

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

“Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta”

**AUTOR:**

Moreira Salvador, Xavier Andrés

**“TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE”**

**TUTOR:**

Ing. Frías Casco, Camilo Edgar, MBA

Guayaquil, Ecuador

2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **MOREIRA SALVADOR XAVIER ANDRÉS**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Frías Casco, Camilo Edgar, MBA**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**C.P.A Vélez Barros, Cecilia Isabel**

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **MOREIRA SALVADOR, XAVIER ÁNDRES**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **“Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta”** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**MOREIRA SALVADOR, XAVIER ÁNDRES**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **MOREIRA SALVADOR, XAVIER ANDRÉS**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **“Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_

**MOREIRA SALVADOR, XAVIER ANDRÉS**

# REPORTE URKUND



## Urkund Analysis Result

<b>Analysed Document:</b>	TESIS XAVIER MOREIRA TERCERA REVISIÓN.docx (D54991541)
<b>Submitted:</b>	8/23/2019 11:33:00 PM
<b>Submitted By:</b>	mr_zumba@yahoo.com
<b>Significance:</b>	3 %

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a Dios por ser mi fortaleza, mi camino, y por ser parte de mi desarrollo espiritual.

Segundo agradezco a mis padres y mi hermano por ser mi ejemplo a seguir, por su esfuerzo, paciencia, dedicación, por inculcarme buenos valores, principios, y gracias por lo que soy hoy en día.

Tercero agradezco a mis queridos amigos, Natalia, Yandry, Efrén, Johnny, Andrea e Isa por brindarme su más sincera amistad, por estar en momentos difíciles, por darme toda la fuerza necesaria de seguir adelante en este trabajo de titulación.

Cuarto agradezco a mi tutor el Ing. Camilo Frías, docentes, compañeros, quienes me brindaron sus conocimientos, destrezas, y crear recuerdos que perdurarán por toda mi vida. Gracias por todo.

Moreira Salvador Xavier

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a mis padres y hermano como muestra de gratitud por todo el esfuerzo que han hecho durante toda la carrera, me pude demostrar como un ejemplo ante ellos, y que todo sacrificio tiene su recompensa.

Sin ustedes todo esto no hubiera sido posible. Gracias.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Camilo Frías Casco, MBA**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

**C.P.A Cecilia Vélez Barros MBA PHD**

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Lcda. Margarita Zumba Córdova MBA PHD**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CALIFICACIÓN**

---

**ING. CAMILO FRÍAS CASCO, MBA**

# Índice

Contenido	
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Tribunal de Sustentación.....	viii
Calificación.....	ix
Índice.....	x
Índice de tablas.....	xxi
Índice de gráficos.....	xxiii
Resumen.....	xxv
Abstract.....	xxvi
Introducción.....	2
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>4</b>
1. Descripción de la investigación.....	4
1.1 Tema – Título.....	4
1.2 Justificación.....	4
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	4
1.4 Contextualización del Tema u Objetivo de Estudio.....	5
1.5 Objetivos de la Investigación.....	5
1.5.1 Objetivo General.....	5

1.5.2	Objetivos Específicos.....	6
1.6	Determinación del Método de Investigación y Técnica de recogida y Análisis de la Información.....	6
1.7	Planteamiento del Problema.....	7
1.8	Fundamentación Teórica del proyecto.....	8
1.8.1	Marco Referencial.....	8
1.8.2	Marco Teórico.....	10
1.8.3	Marco Conceptual.....	11
1.8.4	Marco Lógico .....	12
1.9	Formulación.....	14
1.10	Cronograma.....	15
<b>CAPÍTULO 2</b>	.....	<b>17</b>
2.	Descripción del negocio .....	17
2.1	Análisis de oportunidad .....	17
2.1.1	Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de Negocio .....	17
2.2	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	18
2.3	Objetivos de la empresa .....	20
2.3.1	Objetivo General.....	20
2.3.2	Objetivos específicos.....	20
<b>CAPÍTULO 3</b>	.....	<b>22</b>

3. ENTORNO JURIDICO DE LA EMPRESA.....	22
3.1 Aspecto Societario de la Empresa.....	22
3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa).....	22
3.1.2 Fundación de la empresa .....	22
3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones .....	23
3.2 Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	23
3.2.1 Código de Ética .....	23
3.3 Propiedad Intelectual .....	24
3.3.1 Registro de Marca .....	24
3.3.2 Derecho de Autor del Proyecto.....	24
3.3.3 Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional) .....	24
3.4 Presupuesto Constitución de la Empresa.....	25
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>28</b>
4. AUDITORÍA DE MERCADO .....	28
4.1 PEST .....	28
4.2 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento de la Industria .....	33
4.3 Análisis del Ciclo de Vida del Producto o Servicio en el Mercado	35
4.4 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter y Conclusiones.....	35
4.5 Análisis de la Oferta.....	37

4.5.1 Tipo de Competencia.....	37
4.5.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial .....	38
4.5.3 Características de los Competidores: Liderazgo Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio .....	38
4.5.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa .....	39
4.6 Análisis de la Demanda .....	39
4.6.1 Segmentación de Mercado.....	39
4.6.2 Criterios de Segmentación .....	40
4.6.3 Selección de Segmentos .....	40
4.6.4 Perfiles de los segmentos.....	41
4.7 Matriz FODA.....	41
4.8 Investigación de Mercado.....	43
4.8.1 Método.....	43
4.8.2 Diseño de la Investigación.....	43
4.8.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que deben ser investigados) .....	43
4.8.2.2 Tamaño de la Muestra.....	44
4.8.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos .....	44
4.8.2.3.1 Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.) .....	44

4.8.2.3.2 Concluyente (encuesta) .....	47
4.8.2.4 Análisis de Datos .....	47
4.8.2.5 Resumen e Interpretación de Resultados.....	53
4.8.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado.....	53
4.8.4 Recomendaciones de la investigación de Mercado.....	54
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>56</b>
5. Plan de Marketing.....	56
5.1 Objetivos General y Específicos .....	56
5.1.1 Mercado Meta.....	56
5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración .....	57
5.1.1.2 Cobertura.....	57
5.2 Posicionamiento .....	57
5.3 Marketing Mix .....	57
5.3.1 Estrategia de producto o servicio .....	57
5.3.1.1 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	58
5.3.1.2 Amplitud y Profundidad de Línea.....	58
5.3.1.3 Marcas y submarcas.....	58
5.3.2 Estrategia de Precios.....	59
5.3.2.1 Precios de la Competencia .....	59
5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta .....	60

5.3.2.3 Políticas de Precio .....	60
5.3.4 Estrategia de Plaza.....	61
5.3.3.1 Localización de Puntos de Venta.....	61
5.3.3.1.1 Distribución del Espacio .....	61
5.3.3.1.2 Merchandising .....	61
5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial .....	62
5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	62
5.3.3.2.2 Logística .....	62
5.3.3.2.3 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-Venta y Post-Venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	62
5.3.4 Estrategias de Promoción .....	63
5.3.4.1 Promoción de Ventas .....	63
5.3.4.2 Venta Personal .....	63
5.3.4.3 Publicidad .....	63
5.3.4.3.1 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.....	63
5.3.4.3.2 Estrategias ATL y BTL.....	64
5.3.4.3.3 Estrategia de Lanzamiento.....	64
5.3.4.3.4 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	64

5.3.4.4 Relaciones Públicas .....	64
5.3.4.5 Marketing Relacional .....	64
5.3.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto.....	65
Estrategias de E-Commerce.....	65
5.3.4.6.2 Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales.....	65
5.3.4.6.3 Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales.....	65
5.3.4.7 Cronograma de Actividades.....	65
5.4 Presupuesto de Marketing.....	66
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>68</b>
6. PLAN OPERATIVO .....	68
6.1 Producción .....	68
6.1.1 Proceso Productivo.....	68
6.1.2 Flujogramas de Procesos.....	70
6.1.3 Infraestructura.....	71
6.1.4 Mano de obra.....	72
6.1.5 Capacidad Instalada .....	72
6.1.6 Presupuesto .....	73
6.2 Gestión de Calidad.....	73

6.2.1 Políticas de Calidad .....	73
6.2.2 Procesos de Control de Calidad .....	74
6.2.3 Presupuesto.....	75
6.3 Gestión Ambiental .....	75
6.3.1 Políticas de Protección Ambiental .....	75
6.3.2 Procesos de Control Ambiental .....	75
6.3.3 Presupuesto .....	76
6.4 Gestión de Responsabilidad Social .....	76
6.4.1 Políticas de Protección Social .....	76
6.4.2 Presupuesto .....	76
6.5 Estructura Organizacional.....	77
6.5.1 Organigrama.....	77
6.5.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias .....	77
6.5.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos .....	79
<b>CAPÍTULO 7.....</b>	<b>82</b>
7. Estudio Económico, Financiero y Tributario.....	82
7.2 Inversión Inicial.....	82
7.1.1 Tipo de inversión.....	82
7.1.1.1 Fija.....	82

7.1.1.2	Diferida .....	84
7.1.1.3	Corriente .....	85
7.1.2	Financiamiento de la Inversión .....	85
7.1.2.1	Fuentes de Financiamiento .....	85
7.1.2.2	Tabla de Amortización .....	85
7.1.3	Cronograma de Inversiones .....	87
7.2	Análisis de Costos .....	88
7.2.1	Costos Fijos .....	88
7.2.2	Costos Variables .....	89
7.3	Capital de Trabajo .....	90
7.3.1	Gastos de Operación .....	90
7.3.2	Gastos Administrativos .....	90
7.3.3	Gastos de Ventas .....	91
7.3.4	Gastos Financieros .....	92
7.4	Análisis de Variables Críticas .....	92
7.4.1	Determinación del Mark Up y Márgenes .....	92
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	92
7.4.3	Análisis de Punto de Equilibrio .....	93
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa .....	94

7.6 Estados Financieros Proyectados .....	94
7.6.1 Balance General .....	94
7.6.2 Estado de Pérdida y Ganancias .....	95
7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado .....	95
7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo de Capital .....	96
7.6.2.1.1.1 TMAR .....	96
7.6.2.1.1.2 VAN .....	96
7.6.2.1.1.3 TIR.....	96
7.6.2.1.1.4 PAYBACK.....	97
7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples .	97
7.8 Razones Financieras .....	100
7.8.1 Liquidez .....	100
7.8.2 Gestión .....	100
7.8.3 Endeudamiento .....	101
7.8.4 Rentabilidad.....	101
7.9 Conclusión del Estudio Financiero .....	101
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>104</b>
8. Plan de Contingencia.....	104
8.1 Principales Riesgos .....	104
8.2 Monitoreo y control de riesgo .....	104

8.3 Acciones Correctivas.....	105
<b>CAPÍTULO 9.....</b>	<b>107</b>
9. Conclusiones .....	107
<b>CAPÍTULO 10.....</b>	<b>109</b>
10. Recomendaciones.....	109
<b>CAPÍTULO 11.....</b>	<b>111</b>
11. Fuentes.....	111
<b>CAPÍTULO 12.....</b>	<b>116</b>
12. Anexos.....	115

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1:</b> Marco Lógico. ....	14
<b>Tabla 2</b> Cronograma.....	15
<b>Tabla 3</b> Modelo de Negocio.....	17
<b>Tabla 4</b> Presupuesto para Constitución de la empresa. ....	26
<b>Tabla 5</b> Características de Competidores de Servicios Frigoríficos.....	38
<b>Tabla 6</b> Selección de segmentos, clientes.....	41
<b>Tabla 7</b> Características de los competidores.....	60
<b>Tabla 8</b> Cronograma de actividades, Dismaris.....	66
<b>Tabla 9</b> Presupuesto de marketing anual. ....	66
<b>Tabla 10</b> Detalle de Empleados.....	72
<b>Tabla 11</b> Presupuesto de Inversión de Propiedad, Maquinarias y Equipo.....	73
<b>Tabla 12</b> Presupuesto de Gestión de Calidad.....	75
<b>Tabla 13</b> Presupuesto de Control Ambiental.....	76
<b>Tabla 14</b> Manual de Funciones.....	80
<b>Tabla 15</b> Inversión Inicial.....	82
<b>Tabla 16</b> Inversión Fija.....	83
<b>Tabla 17</b> Inversión Diferida.....	84
<b>Tabla 18</b> Inversión Corriente.....	85
<b>Tabla 19</b> Financiamiento.....	85
<b>Tabla 20</b> Tabla de amortización.....	86
<b>Tabla 21</b> Cronograma de Inversiones.....	87
<b>Tabla 22</b> Costos Fijos.....	88
<b>Tabla 23</b> Costos Variables.....	89

<b>Tabla 24</b> Gastos de Operación .....	90
<b>Tabla 25</b> Gastos Administrativos .....	91
<b>Tabla 26</b> Gastos de Ventas .....	91
<b>Tabla 27</b> Gastos Financieros .....	92
<b>Tabla 28</b> Mark Up .....	92
<b>Tabla 29</b> Ventas en US\$.....	93
<b>Tabla 30</b> Punto de Equilibrio.....	93
<b>Tabla 31</b> Entorno Fiscal de la Empresa .....	94
<b>Tabla 32</b> Balance General .....	94
<b>Tabla 33</b> Estado de Resultado Integral.....	95
<b>Tabla 34</b> Flujo de Efectivo .....	95
<b>Tabla 35</b> Escenario .....	97
<b>Tabla 36</b> Escenario precio local.....	97
<b>Tabla 37</b> Escenario costo de materia prima directa.....	98
<b>Tabla 38</b> Escenario mano de obra indirecta .....	98
<b>Tabla 39</b> Escenario gastos administrativos.....	98
<b>Tabla 40</b> Escenario gastos de venta.....	99
<b>Tabla 41</b> Escenario activos fijo .....	99
<b>Tabla 42</b> Escenario tasa de interés .....	99
<b>Tabla 43</b> Ratios Liquidez .....	100
<b>Tabla 44</b> Ratios de Gestión .....	100
<b>Tabla 45</b> Ratios de endeudamiento .....	101
<b>Tabla 46</b> Ratios de Rentabilidad.....	101

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1</b> Evolución del empleo.....	29
<b>Gráfico 2</b> Producto Interno Bruto.....	30
<b>Gráfico 3</b> Nivel Socioeconómico agregado .....	31
<b>Gráfico 4</b> Porcentaje de las exportaciones pesqueras. ....	33
<b>Gráfico 5</b> Cámara de Frío.....	34
<b>Gráfico 6</b> Ciclo de vida del producto .....	35
<b>Gráfico 7</b> Género.....	48
<b>Gráfico 8</b> Modalidad de uso para congelar pesca .....	49
<b>Gráfico 9</b> Existencia de Cámara frigorífica .....	49
<b>Gráfico 10</b> Satisfacción al cliente .....	50
<b>Gráfico 11</b> Frecuencia de uso del servicio .....	51
<b>Gráfico 12</b> Cantidad de pesca almacena en una cámara de frío .....	51
<b>Gráfico 13</b> Pago por 15 días .....	52
<b>Gráfico 14</b> Pago por 30 días .....	52

## Índice de Ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> Imagotipo, Dismaris .....	59
<b>Ilustración 2</b> Flujogramas de procesos .....	70
<b>Ilustración 3</b> Infraestructura de la empresa .....	71

## Resumen

La propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la Ciudad de Manta se la realizó tras haber hecho las respectivas investigaciones, donde se determinó establecer diversos objetivos para dicha propuesta.

Además, con la investigación de mercado, análisis cuantitativo y análisis cualitativo, evaluación financiera, y conocer más al cliente, es allí donde se logró evidenciar que esta propuesta es completamente viable.

En el sector pesquero respecto a cámaras de frío, se pudo evidenciar que existe una necesidad por el cliente de poder conservar su materia prima con un servicio de calidad y excelencia, ya que en la ciudad de Manta hay pocas cámaras dedicadas a este tipo de servicios.

Por ende se busca dar solución a este problema, teniendo en cuenta nuestro valor agregado. Y así poder llegar a un nivel nacional y no solo local.

## **Abstract**

The proposal for the creation of a company that provides refrigeration services for the conservation of fisheries in the City of Manta was made after having done the respective investigations, where it was determined to establish various objectives for said proposal.

In addition, with market research, quantitative analysis and qualitative analysis, financial evaluation, and knowing more about the client, it is there that it was possible to show that this proposal is completely viable.

In the fishing sector with respect to cold chambers, it was evident that there is a need for the client to be able to conserve his raw material with a service of quality and excellence, since in the city of Manta there are few cameras dedicated to this type of services.

Therefore, we seek to solve this problem, taking into account our added value. And so be able to reach a national level and not just local.

## **Introducción**

En la ciudad de Manta es la mayor potencia en el Ecuador en la industria pesquera, forma parte de uno de los primeros ingresos en la ciudad y es allí donde se busca impulsar el crecimiento cada vez más.

Adicionalmente, la propuesta surge a partir de que existen pocas cámaras de frío y no llega abastecer toda la materia prima que ingresa por el Puerto Marítimo, y es allí donde se requiere una cámara que abastezca un gran almacenaje.

La propuesta contiene un desarrollo de diez capítulos en donde contiene la justificación y planteamiento del problema, objetivos de la investigación, análisis de la idea del negocio, aspecto jurídico y legal, análisis de la industria, oferta y demanda, plan de marketing, procesos productivos, proyecciones financieros en donde se observa la factibilidad y sostenibilidad del negocio.

# CAPÍTULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

## **1. Descripción de la investigación**

### **1.1 Tema – Título**

“Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios de sistema frigorífico para la conservación de pesca en la ciudad de Manta”.

### **1.2 Justificación**

Esta idea de negocios surge bajo uno de los principales problemas de la ciudad de Manta, de que no existe suficiente almacenamiento frigorífico para el sector pesquero, ya que muchos comerciantes no tienen donde almacenar su pesca. De esta forma se busca suplir su necesidad.

En el siguiente Trabajo de Titulación se aplicarán los diferentes conocimientos adquiridos en la carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, obteniendo como resultado un Plan de Negocio que servirá para ejecutar la idea planteada satisfactoriamente, con bases concretas, datos reales, e investigación sustentada.

### **1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio**

La propuesta para la creación de una empresa que brinde servicio frigorífico para la conservación de pesca en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, durante un período de cinco meses, desde mayo del 2019 a septiembre del 2019.

Este estudio reflejaría aspectos relevantes como lo son: descripción del negocio, plan de marketing, estudio económico-financiero-tributario, plan operativo, estudio acerca del entorno jurídico y un plan de contingencia.

## **1.4 Contextualización del Tema u Objetivo de Estudio**

El presente trabajo de titulación se enmarca según el Plan Nacional De Desarrollo Toda Una Vida (2017-2021) en dos de sus nueve objetivos; “consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización; impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017)

“Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización, enunciado como el cuarto objetivo, se relaciona a la propuesta, debido a que la misma busca impulsar la economía nacional a través del aporte hacia el ecosistema emprendedor ecuatoriano, ayudando a formalizar el 6 emprendimiento en el país a través del desarrollo de planes de negocios bajo un esquema profesional.” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

De acuerdo a las líneas de investigación del Subsistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, esta se detalla se vincula en dos enunciados, siendo el primero el de economía para el desarrollo social y empresarial, y el segundo, desarrollo de nuevas tecnologías. (Sistema De Investigación y Desarrollo, 2015)

## **1.5 Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1 Objetivo General**

Evaluar técnica, económica, y financieramente la implementación de un sistema frigorífico para los comerciantes de pesca en la ciudad de Manta, Manabí, para así obtener una factibilidad viable y sostenible en el tiempo.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para identificar el mercado meta, comportamiento de los comerciantes.
- Analizar la demanda del servicio de almacenamiento en cámaras de frío a través del estudio de mercado, datos cualitativos y cuantitativos, a partir de encuestas a comerciantes y funcionarios en el sector pesquero.
- Crear un plan de marketing para atraer clientes y así generar un buen nivel de fidelización ante el servicio.
- Determinar un plan operativo que obtenga resultados de acuerdo a las actividades a realizar acerca de la investigación.
- Evaluar la rentabilidad de la propuesta, mediante las proyecciones financieras.

### **1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de recogida y Análisis de la Información.**

Para el desarrollo de esta propuesta se utilizarán dos tipos de método de investigación, cuantitativa e investigación cualitativa.

- Investigación Cualitativa:

Se realizará encuestas y entrevistas a expertos de cámaras de frío en la ciudad de Manta y así mismo a comerciantes que hagan uso de este servicio. “Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imagines, observaciones, historias de vida, en los se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes”.(Medina, s. f.)

- Investigación Cuantitativa:

“La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.”(Fernández & Díaz, s. f.)

### **1.7 Planteamiento del Problema**

La ciudad de Manta es la flota atunera más potente, ya que cuenta con 116 embarcaciones y con una capacidad de arrastre de 93.000 toneladas y con un captura en el 2017 de aproximadamente 280.000 toneladas, de acuerdo a informe de la Cámara Ecuatoriana de Industriales y procesadores Atuneros.

Según García, López, y Uvidia, (2010) en Manta se encuentra el 85% de la actividad pesquera del país. El sector es muy importante por los recursos económicos que genera y por el factor social que representa para beneficio del país.

Partiendo desde estos datos, se puede analizar que en esta investigación, uno de los principales problemas es la falta de bodegas de almacenamiento para todos aquellos comerciantes que se dedican a la comercialización de pesca.

Además el impacto de los altos precios y costos que existe en la actualidad para el almacenamiento, y a esto le agregamos un servicio ineficiente por los tiempos de espera en entradas y salidas de la pesca.

Es por esto que con la implementación de un sistema frigorífico que cumpla con las tres principales funciones como el enfriamiento, refrigeración y congelamiento que permita realizar un tratamiento de excelencia y calidad a la pesca.

## **1.8 Fundamentación Teórica del proyecto**

### **1.8.1 Marco Referencial**

En la provincia de Manabí, las empresas más grandes con capacidad de almacenamiento de materia prima son las empresas Tecopesca y Nirsa, quienes por su actividad propia utilizan en un gran porcentaje sus bodegas de almacenamiento para su producción.

- **TECOPECA C.A**

Las instalaciones de TECOPECA C.A. están ubicadas en la ciudad de Manta (principal puerto atunero de América) provincia de Manabí – Ecuador; estratégicamente ubicada en el Km. 4.5 vía Manta – Rocafuerte, a solo 5 minutos del Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro y a 15 minutos del puerto marítimo. Nuestras instalaciones descansan sobre una superficie de 130.000 metros cuadrados, factor que entre otros nos ha permitido un crecimiento sostenido de nuestra infraestructura en virtud de la creciente demanda de nuestros productos en mercados internacionales.

Para realizar de manera eficiente su labor diaria la empresa cuenta con extensas y funcionales salas de proceso, que albergan a 1.100 plazas de trabajo, 80 tm día en cámaras de congelación, 10.000 tm. En mantenimiento de materias primas y 1300 tm en mantenimiento de productos finales congelados, así como también grandes bodegas y galpones industriales para sus áreas de conserva; más salas de hidratación, chill room etc. áreas soportadas con maquinaria y equipos de tecnología de punta.

En una Empresa donde la seriedad y la calidad son su principal activo, el laboratorio de aseguramiento de calidad juega un rol protagónico. Aquí se realizan permanentemente análisis para garantizar la idoneidad de los productos durante la compra, recepción, eviscerado, cocción, proceso de limpieza, congelación, empaque y su posterior exportación. Utilizando para este fin equipos debidamente calibrados bajo las más estrictas normas internacionales, a fin de garantizar la calidad total de nuestros productos finales.

El capital humano es de aproximadamente 1.200 obreros, los que realizan su labor diaria bajo las más exigentes normas y estándares de higiene y seguridad.

TECOPESCA actualmente cuenta con un mercado ganado a través de la calidad de sus productos en España, Francia, Italia, Portugal, Argentina, Venezuela, Israel, Alemania, Brasil, Reino Unido, entre otros.

- NIRSA (Negocios Industriales Real Nirsa S.A)

NIRSA se destaca en el medio por su macro complejo industrial ubicado en Posorja, donde más de 5.000 colaboradores de distintas localidades ecuatorianas y de otros países conforman las operaciones productivas para el proceso de conservas de atún y sardinas, así como el proceso crudo congelado y valor agregado de camarón, corvina, wahoo, tilapia y dorado.

La Planta también procesa harina y aceite de pescado, bajo los más estrictos y completos controles de higiene y calidad. Correspondientemente, en este complejo se llevan a cabo las operaciones de Flota, Seguridad Industrial, Sanitización, Mantenimiento, Recursos Humanos, Costos y Bodegas.

Adicionalmente a toda su completa infraestructura, la Planta de NIRSA dispone de una flota propia de barcos pesqueros, los cuales cuentan con refrigeración y congelación para conservar el pescado en excelentes condiciones.

### **1.8.2 Marco Teórico**

- **Emprendimiento**

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien se utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. (Castillo)

- **Innovación**

“Innovar es explotar con éxito nuevas ideas o nuevo conocimiento, asumiendo más riesgo que los competidores, para conseguir una posición competitiva superior”. (Ferrás, 2014)

- **Modelo de Negocio**

Existen varias definiciones de modelos de negocios. Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se

descubren, ajustan y matizan mediante la acción”. El término más importante dentro de esta definición está dado por la palabra interdependientes. Y esta es una de las principales diferencias de esta herramienta. En términos generales se suele usar para definir como un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor. Si bien esta es una herramienta muy importante, la misma es muy estática, lineal y que no muestra relaciones entre las actividades primarias y las actividades de apoyo. Es importante destacar que la tecnología suele ser una de las variables clave para comprender los cambios o creación de nuevos modelos de negocios (Barrios, 2016)

### 1.8.3 Marco Conceptual

En el proceso de desarrollo de la investigación se describen términos sobre los cuáles se tornará la propuesta.

**Sistema Frigorífico:** Un frigorífico o una cámara frigorífica es una instalación industrial pública o privada donde se almacenan productos para producción o comercialización.

**Pesca:** La pesca es la caza de animales acuáticos en océanos y zonas costeras. Esta quiere decir que se realiza para extraer peces, es una de las actividades que conlleva mucha presión en los océanos. La pesca proporciona alimentos, nutrición y es una causa de ingresos para millones de personas en todo el mundo, así también sirve para poder comercializar, producir o procesar al vacío.

**Sector pesquero:** El trabajo pesquero ha evolucionado de forma notable a lo largo de la historia. A pesar de ello, las condiciones laborales de los marineros continúan siendo de las más penosas. La salud de los trabajadores del mar está afectada por unas condiciones laborales muy duras como: amplias jornadas de

trabajo, elevada carga física y altos niveles de estrés producidos por la fatiga, el aislamiento y la separación de su ambiente social habitual, entre otros factores. (Pilas, Díaz, & Moreno, 2014)

#### 1.8.4 Marco Lógico

	Lógica de Intervención	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Objetivo General	Evaluar técnica, económica, y financieramente la implementación de un sistema frigorífico para los comerciantes de pesca en la ciudad de Manta, Manabí, para así plantear una factibilidad viable y sostenible en el tiempo.	VAN, TIR, Payback	Balance Inicial, Estado de Resultados, Ratios Financieros	Factibilidad económica, y rentabilidad que resultará atractiva para los inversores

Objetivos Específicos	Realizar un estudio de mercado para identificar el mercado meta, comportamiento de los comerciantes.	Índice de aceptación de mercado, frecuencia de consumo.	Encuestas	Desarrollar un servicio práctico e innovador.
	Analizar la demanda del servicio de almacenamiento en cámaras de frío a través del estudio de mercado, datos cualitativos y cuantitativos, a partir de encuestas a comerciantes y funcionarios en el sector pesquero.	Estudio de mercado	Encuestas y entrevistas.	Modelo de negocio.

	Determinar un plan operativo que obtenga resultados de acuerdo a las actividades a realizar acerca de la investigación.	Índice de satisfacción del cliente. Encuestas	Plan Operativo	
	Evaluar la rentabilidad de la propuesta.	Balance General, flujo de caja, estado de resultados.	Ánalisis de riesgos y procedimientos	Recuperar la inversión.

**Tabla 1.**Marco Lógico.

**Elaborado por:** El Autor

### **1.9 Formulación**

- a) ¿Es rentable la propuesta?
- b) ¿Es posible crear un servicio diferente ante los otros competidores?
- c) ¿Existen instituciones que faciliten el financiamiento necesario para construir la infraestructura necesaria para las bodegas de almacenamiento?
- d) ¿Cuál será el grado de aceptación de los clientes potenciales en cuanto a la propuesta?

e) ¿Cuál es el marco legal que se debe cumplir para el funcionamiento de la empresa?

### 1.10 Cronograma

<b>Propuesta de negocio</b>	<b>Total de días</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de finalización</b>
Capítulo 1	7 días	18/03/2019	27/04/2019
Capítulo 2	7 días	28/03/2019	05/04/2019
Capítulo 3	4 días	1/05/2019	5/05/2019
Capítulo 4	13 días	7/05/2019	20/05/2019
Capítulo 5	20 días	21/05/2019	10/06/2019
Capítulo 6	21 días	10/06/2019	31/06/2019
Capítulo 7	9 días	01/08/2019	10/08/2019

**Tabla 2** Cronograma

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 2

## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

## 2. Descripción del negocio

### 2.1 Análisis de oportunidad

En la actualidad, el emprendimiento surge por medio de la necesidad ante un problema, es allí donde los emprendedores empiezan a buscar oportunidades de mercado que beneficien a la sociedad y poder dar solución a lo que se lleve a cabo. En esta propuesta nace a raíz de que en la ciudad de Manta existe falta de bodegas de almacenamiento para pesca, y eso llega afectar al sector pesquero como comerciantes, proveedores que no tienen donde guardar su pesca para su producción y comercialización de la misma. Cabe recalcar que estas personas no cuentan con una infraestructura y un sistema de conservación para pesca, por lo que genera presión de vender la materia prima en el mismo día que sale del barco. Por medio de esta propuesta puedo constatar esta oportunidad para así mejorar la eficacia, crecimiento en el sector pesquero y un trabajo digno, enfocado al Plan Nacional del Buen Vivir.

#### 2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de Negocio

<b>PROBLEM</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoristas y comerciantes no cuentan con una cámara de frío para su propia pesca.</li> <li>• Cámaras pequeñas de frío (falta de almacenamiento para pesca).</li> <li>• Ineficiencia en servicios para trámites en entradas y salidas de pesca.</li> </ul>	<b>SOLUTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar un servicio al cliente 24/7</li> <li>• Cámara de almacenamiento de frío de diez mil toneladas.</li> <li>• Agilidad y eficiencia en trámites de servicio al cliente.</li> </ul>	<b>UNIQUE VALUE PROPOSITION</b> <p>La creación de una cámara frigorífica de conservación de pesca con tecnología de punta, brindando un servicio óptimo 24/7 de recepción y entrega de la misma, con una suficiente capacidad para abastecer el mercado pesquero de la ciudad de Manta.</p>	<b>UNFAIR ADVANTAGE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámara frigorífica con toda la tecnología de punta.</li> <li>• Eficiencia, agilidad, excelencia en servicio al cliente.</li> <li>• Gran espacio de almacenamiento.</li> </ul>	<b>CUSTOMER SEGMENTS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoristas</li> <li>• Comerciantes locales</li> </ul>
<b>COST STRUCTURE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinarias</li> <li>• Terreno</li> <li>• Energía eléctrica</li> <li>• Operadores de monta carga</li> </ul>	<b>KEY METRICS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de nuevos clientes</li> <li>• Recurrencia de clientes</li> </ul>		<b>CHANNELS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad ATL</li> <li>• Planta Frigorífica</li> <li>• Boca a boca</li> </ul>	
		<b>REVENUE STREAMS</b> <p>Ingresos continuos vía cliente, a través de alquiler de espacios de congelamiento.</p>		

**Tabla 3** Modelo de Negocio

**Elaborado por:** El Autor

La idea de negocio inicia con la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta, puesto que esta brindará un servicio óptimo 24/7 de recepción y entrega de pesca, con una suficiente capacidad de bodegas de almacenamiento de frío para así abastecer el sector pesquero.

El segmento que desea abarcar es principalmente a los comerciantes, ya que ellos normalmente se dedican a la compra y venta de pesca, y a veces no tienen donde almacenar su pesca, y tienen la presión de venderla lo más rápido para evitar que la pesca se dañe.

Para que este servicio tenga reconocimiento como tal en el mercado pesquero será establecer excelencia en servicio al cliente, tecnología de punta y así a llegar a muchas más ciudades por medio de publicidad ATL y boca a boca.

Las actividades claves que demanda la creación de esta cámara de frío es que esta le dará soluciones a muchos comerciantes de pesca, la cual involucrara nuevos clientes y la recurrencia de clientes, que será también impulsada por buenas estrategias de marketing.

El flujo de ingresos que tendría esta idea de negocio, será por medio de vía clientes, ya que gracias a ellos el negocio tendrá un crecimiento mayor.

## **2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa**

### **Misión**

Somos una empresa dedicada a brindar servicios de almacenamiento de frío de pesca, comprometida a utilizar tecnología de punta para garantizar un excelente servicio.

## **Visión**

Convertirla en unas de las empresas líderes en almacenamiento del sector pesquero, brindando la facilidad a los clientes en la diversificación en las diferentes especies del mar.

## **Valores**

### *a) Integridad*

Entendida ésta por aquella virtud, en la cual somos coherentes entre lo que se dice y se hace, generando así un ambiente de consciencia empresarial.

### *b) Respeto*

En esta declaración expresamos el hecho de que la gente y las personas son más importantes que nuestro negocio, y que en consonancia con esta declaración procuramos las buenas relaciones interpersonales y justas dentro de la empresa y fuera de la misma, con el espíritu de servicio más que el de lucro.

### *c) Excelencia*

Entendiéndose ésta, como el esfuerzo voluntario, continuo y permanente de todos los que hacemos las empresas del grupo, sin distinción de su rango o posición, por la búsqueda continua de la calidad, la optimización de los recursos, el perfeccionamiento continuo de sus áreas de trabajo, añadiendo la colaboración sincera e irrestricta con los demás, tendientes a obtener metas y objetivos comunes.

## **2.3 Objetivos de la empresa**

### **2.3.1 Objetivo General**

Ser una empresa referente en el mercado, brindando el mejor servicio de almacenamiento en la cadena de frío en la ciudad de Manta.

