



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA
LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
COMERCIALES**

**AUTORAS: VERÓNICA PATRICIA POZO REVELO
MAGALY ANDREA RODRÍGUEZ MORILLO**

DIRECTOR: ING. MARCELO CISNEROS

IBARRA, FEBRERO DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de una microempresa productora y comercializadora de truchas en la parroquia La Paz, cantón Montufar, provincia del Carchi; En el mismo se procedió a conocer la situación actual del sector para tener una visión empresarial clara, la conceptualización de cada uno de los elementos es importante por lo cual es necesario realizar el marco teórico, además para tener una visión más amplia de la factibilidad del proyecto es importante el estudio de mercado, porque permite visualizar la aceptación o no del producto que pretende alcanzar el proyecto, mediante un análisis de la oferta y la demanda; permitiendo realizar estimaciones de las mismas. Por otra parte se debe considerar que la investigación planteada es el cimiento en la gestión de comercializarlo, es decir, se establece el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado; dejando en claro que este proceso no es un costo o un gasto si no una inversión que ayuda en la toma de decisiones. En cuanto al establecer los fundamentos matemáticos – financieros permiten una evaluación correcta y adecuada del proyecto y su rentabilidad, es necesario considerar las posibles herramientas que podemos utilizar para medir el grado de inversión que se requiere y el tiempo de recuperación de la misma, para el efecto es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, cálculo de la tasa de redescuento, presupuestos, cuadros de pagos si es el caso, estados pro forma, flujos de caja, tasa interna de retorno, tasa de rendimiento beneficio costo, la recuperación de la inversión, entre otros aspectos financieros a considerar para la correcta evaluación del proyecto. También la estructura organizacional, normas legales, y todos los requerimientos administrativos del nuevo proyecto. Finalmente para el impacto real que generará el proyecto es necesario analizar el ámbito: social, económico, educativo, ambiental y cultural, demostrando un impacto alto positivo lo cual incentiva a su ejecución. Con la estructura anteriormente descrita y con la aplicación eficiente de los procedimientos en el estudio se procederá a determinar conclusiones y recomendaciones.

SUMMARY

The present project is an economic and financial feasibility study for the creation of a microcompany producer and marketer of trouts in the parish La Paz, canton Montufar, province of the Carchi; In the same one you proceeded to know the current situation of the sector to have a vision managerial white, the conceptualization of each one of the elements is important reason why it is necessary to carry out the framework mark, also to have a wider vision of the feasibility of the project it is important the market study, because it allows to visualize the acceptance or not of the product that seeks to reach the project, by means of an analysis of the offer and the demand; allowing to carry out estimates of the same ones. On the other hand it should be considered that the outlined investigation is the foundation in the administration of marketing it, that is to say, the market settles down it puts, with that which is looked for to structure and to develop diverse strategies in the market positioning; leaving in clear that this process is not a cost or an expense if it not an inversion that helps in the taking of decisions. As for establishing the mathematical foundations - financial that allow a correct and appropriate evaluation of the project and their profitability, it is necessary to consider the possible tools that we can use to measure the investment grade that is required and the time of recovery of the same one, for the effect is necessary to consider the investment class to carry out, the calculation of the opportunity cost, calculation of the rediscount rate, budgets, squares of payments if it is the case, states pro form, box flows, it appraises it interns of return, yield rate benefits cost, the recovery of the investment, among other financial aspects to consider for the correct evaluation of the project. Also the organizational structure, legal norms and all the administrative requirements of the new project. Finally for the real impact that will generate the project it is necessary to analyze the environment: social, economic, educational, environmental and cultural, demonstrating a positive high impact that which motivates to their execution. With the previously described structure and with the efficient application of the procedures in the study will proceed to determine conclusions and recommendations.

DECLARACIÓN

Nosotras Pozo Revelo Verónica P, y Rodríguez Morillo Magaly A, portadoras de la cédula de ciudadanía N° 0401666896 Y 0401540869 respectivamente, declaramos bajo juramento que el trabajo de grado aquí descrito es de nuestra total autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Pozo Revelo Verónica

Rodríguez Morillo Magaly

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de grado presentado por las estudiantes Pozo Verónica y Rodríguez Magaly, egresadas de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la escuela de Ingeniería Comercial, previo a la obtención del Título de Ingenieras Comerciales cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”

Considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ing. Marcelo Cisneros
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

Nosotras, Pozo Revelo Verónica Patricia y Rodríguez Morillo Magaly Andrea con cédula de ciudadanía N° 0401666896, y 0401540869 respectivamente manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS COMERCIALES en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombres: Pozo Revelo Verónica P.
Cédula: 0401666896

Rodríguez Morillo Magaly A.
Cédula: 0401540869

Ibarra, a los 5 días del mes de Febrero de 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULAS DE IDENTIDAD:	DE	0401666896	0401540869
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Pozo Revelo Verónica P Rodríguez Morillo Magaly A	
DIRECCIONES:		Plutarco Larrea Torres 2-59 Sucre y Bolívar 5-18 (Atuntaqui)	
EMAILS:		pozoverito@hotmail.com maguirodriguez_21@hotmail.com	
TELÉFONOS FIJOS:		062291087	TELÉFONOS MÓVIL: 0988479193 0994061972

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTOR (ES):	Pozo Revelo Verónica P, Rodríguez Morillo Magaly A
FECHA: AAAAMMDD	2014-02-05
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Cisneros

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Pozo Revelo Verónica Patricia, con cédula de ciudadanía N° 0401666896, y 0401540869, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 5 días del mes de Febrero de 2014

LAS AUTORAS:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombres: Pozo Revelo Verónica P

C.C.: 0401666896

(Firma)

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

(Firma).....

Rodríguez Morillo Magaly A

0401540869

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado es parte de mi vida, en donde está el comienzo de nuevas etapas y metas, por esto y más dedico a DIOS, a mis padres, hermanos, que gracias a su apoyo hicieron posible la realización del presente proyecto.

Mi gratitud por la confianza en mí, y por ser parte de este sueño.

Verónica

Le dedico primeramente mi trabajo a Dios quien permitió que exista y cumpla con esto tan importante para mí, de igual forma, a mis padres a quien debo todo lo que soy, y que gracias a ello he podido culminar una etapa más en mi vida. Con cariño dedico a mis hermanos este trabajo que refleja el esfuerzo y sacrificio que me brindaron cada momento para ser de mi un ser humano digno

A todas las personas que me brindaron su apoyo y me supieron guiar a sí a mi objetivo de ser profesional.

Magaly

AGRADECIMIENTO

Hoy y siempre deseo expresar el más profundo y sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, a la Escuela de Ingeniería Comercial, a sus Autoridades y a todo el personal docente que me han acompañado durante toda mi carrera universitaria.

A Dios por guiar y llenar de fortaleza mi vida. A mis padres, por el amor, la comprensión y el ejemplo que me manifiestan, a mis hermanos, por la compañía y el apoyo incondicional que me brindan. Sé que siempre tendré su apoyo. A mis amigas que estuvieron impulsándome para realizar este sueño.

Verónica

A Dios, por brindarme la oportunidad de vivir, por permitirme disfrutar cada momento de mi vida y guiarme por el camino que ha trazado para mí.

A mis padres que con su demostración de padres ejemplares me han enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Magaly

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY	II
DECLARACIÒN	IV
CERTIFICACIÒN	V
AUTORIZACIÒN DE USO Y PUBLICACIÒN	VII
DEDICATORIA.....	X
AGRADECIMIENTO.....	XI
ÍNDICE	XII
ÍNDICE DE CUADROS	XVIII
ÍNDICE DE GRAFICOS	XXII
PRESENTACIÒN.....	XXIII
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
ANTECEDENTES	28
OBJETIVOS	30
OBJETIVO GENERAL	30
VARIABLES DIAGNOSTICAS	31
INDICADORES DE LAS VARIABLES.....	31
MATRIZ DE RELACIÒN DIAGNÓSTICA	33
ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS	35
ÁREA GEOGRÁFICA.....	35
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	36
ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS	37

SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA BÁSICA	40
OPONENTES.	47
OPORTUNIDADES.....	47
RIESGOS	47
IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	48
CAPÍTULO II.....	50
MARCO TEÒRICO	50
EMPRESA	50
ESTUDIO DE MERCADO.....	53
ESTUDIO TÉCNICO.....	57
ESTUDIO FINANCIERO.....	58
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	61
CONTABILIDAD	63
CONTABILIDAD DE COSTOS	65
ESTADOS FINANCIEROS	67
IMPACTOS DEL PROYECTO	70
CAPÍTULO III.....	72
ESTUDIO DE MERCADO.....	72
PRESENTACIÓN.....	72
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	72
PRODUCTO	73
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	75
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	75
IDENTIFICACIÓN Y CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	76
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	76

ENCUESTA REALIZADA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA LA PAZ PARA IDENTIFICAR LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE NUESTROS POSIBLES CONSUMIDORES.....	77
ANÁLISIS DE LA OFERTA	87
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	89
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	92
PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO	93
PRECIO	93
FIJACIÓN DE PRECIOS.....	94
MERCADO META.....	94
ESTRATEGIAS DE MERCADO	95
ESTRATEGIA DE PRECIO.....	95
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	95
ESTRATEGIA DE PRODUCTO	96
ESTRATEGIA CORPORATIVA.....	96
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	97
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	97
CAPÍTULO IV.....	99
ESTUDIO TÉCNICO	99
TAMAÑO DEL PROYECTO	99
TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA	99
TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA.....	99
TAMAÑO DEL PROYECTO Y DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA.....	100
.....	100
TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN.....	100
TAMAÑO DEL PROYECTO Y FINANCIAMIENTO	101

CAPACIDAD INSTALADA	101
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	101
MACROLOCALIZACIÓN	102
MICROLOCALIZACIÓN.....	104
INGENIERÍA DEL PROYECTO	106
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	107
EQUIPOS- MOBILIARIO OPERATIVOS	107
INFRAESTRUCTURA OBRAS CIVILES FÍSICA.....	110
DISEÑO ARQUITECTÓNICO.....	111
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	112
INVERSIONES FIJAS.....	112
INVERSIONES DIFERIDAS	113
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL.....	113
FINANCIAMIENTO	113
TALENTO HUMANO	114
DIAGRAMA DE BLOQUE	114
CAPÍTULO V.....	121
EVALUACIÓN FINANCIERA	121
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	121
DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS	122
DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS	123
COSTOS DE PRODUCCIÓN	123
GASTOS FINANCIEROS	126
FLUJO DE CAJA	131
EVALUACIÓN FINANCIERA	132

CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)	132
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	132
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	133
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	134
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	135
PUNTO DE EQUILIBRIO	135
CAPÍTULO VI.....	137
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	137
LA EMPRESA	137
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	137
TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN	137
REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO.....	140
FILOSOFÍA EMPRESARIAL	141
MISIÓN.....	141
VISIÓN	141
PRINCIPIOS Y VALORES	141
POLÍTICAS.....	142
ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	142
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	143
NIVEL FUNCIONAL	143
CAPÍTULO VII	147
IMPACTOS.....	147
IMPACTO SOCIAL.....	148
IMPACTO CULTURAL	149

IMPACTO EDUCATIVO.....	150
IMPACTO ECONÓMICO	151
IMPACTO GENERAL	152
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	153
CONCLUSIONES	153
RECOMENDACIONES.....	155
BIBLIOGRAFÍA:.....	157
LINKOGRAFÍA:.....	158
ANEXOS.....	159

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnóstica	33
Cuadro 2 División Política Administrativa de la Parroquia La Paz.....	35
Cuadro 3 Población Por Edad De La Parroquia La Paz	36
Cuadro 4 Población por Género de la Parroquia La Paz	36
Cuadro 5 Nivel de estudios	37
Cuadro 6 Comunicación de la Parroquia la Paz.....	39
Cuadro 7 Población Económicamente Activa Y Población Económicamente Inactiva	40
Cuadro 8 Servicio de Agua Parroquia la Paz	41
Cuadro 9 Servicio alcantarillado.....	41
Cuadro 10 Disponibilidad del Servicio de Energía Eléctrica.....	42
Cuadro 11 Disponibilidad de Teléfono Convencional.....	42
Cuadro 12 Recolección de Basura.....	43
Cuadro 13 Vías de acceso a la vivienda	43
Cuadro 14 Cruce Estratégico	48
Cuadro 15 Cálculo de la muestra	76
Cuadro 16 Oferta Histórica.....	88
Cuadro 17 Proyección de la oferta.....	89
Cuadro 18 Cálculo de la demanda	90
Cuadro 19 Consumo Histórico de Trucha	91
Cuadro 20 Balance Oferta – Demanda	92
Cuadro 21 Precios.....	94
Cuadro 22 Método cualitativo por puntos	105
Cuadro 23 Composición Química.....	107
Cuadro 24 Equipos- Mobiliario Operativos.....	108
Cuadro 25 Muebles y enseres de producción	108
Cuadro 26 Muebles y enseres Administrativo	108
Cuadro 27 Muebles y enseres de ventas y distribución	109
Cuadro 28 Vehículo.....	109
Cuadro 29 Equipo de Informática de Producción	109

Cuadro 30 Equipo de Informática de Administración	110
Cuadro 31 Equipo de Informática de ventas y distribución	110
Cuadro 32 Superficie	111
Cuadro 33 Activos Fijos	112
Cuadro 34 Activos Pre Operativos.....	113
Cuadro 35 Talento Humano.....	114
Cuadro 36 Alimentación.....	116
Cuadro 37 Tabla de parámetros óptimos de la calidad del agua	118
Cuadro 38 Estado de Situación Inicial	121
Cuadro 39 Desglose de Ingresos año 1.....	122
Cuadro 40 Desglose de Ingresos año 2.....	122
Cuadro 41 Desglose de Ingresos año 3.....	122
Cuadro 42 Desglose de Ingresos año 4.....	122
Cuadro 43 Desglose de Ingresos año 5.....	123
Cuadro 44 Ingresos Proforma.....	123
Cuadro 45 Materiales Directos.....	124
Cuadro 46 Proyección de Materiales Directos	124
Cuadro 47 Mano de Obra Directa Año 1	124
Cuadro 48 Mano de Obra Directa Año 2.....	125
Cuadro 49 Mano de Obra Directa Año 3.....	125
Cuadro 50 Mano de Obra Directa Año 4.....	125
Cuadro 51 Materiales Indirectos	126
Cuadro 52 Amortización	127
Cuadro 53 Depreciación – Amortización.....	129
Cuadro 54 Amortización de Activos Pre operativos	129
Cuadro 55 Estado de Resultados	130
Cuadro 56 Flujo de Caja	131
Cuadro 57 Costo de Oportunidad	132
Cuadro 58 Período de Recuperación de la Inversión	134
Cuadro 59 Punto de Equilibrio	136
Cuadro 60 Niveles de Impacto.....	147
Cuadro 61 Impacto Social.....	148

Cuadro 62 Impacto Cultural.....	149
Cuadro 63 Impacto Educativo	150
Cuadro 64 Impacto Económico	151
Cuadro 65 Impacto General	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Consume carne de trucha.....	77
Tabla 2 Dónde adquiere la trucha.....	78
Tabla 3 Cuántas veces al mes estaría dispuesto a adquirir truchas	79
Tabla 4 Cantidad que adquiere.....	80
Tabla 5 ¿Cuándo usted adquiere truchas cuál de los siguientes parámetros prefiere?.....	81
Tabla 6 Cómo le gustaría la presentación de la trucha.....	82
Tabla 7 Cuánto estaría dispuesto pagar por el kg de trucha	83
Tabla 8 Cómo se informa usted de la oferta de truchas	84
Tabla 9 Le gustaría que existiese una empresa que produzca y comercialice truchas	85
Tabla 10 Horario de atención.....	86

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Trucha arcoiris	74
Gráfico 2 Presentación del producto	75
Gráfico 3 Consume carne de trucha.....	77
Gráfico 4 Dónde adquiere la trucha.....	78
Gráfico 5 Cuántas veces al mes estaría dispuesto a adquirir truchas.....	79
Gráfico 6 Cantidad que adquiere.....	80
Gráfico 7 ¿Cuándo usted adquiere truchas cuál de los siguientes parámetros prefiere?	81
Gráfico 8 Cómo le gustaría la presentación de la trucha.....	82
Gráfico 9 Cuánto estaría dispuesto pagar por el kg de trucha	83
Gráfico 10 Cómo se informa usted de la oferta de truchas	84
Gráfico 11 Le gustaría que existiese una empresa que produzca y comercialice truchas.....	85
Gráfico 12 Horario de atención.....	86
Gráfico 13 Canales de distribución.....	97
Gráfico 14 Macrolocalización del Proyecto	102
Gráfico 15 Mapa Cantón Montúfar	106
Gráfico 16 Diagrama de Bloques de la Producción de Truchas.....	115
Gráfico 17 Logotipo Institucional	137
Gráfico 18 Organigrama Estructural.....	143

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad determinar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de truchas en la parroquia la Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

La creación de una microempresa en esta parroquia tiene la finalidad de ayudar a los habitantes de esta zona rural, esperando mejorar su calidad de vida. Para la gente humilde de la zona rural se ha hecho siempre difícil poder obtener una alternativa para mejorar su calidad de vida por su ubicación, falta de organización y desconocimiento, se busca que ellos siempre puedan desarrollarse, pues son parte fundamental en la economía de la provincia.

Se ofertará un producto de calidad que permitirá satisfacer las necesidades de todos los consumidores, asegurando el bienestar y buena alimentación ya que la trucha tiene un valor nutritivo superior, destacándose el contenido de calorías, calcio y hierro, confirmándose así las magníficas cualidades nutricionales de este alimento.

Por medio de nuestro producto pretendemos cubrir todas las necesidades que pudieran surgir a nuestros futuros clientes consiguiendo incrementar la productividad y posesionarnos ante la competencia, logrando ser una de las microempresas que brinde el mejor producto y a un buen precio para que los clientes tengan acceso al mismo, creemos que nuestra principal ventaja competitiva es contar con un grupo de trabajadores capacitados el cual nos ayudará a cubrir las principales áreas empresariales como es la administración, producción y marketing de tal forma que siempre podremos tener una visión global de nuestro cliente y sus necesidades.

La implementación de este proyecto permitiría diversificar las actividades económicas de los habitantes y contribuir al desarrollo social, cultural y educativo, con miras a incrementar los lazos de solidaridad, cooperación, confianza entre sus asociados.

ANTECEDENTES

La provincia del Carchi está situada al norte del Ecuador en la frontera con Colombia, al sur limita con la provincia de Imbabura, al este con la provincia de Sucumbíos, y al occidente con la de Esmeraldas, su superficie es de 3,783 km². Se caracteriza por ser una provincia eminentemente agrícola, productora principalmente de papa y de leche (en la zona alto andina), así como de fréjol (en la zona cálida y cálida seca) y de ciertos frutales propios de las zonas cálido seca y subtropical del noroccidente y suroccidente de la provincia; además es una rica zona arqueológica, en la que son muy peculiares unos tipos de yacimientos funerarios bajo el suelo de las cabañas, ornamentos de oro y de cobre.

La población económicamente activa (PEA) del Carchi trabaja para el desarrollo y progreso de la provincia y su composición por actividades está distribuida de la siguiente manera:

Agricultura	47%
Servicios	32%
Industria	12%
Desocupados	9%

Montúfar es un cantón en el norte de Ecuador en la provincia de Carchi, su capital es la ciudad de Gabriel, se le conocía como TUSA, pero se cambia a San Gabriel en honor al arcángel San Gabriel, guardián y protector de la ciudad de ahí toma el nombre la capital de Montúfar en el

año 1883,el cantón toma el nombre de Montúfar en honor al Coronel Carlos Montúfar el 27 de septiembre de 1905.

Su división política es:

- Parroquias urbanas: San Gabriel (cabecera cantonal), San José y Gonzales Suarez.
- Parroquias Rurales: Fernández Salvador, Piartal, Cristóbal Colón, La Paz, Chitan de Navarrete.

Una de sus parroquias rurales es la Paz, cuenta con una naturaleza impresionante, destacándose entre estos el río Apaquí que cuenta con el pH y oxigenación adecuados para la producción de truchas ,es necesario mencionar que en esta parroquia a pocos kilómetros de esta, se encuentra la Gruta de la Paz en cuyo interior se ha instalado un Santuario en honor a la Virgen de La Paz, patrona espiritual de los carchenses, por lo cual es muy visitado por turistas de la localidad o del sur de Colombia, siendo así una de las parroquias Carchenses más conocidas y de fácil acceso.

JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales se decidió realizar este proyecto son entre otras, las siguientes:

Este lugar cuenta con la calidad de agua en cuanto a la oxigenación y temperatura óptima para la crianza de truchas, además cuenta con vías de acceso de segundo orden en buen estado.

La parroquia la Paz es uno de los lugares más representativos del cantón Montúfar, está ubicado a 26 km. de San Gabriel y se ha convertido en el sitio más visitado por turistas nacionales y extranjeros, por ende esto se convierte en una gran fortaleza para implementar este proyecto.

La obtención de las semillas para la producción de truchas es muy accesible en esta región ya que la trucha arcoíris es una de las especies más conocidas con una gran aceptación de los habitantes de la región norte del país.

El financiamiento para la creación de microempresas es impulsado a través de políticas de estado generadas por el gobierno de turno a través de sus entidades financieras como la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, instituciones que facilitan créditos para emprendimiento, mantenimiento y desarrollo de proyectos que impulsen el progreso económico – social de las zonas rurales como la parroquia de La Paz que cuenta con las condiciones óptimas para la producción avícola.

