



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TÍTULO:**

*“Propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.” del cantón Machala provincia de El Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos.”*

**AUTORAS:**

**Fajardo Buele Jenniffer Janina.  
Toapanta Tapia Stefany Siomara.**

**Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.**

**TUTOR:**

**Jaime Santillán Pesantes**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por las Srtas. Fajardo Buele Jenniffer Janina y Toapanta Tapia Stefany Siomara, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTOR (A)**

---

**Ing. Jaime Santillán P.**

**DIRECTOR DELA CARRERA**

---

**Ing. María Teresa Alcívar.**

**Guayaquil, a los 6 días del mes de Octubre del 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Fajardo Buele Jenniffer Janina  
Toapanta Tapia Stefany Siomara**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación denominado *“Propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.” del cantón Machala provincia del Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos”*, previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 6 días del mes de Octubre del 2014**

**LAS AUTORAS**

---

**Fajardo Buele Jenniffer Janina**

---

**Toapanta Tapia Stefany Siomara**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

### **AUTORIZACIÓN**

**Fajardo Buele Jenniffer Janina  
Toapanta Tapia Stefany Siomara**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: *“Propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.” del cantón Machala provincia del Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos.”*, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 6 días del mes de Octubre del 2014**

**LAS AUTORAS:**

---

**Jenniffer Janina Fajardo Buele**

---

**Stefany Siomara Toapanta Tapia**

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia agradezco a Dios por guiarme y permitirme culminar este peldaño más de mi vida profesional, el cual no pudiera haber sido posible sin el apoyo, consejos y la ayuda incondicional de mis padres y mis hermanas que siempre han confiado en mí y han estado pendiente de mí en cada etapa de mi vida, por esto mis gratitudes infinitas hacia ellos.

Agradezco a mis profesores que me han brindado sus conocimientos para ir forjando mi criterio, a mi estimado tutor de tesis – Ing. Jaime Santillán, que ha aportado con sus conocimientos para el desarrollo de este trabajo de titulación.

Finalmente agradezco: “A todos los que de una forma u otra, me ayudaron en la realización de este trabajo de titulación”.

**Stefany Toapanta Tapia.**

Mis más sinceros agradecimientos son a mi querida institución, quien me abrió las puertas para emprender y finalizar mi carrera universitaria.

Agradecer a mis profesores quienes me compartieron sus conocimientos y experiencias, agradecer todos sus consejos, paciencia y ayuda que me supieron brindar.

Y finalmente agradecer de todo corazón a mi familia, amigos y demás compañeros que de igual manera me brindaron su apoyo e incentivos para nunca rendirme.

**Jenniffer Janina Fajardo Buele.**

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis en primera instancia a Dios por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida profesional, a mis padres Jenny Tapia y Guillermo Toapanta por su incondicional apoyo y quienes han sido el pilar más importante en cada etapa de mi vida, siempre demostrándome su amor y cariño.

**Stefany Toapanta Tapia**

Dedico este trabajo a mi Dios por nunca fallarme, por permitirme cumplir con una meta más de mi vida, sin el nada de esto fuera posible; a mis queridos padres Paklito Fajardo y Carmen Buele que gracias a sus esfuerzos y amor hicieron que yo pueda cumplir esta gran etapa, a mi hermano Joseph Fajardo quien fue testigo de mis noches de desvelo para realizar la presente tesis, agradezco a mi hermana pequeña Scarlet Fajardo quien a pesar de su corta edad siempre me brindaba su apoyo y cariño finalmente dedico este trabajo a toda mi familia quienes son todo lo que tengo y mi fortaleza.

**Jennifer Janina Fajardo Buele**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CALIFICACIÓN**

---

Ing. Jaime Santillán Pesantes.  
**PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**



## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN .....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	III
AUTORIZACIÓN .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VII
ÍNDICE GENERAL .....	IX
ÍNDICE DE TABLAS .....	XVI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XVII
RESUMEN .....	XVIII
ABSTRACT .....	XIX
INTRODUCCIÓN.....	XX
CAPÍTULO I .....	21
GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
1.1. Antecedentes .....	21
1.2. Situación Problemática .....	25
1.2.1 Declaración del problema.....	27
1.3. Hipótesis.....	27
1.4. Identificación y análisis de variables.....	27
1.5. Objetivos .....	28
1.5.1. Objetivo general.....	28
1.5.2. Objetivos Específicos.....	28
1.6. Justificación.....	29
1.7. Delimitación y limitaciones de la investigación .....	30
1.6.1. Delimitación del tema u objeto de estudio. ....	30
CAPITULO 2 .....	32
MARCO TEÓRICO .....	32
2.1. Empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.” .....	32

2.2. Marco referencial.....	33
2.2.1. Teoría de la localización.....	33
2.2.2. Teoría de la ventaja comparativa. ....	34
2.2.3. Teoría de la evolución de las ventas.....	35
2.3. Marco Conceptual.....	35
2.3.1. Camarón.....	35
2.3.2. Conservas.....	36
2.3.3. Acuicultura.....	36
2.3.4. Exportación.....	36
2.3.5. Comercialización.....	36
2.3.6. Arancel.....	36
2.3.7. Demanda insatisfecha.....	36
2.3.8. Financiamiento.....	36
2.3.9. Interés.....	37
2.3.10. Producción.....	37
2.3.11. Muestra.....	37
2.3.12. Investigación de mercado.....	37
2.3. Marco legal.....	37
2.3.1. Constitución de la república del Ecuador.....	37
2.3.2. Ley de pesca y desarrollo pesquero.....	38
2.3.3. Código orgánico de la producción e inversiones.....	39
2.3.4. Plan nacional del buen vivir.....	39
2.3.5. HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).....	40
2.3.6. Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca.....	40
CAPITULO 3 .....	44
METODOLOGÍA .....	44
3.1. Métodos de recolección de datos.....	44
3.1.1. Método de investigación.....	44
3.1.2. Método analítico.....	44
3.1.3. Método histórico – lógico.....	45
3.1.4. Método estadístico.....	45

3.2. Enfoque metodológico.....	45
3.3. Técnicas de investigación.....	45
3.3.1. Encuestas. ....	46
3.3.2 Entrevistas.....	46
3.4. Procedimiento.....	46
3.4.1. Universo .....	46
3.4.1.1. Población y muestra. ....	46
CAPITULO 4 .....	50
ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	50
4.1. Presentación de resultados.....	50
CAPITULO V .....	60
PERSPECTIVA DEL ASPECTO TÉCNICO DEL PROYECTO .....	60
5.1. Descripción del producto .....	60
5.2. Localización óptima del proyecto .....	60
5.2.1. Macro localización. ....	60
5.2.2. Micro localización. ....	61
5.2.2.1. Materia prima. ....	61
5.2.2.2. Mano de obra.....	61
5.2.2.3. Proximidad al puerto. ....	62
5.2.2.4. Tráfico comercial.....	62
5.2.2.5. Existencia de terrenos.....	62
5.3. Tamaño del proyecto .....	63
5.3.1. Factores que establecen el tamaño del proyecto. ....	63
5.3.1.1. Materias Primas. ....	63
5.3.1.2. Tamaño y tecnología.....	64
5.4. La organización. ....	65
5.5. Distribución de funciones .....	67
5.5.1. Gerente de departamento.....	67
5.5.2. Administrador de compras. ....	67
5.5.3. Supervisor de operaciones.....	67
5.5.4. Supervisor de laboratorio. ....	67

5.5.5. Logística.....	68
5.5.6. Obreros. ....	68
5.5.7. Almacenistas. ....	68
5.5.8. Seguridad. ....	68
5.5.9 Enfermería.....	68
5.6. Ingeniería del proyecto .....	68
5.6.1. Distribución de la planta. ....	69
5.6.1.1. Área de producción.....	70
5.6.1.2. Área de laboratorio y control de calidad. ....	70
5.6.1.3. Área administrativa.....	70
5.6.1.4. Área de carga y descarga. ....	70
5.6.1.5. Área de recepción. ....	70
5.6.1.6. Área de almacenamiento.....	70
5.6.1.7. Fábrica de hielo.....	71
5.6.1.8. Bodega de área de limpieza.....	71
5.6.1.9. Comedor.....	71
5.6.1.10. Vestidores. ....	71
5.6.1.11. Bodega de maquinaria y repuestos. ....	71
5.6.1.12. Sanitarios. ....	72
5.6.1.13. Parqueaderos. ....	72
5.6.1.14. Área de seguridad.....	72
5.6.1.15. Cisterna. ....	72
5.6.1.16. Área de cuarentena. ....	72
5.6.1.17. Área de Túneles de Enfriamiento. ....	72
5.7. Descripción del proceso .....	74
5.7.1. Recepción e Inspección de materia prima.....	74
5.7.2. Examen de calidad. ....	74
5.7.3. Selección o clasificación.....	74
5.7.4. Cocción:.....	75
5.7.5. Enfriamiento. ....	75
5.7.6. Adición de líquido de cobertura de la conserva.....	76

5.7.7. Cerrado del envase. ....	76
5.7.8. Lavado de latas. ....	76
5.7.9. Esterilización. ....	76
5.7.10. Enfriamiento y limpieza de las latas. ....	77
5.7.11. Etiquetado.....	77
5.7.12. Cuarentena y control de calidad del producto. ....	77
5.7.13. Embalaje del producto.....	78
5.7.14. Almacenamiento.....	78
5.8. Estudio de Mercado .....	78
5.8.1. Estudio del Micro entorno. ....	79
5.8.2. Compradores.....	79
5.8.2.1. Mercado meta.....	79
5.8.2.2. Nivel socioeconómico. ....	79
5.8.2.3. Nicho. ....	79
5.8.3. Factores de decisión de compra. ....	79
5.8.3.1. Factores culturales.....	79
5.8.3.2. Factores sociales. ....	80
5.8.3.3. Factores personales. ....	80
5.8.3.4. Factores psicológicos. ....	80
5.8.4. Necesidades del consumidor. ....	80
5.8.5. Mercado de Demanda. ....	81
5.8.6. Competidores.....	81
5.8.7 Impacto sobre el Mercado de camarón.....	82
5.8.8. PESTLE .....	83
5.8.8.1. Factores económicos. ....	84
5.8.9.2. Factores sociales. ....	85
5.8.8.3. Factores tecnológicos. ....	87
5.8.8.4. Factores legales.....	87
5.8.9. FODA .....	88
5.8.9.1. Fortalezas. ....	88
5.8.9.2. Oportunidades. ....	88