### **2.3.2 Objetivos específicos**

- Lograr posicionar esta empresa como la mejor en servicio al cliente.
- Incrementar en un 10% el mercado de clientes para la empresa.
- Desarrollar alianzas estratégicas con las empresas pesqueras de Manta, que permita el crecimiento de las ventas.
- Incrementar el margen de utilidad que permita ser sostenible y rentable el negocio.
- Contar con un equipo altamente calificado que permita brindar un servicio diferenciador.

# CAPÍTULO 3

## ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

### **3. ENTORNO JURIDICO DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Aspecto Societario de la Empresa**

##### **3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)**

La empresa está constituida bajo la razón social “DISMARIS S.A”, siendo este también su nombre comercial. La actividad principal de la empresa es conservar pesca en una cámara de frío para que pueda ser comercializada.

Corresponde a la industria de servicios frigoríficos, constituyéndose bajo la figura legal según la Ley de Compañías como sociedad anónima, sujetándose al Art. 143, en donde se estipula lo siguiente:

Art. 143.- “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.” (Ley de Compañías , 1999)

##### **3.1.2 Fundación de la empresa**

De acuerdo con lo estipulado en la Ley de Compañías en 1999, la empresa “DISMARIS S.A” será constituida bajo escritura pública, misma que de acuerdo con el mandato de la Superintendencia de Compañías, posteriormente será inscrita en el Registro Mercantil. De esta forma la empresa mencionada con anterioridad adquirirá la figura de persona jurídica y contará con un representante legal, figura que será asumida por el Gerente General. Su capital será establecido acorde al ejercicio financiero y lo que determina la ley, con una duración de 40 años, mismos que transcurren desde su creación. (Ley de Compañías, 1999)

### **3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones**

Para constituir una empresa, según la Ley de Superintendencia de Compañías, el capital debe ser equivalente a \$800,00 dólares americanos, por el cual dicho valor será fraccionado en 800 acciones, mismas que tendrán una equivalencia de un dólar americano por acción, será distribuido de la siguiente manera:

- Accionista 1: Xavier Moreira Salvador (80%)
- Accionista 2: Cesar Moreira Acosta (20%)

## **3.2 Políticas de Buen Gobierno Corporativo**

### **3.2.1 Código de Ética**

La empresa efectuará un código de ética con el objetivo de tener un buen clima organizacional y que genere un excelente comportamiento interno. Este código de ética cumple con los siguientes comportamientos:

- **Objetividad:** no permitir prejuicios o influencia de terceros que prevalezcan sobre los juicios profesionales.
- **Confidencialidad:** respetar la confidencialidad de información profesional o empresarial y no ser revelada dicha información sin autorización adecuada.
- **Proactividad:** todo el personal deberá tener una actitud proactiva y poder lograr sus propósitos laborales.
- **Inclusión:** nadie será discriminado por su orientación, religión, capacidades, y temas controversiales.

### **3.3 Propiedad Intelectual**

#### **3.3.1 Registro de Marca**

La empresa DISMARIS procederá a su registro de marca con su respectivo nombre y logo de la empresa que será protegido por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, el cual es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual (SENADI, 2018). El SENADI es el organismo administrativo competente para: propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados e internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial. (SENADI, 2018)

#### **3.3.2 Derecho de Autor del Proyecto**

Dado esto, la “Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta” es elaborada por Xavier Andrés Moreira Salvador, como requisito indispensable para la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe. Todos los derechos son reservados al autor y publicado por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

#### **3.3.3 Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)**

La patente y modelo de negocio no aplica en esta propuesta, ya que, la Ley de Propiedad Intelectual del año 1998, en su artículo 125, literal d, enuncia que:

**“Art. 125.-** No se considerarán invenciones:

- d) Los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, para juegos o para actividades económico-comerciales, así como los programas de ordenadores o el soporte lógico en tanto no formen parte de

una invención susceptible de aplicación industrial.” (Ley de Propiedad Intelectual, 1998).

El mismo puede ser protegido bajo la figura del derecho de autor, según la ley, en su artículo 8, literal k:

“**Art. 8.-** La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su genera, forma de expresión, merito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad. (Ley de Propiedad Intelectual, 1998)

k) Programas de ordenador; y, l) Adaptaciones, traducciones, arreglos, revisiones, actualizaciones y anotaciones; compendios, resúmenes y extractos; y, otras transformaciones de una obra, realizadas con expresa autorización de los autores de las obras originales, y sin perjuicio de sus derechos.” (Ley de Propiedad Intelectual, 1998)

### 3.4 Presupuesto Constitución de la Empresa

Descripción	Valor
Constitución de la compañía	\$800,00
Trámites en línea para constitución de la cia.	\$366,00
Propiedad Intelectual (Búsqueda fonética, registro de la marca, registro lema comercial, trámites jurídicos)	\$800,00

Permisos del Cuerpo de Bombero	\$54,00
Representante Legal	\$300
<b>Total</b>	<b>\$2.020,00</b>

**Tabla 4** Presupuesto para Constitución de la empresa.

**Elaborado por:** El autor.

**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2017) (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2018)

# CAPÍTULO 4

## AUDITORÍA DE MERCADO

## **4. AUDITORÍA DE MERCADO**

### **4.1 PEST**

#### **POLÍTICO**

##### **-Iniciativas gubernamentales a favor de las empresas**

En el año 2017, el viceministro de Industrias y Productividad, comenzó con un nuevo proyecto llamado Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE) en Quito, este proyecto servirá de ayuda para personas como estudiantes, personas jóvenes que desean emprender desde un pequeño negocio. Como un nuevo comienzo económico que está anclado con aquellas políticas del Gobierno del Ecuador, respecto con el Plan Nacional del Buen Vivir. El Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), brindarán servicios de consultoría para financiar una idea de negocio a una empresa real aprovechando las preferencias productivas territoriales, a fin de hacer negocios y empleos para apoyar a la sustitución estratégica de importaciones e incrementar el factor nacional para la industria ecuatoriana. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017)

Esto generaría que las ideas de empresas se puedan desarrollar aprovechando los recursos para que el país pueda tener una estabilidad mucho mejor.

##### **-Política fiscal**

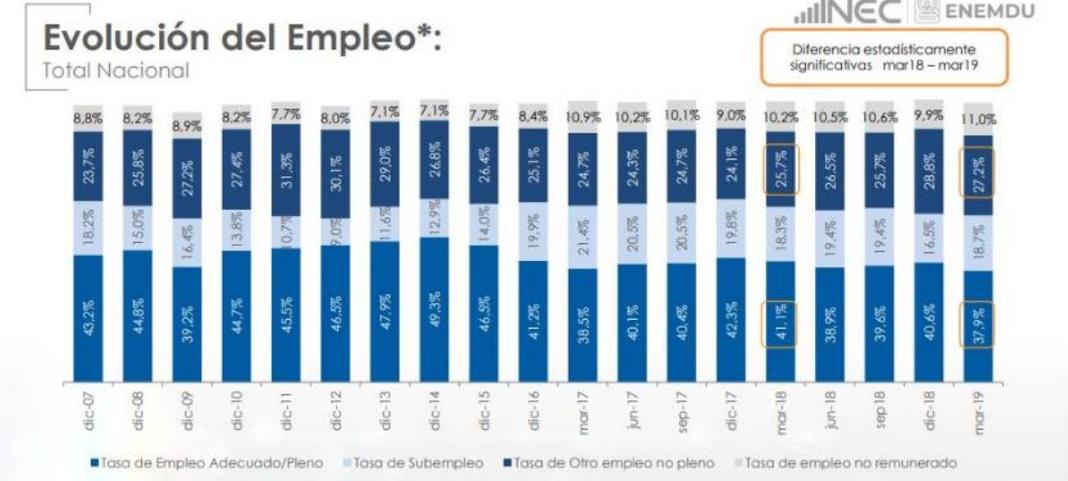
En marzo del 2019, el FMI (Fondo Monetario Internacional) realizó un acuerdo con el Ecuador, donde brindará apoyo a las políticas económicas del Ecuador, de esta manera reforzará el presupuesto en el plan de Prosperidad 2018- 2021, según informa el FMI “ el programa incorpora medidas dirigidas para asegurar la sostenibilidad fiscal, tonificar los fundamentos de la dolarización, fomentar la inversión particular,

garantizando la protección social para los grupos más vulnerables. Surge crítico desarrollar la efectividad de la política fiscal para conseguir una consolidación que respalde la estabilidad macroeconómica, que preserve a los habitantes más vulnerables y que preserve la confianza del sector privado”. (Banco Mundial, 2019)

Que la afirmación de este programa sea para tomar riendas en la senda de crecimiento sostenible y que pueda reducir la pobreza e la país.

**ECONÓMICO**

**-Tasa de Empleo**



**Gráfico 1** Evolución del empleo

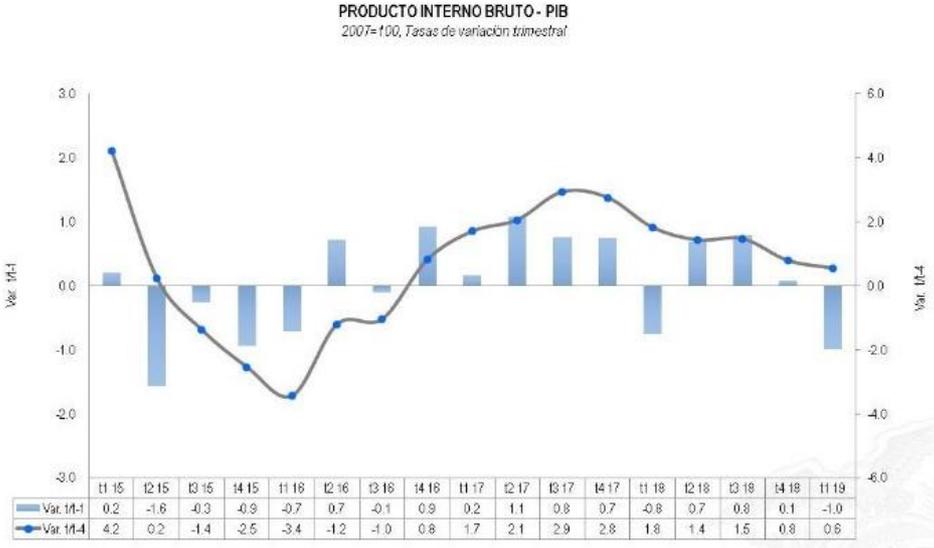
Elaborado por: (INEC, 2019)

El empleo se redujo un 3,2 % en el mes marzo del 2019 en Ecuador, al mismo mes de 2018, según anunció el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) nos indica los siguiente "un cambio negativo estadísticamente representativo a nivel nacional, urbano (47%) y rural (20,2%). El nivel de desempleo en marzo en este año se situó en 4,6%; el subempleo en 18,7%; de acuerdo con la otra tasa de empleo no pleno de 27,2% y el empleo que no es pagado en 11,0%”. (Diario El Telégrafo, 2019)

Por otro lado el índice de desempleo para las mujeres fue superior al de los hombres según datos otorgados por el INEC el mismo año, con un 5,7% de las mujeres.

Esto quiere decir que necesitamos que haya más desarrollo de emprendimientos, desarrollo empresarial, y que la tasa de emplea pueda aumentar para generar más ingresos y empleo en el país.

**-Producto Interno Bruto (PIB)**



**Gráfico 2** Producto Interno Bruto

**Elaborado por:** (BCE, 2019)

En el primer trimestre del periodo del 2019, el PIB (Producto Interno Bruto) del Ecuador aumento el 0,6%, respecto al 2018. El incremento anual demostrado por el INEC declara la siguiente información “En enero y marzo de 2019, el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador aumentó 0,6% respecto al mismo año del 2018. El incremento anual está demostrado por: aumento de dinamismo de las exportaciones (3,5%); crecimiento del gasto de consumo final de los domicilios (1%); e incremento del gasto

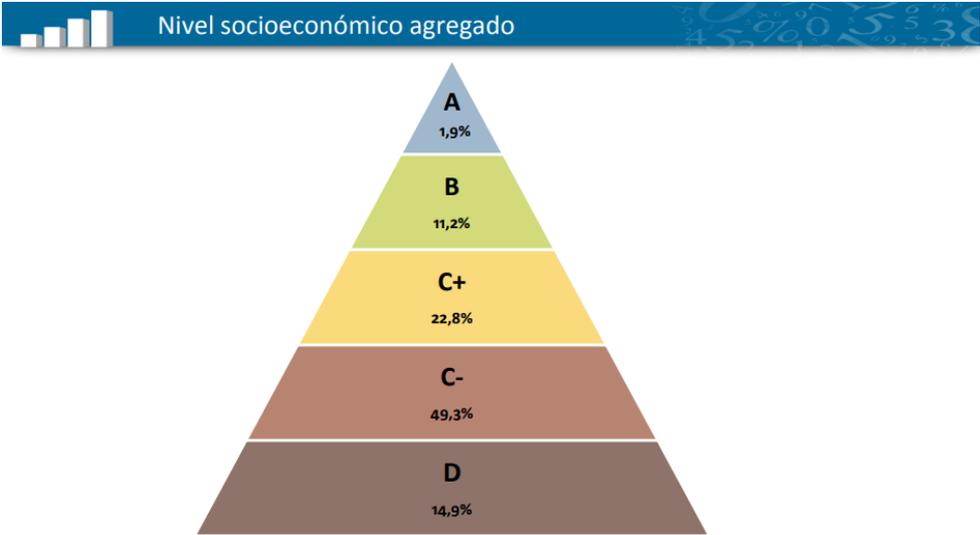
de uso final del gobierno (0,3%), bienes y servicios fueron ascendiendo en 0,7% al registro en el primer trimestre de 2018”. (Diario El Telégrafo, 2019)

Esto quiere decir que actualmente el PIB (Producto Interno Bruto) en nuestro país crece, según reporto el Banco Central del Ecuador, lo que favorece al momento de invertir ya que aportara en valores monetarios la producción de bienes y servicios de la demanda en un período comercial.

**SOCIAL**

**-Nivel socioeconómico del Ecuador**

Para poder ingresar al mercado, hay que saber dimensionar las clases sociales del Ecuador, del número de personas que poseen solvencia económica, de cuál es el mercado meta al que va dirigido la clase social media-alta a alta, la población en Ecuador es 16´620.000 habitantes, a continuación, se detalla su clasificación:



**Gráfico 3** Nivel Socioeconómico agregado

**Elaborado por:** Instituto de Estadísticas y Censos del Ecuador

**Fuente:** (INEC, 2019)

## **TECNOLÓGICO**

En el desarrollo de la tecnología en el Ecuador, ha sufrido avances a grandes escalas de esta forma permitiendo al sector industrial crecer a grandes escalas, se invierte en ID (Investigación y Desarrollo).

Una mayor inversión en esta área para la búsqueda de nuevas tecnológicas y mejora de prácticas corporativas permiten un mayor desarrollo de la industria. Esto consigue perfeccionamiento en la tecnología más sencilla, desde la que está al alcance de todos los habitantes hasta la más difícil que es usada por industrias generadoras de riqueza o gobiernos locales y nacionales. Según se afirma “Los gobiernos de los países más desarrollados buscan incrementar la introducción de la tecnología en sus habitantes, permitir el acceso, producir sistemas que accedan hacer de la tecnología un modelo que contribuye en el diario vivir”. (Diario El Telégrafo, 2017)

## 4.2 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento de la Industria



**Gráfico 4** Porcentaje de las exportaciones pesqueras sobre las exportaciones totales (2007-2015).

**Fuente:** Elaborado con datos del BCE

La industria de la pesca en el Ecuador está situada a la exportación, se considera que al menos el 80% de su producción es exportada. En el año 2013, estimulados por la industria del atún, las exportaciones pesqueras (incorporadas harinas y aceites de pescado) llevaron su nivel histórico a un alto nivel, contribuyendo US\$1.765,86 millones de divisas a la economía ecuatoriana; 16,4% de los rubros no petroleros y 7,1% de las exportaciones totales. Además la disminución de las exportaciones

pesqueras en 2015 (-21%), por diversas causas en el mercado e incluso cambios climáticos, la carga del sector a las exportaciones totales del país pasó del 6,4% en el año 2014 al 7,1% en el año 2015, ante la radical bajada en la economía petrolera. Durante que en un grupo con el sector acuicultura, la generación de divisas resultó en 2015, US\$3.652 millones, 20% de las exportaciones y 31% de las exportaciones no petroleras. (Cámara Nacional de Pesquería, 2016)

**-La importancia de las cámaras frigoríficas en seguridad alimentaria.**



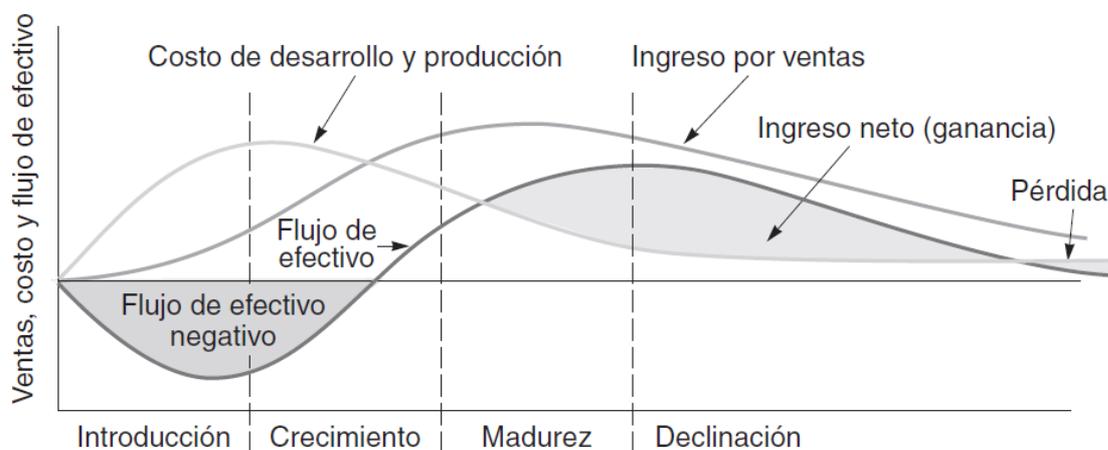
**Gráfico 5** Cámara de Frío

**Fuente:** (Tecno Grado, 2019)

Una de las principales funciones respecto al frío tiene como proceso la conservación de alimentos, ya sea en la parte doméstica o industrial. Una de las ventajas es detener las actividades de microorganismos patógenos en alimentos, y así poder darle más vida útil.