Este proyecto ayudará a generar nuevas fuentes de empleo entre los habitantes de este sector, ya que estos están en condiciones óptimas para el trabajo que se pretende realizar.

Se pondrá a consideración un producto de buena calidad, que ofrezca una alta rentabilidad, tanto al productor como para el consumidor, esto mediante la aplicación de conocimientos adquiridos durante la vida estudiantil satisfaciendo gustos y preferencias de nuestro mercado meta.

OBJETIVOS

General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de truchas en la parroquia la Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

Específicos

- ✓ Diagnosticar la situación actual de esta actividad mediante análisis AOOD.
- ✓ Analizar los conceptos estudiados dentro del Marco Teórico para determinar el grado de importancia de cada uno y las ventajas que tendríamos al aplicarlos.
- ✓ Identificar la oferta y la demanda para conocer los requerimientos por parte de los clientes y mejorar la producción y comercialización del producto.
- ✓ Determinar un estudio técnico para identificar la capacidad instalada necesaria y los recursos financieros, tecnológicos, materiales y humanos que se requieren para la producción y comercialización de truchas.
- ✓ Elaborar una guía técnica para la estructuración organizativa de la propuesta.
- ✓ Determinar la Evaluación Financiera
- ✓ Estudiar los principales impactos que producirá el proyecto al ejecutarlo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La Paz, es una parroquia rural del cantón Montúfar (San Gabriel) ubicada en la provincia de Carchi, fue creada con el nombre de Rialarquer el 28 de octubre de 1819 por orden del presidente de la Real Audiencia de Quito, Melchor Aymerich, aceptando las gestiones realizadas por el religioso mercedario Fray Agustín Valdospinos. Antiguamente fue un anejo de San Gabriel, y quedó establecida definitivamente como parroquia civil en el año 1893, durante el gobierno del Dr. Luis Cordero.-Durante 14 años llevó el nombre de Pialarquer y cumple 118 años con el nombre de La Paz.

Su clima es benigno y propio para la convalecencia, sin que haya allí cambios bruscos de temperatura, ni exceso de frío ni calor en ninguna época del año.-Corre en sus alrededores el río Tuquer, en cuyas proximidades hay algunas fuentes termales muy saludables y medicinales.

En la parroquia de La Paz, se encuentra una formación natural rocosa que guarda misterio y devoción, en cuyas entrañas cruzan las aguas del río Apaquí caverna de piedra, en su interior se levanta imponente la imagen de Nuestra Señora de La Paz, templo natural que brinda al visitante recogimiento y un encuentro con Dios. La naturaleza y la fe fueron las arquitectas de la Gruta de La Paz. Un lugar emblemático que atrae a cientos de turistas hacia esta parroquia carchense.

Su principal actividad económica se centra principalmente en la agricultura y ganadería, adicionalmente existen industrias florícolas como, Golden Land y de lácteos, como Alpina. Esta parroquia cuenta con el

apoyo de instituciones públicas como, El Sub centro de Salud, Junta Parroquial, Policía Comunitaria.

Para empezar a hablar de la trucha, tenemos que decir primero que se trata de un pez que habita en casi todos los ríos y lagos de la sierra del Ecuador, sobre todo en aquellos que están en la Cordillera de los Andes o que provienen de ella.

Esta especie de peces pertenece a la familia de los Salmónidos, es decir que es un pariente muy cercano de los salmones.

En las provincias del país, existen tres variedades de trucha y una de salmón: La trucha arcoíris (*Oncorhynchus Mykiss*), la trucha marrón (*Salmo Trutta*), la trucha de arroyo (*Salvelinus Fontinalis*) y el salmón encerrado (*Salmo Salar Sebago*).

Estos peces, son originarios del hemisferio norte y las variedades que habitan nuestras aguas provienen de Europa (Marrón) y América del Norte (Arco Iris, De Arroyo y Salmón Encerrado).

En el Ecuador existen actualmente alrededor de 260 criaderos, concentrados principalmente en la región sierra norte y sur. La producción anual se estima en 3.000 Tm/año. La capacidad de producción varía de acuerdo al tipo de piscifactoría; encontrándose la mayoría de ellas en la fase artesanal, con una capacidad instalada inferior a 10 Tm/año. La demanda se concentra en las ciudades de Quito (47%) y Cuenca (21%), sin embargo, existen interesantes perspectivas de exportación a Colombia y a los Estados Unidos.

En el trucha se encuentran todas las vitaminas que el hombre necesita para una buena nutrición. La carne del trucha se compone de agua, proteínas, grasas, carbohidratos y vitaminas. Hay otros componentes

minoritarios que, aunque se encuentran en cantidades muy pequeñas, tienen gran importancia.

Composición nutritiva de la trucha:

- Parte comestible del pescado: 50%.
- Contenido proteico: 18%.
- Contenido en grasa: 3%.
- Calorías (Cada 100g): 94Kcal.

La trucha es un alimento que se digiere fácilmente, ya que es rico en proteínas, con un contenido graso muy variable y relativamente bajo en calorías. Además, posee una serie de vitaminas y de elementos minerales que facilitan las funciones que se suceden en el metabolismo del organismo humano.

Al igual que en el caso de la carne, los huevos y la leche, el pescado constituye una aportación de proteínas de gran calidad de la dieta. En el crecimiento y reparación de las pérdidas, el organismo no podrá emplear cualquier proteína que ingiera, sino únicamente las que le proporcionen todos los aminoácidos necesarios para el desarrollo y reparación corporales, la proteína del pescado es una de ellas.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico situacional de la parroquia La Paz, con el propósito de determinar los diferentes aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de una microempresa productora y comercializadora de truchas.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar el área geográfica de investigación.
- ✓ Analizar los aspectos socio-económicos de la parroquia La Paz
- ✓ Analizar el sistema de producción de truchas en el sector acuícola de la parroquia
- ✓ Determinar la calidad del talento humano que trabaja en las actividades acuícolas

1.2.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- 1.2.1.1. Área Geográfica
- 1.2.1.2. Aspectos Demográficos
- 1.2.1.3. Aspecto Socioeconómico
- 1.2.1.4. Producción

1.2.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.2.1.5. Área Geográfica

- ✓ Ubicación
- ✓ Clima
- ✓ Superficie
- ✓ División política administrativa

1.2.1.6. Aspectos Demográficos

- ✓ Población por edad
- ✓ Población por género

1.2.1.7. **Aspectos socio-económicos**

- ✓ Nivel de estudios
- ✓ Nivel de vida
- ✓ Estilo de vida
- ✓ Comunicación
- ✓ Sistema vial
- ✓ Ocupación

1.2.1.8. **Producción**

- ✓ Formas de producción
- ✓ Materia Prima
- ✓ Mano de Obra
- ✓ C.I.F.
- ✓ Volúmenes de Producción

1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnóstica

	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	INDICADOR	TIPO DE INFORMACION	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Realizar el diagnóstico situacional de la Parroquia la Paz, con el propósito de determinar los diferentes aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de una microempresa productora y comercializada de truchas.	Determinar el área geográfica del área de investigación.	Área geográfica	Ubicación	Secundaria	Observación Directa	GAD Montúfar
			Clima	Secundaria	Observación Directa	GAD Montúfar
			Superficie	Secundaria	Observación Directa	INEC
			División Política	Secundaria	Encuesta	GAD Montúfar
	Analizar los aspectos demográficos de la parroquia la Paz	Aspectos Demográficos	Población por edad	Secundaria	Observación Directa	INEC
			Población por género	Secundaria	Observación Directa	INEC
	Analizar los aspectos socio-económicos de la Parroquia la Paz	Aspectos Socioeconómicos	Nivel de estudios	Secundaria	Observación Directa	INEC
			Nivel de vida	Secundaria	Observación Directa	GAD Montúfar/ INEC
			Estilo de vida	Secundaria	Encuesta	GAD Montúfar
			Comunicación	Secundaria	Observación Directa	INEC
			Sistema vial	Secundaria	Observación Directa	INEC
			Ocupación	Secundaria	Observación Directa	INEC

	Analizar el sistema de producción de truchas en el sector acuícola de la parroquia	Producción	Formas de producción	Secundaria	Observación Directa	Bibliotecas, internet
			Materia prima	Secundaria	Observación Directa	MAGAP
			Mano de obra	Secundaria	Encuesta	Junta Parroquial La PAZ
			C.I.F.	Secundaria	Observación Directa	WAYNE
			Volúmenes de producción	Secundaria	Observación Directa	Bibliotecas, internet

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Las Autoras

1.4. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.4.1. ÁREA GEOGRÁFICA

1.4.1.1. Ubicación

La Parroquia La Paz está ubicada al Sur del cantón Montufar entre las Cordilleras Oriental y Occidental, a una altura de 2.650 metros m.s.n.m.

1.4.1.2. Clima

En la parroquia La Paz predomina el clima frío, su temperatura promedio oscila entre 12°C y 10° C.

1.4.1.3. Superficie

La superficie de la parroquia La Paz es de 115,96 Km² aproximadamente.

1.4.1.4. División Política

La parroquia La Paz se divide en:

Cuadro 2 División Política Administrativa de la Parroquia La Paz

DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA DE LA PARROQUIA LA PAZ			
PARROQUIA	BARRIOS	COMUNIDADES	
LA PAZ	Cuesaquita	Tuquer	Yail
	Norte	Pizán	Tesalia
	Central	Colorado	
	Sur	Huaquer	
	Santa Clara	Cucher	
	Gruta de la Paz	Rumichaca	

Fuente: GAD Municipal de Montúfar
Elaborado por: Las Autoras

1.4.2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

1.4.2.1. Población por edad

Según datos proporcionados por el INEC en el año 2010 nos muestra en forma detallada la población por grandes grupos de edad y por áreas de la parroquia rural La Paz

Cuadro 3 Población Por Edad De La Parroquia La Paz

POBLACIÓN POR EDADES			
EDAD/ÁREA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
De 0 a 14 años	535	546	1.081
De 15 a 29 años	414	421	835
De 30 a 44 años	296	323	619
De 45 a 59 años	164	202	366
De 60 a 74 años	177	178	355
De 75 a 89 años	76	85	161
De 90 a 97 años	3	11	14
De 100 y más	-	1	1
TOTAL	1.665	1.767	3.432

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.2.2. Población por género

En la siguiente tabla se presenta la población por género de la parroquia La Paz

Cuadro 4 Población por género de la parroquia La Paz

POBLACIÓN POR GÉNERO	
GÉNERO/ÁREA	URBANA/RURAL
HOMBRES	1.665
MUJERES	1.767
TOTAL	3.432

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.3. ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS

1.4.3.1. Nivel de estudios

Según censos realizados en el año 2010 muestra que la población de Montúfar cuenta con personas que están capacitadas en el nivel educativo, manteniendo niveles de alfabetización mayores del 90% y solo un 10% de la población no ha tenido la oportunidad de estudiar.

Cuadro 5 Nivel de estudios

LA PAZ	ZONA	ALFABETO	ANALFABETO	Total
	RURAL	94,17 %	5,83 %	100,00 %
	Total	94,17 %	5,83 %	100,00 %

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.3.2. Nivel de vida

La información proporcionada por la Unidad de Planificación del Municipio de Montúfar y por el Plan de Desarrollo Parroquial, manifiesta que para determinar el nivel de vida de la población, realizo un análisis las NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas), dadas por indicadores de pobreza, educación, salud, vivienda, empleo, desarrollo infantil y población, logrando determinar que el 38,40% de los habitantes de la parroquia tiene incidencia de pobreza por NBI, siendo el porcentaje medio del cantón.

1.4.3.3. Estilo de vida

Según datos recabados por la Junta parroquial de La Paz en el Plan de Desarrollo Parroquial tenemos que los habitantes de la parroquia en su gran mayoría se dedican a la agricultura y ganadería. En los últimos tiempos los estilos de vida han cambiado debido a un gran aumento de industrias dentro de la parroquia, y además por ser uno de los atractivos turísticos que tiene el cantón Montúfar llamado La Gruta de Nuestra

señora de La Paz, tiene ingresos adicionales a los temas mencionados que son los de turismo que ayudan a mejorar el estilo de vida de cada uno de los habitantes y mejora su calidad de vida

Las actividades económicas más importantes en las comunidades de la parroquia de La Paz son:

Producción agropecuaria, ganadera, y comercial, dedicada mayormente a la agricultura, cultivo de papa, haba, melloco, ganadería también a actividades de comercio en su minoría.

1.4.3.4. **Comunicación**

En el Plan de desarrollo cantonal manifiesta que el acceso y comunicación es la base fundamental del desarrollo de los pueblos, es por esta razón que como ha ido creciendo y modernizándose la provincia, también han ido apareciendo diferentes medios de comunicación social que ha contribuido a la orientación y educación de los carchenses en temas de interés local, nacional e internacional.

Datos originados por el Plan de Desarrollo Cantonal muestran que en la parroquia La Paz, la empresa privada es la financista y propietaria de los medios de comunicación, tanto impresos, radio y televisión. A ello se suman otros medios de carácter nacional e internacional que contribuyen con la información local en los ámbitos ecuatorianos.

Cuadro 6 Comunicación de la parroquia La Paz

Medios de Comunicación	Cantidad
Radiodifusoras Frecuencia Modulada (FM)	
Radiodifusoras Amplitud Modulada (AM)	1
Televisión Abierta	1
Televisión por Cable	-
Medios impresos	2
Total	4

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.3.5. Sistema Vial

La parroquia La Paz tiene como eje principal a la vía panamericana, concesionada por 20 años a la empresa constructora panavial, inicia en la entrada a la empresa de lácteos y termina en el Sur del barrio de Cuesaquita.

Como eje secundario esta la vía adoquinada que lleva a los barrios Santa Clara, Norte, Sur y Central, y como eje de tercer orden esta la vía empedrada que nos lleva a las comunidades de Tuquer, Pizán Colorado, Huaquer, Cucher y Rumichaca.

1.4.3.6. Ocupación

Según el censo realizado en el año 2010 muestra que la parroquia La Paz cuenta con un población económicamente activa , por ser una de las parroquias que cuenta con industrias y florícolas es un de las que tiene a la población ocupada mostrando así un índice mínimo de desempleo en los últimos años la parroquia La Paz ha sido conocida como un atractivo turístico, pero los tiempos cambian y hoy en día también es conocida por la calidad de productos que se ofrecen en las distintas industrias tanto agrícolas, florícolas, ganaderas, y lácteas.

Su actividad económica se concentra principalmente en la agricultura y la ganadería.

Adicional existen industrias florícolas como, Golden Land y de lácteos, como Alpina.

Cuadro 7 Población Económicamente Activa Y Población Económicamente Inactiva

		PEA	PEI	Total
LA PAZ				
	Hombre	859	457	1.316
	Mujer	976	430	1.406
	Total	1935	887	2.722

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.4. SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA BÁSICA

En promedio, el territorio urbano de la parroquia La Paz tiene una cobertura del: 82,92% en redes de agua potable, 76,65% en redes de alcantarillado, 90,20% en redes de energía eléctrica, 85,58% en alumbrado público, 62,02% en red vial, 62,23% en red telefónica, 66,99% en aceras y bordillos, 93,45% en servicio de recolección de basura, 35,46% en servicio de aseo de calles. En las siguientes tablas se detallan los servicios de infraestructura básica en base a los hogares de la parroquia y cuántos de ellos tienen o no acceso:

1.4.4.1. Agua entubada Parroquia La Paz

Cuadro 8 Servicio de agua parroquia La Paz

Conexión del agua por tubería	Casos	%	Acumulado %
Por tubería dentro de la vivienda	434	47.90	47.90
Por tubería fuera de la vivienda pero dentro del edificio, lote o terreno	399	44.04	91.94
Por tubería fuera del edificio, lote o terreno	38	4.19	96.14
No recibe agua por tubería sino por otros medios	35	3.86	100.00
Total	906	100.00	100.00

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

La mayor parte de la población en la parroquia Urbana cuenta de algún modo con servicio de agua entubada lo cual representa el 96.13% de sus habitantes, por cuanto el 3.86% no dispone de este servicio en su vivienda, según información del último censo del año 2010.

1.4.4.2. Alcantarillado

Cuadro 9 Servicio alcantarillado

SERVICIO BÁSICO	ALCANTARILLADO(Hogares)	
	URBANA	RURAL
ÁREA		
Conectado a red pública de alcantarillado	715	133
Conectado a pozo séptico	71	135
Conectado a pozo ciego	33	79
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	2	23
Letrina	-	11
No tiene	32	96
TOTAL	853	477

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

La parroquia La Paz cuenta con los servicios de alcantarillado necesarios para la implantación del proyecto.

1.4.4.3. Energía eléctrica

En la siguiente tabla se muestra a la población según viviendas ocupadas que cuenta con servicio de energía eléctrica, así como aquellas viviendas que no disponen de ella:

Cuadro 10 Disponibilidad del servicio de energía eléctrica

LA PAZ			
Tenencia de medidor de energía eléctrica	Casos	%	Acumulado %
De uso exclusivo	798	89.56	89.56
De uso común a varias viviendas	82	9.20	98.77
No tiene medidor	11	1.23	100.00
Total	891	100.00	100.00

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.4.4. Teléfono

Cuadro 11 Disponibilidad de teléfono convencional

PARROQUIA LA PAZ			
Disponibilidad de teléfono convencional	Casos	%	Acumulado %
Si	235	25.11	25.11
No	701	74.89	100.00
Total	936	100.00	100.00

Fuente: INEC, Censo 2010
Elaborado por: Las Autoras

1.4.4.5. Recolector de basura

La información recolecta en el censo realizado en el año 2010 muestra que la población de la parroquia La Paz cuenta con el servicio de alcantarillado lo cual ayuda a tener una parroquia limpia y saludable.

Mostrando los siguientes resultados:

Cuadro 12 Recolección de basura

LA PAZ			
Eliminación de la basura	Casos	%	Acumulado %
Por carro recolector	411	45.36	45.36
La arrojan en terreno baldío o quebrada	251	27.70	73.07
La queman	166	18.32	91.39
La entierran	70	7.73	99.12
La arrojan al río, acequia o canal	5	0.55	99.67
De otra forma	3	0.33	100.00
Total	906	100.00	100.00

Fuente: INEC

Elaborado por: Las Autoras

1.4.4.6. Vías de acceso

Cuadro 13 Vías de acceso a la vivienda

LA PAZ			
Vía de acceso principal a la vivienda	Casos	%	Acumulado %
Calle o carretera adoquinada, pavimentada o de concreto	200	15.72	15.72
Calle o carretera empedrada	493	38.76	54.48
Calle o carretera lastrada o de tierra	300	23.58	78.07
Camino, sendero, chaquiñán	279	21.93	100.00
Total	1,272	100.00	100.00

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaborado por: Las Autoras

Los datos recolectados del censo 2010 muestra que el 15.72% de las vías son asfaltadas; 38.76% empedradas; 23.58% lastradas y 21.93% de tierra. En el área urbana en la mayor parte de las viviendas, las vías de acceso son adoquinadas, pavimentadas o de concreto, mientras que en el área rural son lastradas o de tierra. Siendo las vías las que determinan las

condiciones de accesibilidad en el territorio. De acuerdo a su estado actual se realiza la siguiente clasificación:

- Vías asfaltadas: buena accesibilidad.
- Vías adoquinadas/ con adoquín de piedra: buena accesibilidad
- Vías empedradas: regular accesibilidad
- Vías lastradas: regular a deficiente accesibilidad (pues depende si la época lluviosa o seca favorece o empeora sus condiciones)
- Vías en tierra: deficiente accesibilidad

1.4.4.6. Salud

La parroquia de La Paz cuenta con un Centro de salud, con servicios de salud en consultas médicas, obstetricia, enfermería, odontología, visitas domiciliarias, salud escolar que atienden a los centros de educación inicial y escuelas, y brigadas comunitarias en horario normal y el de emergencias con atención las 24 horas del día de lunes a domingo, los fines de semana solo se atiende emergencias, aunque el personal médico se encuentra debidamente capacitado todavía es insuficiente.

1.4.4.7. Seguridad ciudadana

✓ Policía

La parroquia rural actualmente cuenta con una unidad de Policía Comunitaria la cual está siendo cada vez más capacitada para atender con las necesidades de la ciudadanía de la parroquia y del cantón, evitando así que existe algún tipo de trabajo ilegal dentro de la misma.

✓ **Materia Prima**

Según datos proporcionados por el ministerio de Agricultura Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) de la provincia del Carchi la materia prima indispensable para la crianza de truchas son las siguientes:

Alevín: Son peces pequeños que miden de 3 cm. A 10 cm. Con un peso que oscila entre 1.5 gr. A 20 gr.

Recurso Hídrico: El cuerpo de agua a utilizar, debe poseerá características adecuadas en cuanto a su cantidad (caudal) y calidad (factores físico – químicos y biológicos). Las propiedades físicas, como temperatura, PH, oxígeno, transparencia, turbidez, etc., pueden estar sometidas a variaciones bruscas por la influencia de factores externos, fundamentalmente a cambios atmosféricos y climáticos. Las propiedades químicas, sin embargo son mucho más estables y sus variaciones son mínimas, salvo casos excepcionales en los que una contaminación pueda producir efectos irreversibles. La calidad del agua desde el punto de vista biológico, está condicionada a la ausencia o presencia de organismos vivos en el ecosistema acuático, así como a la mayor o menor presencia de agentes patógenos.

Terreno: Se debe asegurar una extensión de terreno suficiente, de preferencia de consistencia arcillosa, a fin e evitar filtraciones y pérdidas de agua. El terreno debe estar ubicado cerca al recurso hídrico y tener una pendiente topográfica moderada, entre 2 a 3 %.