5.8.9.3. Amenazas.....	88
5.8.9.4. Debilidades.....	89
5.9. Promoción de mercado.....	89
5.9.1. Producto.....	89
5.9.2. Empaque del producto. ....	89
5.9.3. Marca y slogan. ....	90
5.9.5. Embalaje de distribución y venta al por mayor. ....	92
5.9.6. Precio y Volumen de ventas. ....	92
5.9.7. Plaza. ....	92
5.10. Comercio Exterior .....	93
5.10.1. Proceso del comercio exterior.....	93
5.10.1.1. Acuerdo de complementación económica entre Ecuador y Estados Unidos. ....	93
5.2.10 INCOTERM FOB .....	95
5.2.10.1. Obligaciones del vendedor bajo Incoterm FOB. ....	95
5.2.10.2. Obligaciones del comprador bajo Incoterm FOB.....	96
CAPÍTULO VI .....	97
ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO .....	97
6.1 Inversión Inicial .....	97
6.1.1. Activos fijos. ....	97
6.2 Gastos de Producción .....	99
6.3 Financiamiento de la Inversión .....	101
6.4 Desarrollo de las actividades proyectadas a 7 años .....	102
6.4.1 Balance Inicial.....	102
6.5 Gastos Anuales.....	102
6.7 Ventas .....	113
6.8 Ingresos y egresos de la línea de exportación MAR&CIELO. ....	114
6.9 Flujo de Caja .....	115
CONCLUSIONES .....	117
RECOMENDACIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119

ANEXOS .....	122
Anexo 1 .....	122
Encuesta .....	122
Anexo 2 .....	124
Entrevista 1 .....	124
Anexo 3 .....	126
Entrevista 2 .....	126
Anexo 4 .....	127
SURVEY .....	127
Anexo 5 .....	130
Fotos Empresa "NIRSA S.A." .....	130
Fotos Empresa "Mar & Cielo Cia. Ltda." .....	130

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales productos exportados por Ecuador a EE.UU. ....	23
Tabla 2: Desarrollo de las variables .....	28
Tabla 3: Población objetivo .....	47
Tabla 4: Indicadores de crecimiento .....	85
Tabla 5: Índice nacional de empleo, desempleo y subempleo 2007 – 2013:.....	87
Tabla 6: Aranceles cobrados por EE.UU. a los productos exportados por Ecuador .....	94
Tabla 7: Ecuador: Exportaciones por productos 2012-2013 .....	95
Tabla 8: Activos fijos .....	98
Tabla 9: Herramientas y equipos .....	98
Tabla 10: Muebles y enseres.....	99
Tabla 11: Suministros y Servicios .....	99
Tabla 12: Gastos de Producción.....	100
Tabla 13: Financiamiento.....	101
Tabla 14: Balance inicial.....	102
Tabla 15: Gastos Anuales .....	103
Tabla 16: Gastos Primer año .....	104
Tabla 17: Gastos Segundo año.....	105
Tabla 18: Gastos Tercer año.....	106
Tabla 19: Gastos Cuarto año .....	108
Tabla 20: Gastos Quinto año.....	109
Tabla 21: Gastos Sexto año .....	111
Tabla 22: Gastos Séptimo año.....	112
Tabla 23: Otros Gastos .....	113
Tabla 24: Resumen de Ventas Anuales.....	114
Tabla 25: Ingresos y Egresos del Proyecto .....	115
Tabla 26: Flujo de Caja .....	116
Tabla 27: Indicadores Financieros.....	116



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Participación porcentual de productos-2013.....	22
Ilustración 2: ¿Cuál es su edad?.....	50
Ilustración 3: ¿En qué sector de la ciudad de Nueva York vive? .....	51
Ilustración 4: ¿Aproximadamente cuantos gramos de camarón consume por mes? .....	52
Ilustración 5: ¿Es de su gusto comer camarón? .....	53
Ilustración 6: ¿Con que frecuencia come Ud. camarón?.....	54
Ilustración 7: ¿Qué es lo primero que Ud. piensa al escuchar la palabra camarón? .....	55
Ilustración 8: ¿Es de su gusto consumir alimentos en conservas?.....	56
Ilustración 9: ¿Ha observado Ud. a la venta, camarones en conservas en los supermercados de Nueva York? .....	57
Ilustración 10: ¿Compraría Ud. camarón pre cocido en conservas? .....	57
Ilustración 11: Organigrama Empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. ....	65
Ilustración 12: Organigrama Departamento de Exportación empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. ....	66
Ilustración 13: Distribución de Instalaciones empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. ....	69
Ilustración 14: Plano de la planta.....	73
Ilustración 15: Tallas del camarón .....	75
Ilustración 16: Tasas de variación/contribuciones al crecimiento .....	84
Ilustración 17: Índice nacional de empleo, desempleo y subempleo 2007 – 2013.....	86
Ilustración 18: Envase del producto.....	90
Ilustración 19: Diseño de logotipo .....	91
Ilustración 20: Marca y slogan del producto .....	91
Ilustración 21: Plaza o distribución de Mar&Cielo Cia. Ltda. ....	93

## RESUMEN

El siguiente proyecto de tesis titulado “Propuesta para la producción y comercialización de camarón cocido en conserva para la empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.” del cantón Machala provincia del Oro está dirigido hacia el mercado de Nueva York, Estados Unidos” ha sido escrito con el fin de analizar la serie de variables involucradas en el actual estudio de factibilidad. Para esto se ha realizado el estudio del entorno interno, externo; la demanda insatisfecha, oferta, financiamiento y aspectos técnicos, que definen el rendimiento de invertir o no en este plan, encontrándose que luego de este análisis, más las respuestas a las encuestas realizadas, en su conjunto, demostraron la viabilidad del proyecto.

Para esto, se dividió el estudio en seis capítulos. Iniciándose con la clarificación de los antecedentes intervinientes, la definición del problema, junto con sus variables de estudio, sus objetivos, justificación y delimitaciones.

Con el fin de encontrar el soporte teórico, conceptual y legal, se investigó en las fuentes bibliográficas y de internet los recursos que dieron el respaldo cognitivo.

De igual manera, en los capítulos tres y cuatro se clarificó la metodología abordada para el respectivo levantamiento de la información y data, tanto de las unidades de observación, como de los recursos cognitivos y análisis de la información recibida.

Finalmente, se llegó a la conclusión de la viabilidad de la propuesta, por la factibilidad del análisis financiero y la prospectiva organizacional sugerida y fundamentada en la experiencia de servicio de la empresa en mención.

**Palabras clave:** camarón, conserva cocida, MAR & CIELO CIA. LTDA.

## **ABSTRACT**

The following thesis project entitled "Proposal for the production and marketing of canned cooked shrimp for the company" MAR & CIELO CIA. LTDA. From the city of Machala facing the market in New York, United States" has been written in order to analyze the number of variables involved in the current feasibility study. An study of the internal and external environment has been made; The analysis of the demand, supply, financing and other technical aspects that define the performance to invest or not in this project, finding that after this analysis, the answers to most surveys, taken together, supports the decision to invest or nor in the project.

The study was divided into six chapters. Beginning with the definition of the problem, the study of variables, among other, objectives, rationale and boundaries.

The theoretical, legal concepts were obtained from literature and internet sources.

In chapters three and four, the methology is being addressed, so does the collection of information and data, both units of observation, and cognitive resources and analysis of the information received was clarified.

Finally, it was concluded that the project is feasible, based on the suggested structure and financial analysis presented.

**Keywords:** shrimp, canned cooked, MAR & CIELO CIA. LTDA.

## INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se ha tomado en cuenta que Ecuador es un país reconocido mundialmente por la producción acuícola de camarón, por lo que se ha decidido llevar a cabo un análisis de factibilidad, para la exportación de camarón cocido en conservas hacia el mercado de New York.

Uno de los principales motivos para realizar el estudio en mención, es la significativa aceptación que tiene el camarón ecuatoriano en Norteamérica según lo muestran estadísticas provistas por PROECUADOR, que es el Instituto de Promoción de Exportaciones. Tradicionalmente Estados Unidos ha sido el mercado más importante para la exportación de camarón, conjuntamente con Europa según datos del Banco Central. Gracias a estos datos se ha logrado identificar una oportunidad de negocio, con el fin de incrementar y diversificar la oferta exportable para satisfacer las necesidades de los consumidores de New York, ciudad que ha sido escogida por su mayor población y extensión en Estados Unidos.

Cabe recalcar que se ha seleccionado la exportación de camarón en conservas dentro de este proyecto, debido a que la empresa camaronera MAR & CIELO CIA. LTDA., a la cual se va a otorgar la propuesta de negocio, ya tiene conocimiento y experiencia de la producción de este crustáceo; por lo que la empresa, aparte de cubrir la producción, incursionará en el mercado de exportación. Dicho mercado de exportación ha tenido un alto índice de crecimiento, lo cual ha generado plazas de trabajo especialmente en la zona costera.

Con la finalidad de determinar la factibilidad de este proyecto, se procedió a analizar los gustos y preferencias de los consumidores del estado a donde se va a exportar el camarón en conservas, el mismo que se encuentra ubicado al norte de los Estados Unidos, y del cual se ha tomado en cuenta la ubicación geográfica, cultura, economía y demás ámbitos destacados.