En el sector industrial y comercial, para poder darle importancia a los productos perecederos a una temperatura adecuada en el tiempo correcto, es allí donde se utiliza cámaras frigoríficas, existen de diferentes tamaños, capacidades y dimensiones, para almacenar cualquier tipo de alimentos. Estas cámaras de frío de se pueden usar para productos como carne, vegetales, pescado o lácteos.

#### 4.3 Análisis del Ciclo de Vida del Producto o Servicio en el Mercado



**Gráfico 6** Ciclo de vida del producto

**Autor:** Haizer y Render

**Fuente:** (Heizer & Render, 2009)

De acuerdo a esta propuesta, el ciclo de vida de este servicio, se encuentra en la etapa de crecimiento, esto es, debido a que existe un interés por parte de los consumidores, y el sector pesquero está cada vez en constante crecimiento.

#### 4.4 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter y Conclusiones

**Industria:** Industria de servicios frigoríficos para conservación de pesca.

### **Poder de negociación de proveedores**

(MEDIA – ALTA)

- Existen insuficientes ofertantes que den el servicio frigorífico, por eso es media alta.
- La diferenciación de los proveedores es el tiempo de entrega o salida pesca y también los horarios de atención.

### **Poder de negociación de los clientes**

(BAJA)

- El consumidor tiene el conocimiento de los precios que se manejan diariamente para el servicio de frío con poca probabilidad de regateo.
- Los precios son realmente estándar por ende el poder de negociación es baja.

### **Amenaza de productos sustitutos**

(MEDIA – BAJA)

- Es media baja debido a que no existen diversos servicios que suplen esta necesidad del servicio de frío.
- El mal manejo de planta puede conllevar a tener una mala calidad de materia prima

## **Amenaza de nuevos entrantes**

(BAJA)

- En la actualidad en la ciudad de Manta, a pesar de ser una potencia en el sector pesquero, no se es accesible para cualquier persona poder invertir en este tipo de industria debido a su alto coste de capital, otro factor que influye de poder incursionar en este tipo de mercados es que se necesita cierta especialización o conocimiento previo que no se puede adquirir fácilmente

## **Grado de Rivalidad**

(BAJA)

- Es baja debido a que el crecimiento de esta industria va poco a poco.
- Pocas compañías en esta industria no le dan casi ningún valor agregado para así poder agilizar o ser más eficientes en el servicio de frío.

## **4.5 Análisis de la Oferta**

### **4.5.1 Tipo de Competencia**

La propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta, si cuenta con competidores directos, ya que son empresas netamente dedicadas a la conservación de pesca en cámaras de frío, las cuales son: Ecufish y Rasamfish, Frescodegfer.

#### 4.5.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

##### - Clientes

**Mercado Real:** Comerciantes, Dueños de barco, en relación a pesca.

**Mercado Potencial:** Empresas de pesca en la Ciudad de Manta.

#### 4.5.3 Características de los Competidores: Liderazgo Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio

La empresa posee competidores directos, en este cuadro se reflejara cada una de sus características.

Empresa	Tipo de Competencia	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Servicios Principales	Línea de precios
Ecufish	Directa	Alto	8 años	Montecristi	Servicio de Frío	\$20 dos semanas \$40 mensual
Rasamfish	Directa	Media	5 años	Manta	Servicio de Frío	\$20 dos semanas \$40 mensual
Frescodegfer	Directa	Alto	10 años	Manta	Servicio de frío	\$25 dos semanas \$45 mensual

**Tabla 5** Características de Competidores de Servicios Frigoríficos.

**Elaborado por:** El Autor

#### **4.5.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa**

Benchmarking es un desarrollo ordenado y continuo para determinar los productos, servicios y procesos de trabajo de las empresas o instituciones reconocidas como las mejores prácticas, como los competidores más difíciles o más duros. (David T. Kearns, 2009)

##### **- Estrategia de Competidores**

- Son cámaras que no están segmentadas para recibir diferente tipo de materia prima.
- Las formas de pago se realiza cuando se retira de la planta.
- Para minimizar los costos de luz, apagan las cámaras de frio.

##### **- Contrapropuesta**

- La empresa tendrá como estrategia la diferenciación, ya que ofrecerá un servicio de 24/7.
- La capacidad alta de almacenaje para materia prima.
- La entrega y salida de pesca será mucho más ágil y eficiente a nivel de documentaciones.
- El plazo de créditos será a máximo 5 días a clientes frecuentes.
- Crear una buena relación con los clientes potenciales para que haya más ingreso de materia prima a la planta.

#### **4.6 Análisis de la Demanda**

##### **4.6.1 Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado, de acuerdo a los clientes de esta propuesta, está dirigida a personas que se dediquen a la compra y venta de pesca, con un nivel socio

– económico B y C+ que deseen adquirir este servicio de frío para la conservación de pesca.

De acuerdo a los usuarios de esta propuesta, está dirigida a personas que se dediquen a comercializar, proveer pesca, con un nivel socio – económico B y C+

#### **4.6.2 Criterios de Segmentación**

A continuación, se detallan los criterios de segmentación para dicha propuesta:

**Segmentación Demográfica:** en este criterio se especifica el país y la ciudad.

**Segmentación Geográfica:** en este criterio se especifica tales factores como edad, género de la propuesta.

**Segmentación Psicográfica:** se especifica el nivel socio – económico que tienen las personas.

**Segmentación de Comportamiento:** se especifica diferentes variables como intereses, comportamientos que poseen las personas.

#### **4.6.3 Selección de Segmentos**

De acuerdo a la segmentación de la propuesta solo será a partir de clientes, a continuación se especificará los criterios de lo anterior dado:

<b>Clientes</b>	
<b>Criterios</b>	<b>Detalle</b>
Demográfico	Hombres y mujeres de 22 a 60 años
Geográfico	Personas dedicadas a la compra y venta de pesca en la Ciudad de Manta.
Psicográfico	Nivel socioeconómico B y C+
Comportamiento	Personas que deseen el servicio de frío.

**Tabla 6** Selección de segmentos, clientes

**Elaborado por:** El autor

#### **4.6.4 Perfiles de los segmentos**

##### **Clientes:**

- Ciudadanos Mantenses.
- Hombres y mujeres de 22 a 60 años de edad.
- Nivel socioeconómico B y C+
- Representantes de empresas de pesca.
- Comerciantes dedicados a la compra y venta de pesca.

#### **4.7 Matriz FODA**

##### ***Fortalezas***

- Disponibilidad continua del servicio.
- Personal calificado para manejo de pesca.

- Ubicación comercial estratégica.
- Calidad de servicio.

### ***Oportunidades***

- Alta demanda dentro de la industria.
- Pertenece al primer sector económico de Manta respecto al comercio.
- Crecimiento en la industria de la pesca.
- Muy pocos competidores en el mercado.
- Gran cantidad de contratación de personal joven.

### ***Debilidades***

- No poseer base de datos de comerciantes en potencia.
- Falta de experiencia.
- Elevado costos de energía eléctrica.
- Precios standard para este tipo de servicios

### ***Amenazas***

- Desmejora en la economía del país.
- Ingreso de nuevos competidores
- Época de veda respecto a pesca. Existe estacionalidad en la demanda de servicios de frio para la pesca.

## **4.8 Investigación de Mercado**

### **4.8.1 Método**

La investigación de mercado se realizará por medio del método cualitativo y cuantitativo.

Partiendo del método cualitativo se desarrollará entrevistas a aquellas personas que sean dueñas de cámaras de frío para conservación de pesca, para así poder conocer más a profundidad acerca de las perspectivas dentro del mercado y de la referente propuesta.

En el método cuantitativo serán encuestas para los clientes y usuarios.

### **4.8.2 Diseño de la Investigación**

#### **4.8.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que deben ser investigados)**

##### **Objetivo General**

Determinar el nivel de aceptación de clientes que tiene la propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca.

##### **Objetivos Específicos**

- Conocer la frecuencia de uso de cámaras frigoríficas.
- Identificar que modalidad de congelamiento usarían.
- Determinar la existencia de cámaras frigoríficas.
- Identificar la modalidad de uso para almacenaje.

- Analizar estudio previo de mercado para el análisis de precio en los competidores.

#### 4.8.2.2 Tamaño de la Muestra

Este procedimiento consiste en seleccionar las unidades muestrales más convenientes para el estudio o en permitir que la participación de la muestra sea totalmente voluntaria. Por tanto, no existe control de la composición de la muestra y la representatividad de los resultados es cuestionable. Este procedimiento se utiliza únicamente en estudios exploratorios, de generación de ideas, etc. (Ángel Fernández Nogales, 2004)

Se determinó el tamaño de muestra por conveniencia porque está acorde a un aproximado de comerciantes que existen en la Ciudad de Manta.



Calcula el tamaño de la muestra

Tamaño de la población ⓘ: 44

Nivel de confianza (%) ⓘ: 95

Margen de error (%) ⓘ: 5

Tamaño de la muestra

**40**

#### 4.8.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

##### 4.8.2.3.1 Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

##### Entrevista a dueño #1 de cámara frigorífica / Rasamfish

- ¿Cómo es el funcionamiento del proceso de una cámara de frío para pesca?

Se hace el proceso normal de receptor la materia prima en la planta, sea por descargas, por ende proveniente de un barco o puede ser que venga por carga en

contenedores. La pesca puede ser variable, tanto clasificada o que no lo este, si está clasificada entra al almacenamiento de cámara, y esta tiene que tener una temperatura adecuada a -18 grados centígrados o mínimo a -15 grados centígrados, se utiliza un sistema de control de temperatura y de inventario, esto va a permitir que el pescado que entrará a la cámara, si esta tiene un buen control de inventario ya que tiene que ser un sistema fifo, de esa manera el pescado no pierde o queme la calidad.

- ¿Cuáles son los factores claves para que sea un servicio de excelencia en almacenamiento?

Tiene que estar correctamente ubicada la materia prima que sea de fácil acceso al momento de ingresar, a esto se le dará facilidad al que requiera la materia prima, va a cortar tiempos y eso permitirá una buena atención al cliente sea interno o externo, interno si es de procesos y externo algún alquiler a terceros.

- ¿Cuáles son los problemas más comunes dentro de una planta?

Los volúmenes de recepción que no sean acorde a lo que realmente la cámara está sujeta a recibir, un ejemplo mi capacidad es 500 toneladas pero tengo el espacio, pero para recibir pescado hay que considerar espacio y temperatura de cámara y adicional la capacidad de recepción, y si nada de eso es correcto se niega el proceso y allí continuas con un plan de contingencia, por eso debe de haber una planificación de recepción también verificar que este correctamente la temperatura de la materia prima que vaya ser almacenada.

- ¿Cuáles son las razones de aquellos problemas?

Falta de planificación, el no tener el personal adecuado para que pueda laborar, cantidad de maquinarias como monta carga, las balanzas

- ¿Este tipo de plantas donde debería estar ubicado normalmente?

Depende del mercado, si es para dar un servicio de almacenamiento para plantas procesadoras, deber ser cerca de donde estén cámaras de almacenamiento o cerca del puerto por tiempo de disposición de la materia prima, es importante cortar los tiempos de exposición de la pesca para que no pierda la temperatura

### **Entrevista a dueño #2 de cámara frigorífica / Ecufish**

- ¿Cómo es el funcionamiento del proceso de una cámara de frío para pesca?

El funcionamiento básicamente cumple ciertos parámetros, la pesca debe ingresar a cámaras con una temperatura adecuada de máximo -9 grados centígrados y la temperatura no suba, y pueda cumplir con las condiciones esperadas para la producción. Además la cámara por sistema de frío, el cuerpo técnico ellos indican la capacidad de los equipos y puedan parametrizar cuanto es la capacidad por día de ingresar materia prima, de no ingresarle más de lo que pueda sostener dicha cámara, para que se pueda ir cumpliendo los parámetros, porque si le ingresan más toneladas de lo permitido entonces el tiempo de recuperación de la cámara va a demorar o caso contrario no va a recuperar la temperatura por ende se haría la evacuación de la materia prima.

- ¿Cuáles son los factores claves para que sea un servicio de excelencia en almacenamiento?

Por ser un servicio es básicamente que cumpla un buen funcionamiento en las temperaturas para que la materia prima salga de calidad y cumpla con los rendimientos esperados en la producción, esto se denomina en la cadena de frío, no se puede perder ningún eslabón por pérdida de temperatura, quiere decir que cuando la materia prima es capturada en mar y es almacenada en las cubas de los barcos,

desde allí comienza la cadena de frío, para que no pierda ningún eslabón hasta que llegue a una cámara y que no baje más la temperatura.

- ¿Cuáles son los problemas más comunes dentro de la planta?

En tiempo de abundancia haya demasiada materia prima y no haya espacio para guardar, es uno de los problemas más comunes de todos los años y meses, muchas veces por el mismo proyecto de empezar a crear o ampliar las cámaras frigoríficas requiere de mucha inversión, no todas las empresas están en capacidad de poderlo realizar.

- ¿Cuáles son las razones de aquellos problemas?

Falta de almacenamiento, hay materia prima pero no hay espacio. A veces cuando hay materia prima en abundancia no cumple con todos los parámetros de calidad.

- ¿Este tipo de plantas donde debería estar ubicado normalmente?

Considerando los aspectos ambientales que se deben de respetar, deben estar muy aislado de la zona urbana, porque el mismo hecho de ser materia prima los residuos y solidos que genera la producción debe de ser muy tratado para que no genere contaminación en el área urbana.

#### **4.8.2.3.2 Concluyente (encuesta)**

#### **4.8.2.4 Análisis de Datos**

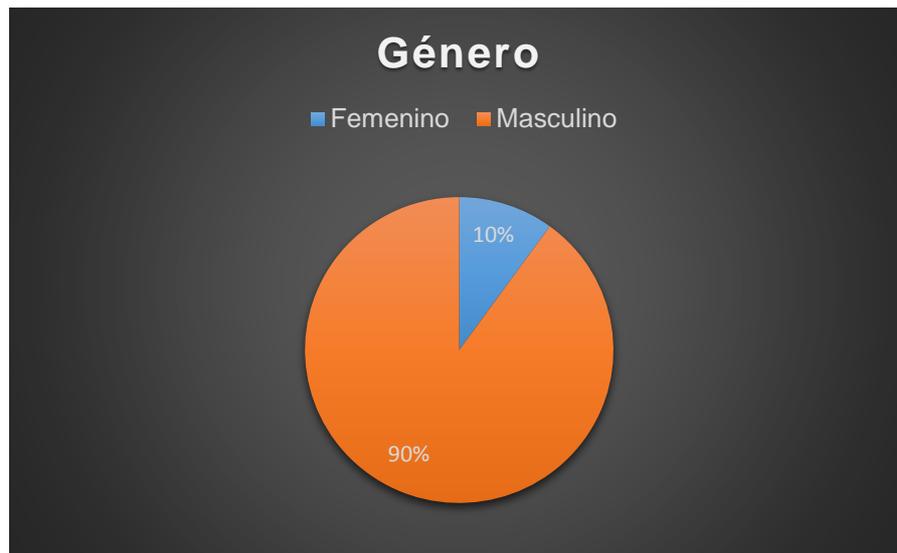
Se procedió a realizar 40 encuestas a personas dedicadas al comercio de la pesca en la ciudad de Manta, se obtuvo la siguiente información.

Se detallan los datos de las encuestas:

- **Género**

Se realizó la encuesta a comerciantes dedicados al comercio de la pesca, 4 mujeres y 36 hombres.

**Gráfico 7 Género**



- **¿Qué modalidad usa para congelar su pesca?**

De los 40 encuestados, 28 (70%) encuestados correspondían a que usaban cámaras de frío y el restante 12 (30%) correspondía a que usaban congeladores propios.