✓ **Mano de obra**

Para el presente estudio se necesitara los servicios del siguiente personal.

➤ **Mano de obra directa:**

La mano de obra directa abarca lo que son los obreros que están relacionados directamente con la crianza de truchas, es decir con la producción, alimentación salud y el debido desarrollo que deben tener durante la etapa de crianza.

Para lo cual la parroquia La Paz cuenta con la mano de obra directa adecuada y capacitada para la realización de los distintas labores encomendadas en el proceso, es eso lo que se muestra en el Plan de Desarrollo Parroquial de La Paz en el cual se da a conocer que se brinda capacitaciones por medio del Ministerio de Ganadería Agricultura Acuicultura y Pesca (MAGAP) de la provincia del Carchi.

1.5. **DIAGNÓSTICO EXTERNO**

1.5.1. **ALIADOS**

- No hay suficientes fuentes de empleo dentro de la parroquia rural de La Paz.
- La parroquia cuenta con el clima y agua suficiente para la realización de este proyecto.
- La parroquia cuenta con vías de acceso de primero y segundo orden.
- El MAGAP impulsa la inversión en proyectos de producción y comercialización dentro del cantón Montúfar a través de incentivos en el código de la producción.
- La parroquia cuenta con todos los servicios básicos necesarios e importantes para el desarrollo de este proyecto.
- Apoyo de entidades públicas como son: el subcentro de salud, la Junta Parroquia y Policía Comunitaria.

1.5.2. **OPONENTES.**

- No se cuenta con capital propio para la realización del proyecto.
- No se cuenta con capital propio para la compra de un terreno adecuado para la implementación del proyecto.
- Los trámites para el acceso a un crédito para la producción cada vez es más difícil.
- La parroquia es conocida más por ser una de las partes turísticas del cantón Montúfar y no por los productos que se ofrecen dentro de esta.
- Las principales actividades dentro del cantón son la agricultura y ganadería y en un bajo porcentaje es la acuicultura.

1.5.3. **OPORTUNIDADES**

- El clima de la parroquia es el adecuado para la producción de truchas arcoíris.
- No existe mayoría de lugares que ofrecen truchas para el consumo humano.
- La parroquia la cuenta con un río Apaquí que nos brinda el agua con oxígeno y PH adecuado para la producción de truchas.
- Generación de nuevas fuentes de empleo en la parroquia.
- La parroquia es muy conocida por el atractivo turístico existente dentro de ella como es la Gruta de Nuestra Señora de La Paz.

1.5.4. **RIESGOS**

- Ser una parroquia conocida por el atractivo turístico más que por los productos que en ella se producen y comercializan.
- Que la trucha no sea un plato típico de la parroquia.
- Falta de interés por los habitantes en cambiar su estilo de alimentación y seguir consumiendo lo mismo de siempre.

El diagnóstico externo permitió determinar que, la parroquia La Paz está ubicada en un lugar que cuenta con la debida fuente de agua y clima adecuados para la producción de truchas, además que la microempresa puede llegar a ser conocida muy rápido dentro y fuera del cantón ya que a ella llegan turistas nacionales y extranjeros.

1.6. CRUSES ESTRATÉGICOS AR, AO, OO, OR

Cuadro 14 Cruce Estratégico

AR	AO
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia activando nuevas fuentes de empleo, y mejorando los hábitos alimenticios de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> Tener una unidad productiva en la parroquia La Paz que genere nuevas fuentes de empleo con la debida capacitación del MAGAP, CFN y BNF.
OO	OR
Incentivar la inversión de empresas vecinas para que con el apoyo de ONGS se mejoren las vías de acceso y por ende mejore el desarrollo productivo de la parroquia	Que la parroquia sea conocida por la calidad de productos que se ofrece dentro de ella, y no únicamente por el turismo que existe en este lugar, abriendo nuevas inversiones por parte de las diferentes organizaciones que controlan la productividad del país.

1.7. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Luego de realizar el diagnóstico situacional y diagnóstico externo, se ha llegado a la conclusión de que en el cantón Montúfar y en especial la

parroquia La Paz es un lugar con las condiciones suficientes y aptas para implementar el proyecto de producción y comercialización de truchas.

Así también se determina que dentro de la parroquia no existen lugares que comercialicen truchas, uno de los alimentos que aporta con gran cantidad de vitaminas, proteínas y minerales necesarias para la buena alimentación humana y es por esto que los pobladores del cantón y la parroquia deben trasladarse a otros lugares alternativos para adquirir este producto como en Tufiño, Fernández Salvador y la Bonita (Sucumbíos)

Por tanto se ve necesaria la creación de una empresa que satisfaga los requerimientos de la demanda insatisfecha con respecto al comercio de truchas y así para dar solución a esta problemática se decide plantear un proyecto que permita realizar un: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

FRIEND, G., & Zehle, S. (2010, pág. 89), establece que: “El estudio de factibilidad tiene como finalidad: Proyectar los costos y beneficios sobre la base de los criterios cuantitativos, sirviéndose de información primaria y secundaria (elaborada por terceros, como por ejemplo, tasa de crecimiento de la población revelada por el Instituto Nacional de Estadísticas)”

La realización de un estudio de factibilidad nos permite determinar si el proyecto que se pretende establecer será o no factible, es decir, si será o no aceptado por la población y en qué condiciones se lo desea realizar, a través de un análisis del mercado, requerimientos técnicos e impactos que se generarán.

2.2. EMPRESA

CHIAVENATO, Idalberto (2008, pág. 22), manifiesta que: “La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman”.

La empresa se puede decir que es una entidad económica conformada por elementos tangibles e intangibles dedicada a la producción de bienes o prestación de servicios con la finalidad de satisfacer una necesidad.

Clasificación según su actividad económica

Según la actividad a la que se dediquen podemos hablar de empresas del:

- Sector primario (agricultura)
- Sector secundario (construcción)
- Sector terciario (servicios)

Clasificación según su creación

En cuanto a la constitución de una empresa podemos hablar de distintos tipos:

- Empresas individuales
- Sociedades anónimas
- Sociedades de responsabilidad limitada
- Cooperativa

Clasificación según su tamaño

- Grandes empresas
- Medianas empresas
- Pequeñas empresas

2.2.1. MICROEMPRESA

DEFINICIÓN

MONTEROS Edgar (2008, pág. 15), “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas jurídicas o naturales, que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.

En este sentido la microempresa constituye una parte importante del tejido empresarial que nos rodea, tanto por la importancia respecto de la actividad general y al desarrollo regional, como por su dinamismo y capacidad de adaptación e innovación.

ESTRUCTURA DE LA MICROEMPRESA

YÉPEZ Ana, (2008, pág. 22), “La estructura de una entidad agrícola se refiere a la manera como están divididas y coordinadas las tareas de la empresa. La estructura se establece mediante organigramas, los cuales representan la fotografía de la organización, describiendo posiciones, patrones de responsabilidad y autoridad, comunicación y flujo de trabajo”.

CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

ANXZOLA Sérvulo, (2008, pág. 54) “Actualmente existen 3 tipos de Empresas que todo pequeño empresario debe considerar:

1. De Transformación.

Son aquellas que se dedican a la producción de bienes.

2. De Servicios

Se dedican a la prestación de servicios a la comunidad.

3. De Comercialización.

Este tipo de empresa compra los bienes que una empresa de transformación produce para luego venderlo a sus propios clientes con lo cual presta un servicio a la comunidad y obtiene ganancia

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

PADILLA, Manuel (2010, pág.23), afirma que:” Permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien o servicio para saber si existe demanda potencial, que pueda ser cubierta mediante un ambiente de bienes o servicios ofrecidos”.

El estudio de mercado es la parte fundamental en un proyecto ya que aquí podemos determinar si es factible o no realizar el proyecto, ya que análisis la oferta la demanda y nos permite conocer cuáles son nuestros clientes potenciales.

2.3.1. Oferta

PADILLA, Manuel (2010, pág. 23), afirma que: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de

oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Con este concepto el autor indica que el estudio de la oferta está orientado a conocer a grupos de proveedores presentes en el mercado en el caso de productos y servicios ya existentes y en el caso de productos y servicios nuevos a identificar los posibles sustitutos, con el fin de dar un elemento de juicio referente a la situación de la oferta y decidir la puesta en marcha o no del proyecto.

2.3.2. Demanda

URBINA, Baca (2008, pág. 15), expresa: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para solicitar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

El análisis de la demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

En éste proyectos la demanda se convierte en una determinate para que tenga factibilidad, porque caso contrario no tendría justificación dicha inversión.

2.3.3. Demanda insatisfecha

PADILLA, Manuel (2008, pág.16), dice: “Es la demanda a la cual va dirigido el proyecto, porque la oferta actual, no alcanza a cubrir este aspecto”.

Es importante porque para determinar la demanda insatisfecha o potencial que se deriva de un análisis de la oferta y la demanda, lo cual

permite tener clara la situación de los posibles clientes y saber si el proyecto posibles.

2.3.4. Comercialización

PADILLA, Manuel (2008, pág. 146), dice: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

El análisis de la comercialización es un factor esencial en la marcha de una empresa, ya que permite establecer la forma de cómo llegar con el producto o servicio en un tiempo y lugar oportuno, teniendo en cuenta la necesidad, el alcance y la satisfacción del consumidor.

Entre los principales puntos a considerarse en el proceso de comercialización son: la necesidad que presenta el consumidor, instalaciones adecuadas para el manejo del producto o servicio, canal de distribución (desde el sitio de producción hasta el lugar de consumo), cantidad y tipo de artículo o servicio, publicidad, promoción, entre otras, las cuales lleven a un contacto entre productores y consumidores.

2.3.5. Precio

PADILLA, Manuel (2008, pág.147), define: “Precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

De la definición antes mencionada se puede decir que el precio es un valor expresado en dinero, el cual influye directamente en el momento en que se ofrece el bien o servicio. Se puede manifestar que este elemento es uno de los determinantes del estancamiento, permanencia o crecimiento dentro del mercado.

El precio para él los servicios que brindará el nuevo parador Turístico serán fijados de acuerdo al mercado.

2.3.6. Producto

Es el bien o servicio que debe responder a las necesidades y gustos de los consumidores. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas, cumpliendo con ciertas variables como: variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías. Todos los productos deben ser innovadores y creativos ya que pierden con el tiempo su atractivo inicial derivado de la novedad.

Para éste proyecto el producto viene a ser un conjunto de servicios que para captar clientela y mantenerla se innovará y se estará siempre acorde a las exigencias de los clientes.

2.3.7. Plaza

Incluye las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivos. Es de ayuda según expertos contestar las preguntas: cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. La distribución permite que el producto llegue al lugar, momento y condiciones adecuadas. Las variables que intervienen en la plaza o distribución son: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte, logística.

2.3.8. Promoción

La principal actividad de la promoción es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales, las variables utilizadas por esta técnica son: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, tele mercadeo, propaganda.

Al formar parte de una sociedad consumista no podemos dejar de lado el tema de la publicidad y como se dice “la publicidad vende”, se incluirá en el presupuesto de gastos un rubro para promocionar y dar a conocer la existencia de un nuevo parador turístico y los servicios con los que va a brindar.

2.3.9. Publicidad

Es considerada una de las herramientas más eficaces de la mercadotecnia y específicamente de la promoción, se utiliza para dar a conocer un mensaje relacionado con un producto o servicio. Este tipo de publicidad es pagada por un patrocinador identificado: “sean empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado o personas individuales, con el fin de informar, persuadir o atraer posibles compradores”.

2.4. ESTUDIO TÉCNICO

URBINA, Baca (2008, pág. 92), señala: “El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”.

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos:

Antes de decidir el lugar dónde va a ser construido el proyecto se analizará factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

2.5. ESTUDIO FINANCIERO

JÁCOME, Walter (2008,pág. 161), afirma: “El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto”.

El estudio financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

En ésta parte del proyecto es en donde analizaremos los recursos con los que cuentan las personas que van a invertir para la ejecución del mismo, y definiremos la estructura del financiamiento, que está compuesta por la inversión propia y la financiada. Así como también después de la aplicación de los evaluadores financieros establecer su factibilidad.

2.5.1. EVALUADORES FINANCIEROS

Para la Evaluación Financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores:

- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Periodo de recuperación de la inversión
- Relación beneficio costo

2.5.1.1. VALOR ACTUAL NETO

URBINA, Baca (2008, pág. 221) asevera: “El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

De acuerdo a la definición el Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Inversión} + \sum \frac{\text{FC}}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FC = Flujos de caja netos proyectados.

i = Tasa de redescuento.

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

2.5.1.2. TASA INTERNA DE RETORNO

JÁCOME, Walter (2008, pág. 84), afirma: “La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero”.

La Tasa Interna de Retorno es la herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Es importante considerar que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts = Tasa superior de redescuento

VAN = Valor positivo

VAN = Valor negativo

2.5.1.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

JÁCOME, Walter, (2008, pág. 83), afirma: “El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados”.

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Inv. Inicial} * \text{Nro. de años proyectados} / \sum FC$$

2.5.1.4. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

JÁCOME, Walter, (2008, Pág. 96), afirma: “La relación beneficio – costo es el parámetro que sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”.

De acuerdo a la definición, esta herramienta permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos del proyecto y de esta manera conocer si existe o no un adecuado retorno de los ingresos.

La fórmula de cálculo es:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{Egresos}/(1+i)^n}$$

2.5.1.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

LAWRENCE J. Gitman (2008, pág. 20), Dice “Es el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos operativos”.

El punto de equilibrio establece un margen donde los costos, gastos e ingresos son ecuánimes de forma que expondría que es el punto exacto para no tener ni utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

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

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

HITT, Michael, (2006,pág. 230), señala: “La estructura organizacional es la suma de las formas en las cuales una

organización divide sus labores en distintas actividades y luego las coordina”.

La estructura organizacional dentro de la empresa es fundamental, ya que implica definir las jerarquías, funciones y la manera de cómo se agrupan y asignan las actividades para facilitar el trabajo y lograr los objetivos planteados. Por lo general dicha estructura se muestra mediante el empleo de organigramas, los cuales ilustran gráficamente los aspectos más importantes de la organización.

En ésta parte definiremos los niveles de autoridad y responsabilidades que necesite el proyecto al momento que llegue a ponerse en marcha, el mismo que por sus características será de pocos mandos.

2.6.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

INTERNET, <http://www.monografias.com>, encontramos que: “Es por decir la espina dorsal de una empresa, en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto en forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los de más alto rango”.

Este tipo de organigrama muestra en forma esquemática la estructura organizacional de la empresa, es decir, las unidades que la integran, los niveles jerárquicos; en donde las líneas de autoridad y responsabilidad se definen claramente.

2.6.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

INTERNET, <http://www.monografias.com>, manifiestan que: “Es aquel que incluye las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones”.

Este tipo de organigrama refleja además de las unidades existentes en la empresa con sus respectivos niveles jerárquicos y sus relaciones, las diferentes actividades a desempeñar, con el fin de mantener una comunicación adecuada orientada al logro de un trabajo coordinado.

El poseer un organigrama funcional dentro de la empresa nos permitirá tener un mayor control en las funciones que desempeñe cada trabajador, logrando un mejor rendimiento del talento humano.

2.6.3. MISIÓN

INTERNET, <http://misionvisionvalores.com> expresan que: “*La misión es el motivo, propósito y razón de ser como organización*”.

La misión está relacionada con la actualidad, pone énfasis en lo que ahora es la organización, por lo que debe ser construida en base a interrogantes como: ¿Quiénes somos hoy? ¿En qué negocio estamos? y ¿Para qué existe la organización?

2.6.4. VISIÓN

INTERNET, (<http://misionvisionvalores.com>) “*La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad*”.

La visión indica la situación futura que desea alcanzar la organización, tomando en cuenta aspectos como: el impacto de nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas de los clientes, entre otras; su formulación debe ser factible y no ser una simple fantasía. Está orientada a responder a la pregunta: ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?

2.7. CONTABILIDAD

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 60), dice: “La contabilidad es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa”.

La contabilidad no es más que la interpretación numérica de las actividades diarias realizadas en un negocio sin importar cuál sea el tamaño de la misma, permitiendo conocer la situación financiera en cualquier momento y tomar decisiones oportunas para la obtención del máximo rendimiento económico.

2.7.1. Importancia

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 60), afirma: “Permite conocer con exactitud la real situación económico-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos una contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cuál es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva sólo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa, o sea en forma empírica”.

Llevar un control contable en el negocio por más pequeño que sea nos permite tener resultados positivos y negativos reales, e inmediatos del desarrollo de las actividades, mismas que corroboran a tomar decisiones pertinentes para el logro de los objetivos, de ahí la importancia de llevar una contabilidad empresarial.

2.7.2. Tipos

La contabilidad debido a su importancia debe ser llevada en forma obligatoria por: Instituciones Públicas, Empresas Privadas o Autónomas, según disponga la ley.

Para la ejecución de éste proyecto utilizaremos la contabilidad de costos, puesto que tendremos recursos en estado natural que sufrirán transformación hasta llegar al consumidor final.

2.8. CONTABILIDAD DE COSTOS

CHILQUINGA, Manuel (2007,pág.6), señala: “La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales”.

La contabilidad de costos beneficia de forma interna a los diferentes directivos y a quien este en frente de una empresa, ya que a través de esta se puede tener datos exactos de los costos de los productos o servicios que se estén ofreciendo permitiendo tomar decisiones acertadas para beneficio de la organización.

2.8.1. Elementos de costos

CHILQUINGA, Manuel (2007, pág.7), Dice, “Los elementos de costo de un producto o sus componentes son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación”.

a. Materiales Directos

Son todos aquellos que pueden identificar en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto.

b. Materiales Indirectos

Son los que están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.

c. Mano de obra Directa

Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que tiene gran costo en la elaboración.

d. Mano de Obra Indirecta

Es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción del producto.

e. Costos indirectos de fabricación (CIF)

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos mas todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto.

2.8.2. COSTOS VARIABLES

RAMIREZ, Angoitia. (2007, pág. 202), Expresa “ Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa, son los costos por producir o vender”.

Estos costos cambian de forma directa con el nivel de producción, por lo general son controlados por los jefes de producción,

2.8.3. COSTOS FIJOS

RAMIREZ, Angoitia. (2007, pág. 202), Dice “Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa”.

Estos costos no varían se mantiene, sin importar si la producción aumenta o disminuye se puede decir que estos transforman con el tiempo, mas no con la actividad.

2.8.4. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes. Es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en corto plazo.

2.9. ESTADOS FINANCIEROS

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 85), afirma “Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa”.

Son todos los informes que se realizan al liquidar el período contable, con el objetivo de saber la real condición económica financiera de la empresa en la cual se realiza un trabajo y determinar si está en buena o mala situación económica.

Desde el punto de vista de una organización, tienen la finalidad de presentar de manera clara, objetiva e imparcial la posesión financiera y los resultados de las operaciones para el período en curso. Los estados financieros son históricos, ya que reflejan hechos pasados, que sirven como base para predecir hechos futuros y principalmente la toma de decisiones.

2.9.1. Balance General

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 85), manifiesta que: “Expone a una fecha determinada el activo, el pasivo, el patrimonio y, en su caso, la participación minoritaria en sociedades controladas. Es un estado contable básico que ofrece una visión global del estado patrimonial, económico y financiero de la empresa”.

Las partidas del balance general forman parte de la ecuación del balance general:

Activos = Pasivos + Capital contable

Los términos de esta ecuación se definen específicamente como sigue:
Los activos son los recursos económicos de los que se espera que beneficien las entradas futuras de efectivo.

2.9.2. Balance de Comprobación

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 87), expresa: “Es un listado o resumen de todas las cuentas que han intervenido

en un ejercicio económico, con la sumatoria de sus respectivos movimientos económicos. Se pasan las cuentas con sus respectivas sumas y saldos en el orden que aparecen en el libro mayor al finalizar un ejercicio contable.”

El balance de comprobación también permite confirmar que la contabilidad de la empresa esté bien organizada. Es posible que el balance de sumas y saldos sea correcto y que, sin embargo, incluya una contabilidad defectuosa.

Ese sería el caso, por ejemplo, de alguien que ha pagado a un proveedor pero le anotó dicho pago a otro. El balance sería correcto desde los números, pero no en la práctica.

2.9.3. Estado de Resultados

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 89), José afirma que: “Es un estado financiero que también se conoce como estado de ingresos y egresos. En él se muestran todos los ingresos de la empresa: ventas, productos financieros y otros ingresos, y los egresos: costos, gastos, gastos financieros e impuestos. Este estado financiero es de suma importancia, ya que refleja la utilidad de la empresa.”

Este estado nos permite determinar con detalle si la empresa obtuvo ganancia o pérdida en el período respectivo en el cual se está trabajando, en este estado se enlistan todo lo que se refiere a gastos e ingresos del cual se puede determinar la existencia de pérdida o ganancia con la que cuenta o no la empresa.

2.9.4. Estados de Flujos de Efectivos

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008, pág. 92) afirma que: “A partir de 1999, desde su publicación en las NEC, es obligación presentar el Estado de Flujo de Efectivo. De acuerdo con las Normas Ecuatorianas de Contabilidad 3, que sustituye a las Normas Internacionales de Contabilidad NIC 7, referente a la presentación del Estado de Flujo de Efectivo o Flujo de Caja; es necesario anotar ciertos elementos teóricos básicos, que son: Actividades de Operación; Actividades de Inversión; Actividades de Financiamiento, en las cuales constan las Entradas y Salidas”.