Posteriormente se realizó un análisis situacional, de toda la serie de factores externos que pudieran influir en la empresa camaronera y sus exportaciones, destacándose los factores: económicos, políticos, sociales, tecnológicos, legales y el producto en la empresa. Luego se continuó con un análisis interno de la institución para establecer sus fortalezas y debilidades en sus áreas principales como son la administración y finanzas, producción, marketing, proveeduría, desarrollo e investigación.

Adicionalmente se realizó un estudio técnico minucioso sobre el proceso de plantas procesadoras de camarón, así como plantas procesadoras de conservas. Seguido a esto se realizó un análisis de comercialización para definir los compradores del producto camarón en conservas en New York. Una vez recopilada toda esta información se procedió a desarrollar un plan de exportación y a investigar la serie de requisitos y documentos que debe poseer la empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. para la exportación, detallándose así los trámites para ejercer la actividad y sus costos, de igual manera el régimen aduanero, y las formas de pagos e inversión; así como también, de qué forma influirá en las finanzas de la empresa la actividad de exportar.

# CAPÍTULO I

## GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Antecedentes

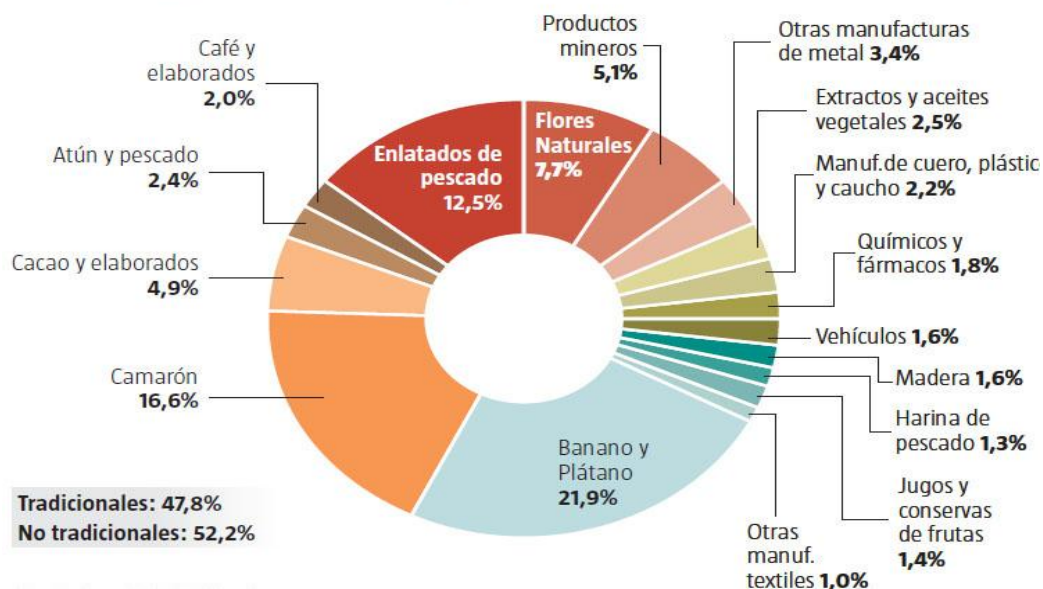
En la actualidad Ecuador es reconocido mundialmente por su camarón de exportación, el camarón representa al segundo rubro más importante del total de las exportaciones no petroleras, según PROECUADOR (2014).

Ecuador es reconocido por la calidad y volumen de exportación de camarón, lo cual ubica al país entre los más grandes exportadores a nivel mundial. Cabe recalcar que el camarón ecuatoriano por su exquisito sabor, color y textura, es reconocido como un producto gourmet a nivel mundial. Una de las ventajas que tiene la producción de camarón en Ecuador son sus estaciones climáticas, lo cual permite que se den alrededor de tres ciclos de cosechas por año. La clase de camarón que tiene mayor producción es el vannamei el cual representa alrededor del 95% de la producción camaronera ecuatoriana.

De acuerdo a las estadísticas de exportación del periodo enero a diciembre del 2013, el camarón es el segundo rubro de exportación con el 16,6%. Su mercado potencial y principal son los Estados Unidos, seguido por la Unión Europea y Asia.

**Ilustración 1: Participación porcentual de productos-2013**

## Participación porcentual de los principales productos (2013)



Fuente: Banco Central del Ecuador - BCE

El camarón representa el 6.7% de las ventas totales. En el año 2013 se exportó más de 1600 millones de dólares, lo cual afirma que Ecuador es uno de los principales exportadores de camarón a nivel mundial (CNA-Ecuador, 2014), cabe mencionar que Ecuador ha impulsado la industrialización en el mercado camaronero, de tal manera que cada vez se exporta camarón con diversos valores agregados.

La actividad de cultivar camarón comenzó alrededor de la década de los 80 en muchos países del mundo, desde esa época hasta la actualidad la producción del crustáceo no ha parado y hoy en día se cultiva anualmente alrededor de un millón de toneladas métricas anuales. (CORPEI).

El camarón ecuatoriano es uno de los productos comestibles con mayor popularidad y acogida en el mercado norteamericano, en Estados Unidos el camarón crudo sin congelar tiene una participación de un 24.2% y de un 19.6%

el camarón cocido, este crustáceo tiene un valor aproximado de \$8.00, estos precios varían dependiendo del tipo de camarón.

Los principales proveedores de camarón de Estados Unidos son: Tailandia, Indonesia y Ecuador, según el departamento comercial de PROECUADOR en Estados Unidos.

Según PROECUADOR (2013), el camarón es uno de los principales productos que exporta Ecuador a Estados Unidos, como se lo puede observar en el siguiente cuadro:

**Tabla 1: Principales productos exportados por Ecuador a EE.UU.**

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2007	2008	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2007-2011	Part % 2011
2709.00.00.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO.	4,542,354	6,600,504	2,899,623	4,306,273	7,525,587	7,181,334	13.45%	77.25%
0306.13.91.00	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	55,555	181,772	190,247	248,978	463,628	464,687	69.97%	4.76%
0803.00.12.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	243,443	279,410	413,542	414,281	386,915	291,416	12.28%	3.97%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	57,454	88,434	163,118	80,886	223,629	104,418	40.46%	2.30%

\*Hasta noviembre 2012



Viene...

0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	27,714	395,448	194,834	168,539	186,473	180,786	61.06%	1.91%
2710.19.22.00	ACEITE DE PETROLEO	49,762	57,915	-	50,928	96,664	80,866	18.06%	0.99%
1604.14.10.00	ATUNES EN	58,581	31,607	28,234	33,147	78,390	85,177	7.55%	0.80%
2707.50.10.00	NAFTA DISOLVENTE	67,776	143,517	84,827	43,122	58,908	138,815	-3.44%	0.60%
0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	420	564	15,456	42,981	55,597	47,142	239.20%	0.57%
0803.00.11.00	BANANAS FRESCAS TIPO «PLANTAIN» (PARA COCCIÓN)	22,830	30,890	42,738	37,228	50,527	42,952	21.97%	0.52%
0304.19.00.10	FILETES DE TILAPIA FRESCA O REFRIGERADA	13,993	42,147	52,257	43,724	47,381	43,184	35.65%	0.49%
0304.29.90.90	LOS DEMÁS FILETES CONGELADOS DE TILAPIA	5,332	29,065	36,066	36,851	34,899	38,145		0.36%
2707.50.90.00	LAS DEMÁS MEZCLAS DE HIDROCARBUROS AROMÁTICOS, NO	-	-	-	-	34,538	54,632		0.35%
7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	45,581	58,077	16,319	7,555	31,227	249,332	-9.02%	0.32%
0302.69.00.90	LOS DEMÁS PESCADOS FRESCOS O REFRIGERADOS, EXCEPTO LOS HÍGADOS, HUEVAS Y LECHAS, NO CONTEMPLADAS EN OTRA PARTE	3,828	14,062	9,983	20,623	23,221	25,932	56.94%	0.24%
Demás productos		947,427	451,775	453,671	510,918	444,783	520,680	-17.22%	4.57%
Todos los productos		6,142,051	8,405,187	4,600,915	6,046,031	9,742,368	9,549,498	12.22%	100.00%

Fuente: Banco Central de Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, la actividad camaronera en el Ecuador se da en el año 1968, en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, cuando un grupo de empresarios observaron que el crustáceo crecía en estanques cercanos a la desembocadura al mar.

La actividad empezó a expandirse en los años setenta en la provincia del Oro y el Guayas, la producción creció con gran éxito para los noventa que ya se contaba con empresas empacadoras, laboratorios de larva, fábricas de balanceado para camarones y demás enseres necesarios para el cultivo.

Hubo también efectos negativos en este sector, como las plagas, enfermedades y agujas. Años atrás se presentaban problemas también como

la escasez de larvas donde se tenía que importar las mismas y esto encarecía los costos, pero actualmente la actividad acuicultura se ha desarrollado con hegemonía, y existen laboratorios, criaderos de larvas y demás enseres necesarios para su desarrollo.

El mayor problema que tuvo la producción camaronera en el Ecuador, fue alrededor del año 1999, cuando el virus de la mancha blanca invadió los cultivos camaroneros, afectando las exportaciones del crustáceo.

Como toda actividad puede presentar aspectos negativos y positivos, el sector camaronero del Ecuador se ha sabido desenvolver y recuperar demostrando que su empeño y capacidad generan divisas muy altas y de esta forma se incentiva el trabajo.

Debido a esta gran importancia que tiene el camarón en el Ecuador y su alta demanda, se analiza la oportunidad de exportar el camarón con un tipo de valor agregado diferente (cocido en conserva), para dirigirlo al mercado de New York, en Estados Unidos.