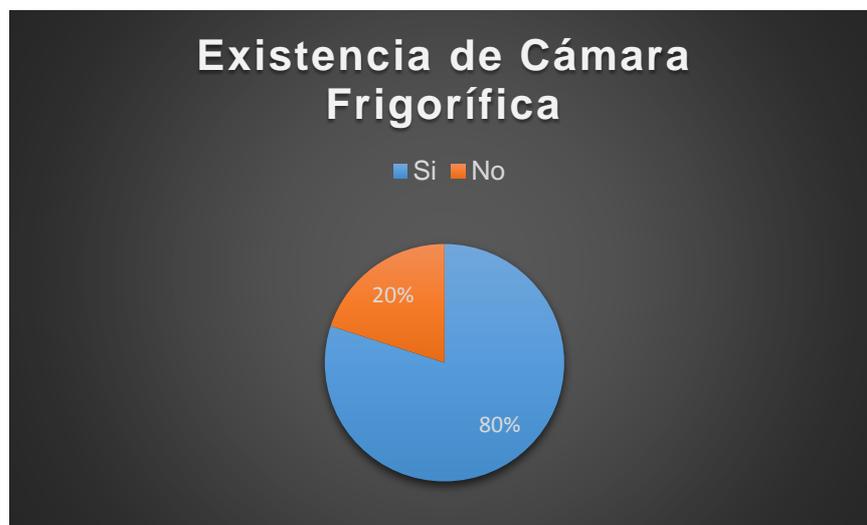
**Gráfico 8** Modalidad de uso para congelar pesca



- **¿Existe en este sector el servicio de una cámara frigorífica para conservar pesca?**

Se determinó que la mayoría de comerciantes respondieron que si tienen cerca cámaras frigoríficas, pero que no cumplen con sus necesidad en cuanto al servicio que ellos desean como el tamaño de almacenaje y trato al cliente.

**Gráfico 9** Existencia de Cámara frigorífica



- **¿Está usted satisfecho/a con el servicio que otras cámaras frigoríficas brindan?**

Según los encuestados, en su mayoría no están satisfechos con la atención al cliente que les brindan, las cámaras cuentan con poco almacenaje al momento de querer almacenar su materia prima.

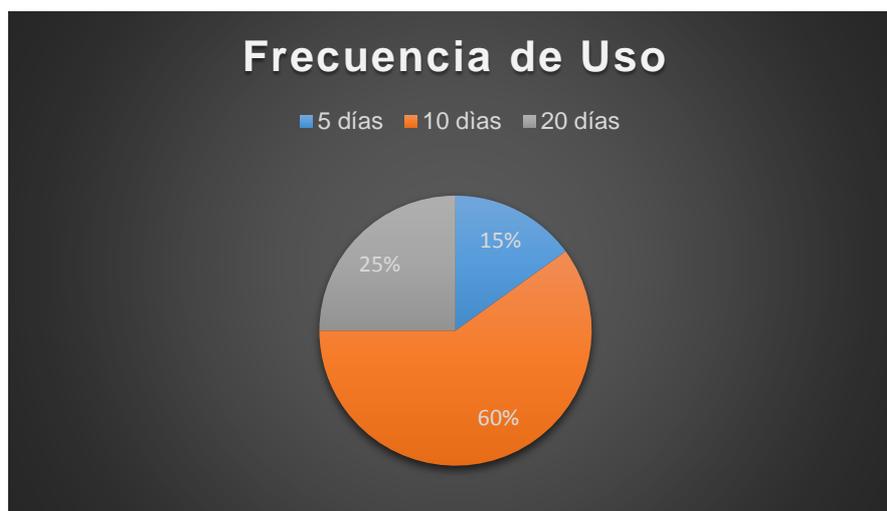
**Gráfico 10** Satisfacción al cliente



- **¿Con que frecuencia usted utiliza o necesita los servicios frigoríficos para conservar su pesca?**

De los 40 encuestados, 6 personas usan 5 días el servicio, 24 personas usan 10 días el servicio y 10 personas usan 20 días el servicio.

**Gráfico 11** Frecuencia de uso del servicio



- **¿Qué cantidad de pesca almacena usted en una cámara de frío?**

De los 40 encuestados, 8 personas corresponden a un aproximado de 15 toneladas de materia prima, 12 personas corresponden a un aproximado de 25 toneladas de materia prima, 18 personas corresponden a un aproximado de 50 toneladas de materia prima.

**Gráfico 12** Cantidad de pesca almacena en una cámara de frío



- **¿Cuánto usted pagaría por tonelada, por 15 días?**

Según los encuestados, 16 comerciantes pagarían \$20 y 24 comerciantes pagarían \$25, esto quiere decir que pagarían más por un mejor servicio para satisfacer al cliente y por un mayor almacenaje de materia prima en toneladas.

**Gráfico 13** Pago por 15 días



- **¿Cuánto usted pagaría por tonelada, por 30 días?**

Según los encuestados, 31 correspondieron a \$40 y 9 correspondieron a \$45.

**Gráfico 14** Pago por 30 días



- ¿Tiene alguna sugerencia o comentario que desea decir?

De los 40 encuestados sugirieron y comentaron que la cámara frigorífica debería ser de un gran almacenaje, que facilite un personal con experiencia y que el servicio sea ágil y rápido.

#### **4.8.2.5 Resumen e Interpretación de Resultados**

El 70% de los encuestados usan este tipo de servicios para almacenar su materia prima. Además, están insatisfechos con los servicios que otras cámaras frigoríficas brinda, que no cuentan con una buena atención al cliente o la cámara es de poco almacenaje para lo que desean guardar. También la mayor parte usa este servicio a un aproximado de 10 días a 15 días. Estos comerciantes suelen tener materia prima hasta de 20 tn, eso quiere decir que habrá una buena rotación de materia prima en la cámara de frío. Respecto a los precios, según los encuestados, el 60% pagaría por 15 días un precio de \$25, eso quiere decir que es aceptable y considerado por el tamaño de almacenaje, servicio al cliente, y además por 30 días con un 77% a \$40.

Analizando por medio de los encuestados, sí es factible y viable esta propuesta de negocio.

#### **4.8.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado**

Después de haber realizado dichas entrevistas y encuestas, en conclusión si existe una aceptación de parte de los encuestados, donde usarían el servicio por falta de una cámara de frío. También se puede considerar de que si hay una rotación de materia prima<sup>47</sup> por el volumen de toneladas que comercializan y eso ayuda a su vez de que usen este tipo de servicios.

#### **4.8.4 Recomendaciones de la investigación de Mercado**

La empresa debe de contar un gran almacenaje para dicha propuesta, un personal capacitado para que cubra todas las funciones administrativas y operativas. Y ser un servicio ágil y eficiente.

# CAPÍTULO 5

## PLAN DE MARKETING

## **CAPITULO 5**

### **5. Plan de Marketing**

#### **5.1 Objetivos General y Específicos**

##### **Objetivo General:**

Posicionar a “DISMARIS” por medio de campañas de marketing hacia clientes como la primera y mejor opción de servicios en conservación de pesca.

##### **Objetivos Específicos:**

- Desarrollar una estrategia de marketing durante el primer año, para de esta forma captar y generar interés en los clientes.
- Establecer una estrategia de precios que se ajuste a las necesidades del mercado meta.
- Posicionar a “DISMARIS” como la primera opción de conservación de pesca en mente del consumidor del cliente.
- Determinar costos para la campaña de marketing para de esta forma optimizarlos, generando mayor provecho.

##### **5.1.1 Mercado Meta**

Esta propuesta va dirigida hacia un tipo de segmento, el cual se lo denomina clientes.

- Clientes: Hombres y mujeres de 22 a 60 años, que se dediquen a la compra y venta de pesca en la ciudad de Manta, de niveles socioeconómicos B y C+, que deseen el servicio de frío para la conservación de pesca.

### **5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración**

Se implementará la estrategia de diferenciación, que será desarrollada de manera eficaz y eficiente, que permita brindar una propuesta que genere un aumento de participación en los usuarios y cliente.

La propuesta se enfocará en otorgar al cliente facilidad, agilidad, y servicio 24/7 para que el servicio sea con rapidez.

### **5.1.1.2 Cobertura**

La cobertura de “DISMARIS” empezará ofreciendo su servicio en la ciudad de Manta, como ha sido mencionado anteriormente.

## **5.2 Posicionamiento**

“DISMARIS” se posicionará en la mente del usuario y cliente de forma ágil y eficaz, gracias a la calidad del servicio que esta propuesta ofrece. Además, la ventaja que esta tiene, es que le permite a su usuario y cliente recibir un servicio de excelencia mediante su servicio 24/7.

## **5.3 Marketing Mix**

### **5.3.1 Estrategia de producto o servicio**

“DISMARIS” brinda un servicio frigorífico mediante sus cámaras de frío para la conservación de pesca, para que así sea comercializada la misma.

Gracias a esto, para el desarrollo de estrategia de servicio, una de sus principales características y beneficios son:

- Agilidad
- Ahorro de tiempo

- Práctico
- Profesionalismo

Adicionalmente, con el servicio que se está ofreciendo será de una manera muy competitiva y de satisfacción al cliente y usuario.

#### **5.3.1.1 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado**

Debido a que es un servicio, no necesita de empaques o etiquetas convencionales, ya que es intangible.

#### **5.3.1.2 Amplitud y Profundidad de Línea**

“DISMARIS” funcionará solamente para dar servicio de frío para conservación de pesca.

#### **5.3.1.3 Marcas y submarcas**

La empresa contará con la marca “DISMARIS”, la cual representa el servicio frigorífico mediante cámaras de frío, siendo este el logotipo de la empresa. No tendrá submarcas.

- Imagotipo

Esta marca está diseñada por una imagen y un texto, la imagen representa un pescado, que da como significado a la conversación de pesca y el texto es por un legado familiar, que significa; distribuidora de mariscos.



### **Ilustración 1** Imagotipo, Dismaris

**Elaborado por:** El autor

- Color del Imagotipo

El color es un azul oscuro que representa el océano igual que al pez, y a su vez también denota una imagen empresarial.

#### **5.3.2 Estrategia de Precios**

Los precios fueron considerados de acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas a los clientes, adicionalmente se cuenta con el valor agregado del 24/7, allí es donde se denota la diferenciación de la propuesta.

A continuación se detalla los precios establecidos:

Descripción	Precio
Alquiler por 15 días	\$25 por tonelada
Alquiler por 30 días	\$45 por tonelada

**Tabla:** Detalle de precios establecidos

**Elaborado por:** El Autor

##### **5.3.2.1 Precios de la Competencia**

“DISMARIS” si cuenta con competidores directos, pero no posee competidores indirectos. A continuación se mostrarán los precios de la competencia:

<b>Empresa</b>	<b>Tipos de Competencia</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Servicios Principales</b>	<b>Línea de Precios</b>
Ecufish	Alto	Montecristi	Servicio de frío	\$20 – 15 días \$40 – 30 días (por tonelada)
Rasamfish	Medio	Manta	Servicio de frío	\$20 – 15 días \$40 – 30 días (por tonelada)
Frescodegfer	Alto	Manta	Servicio de frío y proceso al vació de pesca.	\$25 – 15 días \$40 – 30 días (por tonelada)

**Tabla 7** Características de los competidores

**Elaborado por:** El autor

### **5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta**

El poder adquisitivo del mercado meta, corresponde a hombres y mujeres de 22 a 60 años con un nivel socioeconómico B, C+. Son aquellas personas que se dedican a comercializar, proveer pesca, y tiene la capacidad de pagar un espacio en una cámara de frío para conservar su pesca.

### **5.3.2.3 Políticas de Precio**

Dado que la empresa alquila su espacio de servicio de frío sin necesidad de intermediarios, por consiguiente la propuesta no contará con variaciones de precios durante sus primeros años.

## **5.3.4 Estrategia de Plaza**

### **5.3.3.1 Localización de Puntos de Venta**

El servicio se efectuará en la oficina matriz de la empresa, siendo este el único punto donde se podrá ofrecer dicho servicio.

#### ***Macrolocalización***

“DISMARIS S.A” estará ubicada en la provincia de Manabí, en la ciudad de Manta.

#### ***Microlocalización***

“DISMARIS S.A” estará ubicada en Km 41/2 Vía Manta – Rocafuerte

#### **5.3.3.1.1 Distribución del Espacio**

La empresa “DISMARIS” tendrá un terreno de 1.600 metros cuadrados pero solo se utilizarán 800 metros cuadrados para la construcción de dicha planta, túneles de congelamiento, sala de proceso, cámara de mantenimiento, bodega, parqueo, y oficinas administrativas, luego con lo restante del terreno permitirá ampliarse dentro de unos años de acuerdo a la demanda.

#### **5.3.3.1.2 Merchandising**

La empresa se dará a conocer por medio de flyers o afiches gratuitos en lugares donde esté relacionado con pesca como en el Puerto Marítimo de Manta, donde consista en servicio, promoción, ubicación, también diferentes tipos de medios como en radios, prensa escrita e internet.

### **5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial**

#### **5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.**

Debido a la naturaleza del negocio, el canal de distribución es directo, sin intermediarios, ya que no se requerirá minoristas, mayoristas ni agentes.

#### **5.3.3.2.2 Logística**

La propuesta es intangible, así que no se necesita de un producto para que pueda ser comercializada, aunque como parte de proceso se considera un buen servicio al cliente al momento de que un comerciante este en planta guardando pesca en las cámaras.

#### **5.3.3.2.3 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-Venta y Post-Venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.**

- **Pre-Venta:**

Los asesores comerciales realizarán estudios para captar clientes, ya sea por medio de una base de datos, recopilación de datos del mercado meta, llamadas telefónicas y entre otras actividades.

- **Post-Venta:**

Se procederá hacer un seguimiento a los clientes para conocer y saber cómo fue su servicio en planta.

- **Quejas y/o Reclamos:**

La secretaría será la encargada de receptar cualquier tipo de quejas y/o reclamos que comuniquen los clientes, también si se llega a presentar un caso crítico, tendrá

que ser comunicado al gerente general de la empresa para así encontrar soluciones a fin de asegurar al cliente.

### **5.3.4 Estrategias de Promoción**

#### **5.3.4.1 Promoción de Ventas**

- Se realizarán ferias o eventos donde el servicio pueda ser impulsado y conocido de una manera correcta.
- Las estrategias promocionales se desarrollarán por medio de redes sociales, prensa escrita, radio.

#### **5.3.4.2 Venta Personal**

La empresa “DISMARIS” contará con dos vendedores que se encargarán de incrementar el número de clientes, así también el Gerente General durante los primeros años, quienes se pondrán en contacto con dueños de barco y comerciantes en la ciudad de Manta.

#### **5.3.4.3 Publicidad**

##### **5.3.4.3.1 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.**

“DISMARIS” desarrollará un mensaje para la propuesta publicitaria donde se basara en sus beneficios, calidad y servicio. A continuación se detalla:

- Profesionalismo.
- Práctico.
- Excelencia de servicio con el cliente.
- Ahorro de tiempo.

Adicionalmente, las campañas publicitarias harán énfasis en la innovación y excelencia de servicio para captar clientes potenciales.

#### **5.3.4.3.2 Estrategias ATL y BTL.**

Respecto a las estrategias BTL se implementará lo siguiente:

- Campañas en redes sociales en Facebook con más presencia mayoritaria que en Instagram.
- Creación de una página web.

#### **5.3.4.3.3 Estrategia de Lanzamiento.**

##### **5.3.4.3.4 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.**

La empresa DISMARIS no contratará los servicios de una agencia de publicidad, ya que su personal está capacitado para promover y realizar campañas de publicidad en medios tradicionales como digitales.

#### **5.3.4.4 Relaciones Públicas**

DISMARIS de acuerdo con relaciones públicas se manejará por medio de conferencias o convenios respecto a temas de pesca y almacenaje en frío.

#### **5.3.4.5 Marketing Relacional**

El marketing relacional será a través de llamadas telefónicas para que sea más directa la comunicación con el cliente, para transmitir una mayor presencia.

### **5.3.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto**

#### **Estrategias de E-Commerce**

La empresa no aplicará a E-Commerce ya que las actividades se realizan con el cliente de una forma directa a través de pagos como en efectivo, transferencias bancarias o depósitos.

#### **5.3.4.6.2 Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales.**

Mis competidores principales cuentan con un nivel medio respecto a medios digitales, ya que una de sus estrategias es el boca a boca y el nombramiento que tienen como servicio y empresa.

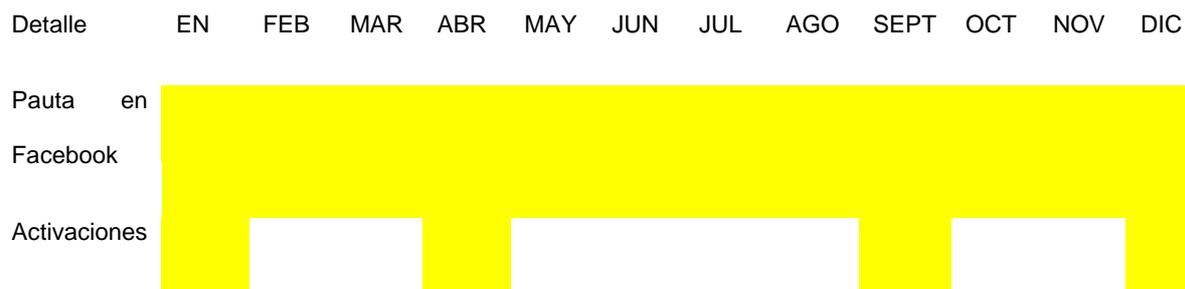
#### **5.3.4.6.3 Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales**

##### **Sitio web:**

Esta propuesta tendrá una página web que se lo realizara en wordpress, tendrá un costo de \$1500, esto incluye el diseñador, plantilla, dominio.

