor variedad de opciones y precios competitivos?

Se puede resumir que la idea planteada obtuvo bastantes juicios positivos, que de manera objetiva y detallada son:

- Ahorro de tiempo.
- Facilidad en la compra.
- Posibilidad de crédito.
- Comodidad para conseguir todo en un solo sitio.
- Seguridad en el pago y entrega de los productos.
- Simplicidad del negocio.
- Variedad de productos.
- Asesoramiento para la instalación y usos de los artículos.
- Información sobre cuidado de los peces.
- Crédito.
- Atención permanente.

3.7 Observación Directa

Se puede observar que la acuario filia es un mercado poco explotado y poco incursionado en la Provincia de Imbabura. También se ha examinado que la población tiene una idea herrada de los peces decorativos ya que manifiestan que se mueren con mucha facilidad y su cuidado es tedioso.

3.8 Identificación y Características del Servicio

El acuario ofrece los servicios de venta de accesorios para la adecuación y adorno de los peces todo en un solo lugar, además de dar charlas de su manejo cuidado y uso.

3.9 Análisis y Proyección de la Demanda

El objetivo del acuario es ofrecer sus servicios a todas las familias que se encuentran en la Provincia de Imbabura, que toman como alternativa de decoración la acuario filia. Una forma diferente, nueva, novedosa que le da un toque exclusivo a los hogares, al momento de su decoración.

3.9.1 Proyección de la Demanda

Se tomara en cuenta para la proyección de familias como referencia el índice de crecimiento en Imbabura del 1,63%, emitido en el censo realizado en el 2010 por el INEC. Para el cálculo de la demanda se tomó en cuenta los resultados obtenidos de la pregunta 4.

Cuadro N° 3.21

Proyección de la demanda

AÑO	POBLACION META	POBLACION PROYECTADA (26%)
2013	57697	15001
2014	58637	15246
2015	59593	15494
2016	60565	15747
2017	61552	16003
2018	62555	16264

Elaborado: Autora

3.10 Análisis y Proyección de la Oferta

3.10.1 Análisis de la Oferta

En lo referente al medio en que se desenvuelven los empresarios del sector se aprecia que: no existe producción local suficiente para satisfacer sus demandas en cuanto a la cría de peces; la oferta se centraliza en las ciudades de Guayaquil, Guallabamba y Santo Domingo; es común el contrabando desde Perú y Colombia; no existe en el medio un distribuidor mayorista que ofrezca la totalidad de los productos demandados.

Cuadro N°3.22

AÑOS	ACUARIOS
1999	1
2000	1
2001	1
2002	1
2003	2
2004	2
2005	3
2006	4
2007	4
2008	5
2009	5
2010	6
2011	6
2012	6
2013	6

Elaborado: Autora

De acuerdo a los datos se puede evidenciar, que en los últimos años existe un crecimiento lento, de la siguiente manera: en el año 1999 hay 1 acuario nuevo, el cual permanece constante por 4 años, en el año 2003 un incremento de 1 Tienda de mascotas. Además se puede identificar que en los últimos 3 años no ha existido el incremento de Acuarios en la provincia, lo que indica que existe un mercado amplio y lleno de oportunidades para sacar a flote nuestro proyecto. Para obtener el crecimiento futuro de los acuarios y tiendas de mascotas se utiliza la siguiente fórmula:

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

Dónde:

M= Crecimiento de los acuarios y tiendas de mascotas en los últimos 15 años (6)

C= acuarios y tiendas de mascotas existentes en el primer año.

N= Número de años

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$6 = 1(1 + i)^{15} - 1$$

$$1(1 + i)^{14} = 6$$

$$(1 + i) = \sqrt[14]{6}$$

$$i = \sqrt[14]{6} - 1$$

$$i = 13.65\%$$

Existe una tasa de crecimiento anual del 13.65%, misma que se utiliza para proyectar los acuarios y tiendas de mascotas.

Según la encuesta realizada se estima que nuestro mercado es el 4% del total de las familias.

Cuadro Nº 3.23
Proyección de la oferta

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2013	2308
2014	2400
2015	2496
2016	2596
2017	2700
2018	2808

Elaborado: Autora

La oferta se proyectó de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta realizada de la pregunta 2 en donde nos da un mercado del 4% que al momento la oferta lo cubre.

Cuadro Nº3.24
Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	15001	2308	12693
2014	15246	2400	12846
2015	15494	2496	12998
2016	15747	2596	13151
2017	16003	2700	13304
2018	16264	2808	13456

Elaborado: Autora

Con la diferencia de 12693 familias en el año 2013, una gran cantidad de demanda insatisfecha, por lo que el presente proyecto está encaminado a cubrir parte de esta demanda. Con un excelente servicio y una buena infraestructura

3.10.2 Demanda que va a Cubrir el Presente Proyecto.

Para determinar la capacidad del proyecto se exponen los siguientes detalles, la dimensión del terreno es 200 m², construcción ocupará 100 m², la misma que contará con: el área de ventas y atención al cliente, el área de producción donde estarán los estanques de peces. Que cuentan con el equipo necesario para satisfacer las demandas de los clientes. Se estima que el acuario tendrá la capacidad de atender a 120 clientes por semana, 480 clientes por mes. Según la reproducción de peces y el abastecimiento de accesorios, tomando en cuenta que no siempre lo que necesitaran son peces si no demás implementos y accesorios que el acuario ofrece.

Cuadro Nº 3.25

CAPACIDAD ACUARIO CLIENTES	CAPACIDAD ANUAL	CAPACIDAD A CUBRIR LA DEMANDA
480	5760	38.39%

Elaborado: Autora

Cuadro Nº 3.26

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	% A CUBRIR DEMANDA	DEMANDA CUBIERTA
2013	12.693,34	38,40	4.874,24
2014	12.845,54	38,40	4.932,69
2015	12.998,04	38,40	4.991,25
2016	13.150,75	38,40	5.049,89
2017	13.303,58	38,40	5.108,58
2018	13.456,44	38,40	5.167,27

Elaborado: Autora

Se puede apreciar que actualmente no existe un conocimiento adecuado para el tratamiento y cría de la mayoría de peces ornamentales en el país. Tal es así que la mayor parte de estas mascotas, en especial especies poco comunes y exclusivas, son importadas desde Colombia y Perú.

Los empresarios que poseen acuarios viajan hasta las ciudades vecinas, traen los peces en fundas poco adecuadas y dentro de sus propios vehículos. Pocas veces existe conciencia tributaria, siendo común la evasión de impuestos.

Otros empresarios se abastecen a través de distribuidores nacionales, quienes en su gran mayoría se concentran en Manta y Guayaquil, pero también se ha identificado proveedores en Santo Domingo de los Colorados.

Estos distribuidores no solo comercializan este tipo de mascotas, sino que en ocasiones también ciertas especies de pájaros ornamentales y roedores; monopolizan el negocio e incrementan su rentabilidad acordando vender a un precio estándar que les permita obtener una buena utilidad.

3.11 Comercialización

Se puede destacar que la acción más importante de difusión son los volantes que se entregaran con las promociones y los diferentes beneficios que los peces brindan, además de realizar una pequeña encuesta al momento de la visita de los clientes para conocer si están o no de acuerdo con el servicio y si necesitarían que se implemente alguna otra especie de peces. Realizar charlas dirigidas hacia las escuelas y colegios ya que tanto a los niños como adolescentes les gusta tener mascotas y se encargan de su cuidado, dichas charlas deberán estar estructuradas con la forma de crianza lo necesario para equipar un acuario y su cuidado. Inclusive poder asesorar al momento de la compra de una forma rápida y eficaz el cuidado y mantenimiento del acuario igualmente de informarles sus beneficios anti estrés.

3.11.1 Precio

Los precios en el acuario se han fijado de acuerdo a un promedio obtenido de los locales que ofertan los mismos productos. Para la proyección se utilizó la tasa de inflación a junio del 2013, misma que fue del 2.68% según dato obtenido en el INEC

Cuadro Nº 3.27

Productos	Unidad de venta	PRECIO	2014	2015	2016	2017	2018
Peces	Unidades	6	6,16	6,50	7,03	7,82	8,92
Alimento Común	Empaques de 1lb	2	2,05	2,17	2,34	2,61	2,97
Alimento de Marca	Decenas	2,5	7,19	7,58	8,20	9,12	10,41
Filtros de acuario grande	Unidades	7,5	7,70	8,12	8,79	9,77	11,15
Motores de acuario grande	Unidades	5,5	5,65	5,95	6,45	7,17	8,18
Acuario grande	Unidades	11,5	11,8	12,4	13,5	15	17,1
Calefactor acuario grande	Unidades	2,75	2,82	2,98	3,22	3,58	4,09
Filtros acuario mediano	Unidades	3	3,08	3,25	3,52	3,91	4,46
Motores de acuario mediano	Unidades	4,5	4,62	4,87	5,27	5,86	6,69
Acuario mediano	Unidades	10	10,3	10,8	11,7	13	14,9
Productos	Unidad de venta	PRECIO	2014	2015	2016	2017	2018
calefactor acuario mediano	Unidades	2	2,05	2,17	2,34	2,61	2,97
Filtros acuario pequeño	Unidades	2	2,05	2,17	2,34	2,61	2,97
Motores acuario pequeño	Unidades	3,5	3,59	3,79	4,10	4,56	5,20
Acuario pequeño	Unidades	6	6,16	6,5	7,03	7,82	8,92
Calefactor acuario pequeño	Unidades	1,75	1,80	1,89	2,05	2,28	2,60
Pastillas de oxígeno	Decenas	3,6	3,70	3,90	4,22	4,69	5,35
Anticloros	Decenas	3,6	3,70	3,90	4,22	4,69	5,35
Medicamentos varios	Unidades	0,65	0,67	0,70	0,76	0,85	0,97
Posters	Unidades	0,75	0,77	0,81	0,88	0,98	1,12
Buzos	Paquetes de 12	5	5,13	5,41	5,86	6,51	7,43
Plantas de plástico	Paquetes de 10	4	4,11	4,33	4,69	5,21	5,95
Casitas acuáticas	paquetes de 10	6	6,16	6,5	7,03	7,82	8,92

Elaborado: Autora

3.11.2 Promoción

Los servicios que oferta el acuario se promocionaran por los principales medios de comunicación local, como son: tv norte, radio exa, diarios del norte, volantes. En los cuales se lanzarán promociones por inauguración, fechas especiales, etc., las mismas tendrán promociones como: descuentos, precios especiales para colegios, restaurantes, etc.