Sintetiza las entradas y salidas de efectivo que ocurren al final del periodo. El diagrama consta de los ingresos por ventas, menos los costos de producción, los gastos de administración y de venta, los gastos de financiamiento, los impuestos. Dentro de las salidas se toman en cuenta las depreciaciones como un incremento.

2.9. IMPACTOS DEL PROYECTO

PÉREZ Lago (2008, pág. 20), “Se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales, sociales y económicas o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativa o positiva, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.”

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

IMPACTOS POSITIVOS

- Impacto Económico
- Impacto Cultural
- Impacto Comercial
- Impacto Educativo

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

Hoy en día el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos, razón por la cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos o servicios con éxito al mercado de consumidores.

El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijando, costos de producción y por la competencia.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la parroquia La Paz, con relación al consumo de truchas arcoíris, gustos, preferencias, etc.; parámetros que permitan delimitar la demanda, oferta, como también la demanda insatisfecha en el sector.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para conocer necesidades y requerimientos de la población, a través del análisis y determinación de la oferta, demanda, precios y competencia en la producción y comercialización de truchas.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar a los clientes potenciales tomando en cuenta los posibles competidores para poder establecer un precio justo acorde al mercado nacional de truchas.

- Analizar la oferta existente de truchas en la parroquia La Paz
- Establecer la demanda existente de truchas en el cantón y parroquia para colocar en el mercado.
- Identificar las razones por la cual las personas estarán dispuestos a convertirse en posibles consumidores de truchas.
- Determinar la forma de producción y comercialización utilizada en las truchas arcoíris.

3.3. PRODUCTO

3.3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

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

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

Gráfico 1 Trucha arcoíris



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Autoras

3.3.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Según estudios de la Corporación Financiera Nacional, la trucha arcoíris proviene del sector de la vertiente del pacífico de América del Norte (Desde Alasca hasta baja California), fue introducida al Ecuador en la década de los años veinte, llegando a adaptarse adecuadamente a las condiciones agroclimáticas del país.

La trucha es un pez de agua dulce y fría. Existen varias especies, una de ellas conocidas como trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*).

La trucha tiene un valor nutritivo superior, destacándose el contenido en calorías, calcio, hierro, confirmándose así las magníficas cualidades nutricionales de este alimento.

3.3.3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

➤ FRESCO

- Entera y con vísceras
- Entera eviscerada
- En fundas plásticas de 250 gr

Gráfico 2 Presentación del producto



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Autoras

➤ **CONGELADO**

- Entera eviscerada
- En bandejas cubiertas con funda de polietileno

3.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento del mercado consiste en dividir el mercado total de los posibles consumidores en grupos para determinar los gustos y preferencias en cada nicho de mercado y así determinar cuál será nuestro mercado potencial para la comercialización de la trucha, en un principio será la parroquia de la Paz y el cantón Montúfar y la venta se la realizará en forma directa a los consumidores finales, seguido por establecer nuestros canales de distribución, siendo estos los diferentes cadenas de supermercados, comisariatos municipales y restaurantes , además en el futuro en provincias aledañas como Imbabura y Pichincha.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para realizar el estudio de mercado se estableció que es fundamental tener la apreciación de la población que será objeto de la investigación tanto de oferentes, como de consumidores de este tipo de producto, ya que se trata de un proyecto económico productivo orientado a los diferentes tipos de gustos y preferencias ,para determinar los posibles consumidores se tomará como referencia la información obtenida del

Censo Nacional del año 2010 de Consejo Nacional Electoral población de la parroquia La Paz y zonas aledañas del cantón Montúfar.

3.5.1. IDENTIFICACIÓN Y CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para la determinación de la muestra de los posibles consumidores de truchas locales, es decir, los habitantes de la parroquia La Paz, se aplicará la siguiente fórmula:

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

Cuadro 15 Cálculo de la muestra

Variabes	Valor	Cálculo
δ^2	0,25	$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N - 1)E^2 + \sigma^2 * Z^2}$ $n = \frac{3.432 * 0,25 * 1,96^2}{(3.432 - 1)0,05^2 + 0,25 * 1,96^2}$ $n = \frac{858 * 3,8416}{3431 * 0,0025 + 0,9604}$ $n = \frac{3296,0928}{9,5379}$
N	3.432	
N	¿?	
E	5%	
Z	1,96	

Fuente: INEC

Elaborado por: Las Autoras

3.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia La Paz.

Se aplicó 346 encuestas a los habitantes de la parroquia La Paz, para lo cual se utilizó un instrumento de recolección de datos que se estructuró con 10 preguntas basándose en diferentes indicadores y variables, con la

finalidad de obtener información referente a la oferta y demanda para la sustentación del proyecto desde el punto de vista de mercado.

3.7. ENCUESTA REALIZADA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA LA PAZ PARA IDENTIFICAR LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE NUESTROS POSIBLES CONSUMIDORES.

1. ¿Consume usted carne de trucha?

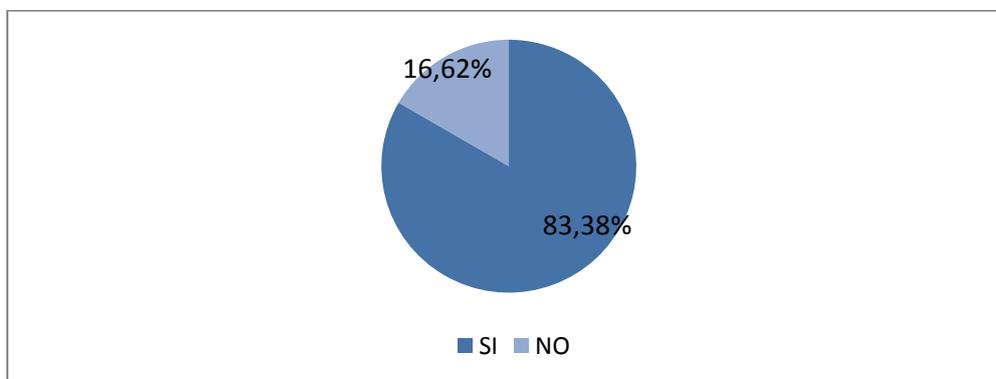
Si su respuesta es sí siga con la pregunta 2 caso contrario, muchas gracias.

Tabla 1 Consumo de carne de trucha

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	221	90,20
NO	24	9,80

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3 Consumo de carne de trucha



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

De acuerdo con los datos obtenidos de los pobladores de la parroquia La Paz se tiene que la mayoría de las personas consumen trucha lo cual es una gran ventaja para la implementación del proyecto.

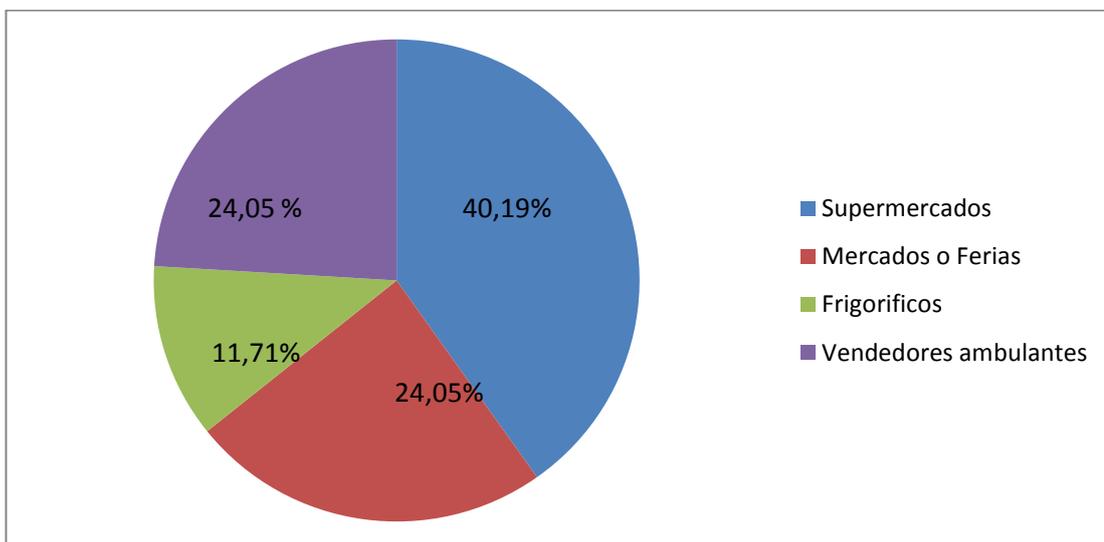
2. ¿Dónde adquiere usted la trucha? (Señale una sola respuesta)

Tabla 2 Dónde se adquiere la trucha

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	27	12,22
Mercados o Ferias	90	40,72
Frigoríficos	28	12,67
Vendedores ambulantes	76	34,39

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaboración: Las Autoras

Gráfico 4 Dónde se adquiere la trucha



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas adquieren la trucha en los mercados y ferias del cantón, seguidos por las personas que lo adquieren mediante vendedores ambulantes, luego en frigoríficos y por último lo adquieren en supermercados.

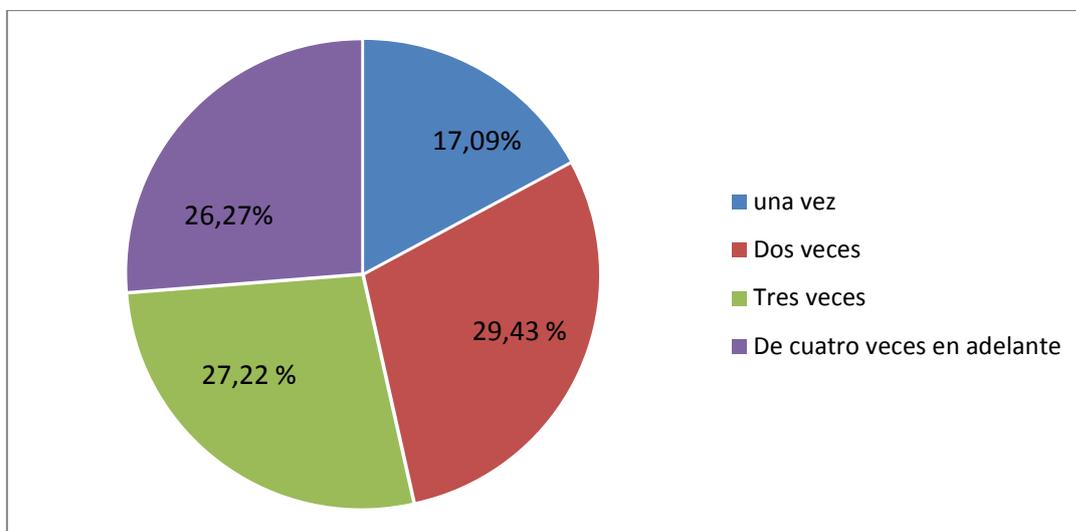
3. ¿Cuántas veces al mes estaría dispuesto a adquirir truchas?

Tabla 3 Cuántas veces al mes estaría dispuesto a adquirir truchas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez	46	20,81
Dos veces	55	24,89
Tres veces	57	25,79
De cuatro veces en adelante	63	28,51

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 5 Cuántas veces al mes estaría dispuesto a adquirir truchas



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Los datos recolectados nos muestran que las personas consumen a menudo la trucha siendo con un alto porcentaje consumirla de cuatro veces en adelante al mes, y siendo en un porcentaje muy bajo con el 20.81% que solo la consumen una vez al mes.

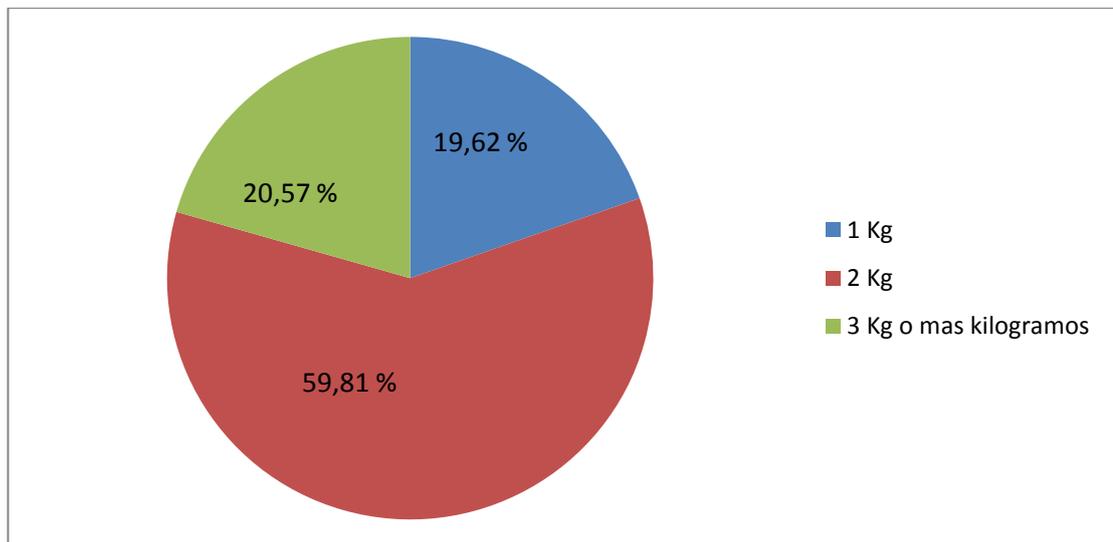
4. Cuando compra truchas, ¿qué cantidad usted adquiere semanalmente?

Tabla 4 Cantidad que se adquiere

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 Kg	62	19,62
2 Kg	189	59,81
3 Kg o más kilogramos	65	20,57

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 6 Cantidad que se adquiere



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

El volumen de truchas que requieren los posibles consumidores para cubrir sus necesidades es de entre 2 y 3 kilogramos de truchas, lo que esto se transforma en una oportunidad para la empresa.

5. Cuando usted adquiere truchas, ¿cuál de los siguientes parámetros prefiere?

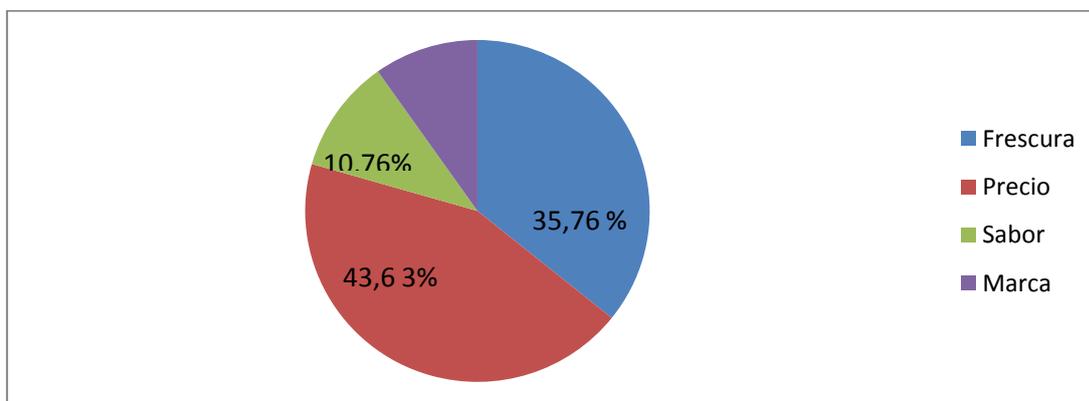
Marque solo dos opciones:

Tabla 5 ¿Cuando usted adquiere truchas cuál de los siguientes parámetros prefiere?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Frescura	113	35,76
Precio	138	43,67
Sabor	34	10,76
Marca	31	9,81

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 7 Cuando usted adquiere truchas, ¿cuál de los siguientes parámetros prefiere?



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados manifiestan que a la hora de adquirir la trucha lo que más prefieren es que el producto sea fresco y a un precio adecuado que esté al alcance de su bolsillo dejando de último la marca que este producto tenga ya que la marca no garantiza la calidad y frescura del producto.

**6. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de la trucha?
Marque una sola respuesta**

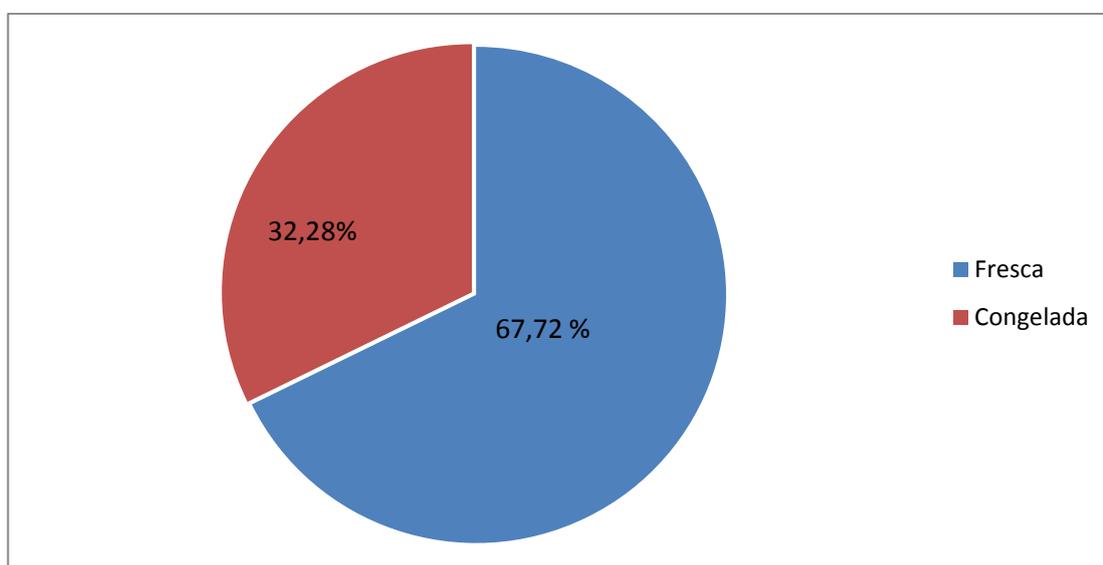
Tabla 6 Cómo le gustaría la presentación de la trucha

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Natural	214	67,72
Congelada	102	32,28

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 8 Cómo le gustaría la presentación de la trucha



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

El tipo de presentación de truchas que actualmente prefieren los posibles consumidores es que esta sea natural garantizando así que el producto que ellos adquieren este en las mejores condiciones para el consumo y por otro lado las personas también les gustaría que se la presente congelada ya que esto garantiza que el producto este apto para el consumo.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el kg de trucha?

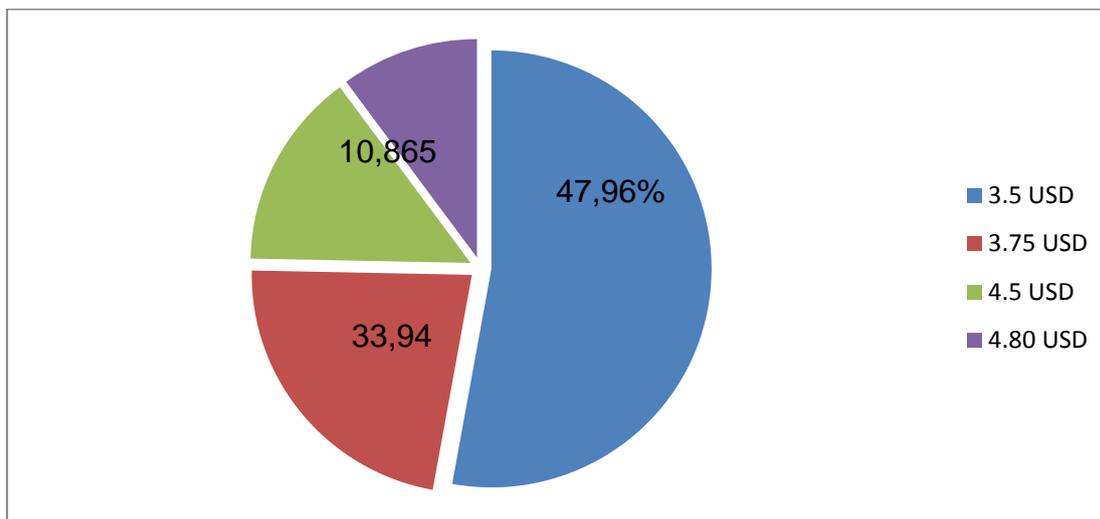
Tabla 7 Cuánto estaría dispuesto pagar por el kg de trucha

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3.5 USD	167	52,85
3.75 USD	71	22,47
4.5 USD	46	14,56
4.80 USD	32	10,13

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 9 Cuánto estaría dispuesto pagar por el kg de trucha



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

En relación al precio que estaría dispuesto a pagar por la trucha, la mayoría de los encuestados sostienen que estarían entre 3,50 y 3,75, otro porcentaje manifiesta que estaría dispuesto a cancelar el valor de 4,50 a 4,80 aunque en su gran mayoría prefieren precios bajos.

8. ¿Cómo se informa usted de la oferta de truchas?