## **1.2. Situación Problemática**

En los últimos años el desarrollo económico del país ha ido creciendo gracias al impulso de diversas industrias, entre ellas la industria camaronera, ya que esta actividad es muy rentable porque tiene una producción de ciclo corto y con altas cifras de utilidades. Por lo que es necesario poco a poco ir industrializándose y ya no solo exportar la materia prima sino un producto con un valor agregado.

En el caso del camarón, actualmente en Ecuador se ha incrementado la oferta de productos con valor agregado como: camarón congelado con cáscara, sin cáscara, sin cola, desvenado, además de apanado, encocado, en brochetas, etc. Lo interesante del producto a desarrollar por la empresa, es el envase con tapa de fácil apertura y por otro lado la utilización de salmuera que da una durabilidad de aproximadamente 2 años y medio sin la necesidad de preservantes. Al no poseer ningún químico, permite que este alimento contenga intactos sus nutrientes, vitaminas y minerales. Su facilidad de

consumo hace que se convierta en un producto especial en el mercado de New York, debido a que en este lugar prefieren el consumo de productos enlatados o en conservas por su practicidad y rapidez.

Acorde al Plan Nacional del Buen Vivir, la investigación obedecerá el objetivo número 6: “Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas, pero precisamente se apega a la política 6.5 que manifiesta lo siguiente: Impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo”. También obedece al objetivo número 10 de “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, el cual consiste en la consolidación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica (SENPLADES, 2009).

Lo mencionado anteriormente, nos da la iniciativa de hacer cambios inmediatos en la producción, comercialización, distribución, y adquisición de un modelo primario de producción de materia prima a uno que diversifique la producción de manera eficiente.

El producir y exportar camarones cocidos en conserva, se basa también en el objetivo 11 de dicho Plan, donde recalca la necesidad de adherir actividades que generen valor, en aquellos sectores industriales y de servicio, para de esta forma generar nuevas plazas de trabajo, cambio tecnológico, producción responsable y diversificación de la producción. Insentivando de esta manera a la industria ecuatoriana a la producción de alimentos que garanticen calidad y saneamiento al consumidor.

Además, es importante mencionar que la falta de conocimiento de la empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. respecto a temas de exportación y producción de forma industrial, es una de las razones por la que no ha diversificado su línea de negocios. Este proyecto de investigación tiene el propósito de apoyar a la empresa a incursionar en la exportación con todas las directrices técnicas, organizacionales, financieras, de marketing y comercio exterior.

No obstante otro problema que atraviesa la industria es la falta de tecnología para este tipo de actividades , lo que hace un poco difícil su crecimiento y desarrollo.

### **1.2.1 Declaración del problema.**

Propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.” del cantón Machala provincia de El Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos en el 2014

## **1.3. Hipótesis**

El proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA LTDA.” del cantón Machala provincia del Oro está dirigido al mercado de New York, Estados Unidos, es técnicamente factible y con un beneficio superior al costo de oportunidad determinado en la investigación.

## **1.4. Identificación y análisis de variables**

### **Variable Independiente- Relación de causa:**

Capacidad de producción: en referencia al desarrollo de la capacidad productiva y la firma de nuevos acuerdos comerciales.

### **Variable Dependiente – Relación Efecto:**

Aumento de divisas: en referencia al aumento de divisas en la economía del Ecuador y los niveles de exportación de camarón cocido en conserva al mercado Estadounidense.

### **Variable Moderante- Enlace Lógico de las Variables:**

“Posibilitan”

## Desarrollo de las Variables

**Tabla 2: Desarrollo de las variables**

V A R I A B L E	<b>INDEPENDIENTE</b>	El desarrollo de la capacidad productiva y la firma de nuevos acuerdos comerciales	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Demanda de camarón por parte del mercado de EEUU</li><li>2. Productividad de camarón y sus derivados en el Ecuador.</li><li>3. Índice de competitividad del sector camaronero en el Ecuador.</li></ol>
V A R I A B L E	<b>DEPENDIENTE</b>	Aumenta el ingreso de divisas en la economía del Ecuador y los niveles de exportación de camarón cocido en conserva al mercado estadounidense.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Exportaciones de valor FOB de camarón y sus derivados a los estados unidos.</li><li>2. Ingreso de divisas a la economía del Ecuador.</li><li>3. Incremento de la balanza de pagos del Ecuador.</li></ol>

## 1.5. Objetivos

### 1.5.1. Objetivo general

Caracterizar la propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA LTDA.” del cantón Machala provincia de El Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos.

### 1.5.2. Objetivos Específicos

Conocer la operatividad y gestión de la industria camaronera en el Ecuador en el 2014.

Examinar la aceptación del camarón cocido en conservas en el mercado de New York.

Determinar la viabilidad financiera del proyecto, a fin de establecerlo como alternativa de servicio por parte de la empresa Mar & Cielo Cía. Ltda.

## **1.6. Justificación**

La elaboración de este proyecto tiene como propósito principal el cumplimiento de lo establecido en el reglamento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para la obtención del título de Ing. en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, así como también desarrollar lo aprendido durante toda la carrera.

Por otro lado es relevante la propuesta para la empresa camaronera “MAR & CIELO CIA. LTDA.” de la creación de un nuevo producto para exportación, como son los camarones cocidos en conserva.

MAR & CIELO CIA. LTDA., es una empresa que por 19 años se ha dedicado a la producción y comercialización del camarón como proveedores de las principales empresas exportadoras de nuestro país. Esta empresa, ha podido analizar a lo largo de su experiencia en el mercado nacional camaronero, la gran demanda que este producto tiene en los mercados extranjeros, por ende ha tomado la iniciativa de exportar su producto con valor agregado al estado de New York, Estados Unidos.

Además, la incursión en las exportaciones por parte de la empresa reflejará un nuevo rubro de ingreso a la misma, de tal manera que incrementará las utilidades de la compañía, la cartera de clientes, y nuevos puntos de venta.

La justificación de la delimitación espacial como punto estratégico hacia este país, se debe a que en dicho lugar las entradas de exportaciones e importaciones son de fácil acceso, debido a que Ecuador como país usa su misma moneda, y no existe ningún problema para que nuestros productos ingresen para su consumo. Adicionalmente el Ecuador cuenta con el beneficio de estar exento en el 100% de aranceles en exportaciones de camarón.

Por lo anterior, las exportaciones desde nuestro país no tendrían inconveniente alguno al momento de ingresar a New York. Acorde con las cifras proporcionadas por el Banco Central del Ecuador (BCE), “el año pasado las exportaciones se incrementaron en un 4,6% donde el mayor ingreso de dinero por parte de las exportaciones no petroleras provinieron de la exportación de camarón con una variación de 40,6% seguido por el cacao y elaborados (17,1%); y banano y plátano (14,2%) “. (Ecuador Times GB, 2014).

Otro motivo para la realización de este proyecto es que en la actualidad las conservas alimenticias se han visto incrementadas en diversos mercados a nivel mundial, debido a su práctico, fácil, y manejable uso que ofrece este tipo de producto. Entre los alimentos de mayor acogida están las conservas de mariscos con valor agregado, por ende este producto tendrá una positiva aceptación en el mercado estadounidense.

## **1.7. Delimitación y limitaciones de la investigación**

### **1.6.1. Delimitación del tema u objeto de estudio.**

**Campo:** El futuro proyecto se regirá con las herramientas necesarias en el campo del comercio y administración de empresas.

**Área:** Las diferentes áreas que se aplicaron para la elaboración de este proyecto de titulación fueron: comercio exterior, marketing, recursos humanos, producción y planificación estratégica, administración financiera, logística y transporte y marco laboral.

**Aspecto:** Determinar la factibilidad de la exportación de camarón cocido en conservas al Estado de Nueva York, Estados Unidos.

**Delimitación espacial:** La ubicación destinada para realizar esta investigación es Norteamérica, país Estados Unidos, estado de New York. La investigación de dicho proyecto se realizará a los habitantes de la ciudad de New York de clase social alta, media alta, media. Personas que estén en estado de poder obtener un producto como lo es las conservas de camarón y

que puedan acceder al mismo con facilidad en tiendas, supermercados y mayoristas estas son las características de las personas que serán partícipes de este estudio mediante la técnica de recolección de datos e información como son las encuestas.

**Delimitación temporal:** El tiempo de duración para la elaboración de este trabajo de titulación es de mayo de 2014 a agosto de 2014.



## **CAPITULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Empresa “MAR & CIELO CIA. LTDA.”**

La empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. tiene una trayectoria de más de 20 años en el mercado ecuatoriano, tiempo en el cual ha demostrado su responsabilidad y compromiso con la calidad y servicio en beneficio de los ecuatorianos.

En 1993 los hermanos Paklito e Isauro Fajardo Tinoco tuvieron la idea de incursionar en la actividad camaronera y conformar la empresa PESFALAN Cía. LTDA junto a Edison Brito como socio.

Años más tarde el Señor Brito decide deshacer la asociación con los hermanos Fajardo Tinoco. Por esta razón ellos en el 2006 crearon la compañía “Mar & Cielo Cía. Ltda.”.

Sus primeras propiedades fueron en la ciudad de Machala, y al transcurrir el tiempo esta empresa ha obtenido propiedades en las ciudades de Tenguel y Naranjal, provincia del Guayas y en la Isla Puna del Golfo de Guayaquil.

Actualmente el paquete accionario es manejado mayoritariamente por los hermanos Fajardo Tinoco y minoritariamente el Señor Manuel Rojas. Todos en conjunto tienen experiencia en el negocio, ya que desde hace 20 años cultivan camarón.

Sus principales compradores son las empresas: NIRSA, EXPALSA, FRESHFISH, SONGA, empresas que son reconocidas internacionalmente por exportar camarón y sus derivados en el exterior.

Además de ser una empresa sólida y sustentable genera más de 500 plazas de trabajo a personas de la ciudad de Machala, Naranjal, Tenguel, Guayaquil y la Isla Puna. Asimismo posee alrededor de 600 hectáreas, distribuidas en estas ciudades.