#### **5.3.4.7 Cronograma de Actividades**

A continuación, se presenta el cronograma de actividades mensual:



**Tabla 8** Cronograma de actividades, Dismaris

### 5.4 Presupuesto de Marketing

#### PRESUPUESTO DE MARKETING

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PUBLICIDAD</b>					
DIARIOS	6.840,00	7.182,00	7.541,10	7.918,16	8.314,06
PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS	3.670,00	3.853,50	4.046,18	4.248,48	4.460,91
REDES SOCIALES	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
WEB	550,00	77,50	81,38	85,44	89,72
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>	<b>12.260,00</b>	<b>12.373,00</b>	<b>12.991,65</b>	<b>13.641,23</b>	<b>14.323,29</b>
<b>PROMOCION DE VENTAS</b>					
ACTIVACIONES	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
<b>TOTAL PROMOCION DE VENTAS</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.150,00</b>	<b>3.307,50</b>	<b>3.472,88</b>	<b>3.646,52</b>
<b>TOTAL PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>	<b>15.260,00</b>	<b>15.523,00</b>	<b>16.299,15</b>	<b>17.114,11</b>	<b>17.969,81</b>

**Tabla 9** Presupuesto de marketing anual.

Elaborado por: El autor

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

## **6. PLAN OPERATIVO**

### **6.1 Producción**

#### **6.1.1 Proceso Productivo**

##### **1. Recepción de pesca**

Llega un camión con pesca a la planta, el supervisor de control de calidad se encarga de revisar las condiciones de la pesca, revisando y verificando que las paredes estén libres de residuos como sangre, piedras o algo extraño. Además, se inspecciona el hielo que venga libre de algún material extraño y lo más integro posible (sin derretimiento).

##### **2. Calificación Organoléptica**

Cuando la pesca este dentro de la planta se coge una muestra para examinar la temperatura, no puede sobrepasar 10°C ni 2°C como promedio mínimo en 10 pescados, durante el uso de un termómetro calibrado. En aquella muestra se realiza también una evaluación sensorial, significa detección de olores, color, apariencia general.

Si las características responden a un buen estado de materia prima, se aprueba para luego descargar la pesca del camión. En caso de que se detecte mala apariencia, pérdida de color, textura diferente y falta de hielo; se rechaza la pesca. Los resultados de la materia prima se registran en un formato en Recepción de Pesca y calificación organoléptica.

Esta recepción de materia prima la ejecuta el personal capacitado, detallando lo siguiente:

- Verificando materia prima extraña

-Separando la pesca que este con golpes, manchas, etc.; rechazándolas.

-Separando pesca en mal estado:

Si la descomposición es del 2,5% se rechaza esa materia prima y acepta el resto de la carga.

Si la descomposición es más del 2,5% se rechaza todo el lote.

-Proceder con algún reporte de observaciones en Registro de Pesca

### **3. Pesado**

Verificar que la balanza este calibrada, antes de pesar la materia prima. Hay pesca que se pesa individualmente o también en bandejas o tinas si es el caso. Para su pesaje existe una persona que está encargada de recepción de pesca, en ese momento llenan un registro de control, contiene lo siguiente:

- Fecha presente, el día que se ingresó la pesca.
- Nombre del proveedor, de donde proviene la pesca.
- Número de piezas
- Peso

Se verifica observaciones: Inspección de equipos (balanzas y termómetros), transporte de materia prima y recepción de pesca.

En general el 80% proviene de lanchas o embarcaciones de fibra, y el 20% de esta proviene de barcos o embarcaciones pesadas.

### **4. Almacenamiento y Refrigerado**

Al momento de almacenar existe una persona que es el operador de un vehículo monta-carga, es encargada de recoger la tina con pesca donde luego es almacenada

en la cámara de frío, esta cámara se encuentra en una temperatura de 0°C, allí asegurando de que la materia prima no exceda una temperatura de 4,4°C, que es lo recomendable para mantener una alta calidad. La cámara de frío siempre es monitoreada y controlada mediante un DATA LOGGER (registrador de datos), que graba cualquier variación de temperatura, esto de aquí es impreso semanalmente para llevar un control de registro de temperaturas.

### 6.1.2 Flujogramas de Procesos



**Ilustración 2** Flujogramas de procesos

### 6.1.3 Infraestructura



**Ilustración 3** Infraestructura de la empresa

**Elaborado por:** El autor

#### 6.1.4 Mano de obra

Se detalla los empleados que se requerirá para que la propuesta funcione:

Descripción	Número de empleados
Gerente General	1
Gerente Financiero	1
Secretaria	1
Jefe de Operaciones	1
Operarios	1
Obreros	2
Total	7

**Tabla 10** Detalle de Empleados

**Elaborado por:** El Autor

**Fuente:** La investigación

#### 6.1.5 Capacidad Instalada

La capacidad instalada se determina de acuerdo a la capacidad operativa de la cámara de frío, la cual posee una capacidad de 600 toneladas para pesca.

## 6.1.6 Presupuesto

### INVERSION FIJA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS

CLASE	DETALLE DEL ACTIVO	AREA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
<b>EDIFICIOS</b>					
	Cámara de frío	VTAS	1	60.000,0	60.000
<b>INSTALACIONES</b>					
	Electricas	ADM	1	3.000,0	3.000,0
<b>EQUIPOS</b>					
	Aire acondicionado	ADM	3	650	1.950
	Tinas reforzadas	VTAS	15	80	1.200
	Bascula industrial	VTAS	1	950	950
	Montacarga	VTAS	1	20.000	20.000
	Compresores	VTAS	6	9.000	54.000
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
	Escritorio	ADM	3	100	300
	Mesa de reuniones	ADM	1	350	350
	Sillas giratorias	ADM	5	65	325
	Archivadores	ADM	1	65	65
	Counter	ADM	1	120	120
	Sillas para la mesa de reuniones	ADM	6	35	210
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>					
	Laptos	ADM	4	510	2.040
	Impresora	ADM	2	200	400
<b>TOTALES</b>					<b>144.910</b>

**Tabla 11** Presupuesto de Inversión de Propiedad, Maquinarias y Equipos

**Elaborado por:** El Autor

**Fuente:** La investigación

## 6.2 Gestión de Calidad

### 6.2.1 Políticas de Calidad

En las políticas de calidad de la empresa DISMARIS, consciente de que la satisfacción del cliente es primordial, para así asegurar el buen manejo de procesos internos dentro de la empresa, esta detalla sus políticas de calidad:

- Integridad y respeto entre cliente-empresa.

- Excelencia de servicio y agilidad en procesos tales como recepción de pesca.
- Tecnología de punta en cámara de frío para así asegurar materia prima de calidad.
- Desarrollar relaciones comerciales en base a la responsabilidad con los clientes.

### **6.2.2 Procesos de Control de Calidad**

El proceso de calidad de la empresa DISMARIS será de acuerdo a los siguientes parámetros:

- Reuniones semanales, las mismas que serán con el Jefe de Operaciones con dicho reporte de los empleados, para que pueda ser reportado a los Gerentes.
- Control durante las llegadas de camiones con materia prima.
- Almacenar correctamente y ordenadamente en la cámara de frío la materia prima.
- Realizar un control de calidad en la recepción de pesca.
- Control de tiempo al momento del que el monte carguista este guardando materia prima con un debido informe del jefe de operaciones.

### 6.2.3 Presupuesto

**Tabla 12** Presupuesto de Gestión de Calidad

<b>Normas ISO 9001</b>	
Implementación	\$3.000

**Elaborado por:** El Autor

**Fuente** La Investigación

## 6.3 Gestión Ambiental

### 6.3.1 Políticas de Protección Ambiental

DISMARIS contará con políticas de protección ambiental para así mantener y cuidar el medio ambiente, se detalla las siguientes políticas:

- ✓ Prohibir el consumo de bebidas alcohólicas o sustancias tóxicas dentro del establecimiento.
- ✓ Cumplir con el compromiso del reciclaje de los insumos.
- ✓ Implementar tachos de basura con la clasificación adecuada.
- ✓ Cumplir con el correcto uso de los materiales e utensilios dentro de la planta.

### 6.3.2 Procesos de Control Ambiental

Para el proceso de control ambiental se implementará los siguientes parámetros que deben ser acatados por sus empleados:

- Limpieza cada vez que llegue materia prima a la planta.
- Realizar controles respecto a materiales que no se usen, para que luego puedan ser reutilizados.

- Revisión y mantenimiento del vehículo de monta-carga, para que no afecte a la materia prima.
- Limpieza diaria de tinas reforzadas.

### 6.3.3 Presupuesto

Detalle	Cantidad	Valor	Total
Basureros clasificados	2	\$210	\$420

**Tabla 13** Presupuesto de Control Ambiental

**Elaborado por:** El autor

## 6.4 Gestión de Responsabilidad Social

### 6.4.1 Políticas de Protección Social

DISMARIS está determinada en contribuir al sector pesquero y que sustente la explotación de recursos y desarrollo.

A continuación los compromisos son los siguientes:

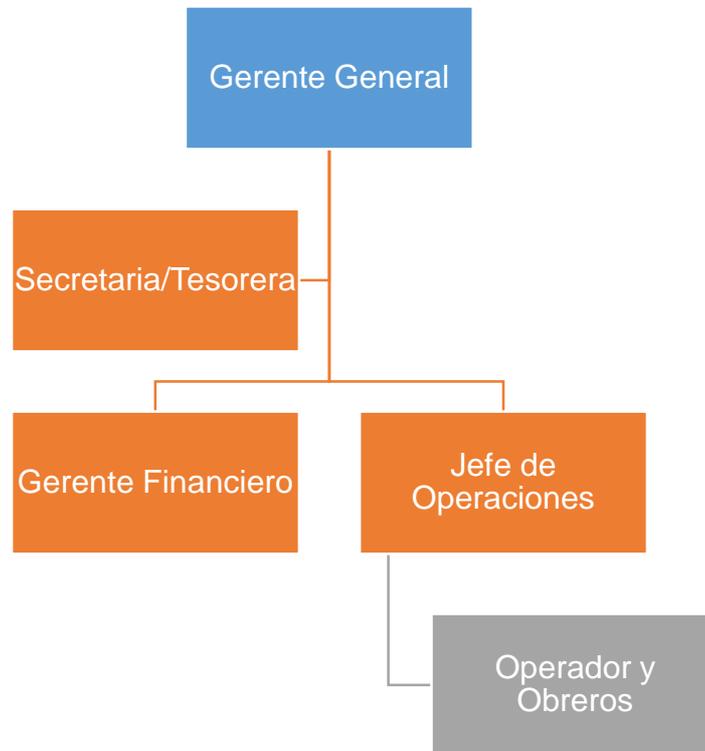
- Aportar salud, seguridad, óptimas condiciones en el ambiente laboral.
- Dispensar de los beneficios sociales a los empleados.
- Cumplir puntualidad al momento de pagos de los sueldos y salarios.
- Fomentar un buen clima laboral para progresar en las actividades laborales.

### 6.4.2 Presupuesto

No es necesario de un presupuesto para las políticas de protección social, ya que existen diferentes formas de brindar capacitaciones por medio de organismos gubernamentales.

## 6.5 Estructura Organizacional

### 6.5.1 Organigrama



### 6.5.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

#### ➤ Gerente General

**Sexo:** Indistinto

**Edad:** 25 años en adelante

**Experiencia:** 5 años

**Formación Profesional:** Profesional en carreras empresariales.

**Descripción del cargo:** Administrar negocios.

➤ **Gerente Financiero**

**Sexo:** Indistinto

**Edad:** 25 años en adelante

**Experiencia:** 5 años

**Formación Profesional:** Profesional en carrera de comercio y finanzas.

**Descripción del cargo:** Administrar respecto a temas financieros.

➤ **Jefe de Operaciones**

**Sexo:** Indistinto

**Edad:** 30 años en adelante

**Experiencia:** 5 años

**Formación Profesional:** Profesional en carreras administrativas.

**Descripción del cargo:** Dirección a las decisiones a temas de operaciones. Contribuir en el área de recepción de pesca y sus derivados.

➤ **Secretaria / Tesorera**

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 25 años en adelante

**Experiencia:** 5 años

**Formación Profesional:** Profesional en carreras administrativas o

empresariales.

**Descripción del cargo:** Encargada de cobrar por el servicio que brinda la planta, así también cumpliría con funciones de secretaria, manejaría los documentos administrativos de la empresa y funciones que se le asigne.

### 6.5.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

<b>Cargo</b>	<b>Interacción</b>	<b>Responsabilidad</b>	<b>Derecho</b>
<b>Gerente General</b>	Con gerente financiero, y los demás colaboradores	Administrar la planta, supervisar los demás departamentos. Implementar nuevas ideas para la empresa.	Toma de decisiones en caso que haya problemas.
<b>Gerente Financiero</b>	Con gerencia general y demás colaboradores	Administrar todos los estados financieros de la empresa.	Toma de decisiones respecto a pagos, y finanzas de la empresa.
<b>Jefe de Operaciones</b>	Gerencia General, gerente financiero,	Controlar y verificar que todos	Toma de decisiones de

	y demás colaboradores	los procesos vayan de manera correcta.	compra de algún material o que se necesite en la planta.
<b>Secretaria / Tesorera</b>	Gerente General y Gerente Financiero	Administrar y controlar pagos de la empresa, responsable de cumplir tareas y funciones administrativas.	

**Tabla 14** Manual de Funciones

**Elaborado por** El Autor

# CAPÍTULO 7

## ESTUDIO ECONOMICO

## 7. Estudio Económico, Financiero y Tributario.

### 7.2 Inversión Inicial

La empresa DISMARIS tiene una inversión para su actividad de la cual es brindar servicios frigoríficos para la conservación de pesca, tiene una inversión fija de \$146.175,00, en activos intangibles es de \$300,00, gastos pre operacionales \$7.424,00 y en total existe una inversión inicial de \$202.661,21. Se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 15** Inversión Inicial

**INVERSION INICIAL**  
**RESUMEN DE INVERSION POR AREA**

INVERSION INICIAL	ADM	VTAS	PROD	TOTAL
INVERSION FIJA	8.825,00	137.350,00	-	146.175,00
ACTIVOS INTANGIBLES	300,00	-	-	300,00
PREOPERACIONALES	924,00	-	6.500,00	7.424,00
CAPITAL DE TRABAJO	-	-	-	48.762,21
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>10.049,00</b>	<b>137.350,00</b>	<b>6.500,00</b>	<b>202.661,21</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El Autor

#### 7.1.1 Tipo de inversión

##### 7.1.1.1 Fija

#### INVERSIÓN FIJA

En la empresa DISMARIS se necesitará un edificio que por ende es la cámara de frío, así también como equipos, muebles y enseres, los cuales servirán para comenzar con el servicio que brindará. El total de la inversión fija es \$ 144.910,00

**Tabla 16 Inversión Fija**

**INVERSION FIJA  
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS**

CLASE	DETALLE DEL ACTIVO	AREA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
<b>EDIFICIOS</b>					
	Cámara de frío	VTAS	1	60.000,0	60.000
<b>INSTALACIONES</b>					
	Electricas	ADM	1	3.000,0	3.000,0
<b>EQUIPOS</b>					
	Aire acondicionado	ADM	3	650	1.950
	Tinas reforzadas	VTAS	15	80	1.200
	Bascula industrial	VTAS	1	950	950
	Montacarga	VTAS	1	20.000	20.000
	Compresores	VTAS	6	9.000	54.000
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
	Escritorio	ADM	3	100	300
	Mesa de reuniones	ADM	1	350	350
	Sillas giratorias	ADM	5	65	325
	Archivadores	ADM	1	65	65
	Counter	ADM	1	120	120
	Sillas para la mesa de reuniones	ADM	6	35	210
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>					
	Laptos	ADM	4	510	2.040
	Impresora	ADM	2	200	400
<b>TOTALES</b>					<b>144.910</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.1.2 Diferida

A continuación se detalla la inversión diferida de la empresa DISMARIS, para que inicie sus actividades.

**Tabla 17 Inversión Diferida**

#### PREOPERACIONALES

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>BASICOS</b>							
<b>CONSTITUCION COMPAÑÍA</b>							
CC	Elaboración de estudios						
CC	Infraestructura						
CC	Acompañamiento - Asesoría	200,00					
CC	Trámites / Permisos	300,00					
CC	Mantenimiento anual						
CC	Auditorías						
<b>CUERPO DE BOMBEROS</b>							
CB	Elaboración de estudios	50,00					
CB	Infraestructura	300,00					
CB	Acompañamiento - Asesoría	50,00					
CB	Trámites / Permisos	24,00					
CB	Mantenimiento anual		450,00	495,00	544,50	598,95	658,85
CB	Auditorías						
<b>MUNICIPIO DE MANTA</b>							
MM	Elaboración de estudios	-					
MM	Infraestructura	300,00					
MM	Acompañamiento - Asesoría	100,00					
MM	Trámites / Permisos	1.045,00					
MM	Mantenimiento anual		375,00	412,50	453,75	499,13	549,04
MM	Auditorías						
<b>ESPECIFICOS</b>							
<b>ISO</b>							
ISO	Elaboración de estudios	500,00					
ISO	Infraestructura	4.500,00					
ISO	Acompañamiento - Asesoría	500,00					
ISO	Trámites / Permisos	500,00					
ISO	Mantenimiento anual		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
ISO	Auditorías	500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>TOTALES</b>		<b>8869,00</b>	<b>1525,00</b>	<b>1607,50</b>	<b>1698,25</b>	<b>1798,08</b>	<b>1907,88</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.1.3 Corriente

**Tabla 18** Inversión Corriente

COMPONENTES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	FIJO	131.669,48	117.960,82	117.739,49	116.456,13	115.798,74
COSTOS VARIABLES	VAR	30.744,10	32.730,08	32.783,00	32.854,30	32.946,03
<b>TOTALES</b>		<b>162.413,58</b>	<b>150.690,89</b>	<b>150.522,49</b>	<b>149.310,44</b>	<b>148.744,77</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.1.2 Financiamiento de la Inversión

### 7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

DISMARIS contará con dos tipos de financiamiento, préstamo bancario y aporte de los accionistas. El total de la estructura de capital es de \$202.661,21.