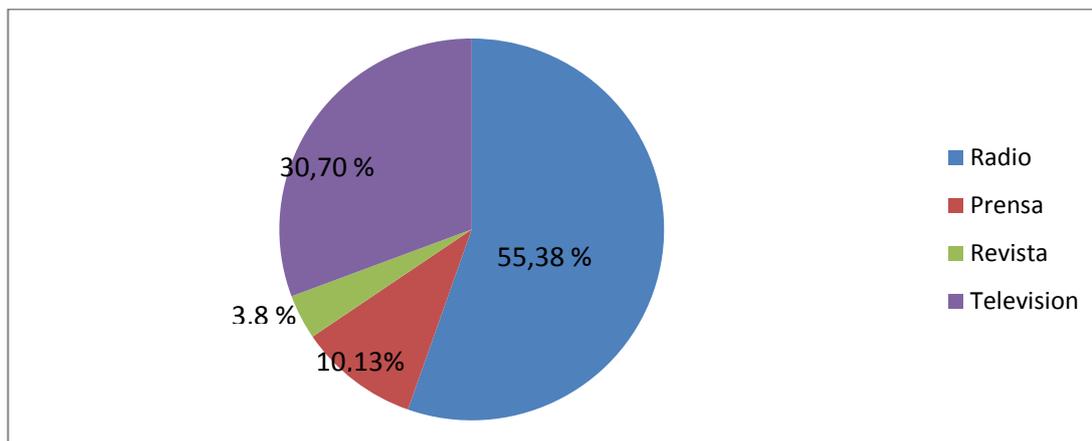
Tabla 8 Cómo se informa usted de la oferta de truchas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Radio	175	55,38
Prensa	32	10,13
Revista	12	3,8
Televisión	97	30,7

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 10 Cómo se informa usted de la oferta de truchas



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Con respecto al tipo de publicidad, la mayoría de los clientes prefieren que se lo haga por medio de radio ya que es el medio que con más frecuencia escuchan dentro de la parroquia, y también les gustaría que se lo haga por televisión por ser un medio de entretenimiento muy visto en el sector.

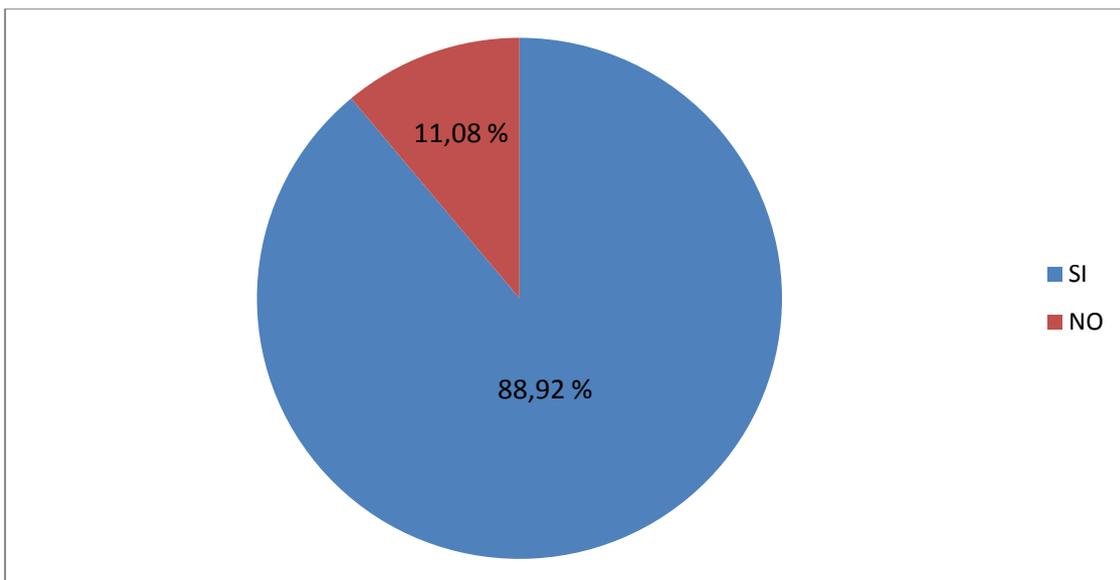
9. ¿Le gustaría que dentro de la parroquia La Paz empiece a funcionar una microempresa productora y comercializadora de truchas?

Tabla 9 Le gustaría que existiese una empresa que produzca y comercialice truchas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	281	88,92
NO	35	11,08

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia la Paz
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 11 Le gustaría que existiese una empresa que produzca y comercialice truchas



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

De acuerdo al punto de vista de los encuestados están convencidos que la implementación de este proyecto dentro de la parroquia La Paz ayudara en su gran mayoría a mejorar la situación económica de muchos habitantes ya que la parroquia será conocida también por los productos que se ofrecen dentro de ella y ya no solo por el turismo que siempre ha venido generando nuevas oportunidades de crecimiento.

10. ¿En qué horario le gustaría que sea la atención al cliente?

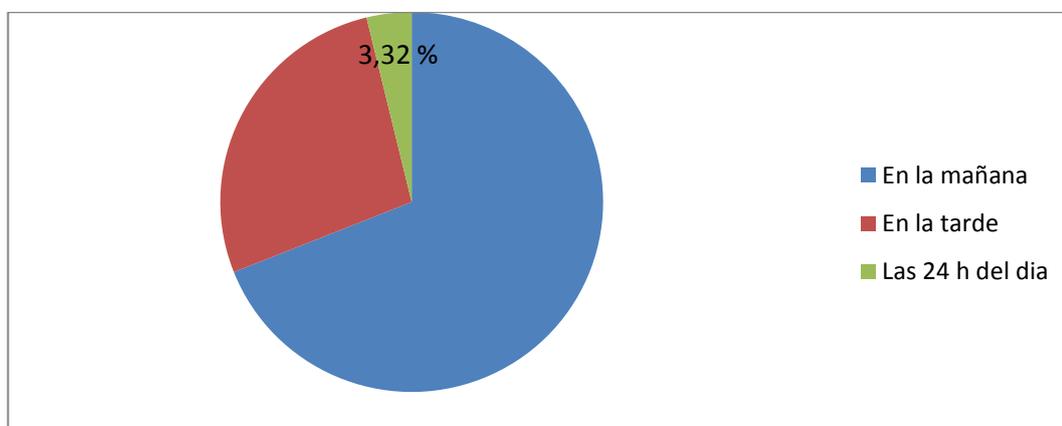
Tabla 10 Horario de atención

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
En la mañana	218	60,39
En la tarde	86	23,82
Las 24 h del día	12	3,32

Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 12 Horario de atención



Fuente: Encuestas realizadas a la población de la parroquia La Paz

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de pobladores encuestados prefieren que la atención al cliente en lo que son ventas se la realice en la mañana y tarde por ser horas en las que salen a adquirir los productos que serán preparados a la hora de almuerzo o merienda.

3.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo al último censo piscícola de producción de truchas arcoíris realizado por el MAGAP 2012, en el país existen 213 criaderos distribuidos en las provincias de Azuay, Bolívar, Cañar, Chimborazo, Cotopaxi Imbabura, Loja, Napo, Pichincha, Sucumbíos, y Tungurahua. Producen un total de 982.3 toneladas al año, representando aproximadamente un rubro de 2678997. La falta de una adecuada tecnología y las bajas producciones no permiten competir en otros mercados. No obstante se conoce por las estadísticas del Banco Central del Ecuador, que la pequeña cantidad es exportar a los Estados Unidos. En la actualidad no se cuenta con información del porcentaje de pérdida de las piscifactorías a causa de enfermedades, ya sean por agentes patógenos como virus, bacterias, o por mala calidad del alimento entre otros.

3.8.1. OFERTA HISTÓRICA

En la actualidad no encontramos productores y comercializadores de truchas dentro del cantón Montúfar, pero si existen personas que las comercializan, en otros sectores como son sector de Tùfiño y en sectores de la Bonita parroquia, el Playón, provincia de Sucumbíos, además de otros tipos pescados como son las tilapias que por lo general son mayormente consumidas en la provincia de Imbabura, para tener una estimación de la oferta sobre los volúmenes de truchas oferentes específicamente en el cantón Montúfar, parroquia La Paz, la información detallada a continuación fue proporcionada por el INEC. Así tenemos que existen 5 lugares dedicados a la venta, cuya oferta histórica es la siguiente:

Cuadro 16 Oferta Histórica

AÑO	OFERTA HISTORICA DE TRUCHAS
2009	77.520
2010	85.272
2011	89.543
2012	82.435
2013	93.456

Fuente: Datos obtenidos en el INEC
Elaborado por: Las Autoras

3.8.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta del número de truchas que se comercializan en el cantón Montufar se utilizó las series históricas obtenida en el cuadro anterior y aplicando la tasa de crecimiento promedio del 10% anual, por lo tanto la oferta futura es la siguiente:

Para su cálculo se utilizó la siguiente formula:

$$Mn = Mo (1+i)^n$$

Dónde:

Mn= Oferta futura

Mo= Oferta Actual

n = años proyectados

1 = constante

i = tasa de crecimiento histórica 10%

Cuadro 17 Proyección de la oferta

AÑOS	Proyección de la Oferta de Trucas $M_c = M_o (1+i)^n$
2013	93.456
2014	102.801
2015	113.082
2016	124.390
2017	136.829

Fuente: Tasa de la oferta histórica
Elaborado por: Las Autoras

Con el factor de crecimiento del 10% y las tendencias de comercialización que se tiene dentro de la provincia, se establece que la oferta de trucha arcoíris tendrá el comportamiento creciente en los siguientes años.

3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En esta época el mercado está encaminado hacia los productos saludables y que aporten con gran cantidad de proteínas y minerales que ayuden a la buena alimentación de los seres humanos, además hoy en día las personas buscan productos sustitutivos a los ya existentes en el mercado, de manera que mientras más beneficios alimenticios tenga un producto mayor aceptación tendrán por parte de los consumidores.

La trucha se comercializa en diferentes presentaciones: fresca (entera eviscerada con cabeza; eviscerada sin cabeza), congelada.

La demanda de truchas arcoíris fresca se presenta en diferentes lugares del cantón y por ende de la provincia del Carchi.

Para que el estudio de la demanda de este producto tenga objetividad e información tangible, verificable se utilizó las necesidades que tienen los posibles consumidores de la parroquia a través de las encuestas aplicadas.

La producción de trucha es alentadora debido a que hay una reducida oferta en el mercado, razón por la cual existe un alto grado de demanda insatisfecha.

3.9.1. DEMANDA HISTÓRICA

El volumen de demanda histórica se consideró bajo la concepción de demanda aparente, considerando la pregunta No.4 de la encuesta aplicado a los posibles consumidores de truchas en la parroquia La Paz. Estos valores expresados en números de truchas significa que el 19,62 % de las persona adquieren la cantidad de 235 truchas por mes el 59,81% de las personas adquieren la cantidad de 1.435 truchas por mes y el 20,57% demanda 741 truchas al mes, sumando los valores nos da como resultado una demanda total de 2.411 truchas mensuales equivalente al 30,64% de la demanda actual de truchas.

Cuadro 18 Cálculo de la demanda

Rango en número de truchas	Número promedio de truchas semanales	Número de personas encuestadas	Numero de truchas Anual.
1 Kg	12	62	8.928
2Kg	24	189	54.432
3 Kg	36	65	28.080
TOTAL PROYECTADO			91.440

Fuente: Población de la parroquia La Paz
 Elaborado por: Las Autoras
 Año: 2013

3.9.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda de truchas que requiere la población de la parroquia La Paz se partió del principio de la oferta que ha tenido un ritmo de crecimiento del 10% anual considerando las series históricas 2008-2012, se puede inferir que la demanda puede crecer al mismo ritmo es decir con un crecimiento del 10% anual. Para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación.

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Dónde:

C_n: consumo futuro

C_o: demanda determinada en las encuestas.

i: tasa de crecimiento

n: año proyectado.

Al no existir en la provincia de Carchi y en particular en la parroquia La Paz, datos históricos de producción y comercialización de truchas para la proyección de la demanda se utiliza la información recopilada en las encuestas realizadas a los habitantes y comerciantes de esta parroquia y se asume que existe un crecimiento sostenido.

Cuadro 19 Consumo Histórico de Trucha

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TRUCHAS C_n= C_o (1+i) n
2013	91.440
2014	100.584
2015	110.642
2016	121.706
2017	133.877

Fuente: Tasa de demanda histórica

Elaborado por: Las Autoras

La demanda proyectada de truchas arcoíris fresca en el mercado meta del proyecto es altamente representativa, la primera opción de comercialización para el proyecto constituye una oportunidad, o viabilidad de mercado.

3.9.3. BALANCE OFERTA – DEMANDA

Una vez que se analizó la oferta y demanda proyectada de la trucha arcoíris, se procedió a realizar el balance oferta- demanda que se tiene dentro de la parroquia La Paz, cantón Montúfar, y de esta forma determinar la demanda insatisfecha.

Cuadro 20 Balance Oferta – Demanda

AÑOS	Oferta de Truchas	Demanda de Truchas	Demanda Insatisfecha
2013	93.456	91.440	2.016
2014	10.2801	100.584	2.217
2015	113.082	110.642	2.440
2016	124.390	121.706	2.684
2017	136.829	133.877	2.952
TOTAL	455.476	468.249	12.309

Fuente: Proyección Oferta – Demanda
Elaborado por: Las Autoras

Del balance oferta – demanda de trucha fresca se establece que existe una demanda insatisfecha de 2016 truchas para lo que falta del año 2013 y para los siguientes años como determina el análisis respectivo.

3.10. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia en la producción y comercialización de truchas en el cantón Montúfar, provincia del Carchi es muy baja, ya que no existe gran

cantidad de productores y comercializadores de truchas. Existen además pequeños productores y comercializadores quienes producen y comercializan truchas en la provincia del Carchi, los cuales lo hacen para consumo propio pero de una forma empírica en sus comunidades y generalmente es de mala calidad y con proceso muy bajo en la aplicación de tecnología especializada y tratamiento inadecuado de los criaderos de truchas. Es importante que el consumidor al momento de adquirir el producto conozca de su procedencia puesto que puede estar adquiriendo un producto que no cumpla con los requisitos de calidad y sanidad adecuada. Al mencionar requisitos técnicos se están expresando parámetros que deben cumplirse tanto al proceso de producción como al proceso de distribución.

3.11. PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO

Frente a las proyecciones de la oferta, demanda y analizando la competencia existente de truchas arcoíris en el cantón Montúfar, provincia del Carchi, se deslumbran excelentes perspectivas de mercado para para el proyecto, cuya demanda insatisfecha será abastecida con 35.000 truchas de 250 gramos en forma anual.

3.12. PRECIO

Al analizar el precio de venta de la trucha arcoíris se obtiene los siguientes resultados de las encuestas realizadas a los posibles consumidores en la parroquia La Paz, y tomando una tasa de inflación que es de 4,16%

Cuadro 21 Precio

AÑOS	PRECIO PROMEDIO DE TRUCHAS.
2013	3,5
2014	3,85
2015	4,24
2016	4,66
2017	5,12

Fuente: Encuesta población de La Paz
Elaborado por: Las Autoras

3.12.1. FIJACIÓN DE PRECIOS

Para fijar los precios de venta de trucha que aplicara la Microempresa se consideró los costos de producción (materiales directos, mano de obra directa y CIF), los gastos de administración y ventas así como los financieros que tendrá la empresa, más un margen de rentabilidad lo que establece un precio promedio de 3,5 dólares por el kilogramo de trucha.

3.13. MERCADO META

El mercado meta o destino de la microempresa son los principales mercados del cantón Montufar, también los habitantes de los sectores aledaños al lugar del proyecto ya que la venta se la realizará de manera directa al consumidor, y a través de un canal de distribución como los principales supermercados del cantón Montúfar y en el futuro se lo hará en supermercados de cantones aledaños. El mercado de consumo de este producto tiene tendencia del 10% de incremento anual en los cinco años proyectados, por lo que la empresa pondrá en énfasis en el marketing para alcanzar el nivel de satisfacción en el mercado meta del proyecto.

3.14. ESTRATEGIAS DE MERCADO

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

3.14.1. ESTRATEGIA DE PRECIO

- El precio será establecido de acuerdo a los costos a los cuales se les agregará un porcentaje de utilidad lo que nos dará como resultado un precio final.
- Los precios serán competitivos y de fácil acceso para los consumidores.
- El precio de un kg de truchas estará fijado de acuerdo al existente en el mercado.
- Se aplicará una promoción de un porcentaje de descuento al total de la compra del cliente.

3.14.2. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

La comercialización del producto final será realizada de forma directa ya que los consumidores pueden acercarse a la microempresa para observar la calidad, presentación, precio, forma de crianza y calidad del servicio y así adquirir la cantidad que necesiten; cabe mencionar que el producto también se lo puede adquirir en un canal de distribución como son los supermercados del cantón Montúfar; pero antes se podrán enterar por medio de radio, televisión, prensa escrita, volantes que se les entregará en los días de feria que se realiza en diferentes lugares del cantón para dar a conocer la existencia de la microempresa y así ubicar el producto en el mercado.

3.14.3. **ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

- El trato de la materia prima será muy estricto con los alevines perfectamente clasificados por su tamaño y clase para garantizar la calidad del producto final que se ofrecerá a los potenciales consumidores.
- En cuanto al material de empaque en la presentación fresco será en fundas plásticas de 250 gramos; en lo que es presentación congelada se realizará en una bandeja cubierta de polietileno, las dos presentaciones contendrán el nombre, dirección y teléfonos de la microempresa.
- Si la compra de truchas es de una cantidad considerable se prestara el servicio de transporte a domicilio.

3.14.4. **ESTRATEGIA CORPORATIVA**

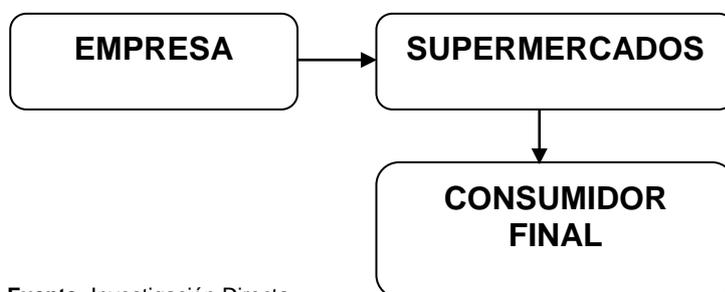
Esta estrategia es definida como un plan general de acción mediante el cual la empresa busca alcanzar sus objetivos de mercado y de ventas. El objetivo básico de esta estrategia consiste en lograr una ventaja competitiva fundamentándose en los recursos, capacidades (habilidades) existentes o en general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

3.15. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- La microempresa y el área de ventas estarán ubicados en un sector ampliamente acuícola por las características del clima y por la cantidad de agua que existe en la parroquia La Paz, lo cual facilita la cercanía para que los clientes puedan adquirir el producto.
- El área de ventas contará con la aireación, iluminación y organización necesaria para que el cliente se sienta cómodo.
- Atender adecuada y oportunamente a los clientes los cuales constituyen la razón de ser de la microempresa y son los mejores portadores de publicidad.

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

Gráfico 13 Canales de distribución



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

3.16. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

La acuicultura moderna ha dejado parámetros de compra y venta muy por debajo de la satisfacción total de los consumidores de truchas y es por eso la escasa promoción y conocimiento de los beneficios que tiene consumir carne de trucha, además las personas desconocen en su totalidad los beneficios que tienen al consumir este producto, y por ello las carne rojas y carnes blancas se han convertido en un producto más de la

canasta que adquieren ya sea diariamente o semanal, dejando de lado los productos alternos y que prestan mayor cantidad de fosforo minerales y proteínas para la buena alimentación del ser humano, por ello nace la necesidad de crear una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de truchas en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

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

4.8. TAMAÑO DEL PROYECTO

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

4.8.1. TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA

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

4.8.2. TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

La aplicación de buenas prácticas de producción y procesamiento de productos acuícolas como es la trucha arcoíris depende de procesos importantes, la selección adecuada del área de cultivo, programa de monitoreo y control de agua, alimentación o balanceados, sistemas de control de calidad y puntos críticos sanitarios de acuerdo a las leyes normativas que rigen para este producto, para tener acceso al mercado

nacional y local se aplicarán tecnologías innovadoras respecto a su diseño arquitectónico de sus piscinas utilizando los adelantos tecnológicos que se han desarrollado en este sector en sus procesos de producción para cumplir con las expectativas del mercado meta.

4.8.3. TAMAÑO DEL PROYECTO Y DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

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

4.1.4. TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN

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

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

4.1.5. TAMAÑO DEL PROYECTO Y FINANCIAMIENTO

Para garantizar, la valoración de la empresa y acentuar la eficiencia, estimular la productividad y retribuir convenientemente a los inversionistas se plantea una toma de decisión financiera de la siguiente forma: la estructura de capital de inversión inicial y operativo estará compuesto del aporte de las accionistas por un monto de 12.000 dólares y a través de un crédito que se efectuará en el Banco Nacional de Fomento de la ciudad de San Gabriel.

4.1.6. CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño del proyecto está representado por la extensión de terreno que ocupara que es de 500 m², constará de seis piscinas de producción y engorde.

Dispondrá de ambientes físicos para las áreas de administración y ventas así como un parqueadero para los clientes, la capacidad instalada será de 80.000 truchas al año.

La capacidad operativa o programada para los primeros cinco años de funcionamiento será de 50.000 truchas al año que significa producir 4,167 mensual que expresado en kilogramos corresponde a 16.667 kilogramos de trucha al año.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El terreno objeto de nuestro proyecto, que ha sido seleccionado es la "Hacienda la Laguna", misma que se encuentra en la Carchi, dicha propiedad de limita al norte con el camino vecinal vía al Santuario de Nuestra Señora de La Paz (2do orden), al sur con las propiedades del señor Vicente Acosta, al este con la propiedad del señor Luis Reascos y al oeste con la propiedad del señor Julio Reascos, por lo tanto se ha considerado que ésta propiedad es adecuada para la implementación de

los estanques , a fin de realizar un criadero de truchas, aportando así al desarrollo de piscicultura en el país.