**Misión:** Somos una empresa dedicada al cultivo de camarón, con un alto compromiso del cumplimiento de las regulaciones nacionales, satisfaciendo las necesidades e exigencias de nuestros clientes , con un personal comprometido con el medio ambiente , así como la constante mejora de todos nuestros procesos.

**Visión:** Ser una empresa sólida, fuerte y líder en el desarrollo de la producción camaronera, firmemente posicionada en el mercado nacional, alcanzando altos estándares de calidad, poseer un equipo humano altamente comprometido con la empresa , además de formar lazos leales con sus clientes.

## **2.2. Marco referencial**

### **2.2.1. Teoría de la localización.**

El presente trabajo se fundamenta en la Teoría de Localización de 1826 de Voon Thünen, es una hipótesis acerca de la distribución de los usos agrícolas del suelo, la teoría textualmente arranca “del *hecho básico que determina que los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma desigual en el globo terrestre*”. Esta teoría expone las diferentes condiciones en las regiones alrededor de todo el mundo lo que dificulta la producción de alimentos especiales. En el caso de Ecuador, es un país que posee 4 regiones distintas, climas y situación geográfica que le permite ser muy rico en recursos naturales, y desarrolle actividades como la agricultura, ganadería y pesca. Acorde con esta teoría, nuestros productos o recursos son necesarios para las demás economías, también la teoría nos indica que este hecho de poseer recursos no hace que un país sea rico, por lo que necesita de recursos y estrategias que lo ayuden a sobresalir o hacer acuerdos con los

demás estados. Con todo lo mencionado la teoría de localización aplica al estudio de nuestro proyecto.

### **2.2.2. Teoría de la ventaja comparativa.**

David Ricardo (1817), en su libro Principios de Economía Política y de Tributación, dice que *“un país debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir, de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente, incluso cuando, en ocasiones, esto represente adquirir bienes extranjeros cuya producción final puede ser más eficiente.”* La teoría de David Ricardo hace énfasis en la productividad de los países, ya que de acuerdo a dicha teoría los países tendrían ventajas de la actividad comercial. En el caso de Ecuador, se verá beneficiado al exportar bienes que son de su especialidad en hacerlos, ya que la producción será más eficiente, es decir posee ventaja comparativa y así mismo importará bienes donde no la posee. Esto hace que sea un inicio del comercio internacional, ya que de esta forma se impulsa el desarrollo económico en los dos países involucrados, donde cada quien forja su fuerte.

Complementando la teoría de David Ricardo, se menciona el Teorema Heckscher-Ohlin (H-O) que dice *“una nación exportará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya producción requiera de uso intensivo del factor relativamente escaso y caro, en otras palabras, la nación relativamente rica en trabajo exporta la mercancía relativamente intensiva en trabajo, e importa la mercancía relativamente intensiva en capital”* (Investopedia, 2010).

Adicionalmente Parrales (s/a), menciona la teoría de Miltiades Chacholiades, que señala *“la economía internacional estudia la manera cómo interactúan diferentes economías en el proceso de asignar los recursos escasos para satisfacer las necesidades humanas”*. Esta teoría nos explica la escasez de los recursos frente a las necesidades de los humanos, aquí es cuando dos países llegan a un acuerdo para satisfacer las necesidades de ambos.

De esta manera estas teorías se aplican al presente proyecto de investigación, ya que se acogen dichos conceptos para el desarrollo del mismo.

### **2.2.3. Teoría de la evolución de las ventas**

De la Parra (2003), dice que *“las ventas es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y /o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador”*.

Tomando como base esta teoría se puede llegar a la conclusión que la comercialización de cualquier producto, bien o servicio está ligado a las ventas, donde se cumplen con las necesidades y requerimientos del consumidor final, no obstante Kotlery Armstrong (2003) menciona que *“el marketing moderno exige más que simplemente desarrollar un buen producto, ponerle un precio atractivo y ponerlo a disposición de los clientes meta. Las empresas también deben comunicarse con los clientes actuales y potenciales sin dejar al azar la comunicación”*, es por lo mismo que estas directrices apoyan al direccionamiento de esta investigación y los conceptos antes señalados serán acogidos.

## **2.3. Marco Conceptual**

Para el progreso del presente proyecto, es necesario puntualizar varios términos y conceptos que nos facilitarán su comprensión.

### **2.3.1. Camarón.**

Nombre científico carideas, conocidos también como camarones, quisquillas o esquilas, es un animal marino o de agua dulce, tiene el cuerpo comprimido, cola grande con referencia a su cuerpo, patas pequeñas, su mandíbula posee bordes fibrosos, su color es grisáceo o transparente, miden alrededor de 2 a 35 milímetros y son relativamente más pequeños que los langostinos (Orvay, 1993).

### **2.3.2. Conservas.**

Es el producto de un proceso de manipulación de alimentos que impide o evita la descomposición de alimentos, es decir su contestabilidad, valor nutricional a largo plazo (Costenbader, 2001).

### **2.3.3. Acuicultura.**

Estudio más o menos intensivo, de las especies vegetales o animales de agua dulce o marina (Orvay, 1993).

### **2.3.4. Exportación.**

Actividad de envío o venta de productos propios de un país a otro, se define también como el tráfico de mercancías legítimo desde un territorio aduanero hacia otro, regularmente se llevan a cabo bajo restricciones o condiciones propias de cada país (Ibaceta, 2003).

### **2.3.5. Comercialización.**

Es aquel conjunto de actividades para comercializar productos o servicios, es el hecho de facilitar la venta de mercancías o productos.

### **2.3.6. Arancel.**

Según Pérez y González (2014), es aquella tarifa oficial previamente establecida por cada país donde se fijan los derechos que se deben pagar en aduanas, por actividad de importar o exportar algún producto o bienes.

### **2.3.7. Demanda insatisfecha.**

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado, es decir cuando la producción actual de un país no cubre los requerimientos del mercado (Biblioteca Orton, 1993).

### **2.3.8. Financiamiento.**

Caro (2006), menciona que es aquel recurso monetario que ayudará a la realización de una actividad económica, regularmente son cantidades

prestadas a intereses o crédito para luego ser pagadas a un plazo previamente especificado.

#### **2.3.9. Interés.**

Según Horne y Wachowicz (2002), es aquel dinero pagado (ganado) por el uso del dinero.

#### **2.3.10. Producción.**

Es el hecho de crear bienes o servicios (Tarrés, Thomsen &Tarrés, 2007).

#### **2.3.11. Muestra.**

Es el subgrupo de elementos de la población seleccionada para ser partícipe de un estudio

#### **2.3.12. Investigación de mercado.**

Es aquella función que vincula a los consumidores y el público con el mercado logo, mediante información que servirá para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing (Malhotra, 2014).

### **2.3. Marco legal**

La presente investigación se regirá en las leyes a continuación expuestas:

#### **2.3.1. Constitución de la república del Ecuador.**

Se basa en los siguientes artículos para garantizar el orden de las actividades económicas, agropecuarias, pesqueras y demás.

**Art. 266.-** Será objetivo permanente de las políticas del Estado el desarrollo prioritario, integral y sostenido de las actividades agrícola, pecuaria, acuícola, pesquera y agroindustrial, que provean productos de calidad para el mercado interno y externo, la dotación de infraestructura, la tecnificación y recuperación de suelos, la investigación científica y la transferencia de tecnología.

**Art. 244.-** Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.

**Art. 248.-** El Estado tiene derecho soberano sobre la diversidad biológica, reservas naturales, áreas protegidas y parques nacionales. Su conservación y utilización sostenible se hará con participación de las poblaciones involucradas cuando fuere del caso y de la iniciativa privada, según los programas, planes y políticas que los consideren como factores de desarrollo y calidad de vida y de conformidad con los convenios y tratados internacionales.

### **2.3.2. Ley de pesca y desarrollo pesquero.**

La investigación se rige específicamente en los siguientes artículos:

Art. 2.- Se entenderá por actividad pesquera la realizada para el aprovechamiento de los recursos bioacuáticos en cualquiera de sus fases: extracción, cultivo, procesamiento y comercialización, así como las demás actividades conexas contempladas en esta Ley.

Art. 4.- El Estado impulsará la investigación científica y, en especial, la que permita conocer las existencias de recursos bioacuáticos de posible explotación, procurando diversificarla y orientarla a una racional utilización.

Art. 5.- El Estado exigirá que el aprovechamiento de los recursos pesqueros contribuya al fortalecimiento de la economía nacional, al mejoramiento social y del nivel nutricional de los ecuatorianos.

### **2.3.3. Código orgánico de la producción e inversiones.**

El proyecto hace referencia específicamente en las siguientes secciones de dicho código.

TITULO II. Capítulo I: De las Medidas Arancelarias y no Arancelarias para regular el Comercio Exterior, basado en el Art. 76.- Forma de expresión.- Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valórem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (mixtos). Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador.

TITULO IV: Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno

TITULO II De la Facilitación Aduanera para el Comercio De lo Sustantivo Aduanero Capítulo I Normas Fundamentales Art. 103.- Ámbito de aplicación.- El presente título regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas naturales o jurídicas que realizan actividades directa o indirectamente relacionadas con el tráfico internacional de mercancías. Para efectos aduaneros, se entiende por mercancía a todos los bienes muebles de naturaleza corporal. En todo lo que no se halle expresamente previsto en este título, se aplicarán las normas del Código Tributario y otras normas jurídicas sustantivas o adjetivas.

### **2.3.4. Plan nacional del buen vivir.**

Obedece a su artículo 10 de impulsar la transformación de la matriz productiva , donde se busca diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional, para impulsar y fortalecer las industrias estratégicas y de esta forma fomentar la sustitución selectiva de importaciones, tal es el caso de



la industria camaronera donde son muy pocas las empresas que le dan valor agregado a este producto y esta investigación se está direccionando a cumplir con este objetivo, para reconocer el camarón Ecuatoriano en mercados extranjeros, promover plazas de trabajo, impulsar la industria, generar más divisas de entrada de dinero al país, etc. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013).