3.11.3 Estrategias de Venta

Por ser el primer sitio que promueve la acuario filia en la parroquia, se convertirá en un novedoso lugar, el cual se espera tenga una aceptación positiva por parte de los hogares de la Provincia de Imbabura.

3.11.4 Estrategias de Servicios

El acuario pretende dar un servicio de calidad para esto se piensa cumplir con las siguientes exigencias. Lo que la gente espera de un nuevo proveedor, en este caso, de la razón de ser del presente proyecto es:

- Variedad de productos.
- Asesoramiento para la instalación y usos de los artículos.
- Información sobre cuidado de los peces.
- Crédito.
- Variedad de accesorio en marca y forma.
- Atención permanente.
- Atención personalizada.
- Local llamativo y jovial.
- Servicio de mantenimiento para personas que ya tengan su acuario.
- Servicio a domicilio.
- Entrega con comodidad (un servicio de entrega).

3.12 Conclusión del Estudio de Mercado

Consistió en hacer un análisis inicial sobre las variables e indicadores de la oferta y demanda, con su aportación e incidencia en el mercado local.

Permitió afirmar: la preferencia de las familias al momento de elegir una mascota dando como resultado que la acuario filia es un mercado poco explotado. Las personas que participan de la actividad son fundamentalmente clientes de nivel socioeconómico medio y alto.

Ellos compran sus productos de acuerdo a sus necesidades, su presupuesto familiar y de acuerdo al tipo de mascota que estén criando. De tal forma se puede apreciar que este hobby o adorno es una actividad que demanda de un presupuesto más o menos fijo para las compras, poniéndolo al alcance de todos ya que en comparación con lo que gastan con un perro que fue la mascota de mayor preferencia no existe gran diferencia económica pues en los perros se gasta en comida y en vacunas mensuales que va de 10 a 20 usd. Mensuales es igual con los acuarios, se encuentran en el mismo rango.

Ventajosamente para los fines del presente proyecto, frente a la idea de gozar de un nuevo proveedor que pueda ofrecerles variedad, calidad, entregas a tiempo y precios, los dueños de los acuarios gozaron de una aceptación unánime. Es así, que los mejores comentarios derivaron en la idea de que es una ventaja que les permitiría incrementar los beneficios de su negocio, preocuparse más en la manera de adecuarlos y atraer e nueva clientela, y dejarían de perder gran parte de su tiempo en encontrar en diferentes proveedores varias ofertas y entregas que se acerquen a sus necesidades.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Proyecto

El proyecto se va a desarrollar en un mercado competitivo, en la provincia de Imbabura existen 2 acuarios y 4 tiendas de mascotas, los cuales carecen de publicidad y administración técnica, el acuario cubrirá la demanda insatisfecha que existe en Chaltura, (capítulo 3 cuadro n° 3.24). Se aprovecharán correctamente las instalaciones, atención al cliente y calidad del servicio.

4.1.1. Tamaño o Capacidad del Acuario

La capacidad productiva del criadero se realiza tomando en cuenta: la capacidad instalada y el volumen de reproducción, determinando la capacidad técnica viable, con datos específicos del análisis de la oferta y la demanda.

➤ **Capacidad Instalada**

Es la capacidad máxima de clientes que el acuario puede satisfacer en cuanto a brindar un servicio de calidad, tomando como referencia la demanda insatisfecha que en la actualidad existe.

➤ **Capacidad Utilizada**

Se refiere a los clientes atendidos exitosamente, estimándose que la misma estará de acuerdo a lo que se determina en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 4.1
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	TOTAL CLIENTES
2014	12693	38%	4873
2015	12693	64%	8124
2016	12693	74%	9393
2017	12693	84%	10662
2018	12693	100%	12693

Elaborado: Autora

La capacidad instalada se obtiene de la demanda insatisfecha que existe. Su cálculo se realizó en el Capítulo III. El porcentaje de la capacidad utilizada se lo tomo reflejando la variable que en la actualidad los Imbabureños prefieren tener otro tipo de mascota diferente a los peces decorativos, lo que determina que el mercado es muy amplio, pero también necesita de mucho trabajo en el marketing es por esta razón que se alcanzara a cubrir la demanda insatisfecha en 5 años.

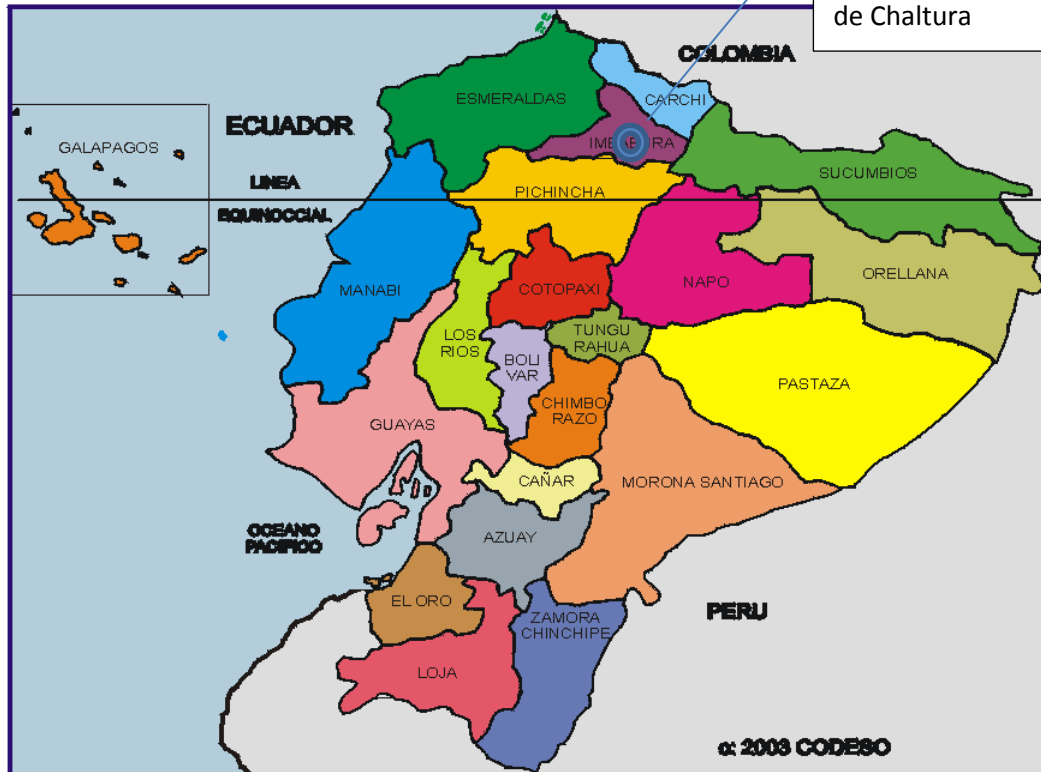
4.2 Localización del Proyecto

4.2.1 Macro Localización

Dentro de la macro localización el proyecto se encuentra ubicado en el Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

A continuación tenemos el mapa de la república del Ecuador, indicando la provincia de Imbabura, seguido el Cantón Antonio Ante y la Parroquia San José de Chaltura.

Gráfico N° 4.1
MAPA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

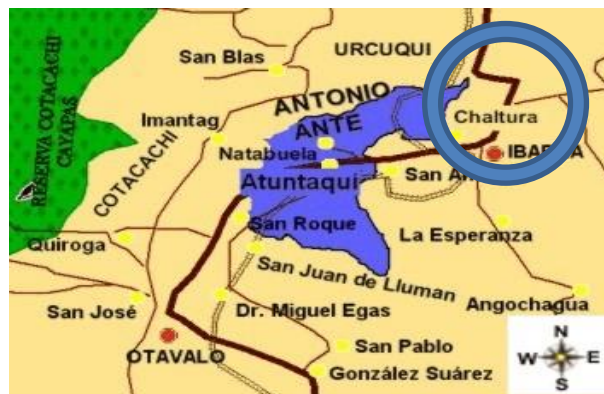


Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autora

4.2.2 Micro Localización

Gráfico N°4.2
Mapa de la Parroquia de San José de Chaltura



Fuente: Internet

➤ **Vías de Comunicación**

La vía que conecta a Chaltura es asfaltada, comunicando Atuntaqui y a la Panamericana Norte, es una vía de primer orden la cual se conecta con las instalaciones del criadero de peces.

Existen vías alternas que son empedradas que conectan con Antonio Ante y con Urcuqui.

➤ **Disponibilidad de Mano de Obra**

La presencia de mano de obra calificada es importante para el desarrollo de esta actividad, positivamente los habitantes de Chaltura saben de este tipo de negocios directa o indirectamente, por lo tanto la mano de obra local facilita el manejo adecuado y oportuno del servicio a prestar.

➤ **Disponibilidad de Servicios Básicos**

Existen todos los servicios básicos en la zona, aportan correctamente para el buen funcionamiento de las instalaciones, y optimizan los recursos: económicos, humanos y tiempo.

➤ **Factores Ambientales**

Posee un clima ideal que oscila entre los 18 y 25 grados, siendo la más alta de 32ª y la más baja de 12 a 15 grados, afirmándose que es una región de clima templado cálido, así facilitará los diferentes servicios que se va a ofertar.

4.3Ingeniería del proyecto

De acuerdo a las necesidades del Acuario se establecerán la ingeniería, tomando en cuenta las siguientes características:

4.3.1Diseño de las Instalaciones Físicas

➤ Área Administrativa

El área administrativa tiene una dimensión de 80m, en la cual se encuentra: gerencia, contabilidad, sshh.