De acuerdo al INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGÍA E HIDROLOGÍA (INAMHI), la clasificación bioclimática que permite caracterizar a la zona de La Paz es la siguiente:

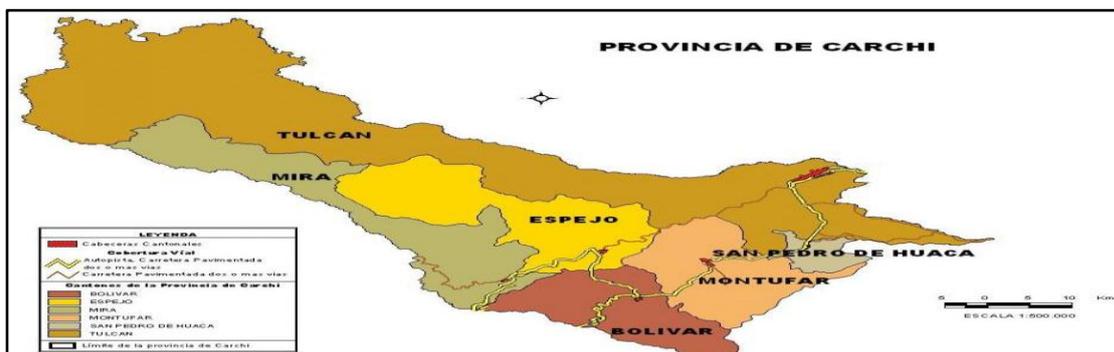
Situación Geográfica: se encuentra a los 2.650 metros de altura sobre el nivel del mar, para el año 2012 la temperatura máxima media anual oscila entre 12°C y 10° C, la precipitación promedio fluctúa entre los 16.5 y 158.9 milímetros, la estación lluviosa se ha extendido durante todo el año con un aproximado de 10 a 25 días lluvia por mes.

4.2.1. MACROLOCALIZACIÓN

La macrolocalización del proyecto es la provincia del Carchi, cantón Montúfar, parroquia La Paz.

Los factores que se consideran de importancia para la macrolocalización del proyecto son los siguientes:

Gráfico 14 Macrolocalización del Proyecto



Fuentes: Base Cartográfica digital del IGM- INEC, 2001

Elaborado por: Las Autoras

1. Sector en relación al ecosistema

El sector de La Paz se localiza en un lugar apto para la producción acuícola, su ubicación se fundamenta desde dos puntos de vista, el primero que la actividad de producción de truchas de preferencia debe estar localizado en adyacentes a una vertiente natural superficial como es el río Apaquí, para asegurar la producción de buenas prácticas de producción que tienen como objetivo asegurar un producto al público en términos de inocuidad precio y calidad asegurando la producción sostenida, minimizando los impactos al medio ambiente logrando con ello la sustentabilidad del proyecto.

2. Condiciones y recursos naturales

La provincia del Carchi, el cantón Montúfar, la parroquia La Paz, presenta las condiciones y recursos naturales posibles de utilizar como es la del río Apaquí que ofrece condiciones ecológicas óptimas para la crianza de la trucha arcoíris. La crianza de truchas en el sistema de piscinas se fundamenta en la oportunidad de utilizar el recurso hídrico, mediante la construcción de estanques de recepción del caudal necesario que permita la crianza de estos peces. El proyecto ha considerado la trucha arcoíris por ser el salmónido más apropiado para el cultivo de tipo semi industrial y para la producción de truchas, ya que posee una gran facilidad de adaptación, es resistente a enfermedades y tiene rápido desarrollo hasta llegar a su peso de comercialización.

4. Socialización con la parroquia

La socialización del proyecto con la parroquia se requerirá de los diferentes actores involucrados como el Ministerio del Medio Ambiente MAGAP por lo que será necesario convocarlos a reuniones en las cuales se socialicen temas como el aprovechamiento sustentable de los recursos

hídricos del sector, la apertura de iniciativas productivas y generación de empleo local, la influencia positiva a este tipo de actividades humanas de producción acuícola, costos involucrados y beneficios esperados para los productores y para la sociedad en general.

5. Servicios Básicos

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

6. Recurso Hídrico

Un factor de localización considerado de mayor peso o importancia para la producción de truchas arcoíris es el recurso hídrico para lo cual se consideró la selección adecuada del cultivo el cual deberá ubicarse en un lugar con un abastecimiento de agua que no esté en riesgo de contaminarse por descargas de otras afluentes y que no esté en contacto con otros animales.

El sitio elegido o sus alrededores no deben tener un historial de uso agrícola que haya ocasionado la contaminación del suelo con plaguicidas o sustancias químicas, la fuente de abastecimiento de agua tiene que estar libre de posibles contaminaciones, ser de alta calidad y cumplir con los requerimientos físico químicos óptimos para la especie de trucha arcoíris.

4.2.2. MICROLOCALIZACIÓN

Para determinar la localización óptima del proyecto se ha escogido tres posibles lugares, los cuales mediante un análisis de factores se determinará el lugar estratégico que beneficie a la creación de la microempresa entre los lugares tenemos:

- ✓ Piartal
- ✓ La Paz
- ✓ Cristóbal Colón

Cuadro 22 Método cualitativo por puntos

FACTORES	PESO	PIARTAL		LA PAZ		CRISTÓBAL C.	
		Calif.	Pond	Calif.	Pond	Calif.	Pond.
Tamaño y dimensiones	0,10	7	0,7	9	0,9	6	0,6
Relación con el entorno	0,10	6	0,6	8	0,8	5	0,5
Tipo de suelo	0,20	7	1,4	9	1,8	8	1,6
Acceso directo al afluente	0,15	7	1,05	9	1,35	7	1,05
Mínima presencia de contaminantes	0,30	7	2,1	8	2,4	7	2,1
Relación precio costo del terreno	0,05	6	0,3	8	0,4	6	0,3
Crecimiento de la empresa	0,10	7	0,7	9	0,9	5	0,5
TOTAL	1,00		6,85		8,55		6,65

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Las Autoras

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente para determinar la mejor microlocalización, se determinó que el sector de La Paz cuenta con aspectos suficientes que benefician la creación de la microempresa.

Gráfico 15 Mapa cantón Montúfar



Fuentes: Base Cartográfica digital del IGM- INEC, 2001
Elaborado por: Las Autoras

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Este estudio tiene como objeto fundamental, determinar las características del proceso de producción que exige este proyecto de inversión, así como también determinar el tipo de maquinaria requerido y los esquemas preliminares de la distribución de la planta.

Para ser productivos hay que ser eficaz y eficiente es por eso de vital importancia optimizar recursos tanto físicos como humanos. El presente estudio contará con seis piscinas ubicadas en paralelo lo que permitirá una mejor oxigenación.

El presente estudio pretende ofrecer un producto que se diferencie de la competencia principalmente en la marca, lo que se quiere es que con el tiempo identifiquen al producto mediante su nombre y lo asocien con

calidad esto se logra mediante la obtención de registro sanitario y una buena capacitación del personal mediante lo cual se dará un tratamiento adecuado en todo el proceso de crianza y comercialización del producto.

4.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Trucha entera con vísceras

Forma de presentación en fundas plásticas de 250gr

Trucha entera eviscerada

Forma de presentación en bandejas cubierta de polietileno

Composición química de la trucha arcoíris

Cuadro 23 Composición química

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

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Las Autoras

4.3.2. EQUIPOS- MOBILIARIO OPERATIVOS

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

Cuadro 24 Equipos- Mobiliario Operativos

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	Precio U.	P. Total
Empacadora	U	1	500.00	500.00
Balanzas	U	2	150.00	150.00
Implementos	Juego	1	500.00	500.00
TOTAL				1,150.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Las Autoras

1. Muebles y enseres

La empresa de producción y comercialización de truchas dispondrá del siguiente mobiliario

Cuadro 25 Muebles y enseres de producción

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	Precio U.	P. Total
Estantería de aluminio	U	2	190.00	380.00
Mesas de aluminio	U	2	250.00	500.00
Juego de escritorio-silla	U	1	320.00	320.00
TOTAL				1,200.00

Fuente: Investigación Directa

Cuadro 26 Muebles y enseres Administrativo

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	Precio U.	P. Total
Estación de trabajo	U	2	500.00	1,000.00
Juegos de star	U	1	300.00	300.00
TOTAL				1.300.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 27 Muebles y enseres de ventas y distribución

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	Precio U.	P. Total
Estación de trabajo	U	1	690.00	690.00
Juegos de star	U	1	510.00	510.00
TOTAL				1,200.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las autoras

Cuadro 28 Vehículo

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	Precio U.	P. Total
Camión refrigerante	U	1	13.500.00	13,500.00
TOTAL				13,500.00

Fuente: Concesionario Chevrolet

Elaborado: Las Autoras

Cuadro 29 Equipo de informática de producción

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

Fuente: Word Computer

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 30 Equipo de informática de administración

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	Precio U.	P. Total
Equipo de cómputo completo con impresora HP	U	2	950.00	1,900.00
TOTAL				1,900.00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 31 Equipo de informática de ventas y distribución

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

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

4.3.3. INFRAESTRUCTURA OBRAS CIVILES FÍSICA

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

- ✓ Disponer de instalaciones adecuadas para la correcta aplicación de las buenas prácticas y labores diarias tanto en número como en condiciones de secciones de áreas.

- ✓ Las áreas deberán estar físicamente separadas y ubicadas para evitar contaminaciones químicas o biológicas entre las diferentes zonas y que puedan afectar adversamente a la inocuidad del producto.
- ✓ Espacios físicos del área de procesos pos cosecha dispondrá de los ambientes que permita la operatividad eficiente y eficaz de los procesos para que el personal efectúe los mismos a más de los servicios de limpieza y de mantenimiento.

4.3.4. DISEÑO ARQUITECTÓNICO

En el plano se determina el plano arquitectónico de la de la implantación general de la empresa. El área del proyecto será de 500 m².

El diseño arquitectónico del proyecto se emplaza en área de piscinas con 6 de 8 por 2, metros de ancho y una profundidad de 1.80 metros. Se localiza un área de producción con espacios físicos para los procesos de pos cosecha, de despacho de productos terminados, de mantenimiento y repuestos, área de cuarto frío. Para la captación de agua a las piscinas se dispone de un tanque de captación del agua del río, un tanque de recepción y tuberías de conducción de agua a las piscinas se localizan un área para la administración y ventas, parqueo para clientes, circulación peatonal y áreas verdes.

Cuadro 32 Superficie

Área en sentido horizontal	Metros
Bloque de procesos pos cosecha	100,50
Bloque de localización de piscinas	98,5
Bloque de administración y ventas	89,7
Parqueaderos	100,00
Tanques de recepción y captación de aguas	21,76
Accesos peatonales y otros espacios verdes	89,54
Total	500,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

1. Diseño de piscinas

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

4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1. INVERSIONES FIJAS

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

Cuadro 33 Activos Fijos

AÑO	INVERSIÓN
1. Inversiones Fijas	
Terreno	4.500,00
Construcción Civil	12.000,00
Equipo y herramienta de producción	1.150,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00
Muebles y enseres administrativo	2.100,00
Muebles y enseres de ventas	1.200,00
Camión con refrigerante	13.500,00
Equipos de informática de producción	950,00
Equipos de informática de administración	1.900,00
Equipos de informática de ventas	950,00
Total inversiones fijas	39.450,00
2. Gastos pre operativos	3.000,00
3. Capital de trabajo	12.000,00
Total inversiones	54.450,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

4.4.2. INVERSIONES DIFERIDAS

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

Cuadro 34 Activos Pre Operativos

CONCEPTO	MONTO
Costo del estudio	900
Permiso de funcionamiento	600
Constitución de la empresa	1000
Gastos publicitarios	500
TOTAL	3.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las autoras

4.4.3. CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

El capital de trabajo inicial que tendrá que disponer la empresa de producción y comercialización de truchas se consideró en relación directa con el volumen de comercialización proyectado, determinando los costos de materiales directos, mano de obra directa y CIF.

Se establecieron los gastos de administración y de ventas que incurrirá la empresa en los primeros años operativos, con estos costos se establece que el capital de trabajo inicial será de \$12.000.

4.4.4. FINANCIAMIENTO

El financiamiento previsto para la implementación de la microempresa será de aportes propios de \$12.000 que significa el 40% de la inversión total y mediante un crédito en el Banco Nacional de Fomento.

4.4.5. TALENTO HUMANO

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

Cuadro 35 Talento Humano

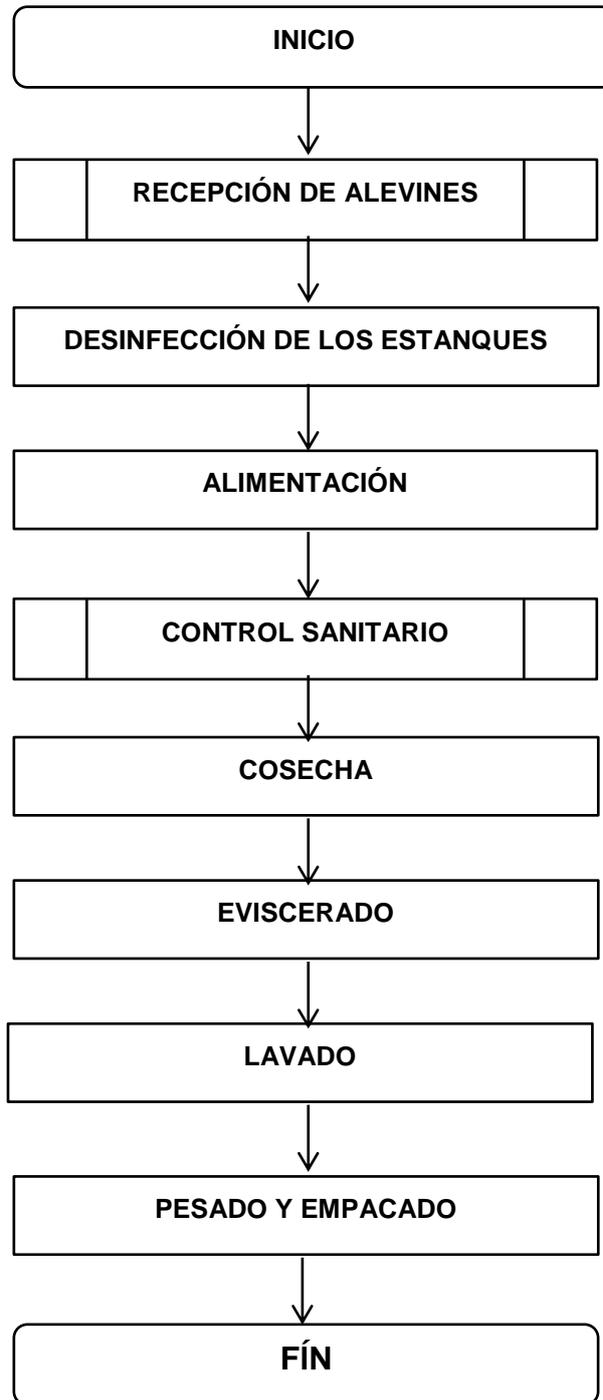
Nombre del cargo	Cantidad	Salario
Gerente general	1	650,00
Contadora	1	520,00
Vendedor	1	480,00
Jefe de producción	1	459,00
Operarios	1	360,00
TOTAL	5	2.469,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

4.4.6. DIAGRAMA DE BLOQUE

El diagrama de bloque es un instrumento por medio del cual, se da a conocer en forma general los pasos que se realizan en la microempresa productora y comercializadora de truchas.

Gráfico 16 Diagrama de Bloques de la Producción de Truchas



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

1. Descripción de los Subprocesos

- **Recepción de alevines**

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

- **Desinfección de los estanques**

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

- **Alimentación**

En el proceso de alimentación se colocarán los alevines en las piscinas de engorde con la finalidad de proporcionar el alimento adecuado en las dosificaciones técnicas y en los momentos oportunos. El alimento debe cubrir las necesidades de los peces para su desarrollo y crecimiento. La siguiente tabla es la recomendada para el alimento necesario de 50.000 truchas.

Cuadro 36 Alimentación

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

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

- **Control Sanitario**

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

- **Cosecha**

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

- **Recepción del producto – eviscerado**

Se procederá a eviscerados realizando un corte longitudinal en el abdomen del pez para retirar las vísceras y agallas utilizando cuchillos de preferencia curvos o evisceradores.

- **Lavado**

Mediante un chorro de agua se procede al lavado para eliminar cualquier impureza y residuos de escamas o sangre.

- **Pesado y Empacado**

Se procede a pesar la trucha para su posterior empaque, hay que en el descamado y desviscerado se pierde alrededor de 15% del pez. El empackado se lo hará en fundas de 250 gramos y de esta forma esta lista para su despacho.

- **Determinación de puntos de muestreo y control de calidad de agua**

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

Tabla de parámetros óptimos de calidad de agua

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

Cuadro 37 Tabla de parámetros óptimos de la calidad del agua

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

Fuente: MAGAP Buenas Prácticas para el cultivo de truchas 2002 pág. 51
Elaborado por: Las Autoras

- **Criterio para el uso de alimentos**

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

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

- **Identificación y descripción de los impactos potenciales**

Para la conservación del medio ambiente y la protección del mismo la Constitución de la República del Ecuador aplicó el siguiente artículo

Art. 86.- El Ecuador protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

Se declararán de interés público y se regularán conforme a la ley:

1. La preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genérico del país.

2. La preservación de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos

naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas.

3. El establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas, que garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios ecológicos, de conformidad con los convenios y tratados internacionales.

- **Medidas de mitigación**

La empresa deberá practicar las siguientes medidas de mitigación.

- Mantener la fábrica limpia y los que desempeñan en la misma utilizar instrumentos y uniformes adecuados para la elaboración del producto, de tal manera que esta sea de calidad y cumpla con las normas que señalan en la normatividad sanitaria.
- Manejar correctamente los desechos que se producen en el proceso de desviscerado.
- No contaminar el agua con remedios químicos que puedan ser nocivos para el ambiente, para lo cual se realizara una eliminación adecuada de productos tóxicos.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

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

Cuadro 38 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
A. CORRIENTE			
1. Caja		P.CORRIENTE	
2. Bancos	12.000,00	14. Cuentas por Pagar	0,00
3. Cuentas por Cobrar	0,00	Total pasivo corriente	0,00
4. Inventario de materiales directos	0,00		
5. Inventario de productos en proceso	0,00		
6. Inventario de productos terminados	0,00		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	12.000,00		
A. FIJOS			
Terreno	4.500,00	Pasivo a Lardo Plazo	
Construcción civil	12.000,00	15. Préstamo	25.000,00
Equipo y herramienta de producción	1.150,00	TOTAL PASIVOS	25.000,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00		
Muebles y enseres administrativo	2.100,00		
Muebles y enseres de ventas	1.200,00		
Camión refrigerante	13.500,00		
Equipos de informática de producción	950,00		
Equipos de informática de administración	1.900,00		
Equipos de informática de ventas	950,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	51.450,00	PATRIMONIO	
A. DIFERIDOS		16. Capital Social	29.450,00
13. Gastos Pre operativos	3.000,00	17. Utilidad	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00	TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL DE ACTIVOS	54.450,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	54.450,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

5.2. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la empresa son de 58.333,33 dólares. Para el quinto año proforma los ingresos en un escenario optimista serán de 85.333,33 dólares.