### **2.3.5. HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).**

Este es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, este sistema se aplica en la industria alimentaria y demás industrias que fabriquen materia en contacto con alimentos, en este sistema se evalúan. Identifican y previenen los riesgos de contaminación con los productos a nivel físico, químico y biológico. Es de suma importancia aplicar este sistema a la futura planta de procesamiento de camarón cocido en conserva ya que al ser un alimento y estar al contacto con personas, se puede desarrollar enfermedades, virus o alguna anomalía que perjudique el producto y los seres humanos que lo manipulan. Esto se lo hace con el objetivo de fomentar la seguridad del consumidor y cumplir con altos índices de calidad para de esta forma tener éxito en nuestros procesos ofreciendo una garantía absoluta del servicio que se va a brindar (Seguridad Alimentaria, s/f).

### **2.3.6. Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca.**

Según el boletín de Comercio exterior (2012), en el acuerdo número 20 de dicho Ministerio se prohíbe, desde el 1 de octubre del 2012, el ejercicio de la actividad pesquera extractiva de recursos bioceánicos mediante el arte de pesca de arrastre industrial, porque esta actividad no solo ocasiona daños a la fauna marina sino que más del 75% de especies no deseadas son atrapadas por las redes ,esta ley se aplica a nuestra investigación porque de incumplir con esta normativa nos perjudicaría a la actividad del presente proyecto. Además que la ley vela por la seguridad del medio ambiente.

Además de regirnos a las leyes antes mencionados es importante decir que para la apertura de la nueva planta procesadora y poder exportar el producto camarón en conserva, debemos seguirnos a la base legal del Ecuador y segundo a los documentos para iniciar la empresa como exportadora. Todos

estos trámites deben ser realizados por un abogado ya que como un especialista en el tema conoce de temas legales y asesoría. El gasto de este profesional incurrirá en los gastos de constitución, mientras que el abogado perteneciente a la empresa ganara su sueldo fijo por hacer todo lo que concierne a lo legal a partir de la constitución.

Cuando se va a constituir cualquier tipo de empresa, se debe cumplir con una serie de requisitos que la empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. ya posee. Se constituyó como una empresa de sociedad anónima, posee una cuenta bancaria para integrar el capital, tiene escritura pública y está inscrita en el Registro mercantil, además posee RUC, y los permisos de funcionamiento.

A continuación los requisitos de Exportador.

1. Certificado Digital para poseer una firma electrónica y autenticación que lo otorga las siguiente entidades:

- Banco Central del Ecuador. Página web :  
<http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data. página web: <http://www.securitydata.net.ec/>

2. Registrarse en el portal de ECUAPASS: Pagina Web:

<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>). En este portal se puede:

- Actualizar datos
- Tener un usuario y contraseña
- Aceptar políticas de uso
- Registrar la firma electrónica

3. Se debe comenzar con la transmisión electrónica de la declaración aduanera de exportación (DAE) en el sistema de ECUAPASS, dicha declaración debe estar acompañada de una factura y demás documentación previa al embarque, esta declaración afirma las obligaciones legales al cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

Los datos que se declararan en la DAE son:

- Del declarante o exportador
- Descripción por ítem de la mercancía en la factura.
- Datos del consignatario
- El futuro destino de la carga
- Cantidad a exportar
- Peso, y demás datos de la mercancía.

4. Además de documentos físicos se deben presentar documentos digitales a través del sistema de ECUAPASS.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas.
- Certificado de origen electrónico.
- En el caso de "MAR & CIELO CIA. LTDA.". debe de presentar el certificado fitosanitario.

5. Cuando los documentos han sido aceptados por la DAE, la mercancía pasa a la zona primaria del lugar donde se embarca, donde se almacena previo a su exportación hacia los Estados Unidos.

6. Cuando se va a exportar se notifica el canal de aforo asignado para la mercancía, los cuales pueden ser:

- Canal de aforo físico intrusivo
- Canal de aforo documental
- Canal de aforo automático

Cuando es el caso del Canal de Aforo documental, se asigna un funcionario que estará a cargo de los trámites, cuando sea el ingreso de la carga, para después proceder a la revisión de los documentos y datos electrónicos. Luego procederá al cierre del contenedor, si no encuentra ninguna novedad en el esquema de notificación electrónico. Cuando se cierra la declaración aduanera de exportación cambia su estado de salida y está listo y autorizado, tendrá permiso para que pueda ser embarcada.

Cuando es el caso del Canal de Aforo automático, la autorización de embarque será inmediata, así mismo el ingreso de la carga a los depósitos de zonas primarias.

Cuando se trata del Canal de Aforo físico intrusivo, se procede con las instrucciones antes mencionadas, pero adicional a esto se procede a una inspección física de la carga y se verifica con la documentación.

## **CAPITULO 3**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Métodos de recolección de datos**

##### **3.1.1. Método de investigación.**

En el desarrollo de esta investigación se aplicaron dos métodos de investigación: deductivo e inductivo.

Como primer punto se procedió a trabajar con el método inductivo para la recolección de la información, después de este proceso se aplicó el método deductivo el cual ayudó a determinar una conclusión final, la cual valide la hipótesis planteada con anterioridad (Aguilar, 2013).

La investigación fue realizada a todas las personas entre un rango de 18 a 60 años, con la finalidad de determinar el grado de aceptación, consumo, gustos y preferencias para poder establecer el perfil del producto.

##### **3.1.2. Método analítico.**

“El método analítico se define como el proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo, para estudiarlas de forma individual” (Torres, 2006).

En la presente investigación se aplicó este método, porque se llevó acabo el análisis de los procesos de producción del camarón en conserva, costos y financiamiento de producción, las exportaciones de Ecuador y las importaciones Estadounidenses, la demanda insatisfecha en New York, el significado del sector camaronero en la economía del Ecuador, logística y demás gastos, etc.

Adicional a esto se realizó un análisis de los elementos encontrados en la investigación para establecer la relación causa y efecto, con el objetivo de definir si el proyecto será rentable mediante el estudio de mercado, además de identificar la factibilidad financiera del proyecto de tesis.

### **3.1.3. Método histórico – lógico.**

Este método de estudio va a ser implementado para lograr estudiar los flujos estadísticos de fuentes secundarias, un ejemplo de esto es analizar los cambios de las exportaciones ecuatorianas de los últimos cinco años.

### **3.1.4. Método estadístico.**

Este método se llevará a la práctica al momento de analizar y realizar el estudio de los índices de exportación de Ecuador e importación de los Estados Unidos. Además mediante este modelo se formularán datos estadísticos y demás proyecciones que servirán de base para verificar la factibilidad del proyecto.

## **3.2. Enfoque metodológico**

El enfoque que se aplicará en la siguiente investigación será mixto ya que se hará un análisis cuantitativo mediante la recolección de datos, esta metodología ayuda a identificar la información recolectada de una forma más precisa y numérica porque de esta forma se revisan ciertos datos numéricos que serán expuestos mediante gráficos, pies, barras, tablas y demás aplicaciones estadísticas que serán para una mejor comprensión del lector, y también se realizará un análisis cualitativo ya que se obtendrán datos por medio de entrevistas, donde comprenderemos gustos, análisis y preferencias, además de realizar un análisis e investigación del mercado meta.

## **3.3. Técnicas de investigación**

En la presente investigación se implementó dos técnicas de recolección de datos, que fueron las encuestas y las entrevistas. Se recurrió a estas dos técnicas con el propósito de complementar la investigación del proyecto. Mediante estas herramientas se analizó y validó la información para lograr el objetivo del estudio, cabe recalcar que estas dos técnicas son los recursos para acercarse aquellos fenómenos que son de suma importancia para extraer los datos necesarios ya que, se debe aplicar confiabilidad, validez y objetividad en

la investigación, de no existir estos elementos los resultados no son confiables ni legítimos.

### **3.3.1. Encuestas.**

Dentro de las técnicas de recolección de datos se escogió la encuesta a través de un modelo de cuestionario que está formado de preguntas cerradas, en donde se estableció el perfil de los consumidores en New York, Estados Unidos. Se seleccionó este tipo de técnica porque facilita el proceso al tabular los resultados y también la comprensión de los lectores, así mismo es de mejor interpretación por el modelo de gráficos estadísticos.

Siendo poco viable el traslado a New York para la ejecución de las encuestas, se trabajó por medio de un programa de encuestas llamado Survey Monkey, para que las encuestas sean enviadas vía correo electrónico al mercado meta, y cuando se hayan obtenido los resultados sean tabulados. Este programa tiene la ventaja de ser personalizado, ya que llega a la bandeja de correos electrónicos de personas residentes en New York, para el caso de estudio se escogió personas de 18 a 51 años de edad residentes en esta ciudad.

### **3.3.2 Entrevistas**

Mediante las entrevistas obtendremos información estructurada y no estructurada a diferentes gerentes de exportadoras de camarón, productores camaroneros, y personas en general que conocen acerca de la materia, nos ayudaran con información clave acerca del tema de exportación, producción y comercialización del crustáceo.

## **3.4. Procedimiento**

### **3.4.1. Universo**

#### ***3.4.1.1. Población y muestra.***

Para lograr obtener la población objetivo de este estudio se partió de la población total del Estado de New York (8 336 697 hab), posteriormente se

procedió a identificar la población objetivo (3.504.914,15 personas), de esta población se valoró un promedio de 3,3 integrantes por familia, lo cual da como resultado un total de 1.055.697,03 familias, las cuales se encontrarían inmersas dentro del mercado objetivo donde se pretende comercializar el camarón ecuatoriano en conservas.