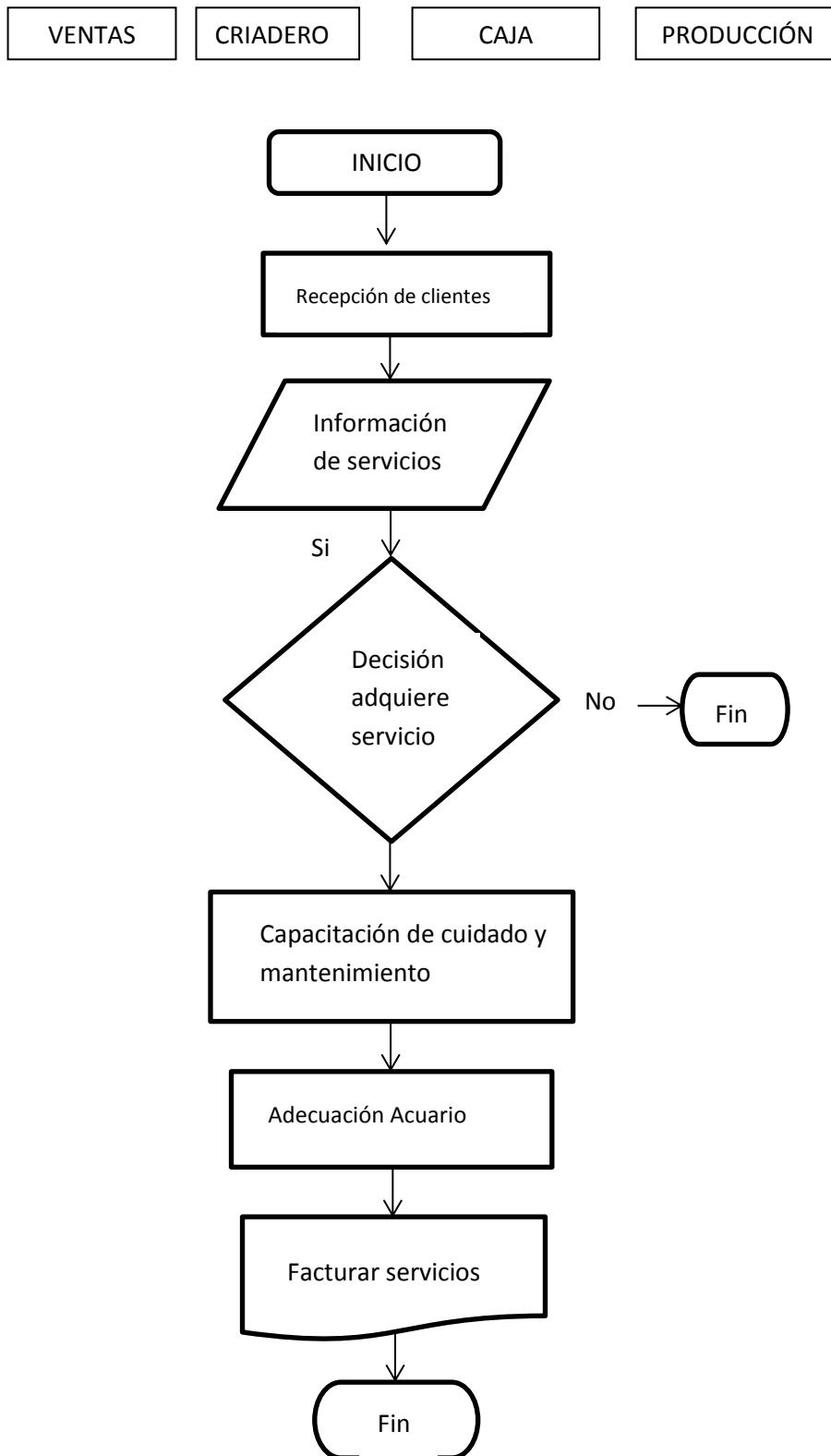
a) Área de crianza

En el área de crianza se encuentra el estanque de los peces separados por especies sus dimensiones será de 80m, se encuentra distribuido entre estanque y una pequeña bodega para almacenar comida y demás necesario para la crianza de peces.

b) Área de atención al cliente

Contará con una construcción de 40m que será destinado para la venta, exhibición de los productos necesarios para la venta.

4.4 Flujo grama del Proceso del Acuario



4.5 Crianza de peces.

4.5.1 Peces

El pez equivale al cultivo y el estanque representa el campo. Las malezas representan a los peces salvajes y voraces que compiten por la comida o se comen al pez.

Las enfermedades no son muy comunes pero a veces la piel o las agallas se cubren de un hongo de aspecto aterciopelado, además, animales parásitos pueden invadir las agallas o el estómago. Un buen piscicultor debe satisfacer las necesidades de los peces y protegerlos de sus enemigos. Los piscicultores que no cuiden a sus peces probablemente fracasarán.

Los peces necesitan:

- Agua
- Alimentos
- Oxígeno
- Seguridad

Agua

Esta es la necesidad más obvia e inmediata, sin embargo, es importante que haya la cantidad y la calidad adecuada de agua. Debido a que todos los seres vivos consumen oxígeno, el acuario no puede estar superpoblado: un pez de 5 cm. debe disponer de 2 o 3 litros de agua, pudiendo variar esta cantidad según la especie.

Un acuario debe limpiarse cuidadosa y regularmente. Para esto no es necesario cambiar de agua; basta con quitar los pequeños desperdicios, aspirándolos con un tubo plástico, por ejemplo

Profundidad El agua deberá tener entre 1–2m de profundidad en un extremo y 30cm de profundidad en el otro para que los peces se puedan reproducir.

La sequía puede ser muy peligrosa para los peces. Lo ideal sería que hubiese agua durante todo el año, aunque existen algunas especies de peces que crecen con la suficiente rapidez para dar una cosecha en estanques estacionales (durante unos seis meses al año).

Las crecidas pueden hacer que los estanques se desborden durante los períodos de lluvias fuertes, dejando escapar los peces. Hay que asegurarse de que las orillas tengan la altura suficiente para resistir el nivel de la inundación más alta registrada en la zona. Se debe colocar un tubo de desagüe o un canal con rejilla para drenar el exceso de agua.

La calidad del agua depende de los sólidos en suspensión o disueltos en ella. Si el estanque tuviese los nutrientes adecuados y en cantidades suficientes, producirá grandes cantidades de organismos microscópicos llamados plancton. El agua de un arroyo que atravesase campos fértiles, se enriquecerá con estos nutrientes y será buena para el estanque. El agua de pozo o de manantial quizás no sea tan buena. Dependerá del tipo de roca subyacente que haya.

4.5.2 Alimentación

Los peces de estanques, de por sí ingieren diferentes alimentos, no solo el que le administremos. El estanque al estar en el jardín, muchos insectos se posan en las hojas de las plantas flotantes o quedan atrapados en superficie del agua. Esos insectos son comida (muy buena) para los peces.

Además, en el estanque se genera la alimentación base: el vegetal. El mismo estanque se encarga, a través de las algas tapizantes, de proporcionar alimento a los peces. Por otra parte, también se cultivan

diferentes tipos de larvas que son alimento de los peces. Es por ello siempre los peces estarán "chupando" la superficie en la noche, dado que es la hora donde más insectos y larvas hay en el agua.

Partiendo de estos conceptos fundamentales en la alimentación de los peces de estanques - lagos, tenemos que cuidar la cantidad y variedad de alimento "fuera del estanque" que le damos a nuestros peces como ser los granulados, papillas, etc.

No es conveniente alimentar todos los días a los peces de estanque, es muy común alimentarlos cada 2 días en épocas de calor y cada 3-4 días en épocas de frío. Esto no es una regla, es una observación, en algunos estanques se debe alimentar todos los días a los peces y en otros una vez a la semana.

La mayor parte de los alimentos comerciales para peces de estanques se presentan en estas dos alternativas: escamas y/o sticks.

Escamas.- se la emplea para los estanques donde predomina los peces de bocas pequeñas. Estas escamas son suaves y fáciles de romper cuando están en contacto con el agua. Cabe aclarar que flotan durante varios minutos antes de sumergirse hacia el fondo.

Sticks.- son más grandes y duros pero también se ablandan en contacto con el agua. Los sticks se los usa para peces medianos y grandes, es casi el alimento base más utilizado en estanques dado que lentamente se desgrana con lo que todos comen.

Estos alimentos, en cualquiera de las 2 presentaciones poseen una característica en común: son deshidratados. Al ser deshidratados, al primer contacto con el agua se hinchan. Esta característica en los peces puede ser fatal si comen las escamas o los stick apenas se los coloca en

agua. ¿Por qué? Porque se les hincharía el alimento en el estómago provocando problemas gastrointestinales y de vejiga natatoria. Es por eso que es mejor utilizar alimentos de tamaño grandes dado que es más denso con lo que no se hincharán tanto, siempre en relación al tamaño de la boca del pez. Otra característica a tener en cuenta con este tipo de alimentación es la calidad, no todos los alimentos comerciales de este tipo son de iguales calidades, tenemos que fijarnos antes de comprarlos en su composición.

Si el tamaño de la boca del pez da para stick (palitos), no lo dude, deje las escamas y pase a los stick que se hinchan un 60% menos que las escamas.

4.5.3 Variedad de peces

Es conveniente mezclar distintas especies de peces en el estanque (pero no los peces voraces) para que se aprovechen todos los tipos de alimentos.

4.5.4 Oxígeno

La necesidad invisible del pez, es el oxígeno que respira. Los peces obtienen oxígeno del agua a través de sus branquias. Algunas especies de peces (tales como el bagre) pueden sobrevivir en el agua con muy poco oxígeno porque pueden respirar en el aire.

La cantidad de oxígeno en el agua aumenta durante el día pero disminuye durante la noche, teniendo el nivel más bajo al amanecer.

La falta de oxígeno suele producirse por una de las siguientes razones:

- Exceso de materia orgánica en descomposición en el estanque (hojas muertas, alimento que no se ha comido)
- Demasiados peces

- Demasiadas plantas o algas verdes en el agua (el agua se verá muy verde y quizás haya una capa de espuma verde en la superficie).

4.5.5 La producción de peces

Esta estará determinada por la especie y el número de peces en el estanque, la cantidad de alimento suplementario y la forma de gestión.

4.6 Inversiones en Activos Fijos

En el cuadro que será expuesto a continuación se resume los activos fijos, diferidos y capital de trabajo necesarios para la instauración del negocio.