Cuadro 39 Desglose de Ingresos año 1

Producto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Truchas (250 gr)	1 Kg	16.667	3,50	58.333,33
Total				58.333,33

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 40 Desglose de Ingresos año 2

Producto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Truchas (250 gr)	1 Kg	16.667	3,85	64.166,67
Total				64.166,67

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 41 Desglose de Ingresos año 3

Producto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Truchas (250 gr)	1 Kg	16.667	4,24	70.666,67
Total				70.666,67

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 42 Desglose de Ingresos año 4

Producto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Truchas (250 gr)	1 Kg	16.667	4,66	77.666,67
Total				77.666,67

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 43 Desglose de Ingresos año 5

Producto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Truchas (250 gr)	1 Kg	16.667	5,12	85.333,33
Total				85.333,33

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 44 Ingresos Proforma

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos proyectados	58.333,33	64.166,67	70666,67	77.666,67	85.333,33
TOTAL	58.333,33	64.166,67	70666,67	77.666,67	85.333,33

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

5.3. DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

Para la proyección de los costos e ingresos se utilizó la tasa de inflación actual según el Banco Central del Ecuador es del 4.16% año 2012

5.3.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Costos de Producción Proforma

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Materiales directos	35.000,00	36.456,00	37.972,57	39.552,23	41.197,60
Personal operativo	5564,88	6171,36	6428,08	6695,49	6974,02
TOTAL					48.171,62

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Detalle de materiales directos

Cuadro 45 Materiales Directos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
Alevines	U	50.000	0,13	6.500,00
Alimento	Qq	1.000	28,50	28.500,00
COSTO TOTAL ANUAL				35.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 46 Proyección de Materiales Directos

CONCEPTO	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Materiales Directos	35.000,00	36.456,00	37.972,57	39.552,23	41.197,60
COSTO TOTAL ANUAL	35.000,00	36.456,00	37.972,57	39.552,23	41.197,60

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las autoras

Mano de obra directa año 1

Cuadro 47 Mano de Obra Directa Año 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
Operario	360,00	30,00	30,00	43,74	463,74	5564,88
TOTAL						5564,88

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Mano de obra directa año 2

Cuadro 48 Mano de Obra Directa Año 2

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
Operario	374,98	31,25	31,25	45,56	31,25	514,28	6171,36
TOTAL							6171,36

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Mano de obra directa año 3

Cuadro 49 Mano de Obra Directa Año 3

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
Operario	390,58	32,55	32,55	47,45	32,55	535,67	6428,08
TOTAL							6428,08

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Mano de obra directa año 4

Cuadro 50 Mano de Obra Directa Año 4

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
Operario	406,82	33,90	33,90	49,43	33,90	557,96	6695,49
TOTAL							6695,49

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

Mano de obra directa año 5

Cuadro N°52

Mano de Obra Directa Año 5

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
Operario	423,75	35,31	35,31	51,49	35,31	581,17	6974,02
TOTAL							6974,02

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

1. COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

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

Presupuesto de Costos Indirectos de Producción

Cuadro 51 Materiales Indirectos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
EMPAQUE (FUNDAS PLÁSTICAS)	Unidad	2.500,00	0,05	125,00
EMPAQUE (FUNDAS) POLIETILENO	Unidad	2.500,00	0,1	250,00
COSTO TOTAL ANUAL				375,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

5.4. GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito de 25.000 dólares obtenidos a través del Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 12% y a un plazo de 5 años. Dándonos como resultado lo siguiente:

Cuadro 52 Amortización

Tabla De Amortización

Deuda	25.000,00	Pagos mensuales		60
Tasa	0,120			
Tiempo	5			
N	VP	INTERÉS	SALDO PAGAR	SALDO X PAGAR
0				25.000,00
1	903,32	750,00	153,32	24.846,68
2	903,32	745,40	157,92	24.688,75
3	903,32	740,66	162,66	24.526,09
4	903,32	735,78	167,54	24.358,55
5	903,32	730,76	172,57	24.185,98
6	903,32	725,58	177,74	24.008,24
7	903,32	720,25	183,08	23.825,16
8	903,32	714,75	188,57	23.636,59
9	903,32	709,10	194,23	23.442,37
10	903,32	703,27	200,05	23.242,31
11	903,32	697,27	206,05	23.036,26
12	903,32	691,09	212,24	22.824,02
13	903,32	684,72	218,60	22.605,42
14	903,32	678,16	225,16	22.380,26
15	903,32	671,41	231,92	22.148,34
16	903,32	664,45	238,87	21.909,47
17	903,32	657,28	246,04	21.663,43
18	903,32	649,90	253,42	21.410,01
19	903,32	642,30	261,02	21.148,98
20	903,32	634,47	268,85	20.880,13
21	903,32	626,40	276,92	20.603,21
22	903,32	618,10	285,23	20.317,98
23	903,32	609,54	293,78	20.024,20
24	903,32	600,73	302,60	19.721,60
25	903,32	591,65	311,68	19.409,92
26	903,32	582,30	321,03	19.088,89
27	903,32	572,67	330,66	18.758,24
28	903,32	562,75	340,58	18.417,66
29	903,32	552,53	350,79	18.066,87
30	903,32	542,01	361,32	17.705,55
31	903,32	531,17	372,16	17.333,39
32	903,32	520,00	383,32	16.950,07
33	903,32	508,50	394,82	16.555,25

34	903,32	496,66	406,67	16.148,58
35	903,32	484,46	418,87	15.729,71
36	903,32	471,89	431,43	15.298,28
37	903,32	458,95	444,38	14.853,91
38	903,32	445,62	457,71	14.396,20
39	903,32	431,89	471,44	13.924,76
40	903,32	417,74	485,58	13.439,18
41	903,32	403,18	500,15	12.939,03
42	903,32	388,17	515,15	12.423,88
43	903,32	372,72	530,61	11.893,27
44	903,32	356,80	546,53	11.346,74
45	903,32	340,40	562,92	10.783,82
46	903,32	323,51	579,81	10.204,01
47	903,32	306,12	597,20	9.606,81
48	903,32	288,20	615,12	8.991,69
49	903,32	269,75	633,57	8.358,12
50	903,32	250,74	652,58	7.705,54
51	903,32	231,17	672,16	7.033,38
52	903,32	211,00	692,32	6.341,06
53	903,32	190,23	713,09	5.627,96
54	903,32	168,84	734,49	4.893,48
55	903,32	146,80	756,52	4.136,96
56	903,32	124,11	779,22	3.357,74
57	903,32	100,73	802,59	2.555,15
58	903,32	76,65	826,67	1.728,48
59	903,32	51,85	851,47	877,01
60	903,32	26,31	877,01	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 53 Depreciación – Amortización

CONCEPTO ACTIVO	COSTO	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	
Construcción civil	50.000,00	0,03	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	12.750,00
Equipo y herramienta de producción	1.150,00	0,10	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	575,00
Muebles y enseres de producción	1.200,00	0,10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Muebles y enseres administrativo	2.100,00	0,10	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	1.050,00
Muebles y enseres de ventas	1.200,00	0,10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Camión refrigerante	25.000,00	0,20	2700,00	2700,00	2700,00	2700,00	2700,00	0,00
Equipos de informática de producción	950,00	0,33	313,50	313,50	313,50	9,50	0,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	0,33	627,00	627,00	627,00	19,00	0,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	0,33	313,50	313,50	313,50	9,50	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	84.450,00			4969,00	4969,00	3753,00	3715,00	15575,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las autoras

Cuadro 54 Amortización de Activos Pre operativos

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

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 55 Estado de Resultados

CONCEPTO	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
INGRESOS	105.000,00	110.009,00	115.256,00	120.754,00	126.514,00
- COSTOS (MP+MOD+CIF)	40.939,88	43.039,86	44.854,40	46.746,85	48.720,66
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	64.060,12	66.969,14	70.401,60	74.007,16	77.793,34
- GASTOS ADM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
. GASTOS DE VENTAS	5.564,88	6.171,36	6.428,08	6.695,49	6.974,02
- GASTOS FINANCIEROS	3.892,42	4.380,90	4.930,80	5.549,65	6.246,18
- DEPRECIACIONES	4.969,00	4.969,00	4.969,00	3.753,00	3.715,00
= UTILIDAD DE OPERACIÓN	49.633,82	51.447,88	54.073,72	58.009,02	60.858,14
- 15% DE PART. TRAB.	7.445,07	7.717,18	8.111,06	8.701,35	9.128,72
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.188,75	43.730,70	45.962,66	49.307,66	51.729,42
- 23% IMPUESTO A LA RENTA	9.703,41	10.058,06	10.571,41	11.340,76	11.897,77
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	32.485,34	33.672,64	35.391,25	37.966,90	39.831,65

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Como se puede observar en el cuadro el proyecto es rentable en términos financieros y su real comportamiento dependerá de implementar una adecuada administración y de calidad del servicio, esto permitirá asegurar un nivel de rentabilidad óptima que recupere las inversiones iniciales que justifique el riesgo incurrido.

5.5. FLUJO DE CAJA

Es el resumen del comportamiento financiero de la organización, que muestra de donde se forma el efectivo o los fondos y en que se aplicaron.

Cuadro 56 Flujo de Caja

Concepto	0	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ingresos operacionales						
Ingresos por ventas		105.000,00	110.009,00	115.256,00	120.754,00	126.514,00
Capital social	29.450,00					12.440,25
Préstamo	25.000,00					
Valor de salvamento						18.670,70
Recuperación del capital de trabajo						12.000,00
(-) egresos						
Costos de ventas		40.939,88	43.039,86	44.854,40	11.146,85	48.720,66
Gastos de administración		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de venta		5.564,88	6.171,36	6.428,08	6.695,49	6.974,02
Gasto de financiamiento		3.892,42	4.380,90	4.930,80	549,65	6.246,18
Amortización de diferidos		523	523	523	523	523
Total costos operativos		50.920,18	54.115,12	56.736,28	18.914,99	62.463,86
Utilidad antes de participaciones		54.079,82	55.893,88	58.519,72	101.839,02	64.050,14
Participación 15% trabajadores		8111,97	8384,08	8777,96	15275,85	9607,52
Utilidad antes de impuesto a la renta		45.967,85	47.509,80	49.741,76	86.563,16	54.442,62
Impuesto a la renta 23%		10572,60	10927,25	11440,61	19909,53	12521,80
Utilidad neta		35.395,24	36.582,54	38.301,16	40.080,94	41.920,82
(+) Depreciaciones y amortizaciones		5.492,00	5.492,00	5.492,00	4.276,00	4.238,00
(+) Pago préstamo		3.892,42	4.380,95	4.930,80	5.549,65	6.246,18
Flujo neto de caja		44.779,66	46.455,49	48.723,95	49.906,59	52.405,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)

El costo de capital del proyecto consideró, la inversión total y sus fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa promedio anual de inflación del año 2013 que es el 4,28%, la tasa activa del 10% y la tasa pasiva del 5%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro 57 Costo de Oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio	12.000	32,43	5	162,15
Capital Financiado BNF	25.000	67,57	10	675,7
Total	37.000	100	15	837,85

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: Las Autoras

$$CK = 837,85/100 = 8,38\%$$

$$Td = 8,38 + 4,28 = 12,66\%$$

El costo de oportunidad (CK) o la tasa de descuento del proyecto es de 12,66%

5.6.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

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

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

Dónde:

FCN=Flujo de Caja Neto Proyectado

i=Tasa de redescuento (12,66%)

n= Tiempo de Proyección (10 años)

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

$$VAN = -3.700 + \frac{16993}{(1+0,1266)^1} + \frac{12194}{(1+0,1266)^2} + \frac{14289}{(1+0,1266)^3} + \frac{13113}{(1+0,1266)^4} + \frac{31382}{(1+0,1266)^5}$$

$$VAN = -37.000 + 43.566,94$$

$$VAN = 6.566,94$$

El valor presente neto del proyecto a una tasa de interés de 12,66% anual en términos constantes y en adición genera una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 6.566,94 por lo que justifica la inversión del proyecto desde este punto de vista financiero.

5.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

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

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

El cálculo de la TIR será igual a:

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

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

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

TIR=14,89%

La TIR del proyecto es del 14,89%. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de 54450 y genera una rentabilidad anual del 14,89% que supera al costo de oportunidad (CK=12,66%) en 2,23%.

5.6.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para determinar el período de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de redescuento del 12,66% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(12,66\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro 58 Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
	54.450			4 años 8 meses y 24 días
2013		16.993	15.002,67	
2014		12.194	9.594,43	
2015		14.289	9.144,37	
2016		13.113	8.512,81	
2017		31.382	17.367,3	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

5.7. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación Beneficio Costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 12,66% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Efectivo Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$RB/C = \frac{\sum FNE_{12,66\%}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$RB/C = \frac{59.531}{54450} = 1,093$$

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1,09 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 1,09 por cada dólar invertido.

5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima económica que tendrá la empresa en los cinco años proyectados.

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

V= Ventas

Cuadro 59 Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ingreso por Ventas	105.000	110.009	11.5256	12.0754	126.514
Costos Totales	88.072	94.096	97.692	10.0263	104.353
Costos Variables	59.103	62.514	65.310	67.935	71.134
Costos Fijos	28.969	31.582	32.382	32.328	33.220
Punto de Equilibrio \$	66.273	73.150	74.724	73.909	75.889

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado: Las Autoras

$$YPE = \left(\frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS}} \right)$$

$$YPE = \left(\frac{28969}{1 - \frac{59103}{105000}} \right)$$

YEP= 66.273,00

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. LA EMPRESA

6.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre escogido para identificar a la empresa y que cumple con los requisitos legales para esta especie de compañía es “**Truchas Nuestra Señora de la Paz**”

Gráfico 17 Logotipo Institucional



Fuente: Internet

Elaborado por: Las Autoras.

6.1.2. TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN

Tipo de Empresa.

La microempresa productora y comercializadora de truchas en la parroquia La Paz, en este punto se desarrolla los aspectos fundamentales

para la formación del ente jurídico y la celebración de la escritura o estatuto de constitución:

1. Ente Jurídico.- Se constituirá como Compañía de responsabilidad Limitada
2. Obligación Social.- los dueños responderán individualmente hasta por el monto del capital de la empresa.
3. Desarrollo de las actividades.- Las actividades de producción y comercialización de truchas evisceradas y congeladas, se realizara bajo el nombre de truchas "Nuestra Señora de la Paz"
4. Objetivo Social.- Producir comercializar truchas evisceradas y congeladas para el consumo humano.
5. Capital.- El aporte del capital inicial de cada interviniente será de 6000 y un crédito por 25.000 dólares, otorgado por el Banco Nacional de Fomento a 5 años con una tasa de interés del 12 % anual.
6. Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 20 años.
7. Domicilio.- El domicilio será en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi.
8. Fondo de Reserva.- Se creara un fondo de reserva de hasta 20% del capital social.
9. La creación de la empresa se realizara por medio de una escritura pública o Estatuto, en el cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la Ley.
10. Esta escritura será otorgada por el dueño del terreno para la creación de la Microempresa Productora y comercializadora de truchas en la parroquia la Paz para su aprobación e inscripción en el registro mercantil de dicho domicilio.
11. Dicha escritura se publicara en un periódico del Cantón Tulcán;
 - a) Requisitos para la conformación y permisos de Funcionamiento.

Los requisitos para su funcionamiento son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Patente Municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- Formulario de declaración de Patentes.
- Formulario para la Categorización.

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

- Comparecientes
- Determinación del objetivo o fines
- Domicilio
- Plazo o Vigencia.
- Seguridad del aporte económico.
- Administración.
- Remuneraciones.
- Ganancia o pérdida.
- Reserva legal.
- Fiscalización.
- Terminación de actividades.

Para la obtención del permiso de la patente Municipal de funcionamiento anual y los impuestos respectivos que correspondan se acudirá al departamento de Planificación del cantón Montúfar.

En lo relacionado al Servicio de Rentas Internas, el requisito es obtener el RUC y la autorización para la emisión de las facturas, como las declaraciones mensuales del impuesto al Valor Agregado (IVA), y anualmente realizar la declaración del Impuesto a la Renta.

En el Cuerpo de Bomberos de San Gabriel se solicitara el respectivo permiso de funcionamiento cumpliendo con los requisitos exigidos por este cuerpo.

6.1.3. REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO.

1. REGISTRO DE LA EMPRESA EN EL SRI

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

2. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO (PATENTE MUNICIPAL)

Este permiso se obtendrá en el Municipio de Montúfar, si el propietario de la microempresa cuenta con algún título calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, no deberá cancelar ningún costo, si no cuenta con este requisito deberá pagar de acuerdo capital de la microempresa. Los requisitos para realizar este trámite son:

- Registro del SRI
- Cédula y papeleta de votación.
- Título de artesano calificado en caso de tenerlo.
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.

3. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

El permiso se obtendrá en las oficinas de estación del Cuerpo de Bomberos de Montúfar, pagando un rubro de acuerdo al capital de la microempresa.

Los requisitos para este trámite son:

- Título del Artesano Calificado en caso de tenerlo.
- Declaración fundamentada del capital de la microempresa

- Patente Municipal
- Registro en el SRI (RUC)
- Cedula y papeleta de votación.

6.2. FILOSOFÍA EMPRESARIAL.

6.2.1. MISIÓN.

Truchas Nuestra Señora de la Paz es una empresa privada, dedicada a la producción y comercialización de truchas arcoíris, actúa con conciencia social, laboral cultural y ecológica, proporciona un producto de calidad a sus clientes basándose en un hábito de consumo sano y nutritivo.

6.2.2. VISIÓN

Truchas Nuestra Señora de La Paz en los próximos 5 años será una microempresa líder a nivel regional, en la producción y comercialización de truchas arcoíris, ofertando al mercado un producto de calidad manteniendo buenas prácticas psicológicas, aportando al desarrollo económico y productivo tanto parroquial como cantonal.

6.2.3. PRINCIPIOS Y VALORES

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL.**-Asumimos el compromiso del servicio social y cultural que ayuden al desarrollo y reconocimiento de la Parroquia y del Cantón.
- **EQUIDAD SOCIAL.**- Brindamos un trato igualitario a los trabajadores que formen parte de nuestra microempresa y a la sociedad en general
- **TRANSPARENCIA.**- Daremos fiel cumplimiento a las normas legales vigentes sin poner en riesgo la transparencia de la microempresa y de los colaboradores.

- **RESPECTO.-** Daremos el respeto o reconocimiento en consideración de que alguien o incluso algo tiene un valor por sí mismo y que se merece un trato justo
- **TRABAJO EN EQUIPO.-** Apoyando toda iniciativa de mejora y trabajo mancomunado

6.2.4. POLÍTICAS

La empresa tendrá las siguientes políticas

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

6.3. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La estructura organizativa de la empresa está diseñada para el logro de los objetivos y metas previstas y cumplir con las proyecciones económicas

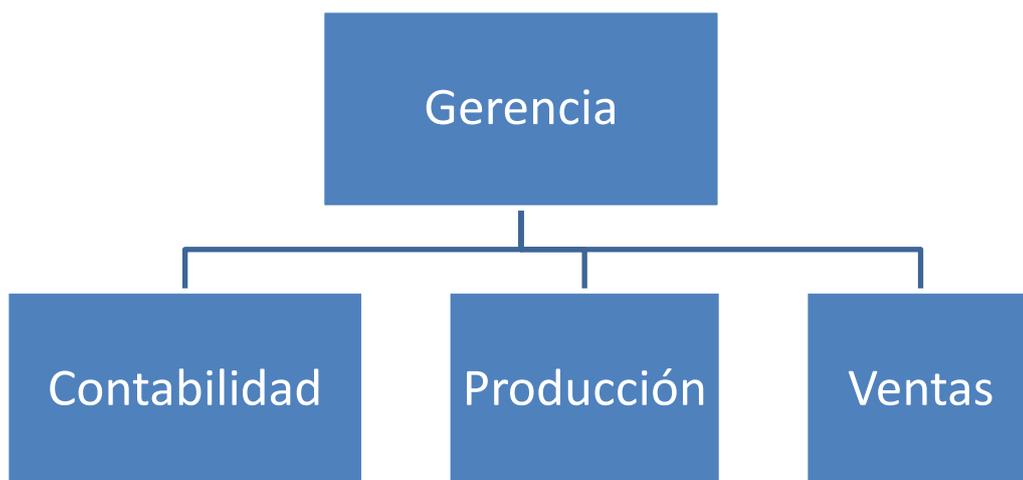
que se espera de su funcionamiento, así como también lograr la mayor rentabilidad de las inversiones que se incurre en el proyecto

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

6.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La empresa adaptará la siguiente estructura organizacional

Gráfico 18 Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

6.4. NIVEL FUNCIONAL

Administración y representación Legal

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

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

GERENTE

FUNCIONES:

- a) Ser el representante legal de la empresa
- b) Comprar y enajenar bienes de operación
- c) Conocer la situación financiera de la empresa y aprobar el informe anual
- d) Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias al personal
- e) Comunicar a los empleados de los objetivos y valores de la organización.
- f) Dirigir a los empleados de la organización para el cumplimiento de los objetivos
- g) Dirigir la elaboración del Plan Estratégico y Operativo Anual
- h) Realizar una evaluación anual de los empleados para tomar medidas correctivas
- i) Diseñar las estrategias de comercialización y marketing
- j) Controlar el desempeño de cada trabajador
- k) Manejar efectivamente y con mesura los recursos
- l) Hacer cumplir con todas las disposiciones legales y tributarias a las que esté sujeta la empresa

PERFIL:

Edad de 30 a 35 años

Sexo indistinto

Estado civil casado

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia en las actividades del puesto.

CONTADOR

FUNCIONES:

- a) Responsable de ingresar las facturas al sistema informático y emitir las retenciones de cada factura.
- b) Responsable de mantener al día las declaraciones mensuales y anuales al SRI, IESS e inspectoría del trabajo.
- c) Responsable de ingresar las facturas al sistema informático y emitir las retenciones de cada factura.

PERFIL DEL CONTADOR

- Estudios de tercer nivel en carrera de contabilidad y auditoria
- Edad entre los 20 y 35 años
- Conocimiento de sistemas contables
- Experiencia mínima 1 año
- Buena presencia
- Responsabilidad
- Compromiso

PERSONAL OPERATIVO

FUNCIONES:

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

Perfil:

- Mayor de edad
- Conocimiento sobre la crianza de truchas
- Estado civil indistinto
- Estudios de tercer nivel en carreras afines con la acuicultura
- Compromiso y Responsabilidad
- Compañerismo

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

A continuación se presenta un análisis valorizado de los impactos que en diferentes áreas o ámbitos generará el presente proyecto. Para realizar técnicamente el mencionado análisis se utiliza la siguiente metodología:

- a) Determinación de las áreas en las cuales se realizará el análisis de impactos siendo las siguientes: social, cultural, educativo y económico.
- b) Valorización de los niveles de impacto basado en el siguiente cuadro:

Cuadro 60 Niveles de Impacto

3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Elaborado por: Las Autoras

- c) Diseño de una matriz por cada área, ubicando en el eje horizontal el nivel de impacto de acuerdo al cuadro antes establecido y en el eje vertical se establece la serie de indicadores por área.
- d) A cada indicador se le asigna un nivel de impacto, para realizar luego la sumatoria de estos niveles, este valor se divide para el número de indicadores en cada área, logrando establecer el nivel de impacto en el área respectiva.

e) Se analiza los resultados de cada matriz (cuadro) mencionando los argumentos, causas y circunstancias del porqué se determinó el nivel de impacto de cada uno de los indicadores.

7.1. IMPACTO SOCIAL

Cuadro 61 Impacto Social

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

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\text{Sumatoria de nivel de impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

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

$$\text{Nivel de Impacto Social} = 3 \text{ Impacto Positivo Alto}$$

- a) **Generación de Empleo:** Como se denota que el impacto de esto es positivo, se interpreta que el proyecto ayudara a generar nuevas fuentes de empleo y así aportar al crecimiento económico de la población.
- b) **Estabilidad Laboral:** La estabilidad laboral depende del crecimiento de la microempresa y de los administradores, para así garantizar estabilidad a los trabajadores y mejorar su calidad de vida.
- c) **Mejoramiento de la calidad de vida:** La implementación de este proyecto garantizara el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la parroquia, ya que tendrán mayor acceso a fuentes de empleo y la parroquia crecerá y será conocida por turistas locales y nacionales.