Se realizó un cálculo para identificar el mercado meta y por ende la muestra que ayudará a determinar el nicho de mercado al cual será dirigido el camarón ecuatoriano en conservas.

En el siguiente cuadro se detalla cómo se obtuvo la población objetivo:

**Tabla 3: Población objetivo**

Población New York	8 336 697 hab
% 18 – 60 años	65%
% PEA	66%
Sector Urbano	98%
<b>Población Objetivo</b>	<b>3.504.914,15</b>
Integrantes por familia	3,32
(promedio)	
Número de familias (aprox.):	1.055.697,03

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Se realizó una consolidación de las variables seleccionadas para la segmentación, en la cual se ha logrado identificar la población objetivo que sería alrededor de 3.504.914,15 personas, la cual se valoró por un promedio de 3,3 integrantes por familia, dando como resultado un total de 1.055.697,03 familias, las cuales se encontrarían inmersas dentro del mercado objetivo donde se pretende comercializar el camarón ecuatoriano en conservas.



Este cálculo se procedió a realizar debido a que la población objetivo es bastantes extensa, por lo cual se realizó un cálculo para la muestra por medio de la metodología probabilidad de éxito. Por ende se aplicó la fórmula para las poblaciones finitas, la cual se muestra a continuación:

Para el cálculo del tamaño de la muestra en la siguiente investigación se utilizó la siguiente formula.

$$N = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde el número otorgado por cada variable es:

Z: Nivel de confianza (95= 1.96)

p: Probabilidad de éxito, o proporción esperada (0,5)

q: Probabilidad de fracaso (0,5)

e: Precisión o error máximo admisible en término de proporción (5%)

N: población (1.055.697,03 población objetivo)

$$N = \frac{1.055.697,03 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (1.055.697,03 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 385$$

El resultado obtenido indica el número óptimo de familias neoyorquinas a encuestarse dependiendo de su población objetivo, indicando que deben ser encuestadas alrededor de 385 familias.

Mediante esta cantidad de familias encuestadas se podrá determinar un mejor estudio de mercado y también obtener los principales porcentajes en cuanto a consumo, frecuencia de consumo, gustos y preferencias, presupuestos y demás indicadores necesarios para determinar la demanda potencial.

Después se realizara la respectiva investigación de campo, donde se realizaron encuestas hacia el mercado objetivo de Nueva York, con los resultados que se obtengan de las encuestas será posible las variables con las cuales procederemos a identificar la demanda potencial.

Este cálculo se procederá a realizar debido a la población objetivo es bastantes extensa, por lo cual se realizara un cálculo para la muestra por medio de la metodología probabilidad de éxito. Por ende se aplicara la fórmula para las poblaciones finitas, la cual se muestra a continuación:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

**N**= Total de la población.

**Z**= Nivel de confianza.

**p**= proporción esperada.

**q** = 1 - p

**d** = Precisión.

## CAPITULO 4

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

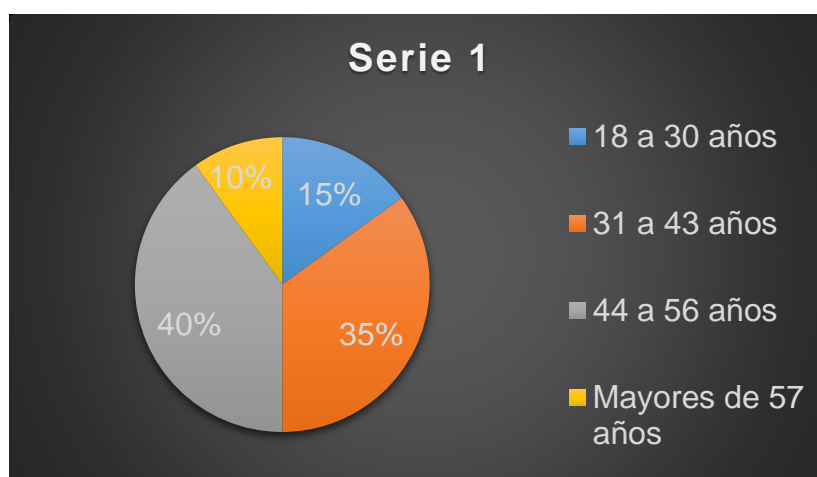
#### 4.1. Presentación de resultados

Se presentará cada una de las preguntas que se establecieron en la encuesta a las familias neoyorquinas a través de internet en el programa Survey Monkey

##### 1. ¿Cuál es su edad?

El 15% de las familias encuestadas corresponde al rango de entre 18 a 30 años de edad, alrededor del 35% corresponden al rango de 31 a 43 años, el 40% de población objetiva encuestada corresponde al rango de 44 a 56 años, el 10% restante de las personas encuestadas corresponden al rango mayor de 57 años.

Ilustración 2: ¿Cuál es su edad?



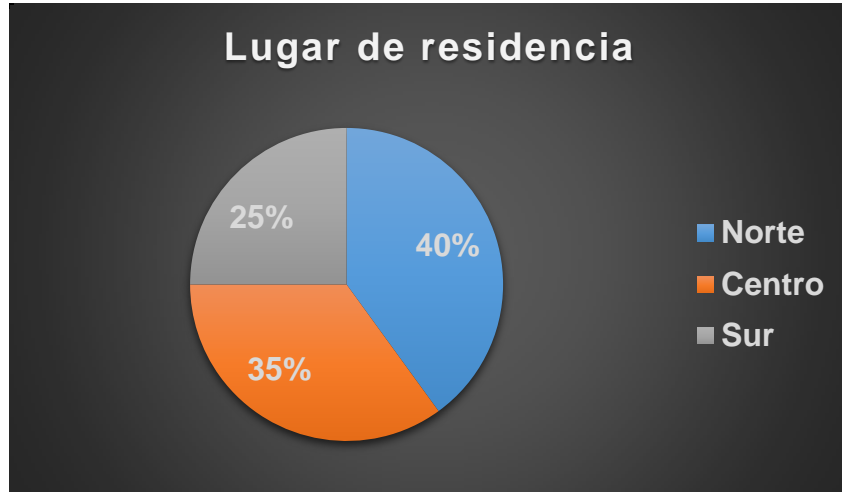
Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

##### 2. ¿En qué sector de la ciudad de Nueva York vive?

El 40% de las personas encuestadas residen en la parte norte de la ciudad de Nueva York, el 35% residen en el centro de la ciudad, los 25%

restantes del mercado objetivo encuestado residen en la parte sur de Nueva York.

**Ilustración 3: ¿En qué sector de la ciudad de Nueva York vive?**

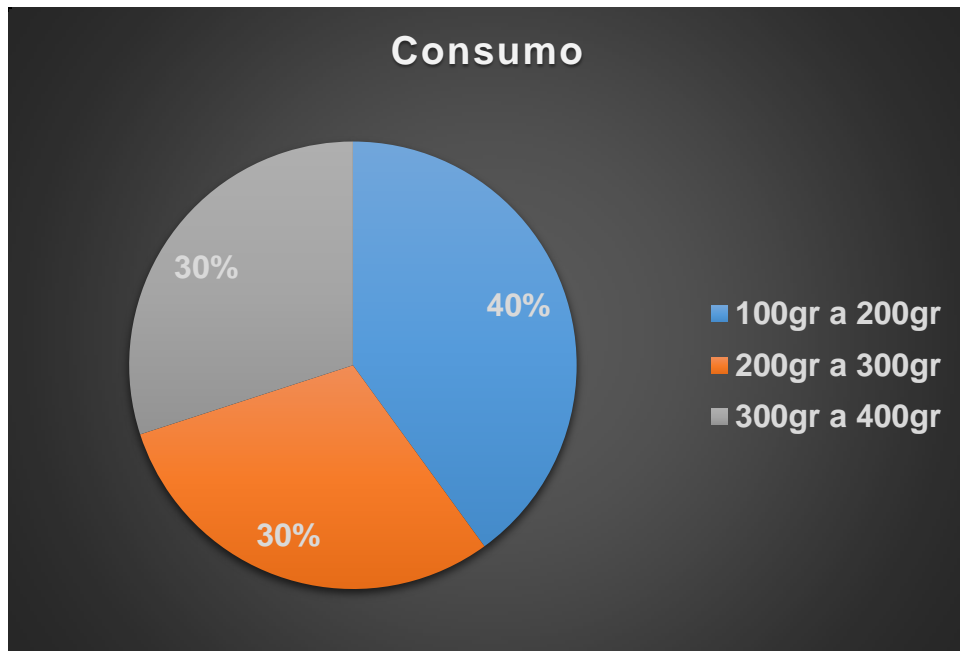


Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

### **3. ¿Ha consumido Ud. alguna vez camarón?**

El 90% de la población objetivo encuestada mencionó que sí han probado en alguna ocasión el camarón, debido a que es un producto muy apetecido en Norteamérica, el 10% restante comentó que no habrían consumido ninguna vez camarón, en algunos casos debido a que no es de su gusto los mariscos.

**Ilustración 4: ¿Aproximadamente cuantos gramos de camarón consume por mes?**



Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**4. ¿Aproximadamente cuantos gramos de camarón consume por mes?**

El 40% de las familias neoyorquinas encuestadas aseveraron que consumen de 100gr a 200gr por mes, debido que es de su gusto el comer camarón ya que este es un alimento con alto nivel nutritivo y delicioso, el 30% de los encuestados mencionaron que consumen alrededor de 200gr a 300gr de camarón al mes, el 30% restante respondieron que consumen alrededor de 300 a 400gr de camarón al mes, lo cual nos permite identificar que existe una demanda extensa en el mercado de Nueva York que gustan y consumen de este crustáceo.