Cuadro N°4.2
Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR
Archivadores	3	40,00	120,00
Escritorios	3	80,00	240,00
Sofás	2	80,00	160,00
Sillas	3	35,00	105,00
Sillas reclinables	3	40,00	120,00
TOTAL			745,00

Elaboración: Autora

Cuadro N°4.3
Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR
Calculadoras	4	35,00	140,00
Telefax	1	250,00	250,00
Celular	1	39,20	39,20
Papelería general	Varios	70,00	70,00
TOTAL			499,20

Elaboración: Autora

Cuadro N°4.4
Equipos de Computación

DETALLE	MARCA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR
Computadoras	ASER	3	600,00	1.800,00
Impresoras	ECASA	2	130,00	260,00
TOTAL				2.060,00

Elaboración: Autora

Cuadro N°4.5
Terreno

DETALLE	VALOR
Terreno	15000
TOTAL	15000

Elaboración: Autora

Cuadro N° 4.6
Criadero

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Limpieza del terreno	63,08	1	63,08
Excavación de cimientos	20,28	10	202,80
Hormigón ciclópeo en cimientos	4,73	65	307,45
Mampostería de ladrillo colveada con mortero	90,9	14	1272,60
Loseta de hormigón simple	1,2	190	228,00
Enlucido vertical paleteado	181,8	5	909,00
Colocación de revestimiento de cerámica	27	23	621,00
Punto de canalización de pvc	3	14	42,00
Canalización de pvc de 3	18	17	306,00
Rejilla de piso de aluminio	3	6	18,00
Punto de iluminación	10	31	310,00
Punto de tomacorriente	6	31	186,00
Limpieza de la obra	1	150	150,00
Acero de refuerzo	140,3	2,27	318,48
Cajas de revisión	2	65	130,00
Replanteo del proyecto	63,08	1,8	113,54

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Hormigón simple en plintos	2,6	180	468,00
Hormigón simple en cadenas	1,6	160	256,00
Hormigón simple en columnetas	0,34	180	61,20
Acero de refuerzo f4= 4200	297	2,27	674,19
Acero en perfiles	650	3,98	2587,00
Contrapiso de hormigón	63	12	756,00
Mampostería de bloque hueco	95,4	11,5	1097,10
Masillado y paleteado de piso	63	4,2	264,60
Cerámicas colocadas en piso	63	23	1449,00
Enlucido vertical paleteado	191	5	955,00
Cubierta de eternit colocada	123,6	18	2224,80
Cuadrero tipo cudallete	10,3	8	82,40
Puerta metálica colocada	3,6	85	306,00
Ventanas de hierro colocadas	8,3	45	373,50
Protección varilla luz	8,3	35	290,50
Vereda perimetral	24,2	14	338,80
Tablero de control	1	68	68,00
Estacado y pintura	191	6,3	1203,30
TOTAL INFRAESTRUCTURA			18633,35

Elaboración: Arq. Edmundo Estévez

Es necesario que se considere que los activos propiedad planta y equipo anotados como muebles, enseres, equipos de oficina y equipos de computación, terreno, piscinas, son los indispensables para montar la oficina y el criadero en donde operará el negocio.

4.7 Inversión Diferida

4.7.1 Activos Diferidos

Para iniciar sus operaciones, la empresa Acuario "BLU", cumplirá con todos los requisitos legales que permita funcionar apegada a las leyes y reglamentos impuestos por el Estado.

Cuadro N°4.7

Activos Diferidos para Constitución de una Empresa

CONCEPTO	VALOR
Aspectos legales, Permiso del cuerpo de bomberos, Patente	2.000,00
Honorarios notario	600,00
Registro de la propiedad	400,00
Pago para constitución de la compañía	380,00
Estudios de Factibilidad	1.200,00
TOTAL	4.580,00

Elaboración: Autora

El activo diferido está conformado por los gastos de estudio que hasta la fecha han sido efectuados, la constitución legal de la empresa, misma que operará bajo el RUC de su propietario y con el nombre comercial Acuario BLU.

4.7.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero necesario para que el negocio funcione hasta que el mismo esté en capacidad de generar ingresos que permitan su normal desempeño. De tal forma, el capital de trabajo se lo ha calculado sumando los recursos económicos necesarios para que el negocio opere durante 30 días.

Cuadro N°4.8
Capital de Trabajo

		Periodo 30 días
COSTO DE COMERCIALIZACION	V/F	8.792,41
Costo del producto	V	8.792,41
GASTOS ADMINISTRATIVOS	V/F	1.907,06
Sueldos	F	1.268,00
Servicios básicos	F	155,00
Depreciación	F	354,39
Amortización Diferidos	F	129,67
GASTO VENTAS	V/F	166,67
Publicidad	F	166,67
GASTOS FINANCIEROS	V/F	56,00
Gastos bancarios	F	56,00
TOTAL GASTOS / Capital de trabajo		10.922,14

Elaboración: Autora

4.7.3 Inversión Total

La inversión inicial total es de \$52.539,49 repartida de la siguiente manera:

Cuadro N°4.9

CONCEPTO	VALOR
Propiedad Planta y Equipo	37.037,35
Activo Diferido	4.580,00
Capital de Trabajo	10.922,14
TOTAL INVERSION	52.539,49

Elaboración: Autora

4.8 Financiamiento para el Proyecto

La inversión requerida para la ejecución del proyecto es de 52.539,49 USD, el 25% será financiado por aporte de recursos propios, con un valor

de 13.539,49, el 75% serán financiados por el Banco Nacional de Fomento que corresponde a 39.000,00 dólares americanos, a 10 años plazo y a una tasa efectiva del 15% anual.

Cuadro N°4.10

FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO		
INVERSION TOTAL	MONTO	PORCENTAJE
Inversión Financiera	39.000,00	75
Inversión Propia	13.539,49	25
TOTAL	52.539,49	100%

Elaboración: Autora

Dichas inversiones servirán para la compra de activos fijos, capital de trabajo, y gastos de constitución.

4.8.1 Determinación del Personal

Cuadro N° 4.11

PERSONAL	Nº	REMUNERACION	TOTAL
Contadora	1	550	550
Vendedor	1	318	318
Cuidador	1	318	318

Elaboración: Autora

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos

Los ingresos responden a las ventas promedio que se espera obtener en un periodo de proyección a 5 años. Estas ventas corresponden a los resultados obtenidos en el estudio de mercado del porcentaje de demanda que vamos a cubrir, además el precio está proyectado según la inflación que es del 2.68% a Junio del 2013 según el INEC.

Cuadro N°5.1
Determinación de Ingresos

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018
Acuario Grande					
Cantidad	1.349	1.365	1.381	1.397	1.413
Precio	55,19	56,67	58,19	59,75	61,35
TOTAL	74.439,96	77.342,36	80.348,15	83.460,27	86.681,68
Acuario Mediano					
Cantidad	2.023	2.047	2.071	2.095	2.119
Precio	47,23	48,50	49,80	51,13	52,50
TOTAL	95.560,14	99.286,01	103.144,60	107.139,69	111.275,09
Acuario Pequeño					
Cantidad	1.124	1.137	1.151	1.164	1.177
Precio	40,82	41,91	43,03	44,19	45,37
	45.875,79	47.664,48	49.516,88	51.434,82	53.420,11
TOTAL	215.875,89	224.292,85	233.009,64	242.034,78	251.376,87

Elaborado: Autora

5.3 Determinación de Egresos

5.3.1 Costos de Producción

Se consideran costos de producción todos los insumos requeridos durante el proceso productivo.

Cuadro N°5.2
Determinación de Costos de Producción

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Peces	1.500	0,56	845,85	845,85	902,56	963,08	1.027,66	1.096,56
Motores Acuario Grande	1.349	7,53	10.154,17	10.154,17	10.550,08	10.960,09	11.384,61	11.824,03
Acuario Grande	1.349	15,03	20.270,98	20.270,98	21.061,34	21.879,86	22.727,33	23.604,56
Calefactor Acuario Grande	1.349	4,10	5.536,62	5.536,62	5.752,49	5.976,05	6.207,52	6.447,12
Filtro Acuario Grande	1.349	7,50	28.902,48	28.902,48	30.029,38	31.196,42	32.404,75	33.655,51
Motor Acuario Mediano	2.023	6,16	12.461,94	12.461,94	12.947,83	13.451,02	13.972,02	14.511,31
Acuario mediano	2.023	13,07	26.440,45	26.440,45	27.471,35	28.538,99	29.644,38	30.788,60
Calefactor acuario mediano	2.023	2,99	6.039,78	6.039,78	6.275,27	6.519,15	6.771,65	7.033,03
Filtro Acuario Mediano	2.023	3,00	17.341,49	17.341,49	18.017,63	18.717,85	19.442,85	20.193,31
Acuario Pequeño	1.124	7,84	8.813,39	8.813,39	9.157,02	9.512,90	9.881,36	10.262,76
Calefactor acuario pequeño	1.124	2,61	2.936,07	2.936,07	3.050,55	3.169,11	3.291,85	3.418,91
Motor Acuario Pequeño	3.211	3,50	11239,85	11239,85	11678,09	12131,94	12601,85	13088,25
Filtro Acuario Pequeño	3.211	2,00	6422,77	6422,77	6673,19	6932,54	7201,06	7479
Alimento Común	625	2,00	1250	1250	1317,9	1389,48	1464,96	1544,53
Alimento de Marca	550	2,5	1375	1375	1449,69	1528,43	1611,45	1698,99
Pastillas de oxígeno	209	3,6	752,4	752,4	793,27	836,36	881,79	929,68
Anticloros	215	3,6	774	774	816,04	860,37	907,1	956,37
Medicamentos varios	156	0,65	101,4	101,4	106,91	112,71	118,84	125,29
Casitas Acuáticas	360	6	2160	2160	2277,33	2401,03	2531,45	2668,95
Posters	924	1,07	991,45	991,45	5.012,24	5.207,03	5.408,71	5.617,48
Buzos	924	0,62	574,64	574,64	2.905,04	3.017,94	3.134,84	3.255,83
Plantas de Plástico	924	0,60	551,63	551,63	2.788,73	2.897,11	3.009,32	3.125,48
TOTAL			165.936	165.936	181.034	188.199	195.627	203.326

Elaborado: Autora

5.3.2 Mano de Obra Directa

Para la proyección de los sueldos básicos unificados se utilizó la tasa de crecimiento de los mismos, calculada en la serie histórica del sueldo básico general del periodo 2009-2013.