Se detalla los siguiente:

**Tabla 19** Financiamiento

DETALLE	% PESO	MONTO
PRÉSTAMO BANCARIO	70%	141.862,85
ACCIONISTA 1	20%	40.532,24
ACCIONISTA 2	10%	20.266,12
<b>TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>	<b>100%</b>	<b>202.661,21</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.2.2 Tabla de Amortización

El % de la inversión será financiada por Ban Ecuador, será cancelado en 60 cuotas por 5 años con una tasa de interés anual %. Se detalla en lo siguiente:

**Tabla 20** Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
	CAPITAL	141.862,85			
	TASA DE INTERÉS CFN	0,81%			
	NÚMERO DE PAGOS	60			
	CUOTA MENSUAL	2.996,75			
Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago	
0	141.862,85	-	-	-	
1	140.018,74	1.844,11	1.152,64	2.996,75	
2	138.159,64	1.859,09	1.137,65	2.996,75	
3	136.285,45	1.874,20	1.122,55	2.996,75	
4	134.396,02	1.889,43	1.107,32	2.996,75	
5	132.491,24	1.904,78	1.091,97	2.996,75	
6	130.570,99	1.920,25	1.076,49	2.996,75	
7	128.635,13	1.935,86	1.060,89	2.996,75	
8	126.683,55	1.951,58	1.045,16	2.996,75	
9	124.716,11	1.967,44	1.029,30	2.996,75	
10	122.732,68	1.983,43	1.013,32	2.996,75	
11	120.733,14	1.999,54	997,20	2.996,75	
12	118.717,35	2.015,79	980,96	2.996,75	
13	116.685,18	2.032,17	964,58	2.996,75	
14	114.636,50	2.048,68	948,07	2.996,75	
15	112.571,18	2.065,32	931,42	2.996,75	
16	110.489,07	2.082,10	914,64	2.996,75	
17	108.390,05	2.099,02	897,72	2.996,75	
18	106.273,98	2.116,08	880,67	2.996,75	
19	104.140,71	2.133,27	863,48	2.996,75	
20	101.990,11	2.150,60	846,14	2.996,75	
21	99.822,03	2.168,08	828,67	2.996,75	
22	97.636,34	2.185,69	811,05	2.996,75	
23	95.432,89	2.203,45	793,30	2.996,75	
24	93.211,53	2.221,35	775,39	2.996,75	
25	90.972,13	2.239,40	757,34	2.996,75	
26	88.714,54	2.257,60	739,15	2.996,75	
27	86.438,60	2.275,94	720,81	2.996,75	
28	84.144,16	2.294,43	702,31	2.996,75	
29	81.831,09	2.313,07	683,67	2.996,75	
30	79.499,22	2.331,87	664,88	2.996,75	
31	77.148,41	2.350,81	645,93	2.996,75	
32	74.778,49	2.369,91	626,83	2.996,75	
33	72.389,32	2.389,17	607,58	2.996,75	
34	69.980,74	2.408,58	588,16	2.996,75	
35	67.552,59	2.428,15	568,59	2.996,75	
36	65.104,71	2.447,88	548,86	2.996,75	
37	62.636,94	2.467,77	528,98	2.996,75	
38	60.149,12	2.487,82	508,93	2.996,75	
39	57.641,09	2.508,03	488,71	2.996,75	
40	55.112,67	2.528,41	468,33	2.996,75	
41	52.563,72	2.548,95	447,79	2.996,75	
42	49.994,05	2.569,67	427,08	2.996,75	
43	47.403,51	2.590,54	406,20	2.996,75	
44	44.791,92	2.611,59	385,15	2.996,75	
45	42.159,11	2.632,81	363,93	2.996,75	
46	39.504,91	2.654,20	342,54	2.996,75	
47	36.829,14	2.675,77	320,98	2.996,75	
48	34.131,63	2.697,51	299,24	2.996,75	
49	31.412,20	2.719,43	277,32	2.996,75	
50	28.670,68	2.741,52	255,22	2.996,75	
51	25.906,89	2.763,80	232,95	2.996,75	
52	23.120,63	2.786,25	210,49	2.996,75	
53	20.311,74	2.808,89	187,86	2.996,75	
54	17.480,03	2.831,71	165,03	2.996,75	
55	14.625,31	2.854,72	142,03	2.996,75	
56	11.747,40	2.877,91	118,83	2.996,75	
57	8.846,10	2.901,30	95,45	2.996,75	
58	5.921,23	2.924,87	71,87	2.996,75	
59	2.972,59	2.948,64	48,11	2.996,75	
60	0,00	2.972,59	24,15	2.996,75	
		<b>141.862,85</b>	<b>37.941,87</b>	<b>179.804,72</b>	

Fuente: BAN ECUADOR

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.3 Cronograma de Inversiones

Se detallan los pagos anuales con interés de los 5 años, a continuación la tabla el cronograma.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
PAGO DE CAPITAL	23.145,50	25.505,81	28.106,82	30.973,08	34.131,63	141.862,85
PAGO DE INTERES	12.815,44	10.455,13	7.854,12	4.987,86	1.829,31	37.941,87
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>35.960,94</b>	<b>35.960,94</b>	<b>35.960,94</b>	<b>35.960,94</b>	<b>35.960,94</b>	<b>179.804,72</b>

**Tabla 21** Cronograma de Inversiones

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.2 Análisis de Costos

### 7.2.1 Costos Fijos

Tabla 22 Costos Fijos

#### PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	-
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	-
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	-
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	-
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	6.600,00
SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS	FIJO	-
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	6.500,00
OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	FIJO	6.700,00
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	22.800,00
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	2.770,20
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	4.032,00
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	-
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	FIJO	1.200,00
REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES AUTÓNOMOS	FIJO	-
HONORARIOS A EXTRANJEROS POR SERVICIOS OCASIONALES	FIJO	-
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	300,00
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	-
COMISIONES	FIJO	-
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	-
SEGUROS Y REASEGUROS (primas y cesiones)	FIJO	-
TRANSPORTE	FIJO	-
GASTOS DE GESTIÓN (agasajos a accionistas, trabajadores y clientes)	FIJO	-
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	2.880,00
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	FIJO	825,00
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	1.438,83
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	-
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO	924,00
OTROS GASTOS	FIJO	8.994,00
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	-
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	-
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	-
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	-
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	FIJO	-
REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES AUTÓNOMOS	FIJO	-
HONORARIOS A EXTRANJEROS POR SERVICIOS OCASIONALES	FIJO	-
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	-
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	24.000,00
COMISIONES	FIJO	-
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	15.260,00
SEGUROS Y REASEGUROS (primas y cesiones)	FIJO	-
TRANSPORTE	FIJO	-
GASTOS DE GESTIÓN (agasajos a accionistas, trabajadores y clientes)	FIJO	-
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	-
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	FIJO	-
DEPRECIACIONES PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	13.615,00
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	15,00
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO	-
OTROS GASTOS	FIJO	-
INTERESES	FIJO	12.815,44

Fuente: La Investigación

Elaborado por: El autor

## 7.2.2 Costos Variables

En los costos variables de detalla lo siguiente:

**Tabla 23** Costos Variables

### **PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.**

<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO</b>	<b>T AÑO 1</b>
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	VAR	30.744,10
COMBUSTIBLES	VAR	-
LUBRICANTES	VAR	-
GASTOS DE VIAJE	VAR	-
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	VAR	-
COMBUSTIBLES	VAR	-
LUBRICANTES	VAR	-
GASTOS DE VIAJE	VAR	-
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	VAR	-

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.3 Capital de Trabajo

### 7.3.1 Gastos de Operación

Los gastos de operación se determinaron los gastos por mantenimiento de equipos, depreciación de activos fijos, y amortización de intangibles. Son tomados los tres primeros meses de actividad, se detalla a continuación:

**Tabla 24** Gastos de Operación

NOMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
<b>MATERIA PRIMA</b>			
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	2.562,01	2.562,01	2.562,01
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	2.562,01	2.562,01	2.562,01
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS			
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	800,00	800,00	1.500,00
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	-	-	-
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS			
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-	-	-
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	300,00	300,00	300,00
SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS			
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	-	-	-
OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	500,00	500,00	1.200,00

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.3.2 Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se tomará los primeros tres meses, uno de los principales gastos es de sueldos y salarios, aportes y arrendamiento.

**Tabla 25 Gastos Administrativos**

<b>5202</b>	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>12.745,75</b>	<b>2.926,75</b>	<b>2.926,75</b>
520201	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	1.900,00	1.900,00	1.900,00
520202	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	230,85	230,85	230,85
520203	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	336,00	336,00	336,00
520204	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO			
520205	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	FIJO	100,00	100,00	100,00
520206	REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES AUTÓNOMOS	FIJO			
520207	HONORARIOS A EXTRANJEROS POR SERVICIOS OCASIONALES	FIJO			
520208	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO			
520209	ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO		-	-
520210	COMISIONES	FIJO			
520218	AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	240,00	240,00	240,00
520219	NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	VAR			
520220	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	FIJO	825,00		
520221	DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	119,90	119,90	119,90
52022201	AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	-	-	-
52022202	AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO			
520228	OTROS GASTOS	FIJO	8.994,00		

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.3.3 Gastos de Ventas

A continuación se detallan en la siguiente tabla las cuentas que han sido consideradas para el gasto de ventas. Se tomaron los tres primeros meses.

**Tabla 26 Gastos de Ventas**

<b>GASTOS DE VENTA</b>		<b>5.175,83</b>	<b>3.735,83</b>	<b>4.235,83</b>
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	-	-	-
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	-	-	-
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	-	-	-
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	-	-	-
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	2.000,00	2.000,00	2.000,00
COMISIONES	FIJO			
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	2.040,00	600,00	1.100,00
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO		-	-
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	VAR			
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	FIJO			
DEPRECIACIONES PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	1.134,58	1.134,58	1.134,58
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	1,25	1,25	1,25
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO			
OTROS GASTOS	FIJO			

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.3.4 Gastos Financieros

Los gastos financieros que tiene DISMARIS corresponden al interés del préstamo que se solicitará al Ban Ecuador, serán tomados los tres primeros meses.

**Tabla 27** Gastos Financieros

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>1.152,64</b>	<b>1.137,65</b>	<b>1.122,55</b>
INTERESES	FIJO	1.152,64	1.137,65	1.122,55

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.4 Análisis de Variables Críticas

### 7.4.1 Determinación del Mark Up y Márgenes

Se detalla la fijación de precios por medio del servicio que se está ofreciendo tanto para el alquiler de 15 días o 30 días.

A continuación, se detalla el Mark Up:

**Tabla 28** Mark Up

**MARK UP POR CANAL**  
BASADO EN COSTOS Y PRECIOS PROMEDIOS

	<b>COSTO</b>	<b>% MARGEN</b>	<b>PRECIO CANAL</b>	<b>%MARGEN CANAL</b>	<b>P.V.P.</b>
alquiler 15 días /Ton	8,81	65%	25,00	0%	25,00
alquiler 30 días /Ton	8,81	80%	45,00	0%	45,00

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

**Tabla 29 Ventas en US\$**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CONSOLIDADO PRODUCTOS</b>					
alquiler 15 días /Ton	92.750,00	102.025,00	117.328,75	140.794,50	175.993,13
alquiler 30 días /Ton	91.125,00	100.237,50	115.273,13	138.327,75	172.909,69
<b>TOTAL VENTAS EN US\$</b>	<b>183.875,00</b>	<b>202.262,50</b>	<b>232.601,88</b>	<b>279.122,25</b>	<b>348.902,81</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.4.3 Análisis de Punto de Equilibrio

Se detalla el cálculo del punto de equilibrio de la empresa DISMARIS:

**Tabla 30 Punto de Equilibrio**

COMPONENTES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	FIJO	131.669,48	117.960,82	117.739,49	116.456,13	115.798,74
COSTOS VARIABLES	VAR	30.744,10	32.730,08	32.783,00	32.854,30	32.946,03
<b>TOTALES</b>		<b>162.413,58</b>	<b>150.690,89</b>	<b>150.522,49</b>	<b>149.310,44</b>	<b>148.744,77</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
alquiler 15 días /Ton		3.407	3.052	3.047	3.013	2.996
alquiler 30 días /Ton		1.033	926	924	914	909
		<b>4.440</b>	<b>3.978</b>	<b>3.971</b>	<b>3.927</b>	<b>3.905</b>
<b>Cantidades al año</b>		<b>5735</b>	<b>6309</b>	<b>7255</b>	<b>8706</b>	<b>10882</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.5 Entorno Fiscal de la Empresa

**Tabla 31** Entorno Fiscal de la Empresa

TASAS FISCALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta		25%	25%	25%	25%	25%

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.6 Estados Financieros Projectados

### 7.6.1 Balance General

**Tabla 32** Balance General

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	48.762,21	69.570,97	102.925,83	153.272,51	236.612,97	369.838,10
CUENTAS POR COBRAR	-	-	-	-	-	-
INVENTARIOS	-	-	-	-	-	-
SEGUROS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	-	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	7.424,00	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>56.186,21</b>	<b>69.570,97</b>	<b>102.925,83</b>	<b>153.272,51</b>	<b>236.612,97</b>	<b>369.838,10</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	146.175,00	146.175,00	146.175,00	146.175,00	146.175,00	146.175,00
DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	-	15.053,83	30.107,67	45.161,50	59.402,00	73.642,50
<b>PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO NETOS</b>	<b>146.175,00</b>	<b>131.121,17</b>	<b>116.067,33</b>	<b>101.013,50</b>	<b>86.773,00</b>	<b>72.532,50</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>						
PLUSVALIAS	-	-	-	-	-	-
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE, CUOTAS PATRIMONIALES	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES	-	15,00	30,00	45,00	60,00	75,00
<b>ACTIVO INTANGIBLE NETO</b>	<b>300,00</b>	<b>285,00</b>	<b>270,00</b>	<b>255,00</b>	<b>240,00</b>	<b>225,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>202.661,21</b>	<b>200.977,13</b>	<b>219.263,16</b>	<b>254.541,01</b>	<b>323.625,97</b>	<b>442.595,60</b>
<b>PASIVOS</b>						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE OBLIGACIONES BANCARIAS	23.145,50	25.505,81	28.106,82	30.973,08	34.131,63	-
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	-	7.779,77	18.694,71	29.753,78	47.056,78	72.557,29
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>23.145,50</b>	<b>33.285,58</b>	<b>46.801,53</b>	<b>60.726,86</b>	<b>81.188,41</b>	<b>72.557,29</b>
OBLIGACIONES BANCARIAS A LARGO PLAZO	118.717,35	93.211,53	65.104,71	34.131,63	-	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>141.862,85</b>	<b>126.497,11</b>	<b>111.906,24</b>	<b>94.858,49</b>	<b>81.188,41</b>	<b>72.557,29</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	60.798,36	60.798,36	60.798,36	60.798,36	60.798,36	60.798,36
Utilidad del Ejercicio	-	13.681,66	32.876,90	52.325,61	82.755,03	127.600,75
Utilidades Retenidas	-	-	13.681,66	46.558,56	98.884,16	181.639,19
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>60.798,36</b>	<b>74.480,02</b>	<b>107.356,92</b>	<b>159.682,53</b>	<b>242.437,56</b>	<b>370.038,31</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>202.661,21</b>	<b>200.977,13</b>	<b>219.263,16</b>	<b>254.541,01</b>	<b>323.625,97</b>	<b>442.595,60</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.6.2 Estado de Pérdida y Ganancias

A continuación, se detalla el siguiente Estado de Pérdida y Ganancias a cinco años.