- d) **La puesta en práctica del proyecto:** Implica una gran contribución social y la generación de empleos en una pequeña parte de la sociedad carchense, además se busca optimizar todos los recursos, así como también establecer medios que eviten causar molestias a las personas que habitan en las partes aledañas al lugar, dando como resultado ofrecer a los clientes productos de excelente calidad.

7.2. IMPACTO CULTURAL

Cuadro 62 Impacto Cultural

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Implementación del criadero							3	3
Mejor manejo de recursos						2		2
Estabilidad Laboral							3	3
Influencia Cultural						2		2
TOTAL						6	4	10

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Cultural} = \frac{\text{Sumatoria de nivel de impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Cultural} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto Cultural} = 2,5 \text{ Impacto Positivo Medio}$$

- a) **Implementación del criadero:** Un gran beneficio que se logrará con la ejecución del proyecto es establecer un criadero de truchas, mismo que es de carácter productivo en la zona, toda la capacidad productiva del sector se la maneja de manera empírica y sin considerar las ventajas que tiene la organización y el eficiente manejo de recursos disponibles.
- b) **Mejor manejo de recursos:** Este proyecto permitirá utilizar mejor los recursos naturales y aprovecharlos para mejorar la calidad de vida de cada uno de los habitantes.
- c) **Influencia cultural:** Este proyecto incentivará a las personas a emprender en la creación de microempresas o criaderos productores de trucha, que permita ofrecer estabilidad laboral, rentabilidad y mejores

ingresos para los que formen parte de las mismas. También se busca armonizar las relaciones entre los participantes con actividades en conjunto que logren resultados con beneficios comunes.

7.3. IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro 63 Impacto Educativo

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contribución académica de la UTN							3	3
Generación de conocimientos técnicos							3	3
Generación de conocimientos prácticos						2		2
TOTAL						2	6	8

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{\text{Sumatoria de nivel de impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = 2,66 \text{ Impacto Positivo Medio}$$

a) **Contribución Académica de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE:**

La cesión del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte proporcionará a las futuras generaciones de estudiantes una útil herramienta de consulta y estudio en materiales tales como administración y finanzas

b) **Generación de conocimientos técnicos:**

Dará una base teórica y práctica sobre el cultivo y comercialización de la trucha, alimento muy apreciado en la zona y con un buen mercado potencial de acuerdo al estudio realizado; desde otra perspectiva, las personas residentes de la zona que participen en la ejecución del proyecto.

c) **Generación de conocimientos prácticos:**

Se lograrán aprender un nuevo oficio diversificando así su campo de conocimientos y por lo tanto mejorando sus expectativas laborales en el mediano plazo.

7.4. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro 64 Impacto Económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar oferta laboral en la zona							3	3
Disminución de la migración						2		2
Incremento de ingresos de la zona						2		2
TOTAL						4	3	7

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\text{Sumatoria de nivel de impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{7}{3}$$

Nivel de Impacto Económico = 2,33 Impacto Positivo Medio

- a) **Mejorar la oferta laboral en la zona:** El proyecto tiene la expectativa de mejorar la venta de truchas de los productores del cantón, desde este punto de vista el proyecto cumple a cabalidad ya que se logrará aplicar el mercado de este producto en la provincia permitiendo más fácilmente, en mejores condiciones de conservación y a precios más competitivos
- b) **Disminución de la migración:** Un efecto de lo anterior es que se requerirá más mano de obra, calificada o no, lo que limitará la migración permitiendo a los colaboradores del negocio proporcionar a sus familias una expectativa de vida más estable.
- c) **Incremento de ingresos en la zona:** Los ingresos en la zona aumentaran ya que el proyecto aportara a la economía de los habitantes e incrementará sus ingresos brindando una apertura en el conocimiento de la zona.

7.5. IMPACTO GENERAL

Cuadro 65 Impacto General

INDICADORES	-3	-2	1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Social							3	3
Impacto Cultural						2,5		2,5
Impacto Educativo						2,66		2,66
Impacto Económico						2,33		2,33
TOTAL						7,49	3	10,49

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\text{Sumatoria de nivel de impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{10,49}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = 2,63 \text{ Impacto Positivo Medio}$$

- a) Al realizar el análisis de la matriz general se obtiene como resultado que el nivel de impacto es de 2,63, lo que se considera como un Impacto Positivo Medio.

- b) Las personas que emprenden en las microempresas crean condiciones óptimas para mejorar la acción privada y buscar las mejores soluciones a los problemas que generan las actividades cotidianas, presentando dinamismo, cultura y la máxima responsabilidad. Con el ofrecimiento de honradez se engrandece el interés de la sociedad, lo cual motiva a mejorar a todo individuo e impulsa al cumplimiento de los deberes y obligaciones antes los demás, enfocados en el mejoramiento de la calidad de vida lo cual encamina al desarrollo de los pueblos dejando de lado los desequilibrios sociales declinando la actitud negativa de muy pocos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Del diagnóstico situacional se determina que la parroquia La Paz se encuentra en un lugar adecuado, para la creación de la microempresa productora y comercializadora de truchas, ya que posee la suficiente fuente proveniente del río Apaquí que cruza por el sector de La Paz, además cuenta con los canales de accesibilidad necesarios para la implementación del proyecto.

De los resultados del diagnóstico en relación a las opciones de preferencia que tienen los consumidores, se establece que existe una aceptación óptima para el consumo de la trucha, debido a su alto contenido de fosforo y proteínas, además de ser un producto de calidad.

Del estudio de Mercado, se establece que la trucha arcoíris generalmente tiene la aceptación para comercializarla en fresco con vísceras, pero también existe la aceptación para hacerlo de manera congelado presentado en una bandeja cubierta de polietileno. Del análisis de oferta Histórica de truchas arcoíris se establece que la oferta tiene un crecimiento promedio del 10% en los 5 últimos años, en lo que es la demanda se tiene que incrementar de igual manera con un 10%. De las encuestas aplicadas a la población del Cantón Montúfar se determina una oferta actual de 93456 truchas en unidades para el año 2013. La demanda que tiene la población es aproximadamente de 91440 truchas para el año 2013. La demanda insatisfecha es de 2016 truchas. El proyecto tiene la capacidad de captar el 24.80% de esta demanda insatisfecha que significa producir 50.000 truchas al año.

En el estudio técnico e ingeniería se determina que la localización de la empresa de producción y comercialización de truchas arcoíris en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi. El área requerida

para la implantación de la empresa es de 500 m² que comprenden las áreas de producción y comercialización.

En la estructura organizativa se diseñó el organigrama estructural de la empresa, se determinó la filosofía empresarial de tal forma que se articule el óptimo funcionamiento de la empresa.

Del análisis de impactos se determina que la empresa de producción y comercialización de truchas tiene impactos positivos con una valoración medio positivo.

RECOMENDACIONES

Aprovechar el recurso hídrico del río Apaquí que esta adjunto a la parroquia de La Paz, para implementar esta actividad productiva psicológica de producción y comercialización de truchas arcoíris, y de esta forma aprovechar la disponibilidad del agua que tiene las condiciones apropiadas para el desarrollo del proyecto.

La trucha arcoíris deberá cumplir con los criterios de calidad y seguridad alimentaria, para que se promueva su consumo en los diferentes lugares aledaños del cantón

Aportar para el desarrollo tanto productivo como económico de la parroquia y del cantón, mejorando así el estilo de vida de los habitantes, y aprovechando la riqueza del lugar para llevar a cabo dicho proyecto, pasando a ofrecer productos frescos y congelados, que garantizan la calidad y los buenos procesos aplicados.

Para que la empresa de producción y comercialización de trucha logre acceder al mercado meta del proyecto se deberá aplicar un plan de marketing propuesto y de esta manera lograr un posicionamiento en el mercado meta propuesto y de segunda instancia en otros segmentos de mercado tanto en Imbabura como en toda la región norte.

Se debe aplicar una estructura organizacional que ayude a definir con claridad cada proceso y funciones que le corresponde a cada empleado. La empresa deberá fundamentarse en los procesos administrativos más adecuados, para de esta manera lograr un buen desarrollo de todas las actividades que dentro de ella se realicen.

Se debe analizar cada impacto para que el, proyecto no perjudique de ninguna manera a los diferentes sectores de la parroquia como también a la naturaleza.

BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ BERNARD JR .(1974), “*Contabilidad de Costos*”, págs. 196,197
- ✓ BARRERO Luis.(2004),“*Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos*”, ,págs.98,99Primera Edición, Quito
- ✓ BACA Urbina Gabriel, “*Evaluación de Proyectos*”, págs. 204, 205,206.
- ✓ CALDAS, Marco, “*Preparación y Evaluación de Proyectos*”, Ecuador, 1995
- ✓ AECl (Agencia Española de Cooperación Internacional) “*Crianza de Truchas*”
- ✓ Jaulas” – Manual de Capacitación.
- ✓ BLANCO CACHAFEIRO Carmen “ *La Trucha Cría Industrial*”
- ✓ INSTITUTO TECNOLÓGICO PISCICOLA EL INGENIO “*Manual de Crianza de truchas en ambientes controlados*”
- ✓ LÍAN E. RONDA “*Tratado de piscicultura*”
- ✓ MINISTERIO DE PESQUERIA - Oficina de Cooperación Técnica y Económica
- ✓ “*Crianza de Truchas - Manual Básico* “.
- ✓ MINISTERIO DE PESQUERIA – Dirección Regional de Pesquería Tacna
- ✓ “*Capacitación en Manejo, Conservación cultivo, procesamiento y comercialización de trucha*”
- ✓ “*PROGRAMA ANDINO DE TECNOLOGÍA Y DESARROLLO HUMANO*”
- ✓ “*Truchicultura – Certificación y Manejo*”.
- ✓ PROMPEX , Universidad del Pacífico “*Exportando Trucha Arco Iris*” – *Vista rápida al mercado Unión Europeo*”.

LINKOGRAFÍA:

- <http://www.sica.gov.ec/>
- <http://www.cna-ecuador.com>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

**ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CONSUMIDORES DE TRUCHAS
EN LA PARROQUIA LA PAZ**

OBJETIVO: Recabar información con la finalidad de realizar un
“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa
productora y comercializadora de truchas en la parroquia La Paz,
cantón Montúfar, provincia del Carchi”

INTRUCCIONES:

- **Sírvase contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónimo.**
- **Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar**
- **Marque una sola X dentro del cuadro según corresponda su respuesta.**

Sexo----- Edad----- Ocupación-----

CUESTIONARIO:

1. ¿Consume usted carne de trucha?

SI

NO

Si su respuesta es sí siga con la pregunta 2 caso contrario, muchas gracias.

2.-¿Dónde adquiere usted la trucha? (Señale una sola respuesta)

Supermercados

Mercados o Ferias

Frigoríficos

Vendedores ambulantes

3.- ¿Cuántas veces al mes estaría dispuesto a adquirir truchas?

una vez

Dos veces

Tres veces

De cuatro veces en adelante

4.- Cuando compra truchas, ¿qué cantidad usted adquiere?

1 Kg

2 Kg

3 Kg o más kilogramos

5.- Cuando usted adquiere truchas ¿cuál de los siguientes parámetros prefiere?

Marque solo dos opciones:

Frescura

Precio

Sabor

Marca

6.- ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de la trucha?

Marque una sola respuesta

Natural

Congelada

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el kg de trucha?

3.5 USD

3.75 USD

4.5 USD

4.80 USD

8.- ¿Cómo se informa usted de la oferta de truchas?

Radio

Prensa

Revista

Televisión

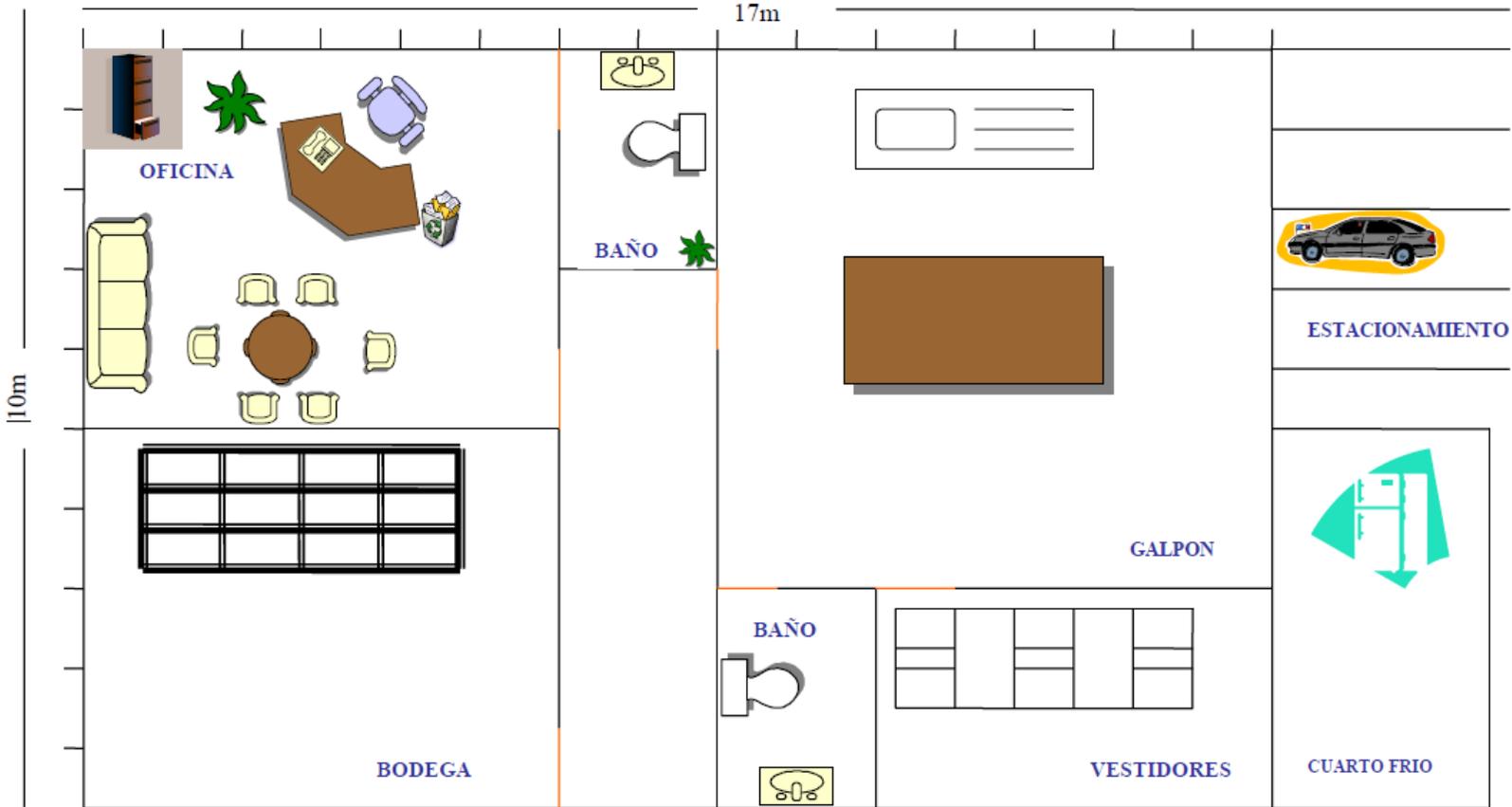
9.- ¿Le gustaría que dentro de la parroquia La Paz empiece a funcionar una microempresa productora y comercializadora de truchas?

SI
NO

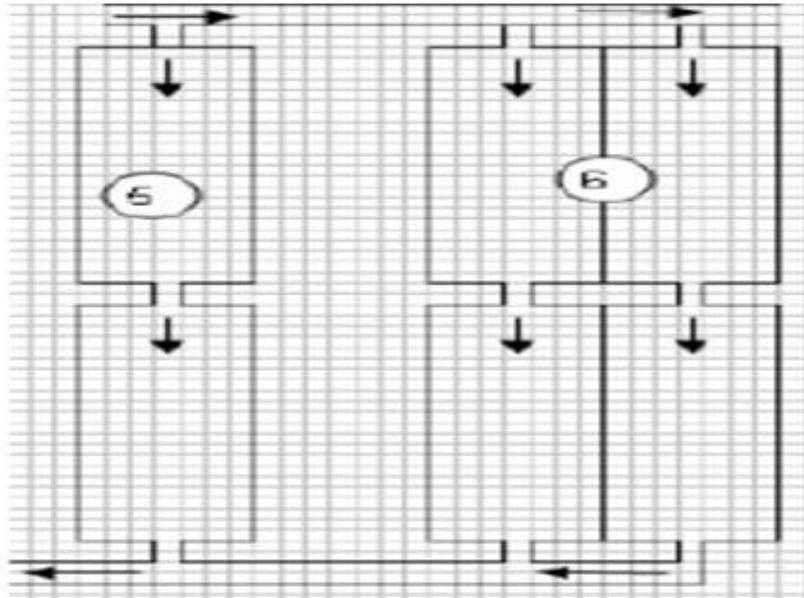
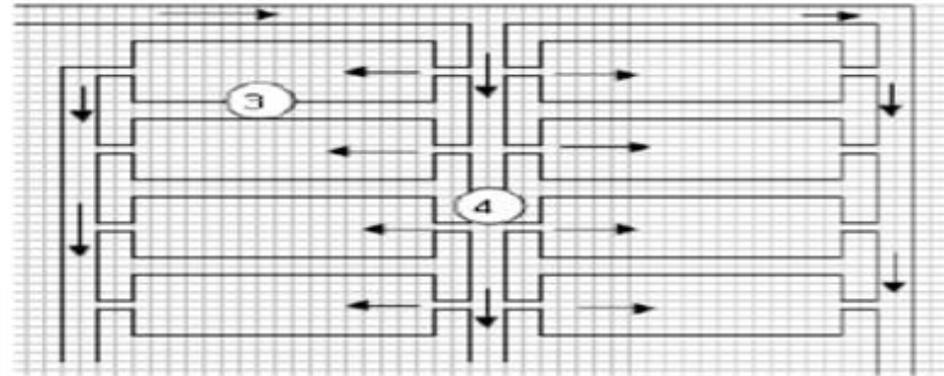
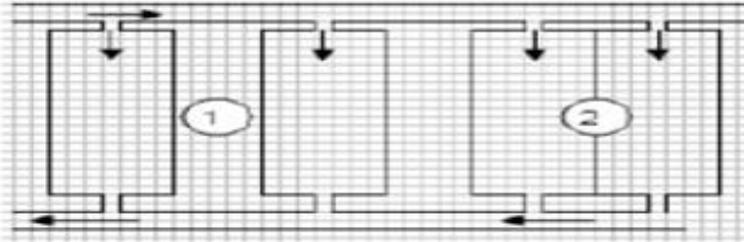
10.- ¿En qué horario le gustaría que sea la atención al cliente?

En la mañana
En la tarde
Las 24 h del día

DISEÑO ARQUITECTÓNICO



DISEÑO DE LAS PISCINAS



DECLARACIÓN

Nosotras Pozo Revelo Verónica P, y Rodríguez Morillo Magaly A, portadoras de la cédula de ciudadanía N° 0401666896 Y 0401540869 respectivamente, declaramos bajo juramento que el trabajo de grado aquí descrito es de nuestra total autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Pozo Revelo Verónica



Rodríguez Morillo Magaly



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

Nosotras, Pozo Revelo Verónica Patricia y Rodríguez Morillo Magaly Andrea con cédula de ciudadanía N° 0401666896, y 0401540869 respectivamente manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS COMERCIALES en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombres: Pozo Revelo Verónica P.
Cédula: 0401666896

Rodríguez Morillo Magaly A.
Cédula: 0401540869

Ibarra, a los 5 días del mes de Febrero de 2014

UNIVERSIDAD DEL NORTE CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de grado presentado por las estudiantes Pozo Verónica y Rodríguez Magaly, egresadas de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la escuela de Ingeniería Comercial, previo a la obtención del Título de Ingenieras Comerciales cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"

Considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Ing. Marcelo Cisneros
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DATOS DE CONTACTO:

TELÉFONO: 010 1660816 DIF: 1520919

DIRECCIÓN: P.O. BOX 20000

TELÉFONO: 010 1660816

DIRECCIÓN: P.O. BOX 20000

V



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULAS	DE	0401666896	0401540869
IDENTIDAD:			
APELLIDOS	Y	Pozo Revelo Verónica P	
NOMBRES:		Rodríguez Morillo Magaly A	
DIRECCIONES:		Plutarco Larrea Torres 2-59 Sucre y Bolívar 5-18 (Atuntaqui)	
EMAILS:		pozoverito@hotmail.com maguirodriguez_21@hotmail.com	
TELÉFONOS	062291087	TELÉFONOS	0988479193
FIJOS:		MÓVIL:	0994061972

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHAS EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"
AUTOR (ES):	Pozo Revelo Verónica P, Rodríguez Morillo Magaly A
FECHA: AAAAMMDD	2014-02-05
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Cisneros

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Pozo Revelo Verónica Patricia, con cédula de ciudadanía N° 0401666896, y 0401540869, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 5 días del mes de Febrero de 2014

LAS AUTORAS:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombres: Pozo Revelo Verónica P

C.C.: 0401666896

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

(Firma).....

Rodríguez Morillo Magaly A

0401540869

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____