Cuadro N°5.3
Comportamiento Histórico Sueldo Básico Unificado General

AÑOS	SUELDOS
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292
2013	318

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autora.

- Cálculo tasa de crecimiento del Sueldo Básico Unificado

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$318 = 218(1 + i)^{5-1}$$

$$\frac{318}{218} = (1 + i)^4$$

$$\sqrt[4]{\frac{318}{218}} = 1 + i$$

$$1.11 = 1 + i$$

$$i = 10.67\%$$

Cuadro N°5.4
Sueldo Básico Unificado Proyectado

PERSONAL	Nº	REMUNERACION	2014	2015	2016	2017	2018
Contadora	1	550	608,69	673,63	745,51	825,05	913,09
Vendedor	1	318	351,93	389,48	431,04	477,03	527,93
Cuidador	1	318	351,93	389,48	431,04	477,03	527,93
RUBROS							
Salario Básico Unificado			15.750,55	17.431,14	19.291,04	21.349,40	23.627,38
Aporte Patrona 12,15%			1.913,69	2.117,88	2.343,86	2.593,95	2.870,73
Fondos de reserva			-	1.452,59	1.607,59	1.779,12	1.968,95
10mo tercer sueldo			1.312,55	1.452,59	1.607,59	1.779,12	1.968,95
10mo cuarto sueldo			1.055,79	1.168,44	1.293,12	1.431,09	1.583,79
TOTAL			20.032,58	23.622,66	26.143,19	28.932,67	32.019,79

Elaborado: Autora

Cuadro N°5.5
Distributivo de Gastos

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
RUBROS					
Costo del Producto	165.936,36	181.033,94	188.199,45	195.627,36	203.325,56
Gastos Administrativos	23.071,27	26.661,35	29.181,88	31.284,76	34.371,88
Sueldos	20.032,58	23.622,66	26.143,19	28.932,67	32.019,79
Servicios Básicos	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Depreciaciones	1.742,69	1.742,69	1.742,69	1.056,09	1.056,09
Arriendo	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Amortización	916,00	916,00	916,00	916,00	916,00
Gastos de Venta	400,00	450,00	470,00	480,00	488,00
Publicidad	400,00	450,00	470,00	480,00	488,00
Gastos Financieros	2.949,38	2.949,38	2.949,38	2.949,38	2.949,38
Intereses	2.949,38	2.949,38	2.949,38	2.949,38	2.949,38
TOTAL GASTOS	192.357,01	211.094,67	220.800,72	230.341,50	241.134,82

Elaborado: Autora

Costos de comercialización: Los costos de comercialización están compuestos por el valor de cada ítem más los costos y gastos incurridos para tenerlos como Stock.

Gastos administrativos: Entre los gastos administrativos se suman los valores por sueldos: de la Contadora General, el vendedor y el cuidador (el gasto es fijo a 5 años); los servicios básicos (luz, agua y teléfono que también son gastos fijos) ; las depreciaciones de los bienes a ser empleados en las oficinas (muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación); la amortización de diferidos (resultante de la división de los 4.580,00 dólares de activos diferidos a 5 años, tal como lo estipulan nuestras leyes)

Gasto de ventas: Dentro de este tipo de gastos la publicidad (constan catálogos, afiches, calendarios, difusión radial, entre otras cosas) suma un valor de USD 400,00 anuales.

5.4 Depreciación de Activos Fijos

Los cuadros referentes a las depreciaciones de activos fijos corresponden al valor del artículo dividido para su periodo de vida útil – método de depreciación lineal constante -; en donde anualmente el producto, a razón de este cálculo, va perdiendo su valor inicial hasta finalizar con un avalúo igual a cero.

Cuadro N°5.6

Depreciación Propiedad Planta y Equipo

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	DEPRECIACIÓN
Muebles y enseres	74,50
Equipos de oficina	49,92
Equipos de computación	686,60
Criadero	931,67
TOTAL	1.742,69

Elaborado: Autora

Se pone a consideración que el resumen de las depreciaciones lo conforman los valores generales de: Gastos administrativos (muebles, enseres, equipos de oficina, edificio y equipos de computación). Además

se hizo una reinversión en Equipos de computación en el año 2017 por el monto de 1200 usd.

Para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de línea recta. Los porcentajes de depreciación aplicados son:

- a) Equipo de oficina 10% 10 años
- b) Muebles y enseres 10% 10 años
- c) Equipo de Computación 33.33% 5 años
- d) Criadero 5 años

Cuadro N°5.7
Depreciación de Activos Fijos Proyectado

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		DEPRECIACION					
DETALLE	VALOR	%	2014	2015	2016	2017	2018
MUEBLES Y ENSERES	745,00	10	74,50	74,50	74,50	74,50	74,50
EQUIPOS DE OFICINA	499,20	10	49,92	49,92	49,92	49,92	49,92
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.060,00	33	686,60	686,60	686,60	0,00	0,00
EDIFICIO	18.633,35	5	931,67	931,67	931,67	931,67	931,67
REINVERSION EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.200,00	33	0,00	0,00	0,00	399,96	399,96
TOTAL			1.742,69	1.742,69	1.742,69	1.056,09	1.056,09

Elaborado: Autora

5.5 Gastos Financieros

Para el funcionamiento del proyecto se tiene la necesidad de contar con una inversión total de \$ 52539,49, el 75% de la inversión se obtendrá mediante un crédito AL Banco Nacional de Fomento, a una tasa efectiva del 15% anual a 10 años; los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

5.5.1 Cálculo del Valor Presente de la Deuda

La tabla de amortizaciones corresponde al cálculo de las cuotas, entre capital e interés, que se deberá cancelar por un préstamo bajo condiciones previamente definidas. Tomando en consideración que en la matriz de fuentes y usos el resultado arrojado en la columna crédito es de usd**39.000, 00** se entiende que estos recursos serán solicitados a una entidad financiera bajo las condiciones que a continuación detallo:

Cuadro N° 5.8
Condiciones De Crédito

Monto	39000
Plazo	10 AÑOS
Periodo de pago	Mensual
Forma de pago	Capital constante
Interés	15%

Elaborado: Autora

5.5.2 Tabla de Amortización de la Deuda

Cuadro N°5.9
Tabla de Amortización

Nº	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	SALDO
0				39000
1	325,00	487,5	812,50	38675,00
2	325,00	483,44	808,44	38350,00
3	325,00	479,38	804,38	38025,00
4	325,00	475,31	800,31	37700,00
5	325,00	471,25	796,25	37375,00
6	325,00	467,19	792,19	37050,00
7	325,00	463,13	788,13	36725,00
8	325,00	459,06	784,06	36400,00
9	325,00	455,00	780,00	36075,00
10	325,00	450,94	775,94	35750,00
11	325,00	446,88	771,88	35425,00
12	325,00	442,81	767,81	35100,00
24	3900,00	4996,88	8896,88	31200,00
36	3900,00	4411,88	8311,88	27300,00

Nº	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	SALDO
48	3900,00	3826,88	7726,88	23400,00
60	3900,00	3241,88	7141,88	19500,00
72	3900,00	2656,88	6556,88	15600,00
84	3900,00	2071,88	5971,88	11700,00
96	3900,00	1486,88	5386,88	7800,00
108	3900,00	901,88	4801,88	3900,00
120	3900,00	316,88	4216,88	0

Elaborado: Autora

Como se puede apreciar en la tabla de amortizaciones, por el préstamo efectuado bajo las condiciones ya descritas, deberán pagarse 120 cuotas de USD. 325,00 mensuales, los cuales se encuentran detallados durante el primer año, para el tiempo restante de pago del préstamo se ha puesto los rubros a pagarse por año. En consecuencia, el interés total asciende a USD. 29.493,75, que sumados al capital total nos da una suma de USD. \$ 68.493,75.

5.6 Estados Financieros

Estos estados permiten evaluar de cierta forma la situación económica y financiera del negocio, y así poder tomar decisiones acertadas para la implementación y desarrollo de las actividades del acuario.

5.6.1 Estado de Situación Financiera

También denominado como Balance de Arranque, presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, activos fijos y el patrimonio con que se cuenta para iniciar la actividad, se detalla a continuación:

Cuadro Nº 5.11
EMPRESA ACUARIO BLU
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
al01 de mayo 2013

ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAPITAL DE TRABAJO	10.922,14
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
MUEBLES Y ENSERES	745,00
EQUIPOS DE OFICINA	599,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.060,00
CRIADERO	18.633,35
TERRENO	15.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
ASPECTOS LEGALES, PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS, PATENTE	2.000,00
HONORARIOS NOTARIO	600,00
REGISTRO DE LA PROPIEDAD	400,00
PAGO PARA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	380,00
ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	1.200,00
TOTAL ACTIVOS	52.539,49
PASIVOS	
PRÉSTAMO BANCARIO	39.000,00
TOTAL PASIVOS	39.000,00
PATRIMONIO	
CAPITAL	13.539,49
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	52.539,49

GERENTE

CONTADOR

Elaboración: Autora

5.6.2 Estado de resultados Proyectado

Este instrumento refleja el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al final de un periodo determinado. El proceso consiste en restar de los ingresos, sean de fuentes externas y/o internas, todos los costos de comercialización tanto directos como indirectos, dentro de los cuales estarán tanto desembolsos efectivos o reales como aquellos que no lo son - depreciaciones y amortizaciones - , estos últimos son descontados con el fin de reducir la base imponible para los efectos de reparto de utilidades y pago de impuestos

Cuadro N°5.11
EMPRESA ACUARIO BLU
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (5 años)