**Tabla 33** Estado de Resultado Integral

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	183.875,00	202.262,50	232.601,88	279.122,25	348.902,81
COSTO DE VENTAS	50.544,10	46.030,08	46.083,00	46.154,30	46.246,03
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>133.330,90</b>	<b>156.232,42</b>	<b>186.518,88</b>	<b>232.967,95</b>	<b>302.656,79</b>
% Margen Bruto	73%	77%	80%	83%	87%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	46.164,03	40.572,68	41.686,62	41.955,17	43.091,24
GASTOS DE VENTAS	52.890,00	53.633,00	54.898,75	56.213,10	57.578,18
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>99.054,03</b>	<b>94.205,68</b>	<b>96.585,37</b>	<b>98.168,27</b>	<b>100.669,43</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)</b>	<b>34.276,87</b>	<b>62.026,74</b>	<b>89.933,50</b>	<b>134.799,68</b>	<b>201.987,36</b>
% Margen Operativo	19%	31%	39%	48%	58%
GASTOS FINANCIEROS	12.815,44	10.455,13	7.854,12	4.987,86	1.829,31
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBT)</b>	<b>21.461,42</b>	<b>51.571,61</b>	<b>82.079,38</b>	<b>129.811,81</b>	<b>200.158,04</b>
% Margen antes impuestos	12%	25%	35%	47%	57%
PARTICIPACION DE UTILIDADES	3.219,21	7.735,74	12.311,91	19.471,77	30.023,71
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>18.242,21</b>	<b>43.835,87</b>	<b>69.767,48</b>	<b>110.340,04</b>	<b>170.134,34</b>
IMPUESTO A LA RENTA	4.560,55	10.958,97	17.441,87	27.585,01	42.533,58
<b>UTILIDAD DISPONIBLE</b>	<b>13.681,66</b>	<b>32.876,90</b>	<b>52.325,61</b>	<b>82.755,03</b>	<b>127.600,75</b>
% Margen Disponible	7%	16%	22%	30%	37%

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.6.2.1 Flujo de Caja Projectado

A continuación, se detalla el siguiente flujo de caja del año uno al año cinco:

**Tabla 34** Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo - EBITDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes Impptos Renta	21.461,42	51.571,61	82.079,38	129.811,81	200.158,04
(+) Gastos de Depreciación/Amortizacion	22.492,83	15.068,83	15.068,83	14.255,50	14.255,50
(-) Inversiones en Activos	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de Deuda	23.145,50	25.505,81	28.106,82	30.973,08	34.131,63
(-) Aumento del capital del trabajo	-	-	-	-	-
(-) Pagos de Impuestos	-	7.779,77	18.694,71	29.753,78	47.056,78
<b>Flujo Anual</b>	<b>20.808,76</b>	<b>33.354,86</b>	<b>50.346,68</b>	<b>83.340,46</b>	<b>133.225,13</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>20.808,76</b>	<b>54.163,62</b>	<b>104.510,30</b>	<b>187.850,76</b>	<b>321.075,89</b>
<b>Pay Back del flujo</b>	<b>(181.852,45)</b>	<b>(148.497,59)</b>	<b>(98.150,91)</b>	<b>(14.810,45)</b>	<b>118.414,68</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### **7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo de Capital**

#### **7.6.2.1.1.1 TMAR**

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) teniendo como referencia los cálculos anteriores, da como resultado 7,21% , se obtuvo por medio de lo siguiente:

- Rf: tasa libre de riesgo, mediante los bonos del tesoro de Estados Unidos la cual tiene una proyección a diez años y es de 2,629%
- B: Beta, en la página web Damodaran online se observa las tasas por industria, este indicador mide la volatilidad del mercado, este indicador es del 1.07%.
- Rm: Riesgo del mercado, se toma como referencia a las 500 más importantes en el mercado bursátil de Standars and Poor´s. Esta tasa es del 12.05%
- Rp: Obtenida del Banco Central del Ecuador la cual es de 7.42%

#### **7.6.2.1.1.2 VAN**

Para el cálculo del Valor Actual Neto se consideró la proyección de flujos nominales, luego el restante entre ingresos y gastos, tasa de retorno y el número de períodos. El resultado tiene que ser positivo, por ende indica que es factible la inversión.

Para obtener la recuperación que hacen los accionistas es correcto, se procede a realizar el VAN, dio como resultado \$317.581,45

#### **7.6.2.1.1.3 TIR**

La tasa interna de retorno de la propuesta es del 37,35%, lo hace atractivo porque es mayor a la TMAR.

#### 7.6.2.1.1.4 PAYBACK

El período de recuperación de la inversión será en 50 meses.

#### 7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Los escenarios que se tomaron en cuenta positivo, negativo y moderado, que tendrá un porcentaje del 5%

**Tabla 35 Escenario**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Produccion</b>		5%	-5%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	56%	35%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 68.003,85	\$ 34.603,34	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 36 Escenario precio local**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Precio local</b>		10%	-10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	70%	-14%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 109.262,13	\$ (22.679,79)	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 37** Escenario costo de materia prima directa

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Costo de MPD</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	67%	25%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 103.007,26	\$ 14.312,52	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 38** Escenario mano de obra indirecta

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Costo de MP indirecta</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	45%	43%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 49.142,64	\$ 47.780,11	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 39** Escenario gastos administrativos

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Gastos administrativos</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	51%	39%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 61.895,21	\$ 41.405,94	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 40** Escenario gastos de venta

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Gastos De Venta</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	52%	41%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 60.730,65	\$ 44.912,94	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 41** Escenario activos fijo

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Activos Fijos</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	49%	41%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 54.635,67	\$ 48.485,50	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 42** Escenario tasa de interés

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Tasa de Interés</b>		-5%	5%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	37%	47%	45%	37%
<b>VAN</b>	\$ 317.581,45	\$ 54.120,26	\$ 51.436,49	\$ 317.581,45

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

## 7.8 Razones Financieras

### 7.8.1 Liquidez

Esto indica cuánto dinero tiene la empresa para soportar la deuda.

**Tabla 43** Ratios Liquidez

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ratios de Liquidez</b>						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	2,1	2,2	2,5	2,9	5,1
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	2,1	2,2	2,5	2,9	5,1
Capital de Trabajo	en dinero	36.285	56.124	92.546	155.425	297.281
Riesgo de Iliquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos )	en porcentaje	65%	53%	40%	27%	16%

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.8.2 Gestión

En la rotación de activos en el año 1 es 0,9 hasta que en el año 5 disminuya a 0,8.

**Tabla 44** Ratios de Gestión

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RATIOS DE GESTION (Uso de Activos)</b>						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.8.3 Endeudamiento

A continuación, se muestra la deuda y disminuye hasta el año 5.

**Tabla 45** Ratios de endeudamiento

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RATIOS DE ENDEUDAMIENTO</b>						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	63%	51%	37%	25%	16%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	26%	42%	64%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	en veces	1,7	1,0	0,6	0,3	0,2
Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	2,7	5,9	11,5	27,0	110,4
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda ) / Servicio de Deuda		1,6	1,9	2,4	3,3	4,7

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.8.4 Rentabilidad

Se mide por medio de los activos, y el capital pertenece a los accionistas.

**Tabla 46** Ratios de Rentabilidad

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ratios de Rentabilidad</b>						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	73%	77%	80%	83%	87%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	19%	31%	39%	48%	58%
Margen Neto = Utilidad Disponible / Ventas Netas	en porcentaje	7%	16%	22%	30%	37%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	7%	15%	21%	26%	29%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	18%	31%	33%	34%	34%

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** El autor

### 7.9 Conclusión del Estudio Financiero

El estudio financiero se realizó para medir y analizar la factibilidad de la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta. Tiene una inversión de \$202.661,21, y tendrá un retorno en 50 meses .

La TIR muestra que la propuesta de negocio es atractiva ya que es de 37,35%, mayor que la TMAR.

# CAPÍTULO 8

## PLAN DE CONTINGENCIA

## **8. Plan de Contingencia**

### **8.1 Principales Riesgos**

A continuación, DISMARIS detalla como principales riesgos los siguientes:

- **Riesgo Máquinaria:** Al ser mal manejado el vehículo o el uso inadecuado, implicaría la paralización de la materia prima que no entre a la cámara de frío.
- **Riesgo Accidentes Laborales:** En el mal uso del vehículo podría causar accidentes por falta de visión o concentración. Además, al receptar la pesca y abrir el camino podría caer pesca y causar daño a los colaboradores.
- **Riesgo con los clientes:** podría existir desinterés por parte del cliente por un mal trato o confusiones al adquirir el servicio.

### **8.2 Monitoreo y control de riesgo**

La empresa ha determinado sus actividades de monitoreo y control de riesgo, se detalla lo siguiente:

- **Riesgo Máquinaria:** Cada cierto tiempo hacer el mantenimiento del vehículo, se llevara controles cada dos semanas.
- **Riesgo Accidentes Laborales:** En el control de este tipo de riesgos, la empresa capacita al personal para que haya un buen manejo en toda la planta y se lleve un monitoreo diario de las actividades que se realicen.
- **Riesgo con los clientes:** se realizará un monitoreo al finalizar cada servicio mediante encuestas de satisfacción al cliente y así poder medir su comportamiento.

### **8.3 Acciones Correctivas**

Dismaris llevará a cabo las siguientes acciones correctivas:

- **Riesgo Maquinaria:** las acciones correctivas para las maquinarias será hacer mantenimiento por parte del departamento operativo, a su vez que incluya el correcto funcionamiento de la misma.
- **Riesgo Accidentes Laborales:** para estas acciones correctivas de los accidentes laborales, DISMARIS capacitará a los empleados de acuerdo a cualquier accidente laboral que suceda, y así poder cumplir con las funciones en caso de dar primeros auxilios.
- **Riesgo con los clientes:** para las acciones correctivas con los clientes, se dará incentivos constantes, motivar a los clientes y mantener la fidelidad de ellos.

# CAPÍTULO 9

## CONCLUSIONES

## 9. Conclusiones

Se detalla las siguientes conclusiones:

- Se determinó la factibilidad de la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la Ciudad de Manta.
- En el análisis de mercado se determinó que este servicio tiene una aceptación del 95% del total de la muestra de los encuestados.
- En el estudio se pudo concluir que en el montaje de la empresa es importante los procesos operativos.
- Se concluye que para el año 3 se debe de tomar otras medidas cautelares, debido a la inflación proyectada puede incurrir en un elevado costo de planta.
- El estudio financiero determino que tiene una inversión de \$202.661,21, y tendrá un retorno en 10 meses. Además, el Valor Actual Neto (VAN) dio como resultado \$317.581,45 y el porcentaje de rendimiento para los accionistas (TMAR) es de 7,21% y la tasa interna de retorno (TIR) es de 37,35%, por consiguiente la hace atractiva porque es mayor a la TMAR.

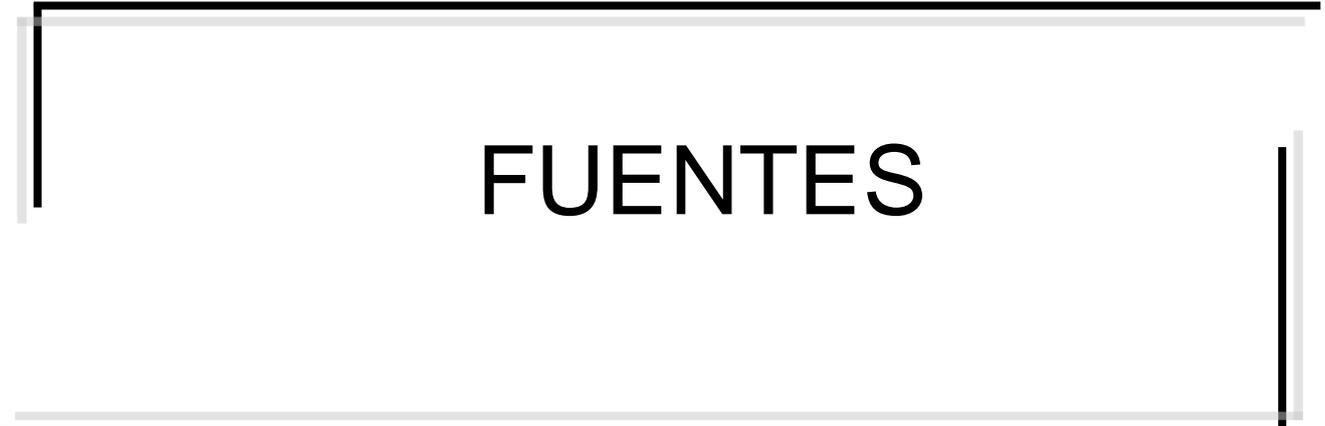
# CAPÍTULO 10

## RECOMENDACIONES

## **10.Recomendaciones**

- Se recomienda realizar un mejor estudio de competidores, para así poder mejorar en servicio y calidad para los clientes.
- Realizar un mejor asesoramiento de acuerdo a los permisos de la empresa para normas de calidad y afines
- Realizar una investigación dentro de la empresa en la parte operativa para poder implementar mejorar falencias e implementar mejores.
- Presupuestar una nueva alza de precios para el pvp debido a que no se realizó unos movimientos después de los primeros 2 años se debe de considerar si es que no se desea disminuir de forma drástica las utilidades de la empresa.

# CAPÍTULO 11



## FUENTES

## 11. Fuentes

### Bibliografía

Banco Mundial. (2019). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

Barreiro, A. J. (2006). ELABORACION DE LOS PERFILES DE COMPETENCIAS CONDUCTUALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL AREA ADMINISTRATIVO DE TECOPESCA C.A. Manta, Manabí, Ecuador.

David T. Kearns. (2009). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-de-benchmarking>

Diario El Telégrafo. (2017). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/punto/1/el-costode-la-tecnologia>

Diario El Telégrafo. (2019). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/empleo-ecuador-marzo2019>

Diario El Telégrafo. (2019). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pib-ecuador-primertrimestre-2019>

Eroski Consumer . (2009). Obtenido de <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/la-importancia-de-las-camaras-frigorificas-en-seguridad-alimentaria.html>

FAO. (2019). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* . Obtenido de FAO .

Ley de Compañías . (5 de noviembre de 1999). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros* . Obtenido de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)

Ley de Compañías. (5 de noviembre de 1999). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros* . Obtenido de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)

Ley de Propiedad Intelectual. (1998). *Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Obtenido de IEPI: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec001es.pdf>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/el-gobierno-impulsa-el-desarrollo-empresarial-del-pais/>

Pilas, H., Díaz, C., & Moreno, F. (2014). *Sector Pesquero: análisis de la literatura científica sobre salud laboral*. Madrid.

Plan Nacional de Desarrollo. (2017). Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/el-sistema-economico-social-solidario-y-sostenible-se-fortalece-con-el-apoyo-de-la-union-europea/>

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales . (4 de octubre de 2018). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales* .

Sistema De Investigación y Desarrollo. (2015). Obtenido de <https://www.ucsg.edu.ec/sinde/>

Superintendencia de Compañías. (2017). *Superintendencia de Compañías* .

Tecno Grado. (2019). *Frío Industrial*. Obtenido de [https://www.tecnogrado.com/?s=sec\\_din/plantillas/menu\\_msw\\_resp/galeria.php&titulo=Productos&tit\\_sec=Frio%20Industrial&titulo=Informaci%C3%B3n&cod\\_gal=1&codigo=3&hl=esp](https://www.tecnogrado.com/?s=sec_din/plantillas/menu_msw_resp/galeria.php&titulo=Productos&tit_sec=Frio%20Industrial&titulo=Informaci%C3%B3n&cod_gal=1&codigo=3&hl=esp)

# CAPÍTULO 12

## ANEXOS

## 12. Anexos

### Modelo de la entrevista:

- ¿Qué modalidad usa para congelar su pesca?
- ¿Existe en este sector el servicio de una cámara frigorífica para conservar pesca?
- ¿Está usted satisfecho/a con el servicio que otras cámaras frigoríficas brindan?
- ¿Con que frecuencia usted utiliza o necesita los servicios frigoríficos para conservar su pesca?
- ¿Qué cantidad de pesca almacena usted en una cámara de frío?
- ¿Cuánto usted pagaría por tonelada, por 15 días?
- ¿Cuánto usted pagaría por tonelada, por 30 días?

**Modelo de la encuesta:**

- ¿Cómo es la gestión de este servicio?
- ¿Cuáles son los factores claves para que sea un servicio de excelencia?
- ¿Cuáles son los problemas más comunes dentro de la planta?
- ¿Cuáles son las razones de aquellos problemas?
- ¿Este tipo de plantas donde debería estar ubicado normalmente?

# CAPÍTULO 13

**MATERIAL**

**COMPLEMENTARIO**



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Moreira Salvador Xavier Andrés**, con C.C: #**1315739837** autor/a del trabajo de titulación: “**Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta**” previo a la obtención del título de **Ing. En Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Moreira Salvador Xavier Andrés**

C.C: **1315739837**

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la ciudad de Manta.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Xavier Andrés, Moreira Salvador		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Camilo Edgar, Frías Casco		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Emprendimiento		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	10 de septiembre del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	#144
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Financiero, Marketing, Emprendimiento		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Modelo de negocios, servicio frigoríficos, almacenamiento.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b> La propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios frigoríficos para la conservación de pesca en la Ciudad de Manta se la realizó tras haber hecho las respectivas investigaciones, donde se determinó establecer diversos objetivos para dicha propuesta. Además, con la investigación de mercado, análisis cuantitativo y análisis cualitativo, evaluación financiera, y conocer más al cliente, es allí donde se logró evidenciar que esta propuesta es completamente viable. En el sector pesquero respecto a cámaras de frío, se pudo evidenciar que existe una necesidad por el cliente de poder conservar su materia prima con un servicio de calidad y excelencia, ya que en la ciudad de Manta hay pocas cámaras dedicadas a este tipo de servicios. Por ende se busca dar solución a este problema, teniendo en cuenta nuestro valor agregado. Y así poder llegar a un nivel nacional y no solo local.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593 995638447	<b>E-mail:</b> Xavier.mor@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita MSc.		
	<b>Teléfono:</b> +593- 994131446		
	<b>E-mail:</b> mr_zumba@yahoo.com		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			