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
RUBROS					
INGRESOS					
Ventas	215.875,8 9	224.292,8 5	233.009,6 4	242.034,7 8	251.376,8 7
- Costo de producción	165.936,3 6	181.033,9 4	188.199,4 5	195.627,3 6	203.325,5 6
= Utilidad Bruta en Ventas	49.939,54	43.258,91	44.810,19	46.407,42	48.051,31
- Gastos Administrativos	23.071,27	26.661,35	29.181,88	31.284,76	34.371,88
- Gastos de Ventas	400,00	450,00	470,00	480,00	488,00
- Gastos financieros	2.949,38	2.949,38	2.949,38	2.949,38	2.949,38
- Depreciaciones	1.742,69	1.742,69	1.742,69	1.056,09	1.056,09
- Amortización Diferida	916,00	916,00	916,00	916,00	916,00
= Utilidad Operacional	20.860,20	10.539,50	9.550,23	9.721,19	8.269,96
- 15% Part. Trabajadores	3.129,03	1.580,92	1.432,54	1.458,18	1.240,49
= Utilidad antes de impuesto	17.731,17	8.958,57	8.117,70	8.263,02	7.029,47
- 22% Impuestos	3.900,86	1.970,89	1.785,89	1.817,86	1.546,48
= Utilidad Neta	13.830,31	10.539,50	9.550,23	9.721,19	8.269,96

Elaboración: Autora

5.6.3 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

Cuadro Nº 5.12
EMPRESA ACUARIO BLU
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
al01 de mayo 2013

AÑOS	0	2014	2015	2016	2017	2018
RUBROS						
Inversión	52.539,49					
Utilidad Operacional		20.860,20	10.539,50	9.550,23	9.721,19	8.269,96
+ Depreciación		1.742,69	1.742,69	1.742,69	1.056,09	1.056,09
+ Amortización Diferida		1.556,00	1.556,00	1.556,00	1.556,00	1.556,00
- Reinversión					1.200,00	
- Participación Trabajadores		3.129,03	1.580,92	1.432,54	1.458,18	1.240,49
- 22% Impuesto Rta.		3.900,86	1.970,89	1.785,89	1.817,86	1.546,48
TOTAL	52.539,49	17.129,00	10.286,37	9.630,49	7.857,24	8.095,07

Elaborado: Autora

5.7 Evaluación Financiera

Para un proyecto la tasa de redescuento es lo mínimo que debe generar un proyecto. Se estima un rendimiento del 7.2%

Cuadro Nº5.13
Inversión

Concepto	Valor	Ponderación	Interés	Tasa
Crédito	39.000,00	74,23	15%	11,13
Capital propio	13.539,49	25,77	7.2%	1.86
	52.539,49	100		12.99

Elaborado: Autora

5.7.1 Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio

$$Tasaminimaderedescuento = (1 + kp)(1 + kp)$$

$$TRM = (1 + 0.1299)(1 + 0.0268)$$

$$TRM = 1.16$$

5.7.2 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Es la suma de todos los flujos de efectivo mencionados en los años proyectados y restar la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

e) **Cálculo Flujos Netos Actualizados, se utiliza la siguiente fórmula:**

$$FNA = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5}$$

Cuadro N°5.14

Flujos Netos Actualizado

AÑOS	FLUJO NETO	TASA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADO
2014	17.129,00	1,16	14.766,38
2015	10.286,37	1,35	7.644,45
2016	9.630,49	1,56	6.169,85
2017	7.857,24	1,81	4.339,48
2018	8.095,07	2,10	3.854,17
	52.998,18		36.774,33

Elaborado: Autora

VAN= FLUJOS NETOS ACTUALIZADO – INVERSION

VAN=36.774,33– 52.539,49

VAN= -15.765,16

5.7.3 Cálculo del TIR

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN Negativo procedimiento que nos permitirá identificar la tasa interna de retorno.

Cuadro N°5.15
Flujos Netos Actualizados

AÑOS	FLUJO NETO	TASA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	17.129,00	1	17.129,0
2015	10.286,37	1,00	10.286,4
2016	9.630,49	1,00	9.630,5
2017	7.857,24	1,00	7.857,2
2018	8.095,07	1,00	8.095,1
	52.998,18		52.998,2

Elaborado: Autora

$VAN (-) = \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADO} - \text{INVERSION}$

$VAN (-) = 52.998,20 - 52.539,49$

$VAN = 458,69$

$$TIR = ti + (ts - ti) \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

Dónde:

Ti=tasa inferior

Ts=tasa superior

$$TIR = 0.01 + (0.16 - 0.01) \left[\frac{458,69}{458,69 + 15.102,41} \right]$$

$$TIR = 0.16 \left[\frac{458,69}{16.223,85} \right]$$

$$TIR = 0.16(0.0167)$$

$$TIR = 0.28\%$$

La tasa interna de retorno que se calculó muestra que: el proyecto no es rentable tiene una tasa del 0.28% positiva, lo que nos dice que el proyecto no es factible a pesar de que si habrá utilidades mínimas, por la cultura Imbabureña y el temor a lo desconocido no va a existir la aceptación necesaria para que el proyecto sea factible, siendo así que inversión será igual a los ingresos.

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1 Logotipo de la Empresa



6.1.1 Origen del logotipo de la microempresa

Para el comienzo de las actividades productivas de una empresa es necesario disponer de un nombre, logotipo e identificación de la empresa, la cual ayudara para su reconocimiento; los distintivos y el nombre de la misma tienen sus respectivos significados:

Peces: Debido a la variedad de especies que tenemos.

ACUARIO BLU: Es debido al mar que es azul.

Simbología Japonesa: Se tomó en cuenta que el inicio de la Acuario filia fue en Japón.

6.2 Misión

Ofrecer a nuestros clientes un ambiente adecuado con relación a la vida marítima en Imbabura a través de un acuario turístico con precios

accesibles y a la vez, manteniendo un alto grado de responsabilidad social.

6.3 Visión

Ser reconocidos como el mejor acuario de Imbabura con la mayor variedad de peces y accesorios ofreciendo el mejor servicio de calidad, llenando las expectativas de nuestros clientes.

6.4 Objetivos de la Empresa

- Lograr la inserción del acuario dentro del mercado de la zona.
- Satisfacer las necesidades de todos los clientes que visitarán el acuario.
- Innovar ofreciendo nuevos y múltiples servicios, así como promociones y ofertas, de igual forma dar a conocer los beneficios de la acuario filia.
- Desarrollar y crecer dentro del mercado un 5% anual en todas las actividades.
- Aumentar las ganancias y recuperar la inversión realizada.

6.5 Principios

6.5.1 Calidad

La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de alimento para los peces y químicos para el control del pH del agua, además para la adquisición de accesorios para el uso y mantenimiento de los acuarios.

6.5.2 Servicio

Destacarse en la calidad del servicio al cliente, elemento importante para satisfacer las necesidades del consumidor.

6.5.3 Competitividad

La calidad de los servicios y atención siempre debe prevalecer, serán garantía de competitividad en el mercado.

6.5.4 Trabajo en Equipo

Construir un grupo de trabajo firme y persistente, para afrontar aciertos y dificultades. Con el aporte individual dar soluciones y llenar las expectativas de la empresa.

6.6 Valores

6.6.1 Lealtad

La lealtad es la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

6.6.2 Respeto

El respeto a los demás es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión da signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.

6.6.3 Profesionalismo

Es la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas.

6.6.4 Espíritu Constructivo

Se refiere a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de todos los que laboren.

6.6.5 Honestidad

El valor de la “honestidad” es la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes del complejo en las actividades.

6.7 Organización Estructural de la Empresa

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa dedicada a la acuariofilia en la parroquia de San José de Chaltura, la cual será beneficiada con la creación de puestos de trabajo.

6.7.1 Funciones Básicas de la Organización

Las funciones básicas han sido agrupadas en tres departamentos: Administrativo, Ventas y Producción.

➤ Departamento Administrativo

Este departamento es el encargado de: planificar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades administrativas y económicas de la empresa, así como también; organizar, capacitar e incentivar el departamento de ventas. Para el cumplimiento de sus funciones, el departamento administrativo contará con: Gerente propietario y Contador.

➤ Departamento de Ventas

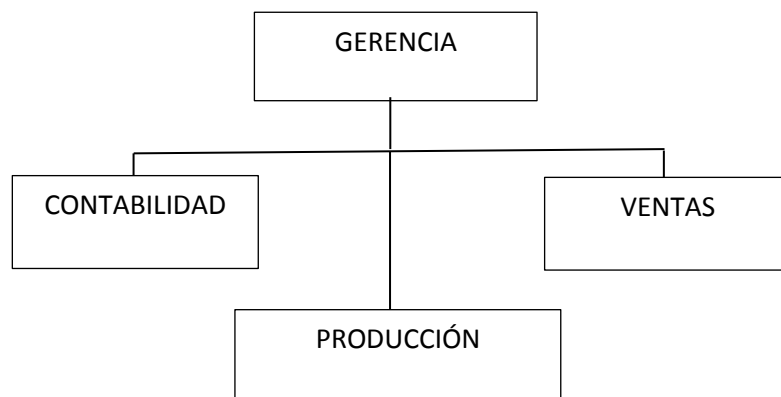
Son las encargadas de vender los productos y servicios que existirán en el acuario, para lo cual se contará con 1 personas, una encargada del área de atención al cliente.

➤ Departamento de Producción

En este departamento se ejecutará el proceso de la reproducción que se realizaran para lograr peces ornamentales sanos y fuertes, resistentes a cualquier enfermedad.

6.7.2 Organigrama Estructural

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL ACUARIO BLU



6.8 Organización Interna de la Empresa

Con el presente tema se abordará la problemática relacionada con la repartición de funciones entre las personas necesarias para el presente proyecto.

Porque “es importante reconocer que con una correcta asignación de actividades, cualquier empresa puede direccionar los esfuerzos de quienes la conforman. Primero, para que no existan acciones y

operaciones duplicadas; segundo, para que no hayan discrepancias al momento de asumir responsabilidades y obligaciones, y tercero, para ordenar el correcto funcionamiento de las operaciones propias del negocio y coordinar – incluso se podría usar la palabra “sincronizar” – cada etapa a fin de obtener procesos depurados, sin excesivos pasos burocráticos que no generan valor agregado o que frenan fases verdaderamente importantes”

6.8.1 Nivel Legislativo o Superior

Está constituida por el dueño de la compañía y será el responsable de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la de brindar los servicios de: acuario filia. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

6.8.2 Nivel Administrativo

Está integrado por el Contador.

➤ Contador

Es la persona encargada de tomar las operaciones administrativas y financieras de la empresa, para el buen desarrollo y funcionamiento de las actividades de la organización, mediante la emisión, análisis e interpretación oportuna de la información financiera generada en la empresa.

➤ **Ventas**

Son las personas encargadas de informar los productos y servicios del acuario, para su posterior venta.

➤ **Nivel Operativo**

Es la persona encargada de cumplir a cabalidad con el proceso de reproducción y crianza de los peces ornamentales

A continuación se presenta una Descripción de las funciones:

6.9 Manual de Funciones

Descripción de cargo y funciones

a) Gerente propietario

Descripción General

Establecer un liderazgo de manera que controle, dirija y evalúe las actividades a realizarse dentro de la empresa.

Perfil del Puesto

- Título profesional (Administración, Contabilidad o Economía).
- Liderazgo para la conducción, formación y motivación de equipos de trabajo.
- Flexibilidad para adaptarse a las necesidades de la compañía.

Funciones

- Establecer metas trimestrales y semestrales para precautelar un correcto funcionamiento del negocio y trabajar por objetivos medibles.
- Administrar y liderar el negocio a fin de cumplir con las metas y objetivos trazados al inicio de cada año.
- Manejar la coordinación externa para el correcto despacho de la mercadería.
- Supervisar y coordinar la tramitología necesaria pre-embarque y post embarque, para asegurar que los productos consignados entren legalmente al país y sin mayores contratiempos.
- Buscar las mejores oportunidades de negocio con proveedores internacionales.
- Desarrollar actividades de mejora para el negocio en el ámbito de sus funciones: para lograr mejores tiempos de importación y costos de comercialización más bajos.
- Desarrollar ideas innovadoras para mejorar el negocio en todos los aspectos posibles, pero priorizando su atención sobre tres básicos: Prestar los mejores servicios y brindar altos beneficios tanto a los clientes externos como internos; lograr efectos positivos en la sociedad, y mejorar la rentabilidad económica del proyecto.
- Le permitirá a la empresa identificar claramente las funciones generales y específicas, así como también las responsabilidades de cada empleado en sus diferentes áreas de trabajo.
- Realizar estrategias de marketing para dar a conocer las ventajas de la acuario filia.

b) Contador

Descripción General

Responsable de la información financiera de la empresa, con claridad, oportunidad y ética profesional.

Perfil del Puesto

- Contador (a) Público
- Excelente capacidad e iniciativa de liderazgo
- Experiencia en labores afines de su trabajo
- Estar dispuesto(a) a trabajar bajo presión

Funciones

- Es su función primordial manejar y llevar el sistema contable de la empresa de la manera más práctica y ordenada. Mantenerlo al día e idear nuevas formas de optimizar los recursos de la empresa.
- Facturar a los clientes de acuerdo con sus órdenes de compra.
- Mantenerse al día en los pagos acordados con los proveedores tanto externos como internos.
- Presupuestar los gastos de manera anual y revisarlos con el Gerente
- Buscar las mejores opciones de compra local mediante negociaciones y el análisis de varias cotizaciones, discriminando: servicio, calidad y precios.
- Innovar el manejo de los recursos y en su campo promover acciones de desarrollo.

c) Encargado criadero

Descripción General

Persona encargada de manejar y controlar la reproducción y crianza de los peces.

Perfil del Puesto

- Disposición para trabajo a presión

- Tener experiencia del cargo
- Ser una persona multifacética
- Honestidad

Funciones:

- La persona encargada del criadero debe ser ágil y eficaz con las tareas que le sean encomendadas.
- Encargado de la alimentación de los peces.
- Cuidado y limpieza de los estanques.
- Encargado de retirar los alevines de los estanques.
- Cuidado y manejo del pH del agua de los estanques.

6.9 Aspectos Legales

La empresa debe cumplir requerimientos mínimos y obligatorios para su funcionamiento, en el Ecuador las empresas de carácter productivas se rigen principalmente por las disposiciones de: ley de compañías, el Código de Comercio y el Código Civil, adicionalmente también: patente municipal, ministerio de salud, servicio de rentas internas, entre otras.

6.9.1. Registros Legales

Debe obtener los siguientes registros obligatorios:

a) Registro Único de Contribuyentes

El RUC, es un documento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener una o varias actividades, por

lo que tiene la obligación de actualizarlo. A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- Copia de la Cedula de identidad y Papeleta de votación del Representante Legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).
- Un correo electrónico.

b) Permiso Municipal

La patente municipal se obtiene en la Municipalidad de Atuntaqui, misma que es obligatoria para ejercer la actividad económica, los requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

c) Permiso de los Bomberos

Este permiso se lo obtiene en las dependencias de los Bomberos, los cuales van a inspeccionar extintores y las instalaciones que estén correctamente realizadas, y así no haya ningún riesgo al momento del funcionamiento.

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

d) Permiso Sanitario y Ambiental

Sanitario:

Para este tipo de actividad este permiso es el más importante, ya que en él se justifica higiene y salud tanto de la planta como del personal que va a laborar en la empresa, a través de los exámenes médicos y pulcritud en las instalaciones, los requisitos son los siguientes:

- Ficha de inspección.
- Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal-
- Copia del RUC.
- Certificados de salud de todos los empleados (original y copia).
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

Ambiental:

La Licencia Ambiental como la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo, a una persona, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que conforme a la ley y a los reglamentos, puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje, y en la que se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el beneficiario de la Licencia Ambiental debe cumplir para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar los efectos

ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada, para obtener la licencia ambiental son los siguientes:

El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE). Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente
- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección
- Ciudad
- Teléfono No.
- E-mail
- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM (Datum PSAD56).
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial No. 068.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Operatividad del Análisis de Impactos

En el presente capítulo se analizarán los principales impactos que genera la implantación del acuario, logrando así establecer aspectos positivos y negativos de los mismos.

La valoración de los distintos niveles de impactos se detalla a continuación:

Cuadro N° 7.1
Niveles de Impactos

CUANTIFICACIÓN	CALIFICACIÓN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Elaborado: Autora

7.1.1 Impacto Social

La implementación del acuario mejorará la calidad de vida de sus propietarios y de las personas que intervienen en este proyecto, evitando así la migración que es uno de los principales problemas sociales.

Cuadro N° 7.2
Matriz Del Impacto Social

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo						X	
Estabilidad laboral							X
Mejoramiento del nivel de vida							X
Desarrollo del lugar					X		
TOTAL	0	0	0	0	1	2	6

Elaborado: Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{1+2+6}{4} = 2.25$$

De acuerdo al análisis; el nivel del impacto social es (2) positivo, la implantación de este proyecto generará, fuentes de empleo y por ende garantiza estabilidad laboral para todos los empleados, en el lugar donde va a estar situado generar nuevas actividades económicas y esto dará paso al desarrollo económico de la zona.

7.1.2 Impacto Educativo

El beneficio que tendrá la comunidad con la ejecución del acuario es brindar una alternativa para investigaciones, visitas con fines educativos, charlas, conferencias, cursos y seminarios en cuanto a cuidado y mantenimiento de los peces, que indudablemente elevará su nivel educativo y cultural.

Cuadro N°7. 3.
Matriz del Impacto Educativo

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Guía de Consultas					X		
Generación de temas de investigación						X	
Incentivo para emprendimientos						X	
Motivar a la innovación de los estudiantes							X
TOTAL	0	0	0	0	1	4	3

Elaborado: Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{1+4+3}{4} = 2$$

El nivel de impacto educativo es positivo, el proyecto servirá como motivación para los estudiantes emprendedores, los cuales podrán analizar otras alternativas afines a la acuario filia, generando en el futuro mayores propuestas e innovación en nuevos productos y/o servicios.

7.1.3 Impacto Ambiental

Cuadro n°7.4
Matriz del Impacto Ambiental

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del medio ambiente						X	
Conservación de recursos naturales							X
Empleo racional de los recursos						X	
Desarrollo del ecoturismo					X		
TOTAL					1	4	3

Elaborado: Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{1+4+3}{4} = 2$$

El impacto ambiental se considera un nivel medio en lo referente a contaminación, ya que por ser de tipo ecológico se tratará en lo mínimo de afectar a la naturaleza, por tal razón se realizará una canal de riego hacia los sembradíos de los vecinos para mejorar los minerales del suelo y por ende sus sembríos, además se los clasificara los desechos orgánicos e inorgánicos para evitar un mayor impacto ambiental, se conservara el medio ambiente y el entorno natural del lugar, empleando los recursos naturales eficientemente para poder fomentar el turismo y desarrollar una cultura de protección a la naturaleza en los ciudadanos.

7.1.4 Impacto Económico

Cuadro N°7.5
Matriz del Impacto Económico

INDICADOR	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Oferta de empleo						X	
Estabilidad económica							X
Acceso a satisfacer necesidades básicas							X
Mejoramiento calidad de vida						X	
TOTAL						4	6

Elaborado: Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{4+6}{4} = 2.5$$

El acuario generará empleo tanto en forma directa como indirecta, directa al utilizar la mano de obra local y personal que laborará en la misma y la indirecta con la utilización de servicios de terceros, la misma que generaría ingresos a todas las personas involucradas, mejorando de alguna manera la calidad de vida de dichas familias. Dándoles la posibilidad de satisfacer las necesidades básicas y además se está proporcionando rentabilidad a propietarios de la compañía.

7.2 Matriz General

Cuadro N° 7.6
Matriz de Impactos Generales

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						X	
Impacto Educativo						X	
Impacto Ambiental						X	
Impacto Económico							X
TOTAL						6	3

Elaborado: Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{3+6}{4} = 2.25$$

En términos generales diríamos que el proyecto genera un nivel alto positivo, de acuerdo a la matriz de valorización, lo cual es muy bueno ya que se puede determinar que la creación del Acuario es viable en todos los aspectos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Luego de elaborado el presente estudio se pueden destacar las conclusiones más importantes:

1.- En el capítulo I se pudo determinar el problema a investigarse y las posibles soluciones así como también se examinó el lugar sus falencias y ventajas. Se determinó las Alianzas, Oportunidades, Oponentes y Riesgos. En síntesis una reseña histórica del lugar.

2.- Se encuentra las definiciones de los términos a utilizarse en el desarrollo de la tesis con sus respectivos comentarios, además se encuentra Una breve descripción del producto en general, su comida y mantenimiento.

3.- En el Estudio de Mercado se determinó la segmentación del mercado, meta realizando las respectivas encuestas y entrevistas a la población determinando con ello la demanda, la oferta, la demanda insatisfecha. Dándonos como resultado un proyecto factible para su puesta en marcha.

4.- Se detalla de manera general el capital de trabajo que se va a necesitar para el inicio de actividades de la empresa y se determinó la inversión que se va a realizar-

5.-. Es indispensable señalar que el proyecto de “Factibilidad para la Creación del Acuario” no es una idea de negocios viable. Este resultado se ve reflejado en el análisis Financiero en cual indicadores como la TIR, el VAN, que demuestra una rentabilidad muy inferior.

6.- Ayuda a determinar la estructura de la empresa, su organización en que valores y principios ve a regir la empresa además de localización

exacta y las funciones que van a desempeñar cada uno de los colaboradores de las empresas.

7.- Se determinó los varios Impacto que la empresa va a generar en el entorno y por su producto se determinó que en su mayoría son positivos los impactos generados por la empresa sin contar que los desechos de los peces sirven como abono lo cual es muy beneficioso para el sector y sus cultivos.

Recomendaciones

Se han elaborado seis recomendaciones importantes:

1. Debido a la falta de servicios básicos de la población de Chaltura se debe hacer presión al Municipio para que cumplan con lo que se encuentra proyectado dentro del Plan de desarrollo territorial.
2. Debido a que los precios a los que serán ofrecidos los productos para su venta al por mayor responden a valores promedio del mercado; la diferenciación que el proyecto desea obtener va encaminada a los servicios anteriores y posteriores a la venta. De este modo es recomendable no perder este lineamiento porque de otro modo el simple hecho de tener buena oferta de productos no nos asegura clientes satisfechos, el valor agregado está en satisfacer sus necesidades inmediatas con una mejor atención.
3. Capacitar a los posibles clientes mediante charlas rápidas, dinámicas y efectivas sobre los beneficios y cuidados que necesitan los peces. Para impactar de manera positiva en la mente de los clientes será necesario utilizar herramientas adecuadas durante la exposición: muestras del producto, capacitación sobre sus usos y forma de manejo mediante diapositivas y la manipulación de los artículos, un folleto informativo sobre las características de los productos ofertados también es muy importante.
4. Una de las principales estrategias de la empresa debe estar relacionada con la captación de nuevos clientes y la expansión del mercado a nichos no explotados. Por ejemplo, en el país aún no se puede encontrar un hotel que posea en la recepción un acuario de medianas proporciones que seguramente le daría un ambiente de fresca y buen gusto al lugar. Tampoco existen en Universidades o

Colegios, acuarios grandes con varias especies para el estudio de su comportamiento y demás factores biológicos. Aún la demanda de este tipo de mascotas sigue siendo baja para los hogares del Ecuador.

5. Con el fin de promover la expansión del sector es preciso que se elaboren planes de acción enfocados netamente al marketing del negocio. Se recomienda que como paso inicial de una campaña agresiva se puede comenzar invitando a escuelas para que visiten el acuario BLU y reciban una charla sobre estas mascotas con temas tales como biología, comportamiento, reproducción y evolución de los peces. De esta manera se puede lograr la atención de un público que muchas veces no es explotado adecuadamente: los niños. Se crea en ellos una cultura ecológica, investigativa y de mayor afinidad con el sector.

6. Se pueden elaborar campañas radiales, que obviamente son más baratas que las televisivas, sin embargo una vez que se vayan obteniendo resultados económicos positivos, sí es necesario invertir en campañas publicitarias transmitida por televisión; también se pueden elaborar afiches, calendarios y libretines con el logo y productos de la empresa para que de esta manera el cliente potencial y el consumidor final se vean motivados.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, U. G. (2013). Evaluación de Proyectos (7)
- Bravo, M. (2013). Contabilidad general.
- Fernández, M. N. (2010). Instrumentos de evaluación en la investigación educativa.
- Hair, J. y Brush, R. P. (2010) Investigación de mercados en un ambiente de informática.
- Hernández, S. & Rodríguez, G. (2012). Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (3)
- Ramírez, P. D. (2013), Contabilidad Administrativa (8)
- Rojas, A. S. (2010). Administración de pequeñas empresas (3)
- Rojas, R. D. (2012). La biblia del marketing Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San José de Chaltura. (2012 – 2030).
- Scheurmann, I. (1194).El libro de los acuarios
- Schnarch, K. A. (2013). Marketing para PYMES: en un enfoque para Latinoamérica.
- Taylor, B. J. & Weerapanana A. (2012). Principios de economía.

LINCOGRAFIA

www.tarringa.net Extraído el 15 de mayo del 2013 desde
<http://www.taringa.net/posts/imagenes/10527406/Peces-de-agua-fria-para-acuario.html>

www.siise.gob.ec Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
<http://www.siise.gob.ec/siiseweb/siiseweb.html?sistema=1#>

www.mundoanimal.com Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
http://www.mundoanimalia.com/articulo/Guia_de_peces_de_acuario

www.paradisetropicalfish.com.sv Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
<http://paradisetropicalfish.com.sv/2011/10/18/las-clases-de-peces-y-sus-caracteristicas/>

www.promonegocios.net Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
<http://www.promonegocios.net/segmentodemercados>

www.mascotamigos.com Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
<http://www.mascotamigos.com/peces/index.htm>

www.elnuevodia.com.co Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
<http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/ciudadania/contacto-agropecuario/206144-clasificacion-de-los-peces-ornamentales>

www.estanquesypeces.com Extraído el 12 de mayo del 2013 desde
http://www.estanquesypeces.com/peces/metodos_reproduccion.htm

ANEXOS

ANEXO 1
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS.
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.

ENCUESTA DE FÁCTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PECES Y ACCSESORIOS PARA PECERAS.

EL OBJETIVO DE LA PRESENTE ENCUESTA ES CONOCER EL GRADO DE ACEPTACIÓN QUE EL ADQUIRIR PECES COMO MASCOTAS PUEDE TENER EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

INSTRUCCIONES: Marque con una x la opción que considere correcta dentro del paréntesis.

1.- ¿Usted posee algún tipo de mascota? (Si su respuesta es no diríjase a la pregunta 4).

Si. (). No. ().

2.- ¿Qué tipo de mascota posee?

Perro () Gato () Peces ()
Pericos () Otros ()

3.- ¿Por qué tiene exclusivamente este tipo de mascotas y no otra?

Económica () Gusto/preferencia ()
Facilidad en el cuidado () Identificación con la mascota ()
Tradicion () Otros ()

4.- ¿Compraría un Acuario que adorne su hogar?(Si piensa que es mala idea es el fin de la encuesta Muchas Gracias: si no tienen un acuarios y su es respuesta es ditinta a mala idea. Dirijase a la pregunta 12. Finalmente si ya tiene un acuario por favor conteste y siga con las siguientes preguntas).

SI () NO ()

5.- Si ya tien un acuario ¿Cuánto gasta mensual en la manutencion de los peces?

De 1 a 10 usd () De 11 a 20 us ()
De 21 a 40 usd () De 41 en adelante ()

6.- ¿Qué tipo de alimentos prefiere para sus peces?

De Marca () Común ()

7.- ¿Qué tipo de accesorio compra regularmente para usar y decorar su acuario?

Posters () Buzos ()

Plantas de plástico () Casitas Acuáticas ()

Animales ()

8.- ¿Cada cuanto tiempo compra nuevos ejemplares?

3 veces al mes () Dos veces al mes ()

Una vez al mes () Una vez en más de un mes ()

9.- ¿Qué tipo de pez es el que más compra y cuánto paga por él?

.....
....

10.- ¿Qué tipo de problema es el que con mayor regularidad le sucede a su acuario ?

Se quema la lámpara () A veces le falta oxígeno a sus peces ()

Los peces sufren enfermedades () Existen daño en el filtro ()

Los peces se enferman o mueren al momento de cambiarles el agua ()

11.- ¿Dónde suele realizar sus compras relacionadas a la manutención de su acuario?

Tiendas de mascotas () Veterinarias ()

Acuarios que funcionan en locales propios ()

12.- ¿Por qué razones compraría un acuario?

Es económico () Actividad de ocio ()

Como Implemento decorativo ()

13.- Si accediera a comprar un acuario ¿De qué porte sería? (Las medidas sugeridas son aproximadas).

Grande (100x50x40cm) () Mediano (80x35x40cm) ()

Pequeño (30x15x5cm) ()

14.- ¿De acuerdo a que criterio elegiría los peces?

Ejemplares Coloridos () Ejemplares Grandes ()

Ejemplares Extraños () Ejemplares Exóticos ()

15.- Finalmente ¿Cuánto de su presupuesto estaría dispuesto a asignar mensualmente para la manutención del acuario?

Menos de 10 usd () De 11 a 20 usd ()
De 21 en adelante ()

Muchas gracias por su ayuda, conocer sus gustos y preferencias nos puede ayudar a generar nuevas y mejores ideas para poder servirle mejor

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS.
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ACUARIOS Y TIENDAS DE MASCOTAS

- 1.- ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?
- 2.- ¿Usted es un importador directo o compra a distribuidores nacionales?
- 3.- ¿Qué tan difícil o asequible es adquirir los productos que necesita para su negocio?
- 4.- ¿Dónde se ubican sus principales proveedores?
- 5.- ¿En promedio cuánto compra mensualmente a sus diferentes proveedores?
- 6.- ¿Qué productos son los que se vende en mayor cantidad?
- 7.- ¿Qué tipos de peces se vende mayormente?
- 8.- ¿Qué tipo de filtros adquiere la gente? (Marcas, capacidad)
- 9.- ¿Qué tipo de piezas de decoración tienen mayor demanda?
- 10.- ¿Qué opina de la implantación de un sistema de importación y distribución directa que le ofrezca mayor variedad de opciones y precios competitivos?