### Ilustración 5: ¿Es de su gusto comer camarón?

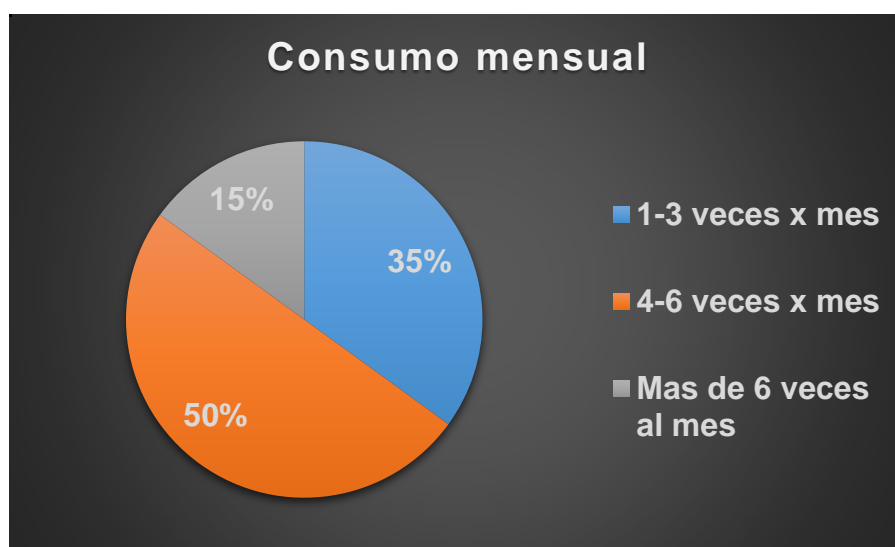


Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

### 5. ¿Con que frecuencia come Ud. camarón?

El consumo promedio de camarón en la mayoría de familias encuestadas mensualmente oscila entre 4 a 6 veces al mes, cuya alternativa está representada con un 50%, el 35% de la población encuestada asevera que consumen en un promedio de 1 a 3 veces al mes, el 15% restantes de la población encuestada menciona que consumen más de 6 veces al mes.

**Ilustración 6: ¿Con que frecuencia come Ud. camarón?**

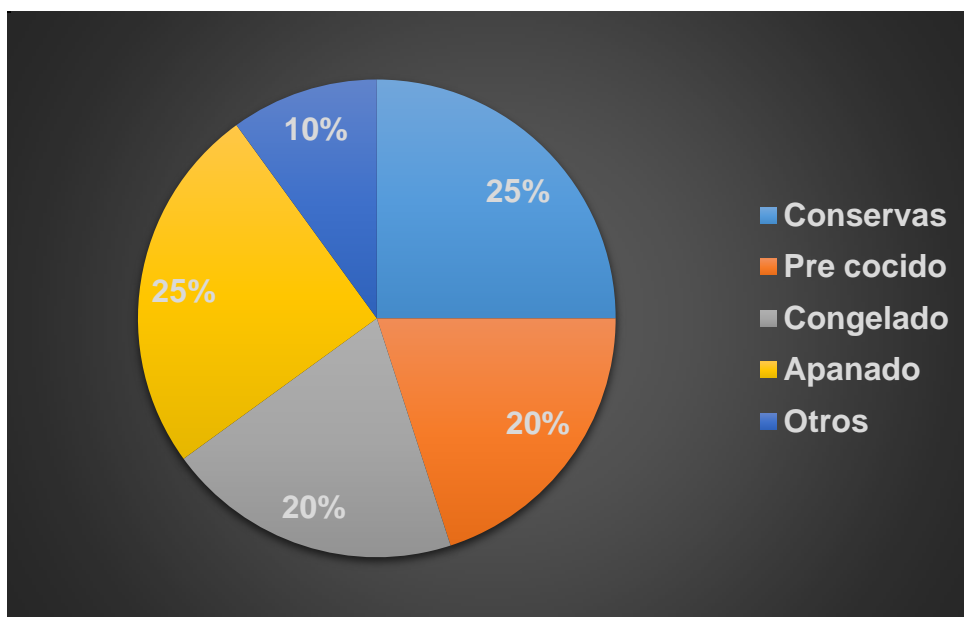


Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**6. ¿Qué es lo primero que Ud. piensa al escuchar la palabra camarón?**

El 25% de las personas encuestadas mencionaron que al escuchar la palabra camarón piensa en camarón en conservas, el otro 25% menciona que lo primero que se les viene a la cabeza son camarones apanados, el 20% restante mencionó que piensa en camarón congelado y el 30% restante seleccionó entre las otras opciones.

**Ilustración 7: ¿Qué es lo primero que Ud. piensa al escuchar la palabra camarón?**



Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

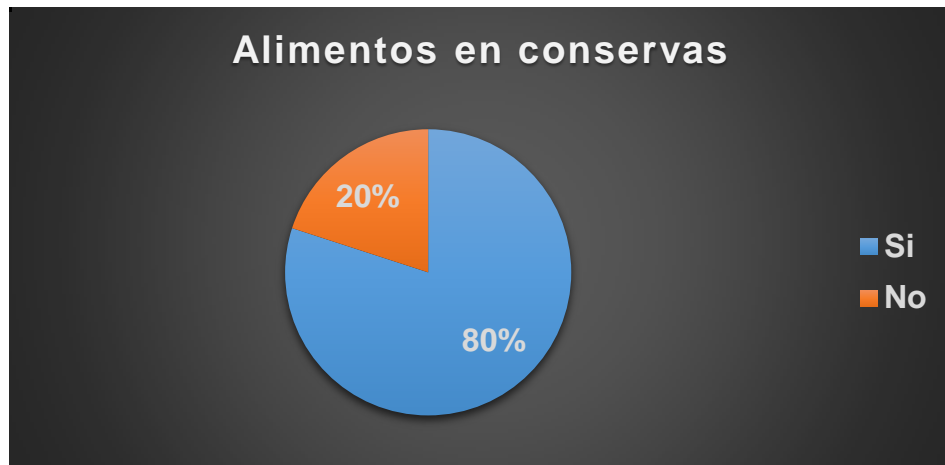
### **7. ¿Es de su gusto consumir alimentos en conservas?**

El 80% de la población encuestada aseveró que es de su completo gusto consumir alimentos en conservas, debido a que es una manera práctica y rápida de consumirlo.

Alimentos, el 20% restante de la población encuestada menciona que no es de su gusto consumir alimentos enlatados que ellos prefieran los alimentos sin conservantes.



**Ilustración 8: ¿Es de su gusto consumir alimentos en conservas?**

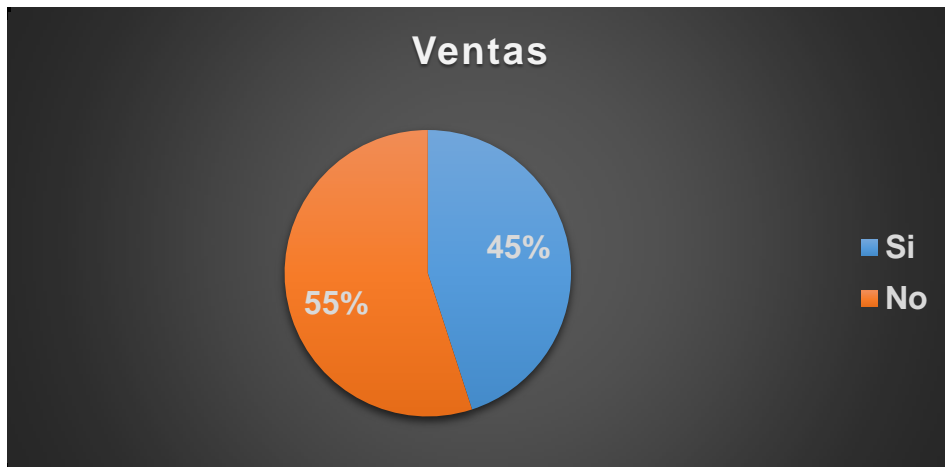


Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**8. ¿Ha observado Ud. a la venta, camarones en conservas en los supermercados de Nueva York?**

El 45% de las personas encuestadas aseveró que han observado en los supermercados de la ciudad de Nueva York el producto de camarón en conservas, el 55% mencionó que no los han visto en los supermercados de Nueva York, que han observado en otras presentaciones.

**Ilustración 9: ¿Ha observado Ud. a la venta, camarones en conservas en los supermercados de Nueva York?**

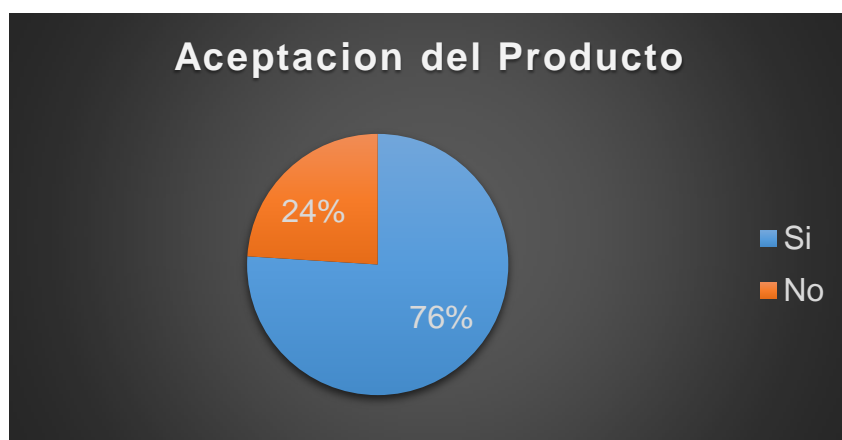


Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**9. ¿Compraría Ud. camarón pre cocido en conservas?**

El 76% de la población objetiva encuestada, manifestó que estarían dispuestos consumir camarón ecuatoriano en conservas, debido a que el camarón ecuatoriano es reconocido a nivel mundial por su sabor y calidad. El 24% faltante manifestó que no estarían dispuestos a consumir debido a que no es de su agrado los mariscos y por ende no los consumen.

**Ilustración 10: ¿Compraría Ud. camarón pre cocido en conservas?**

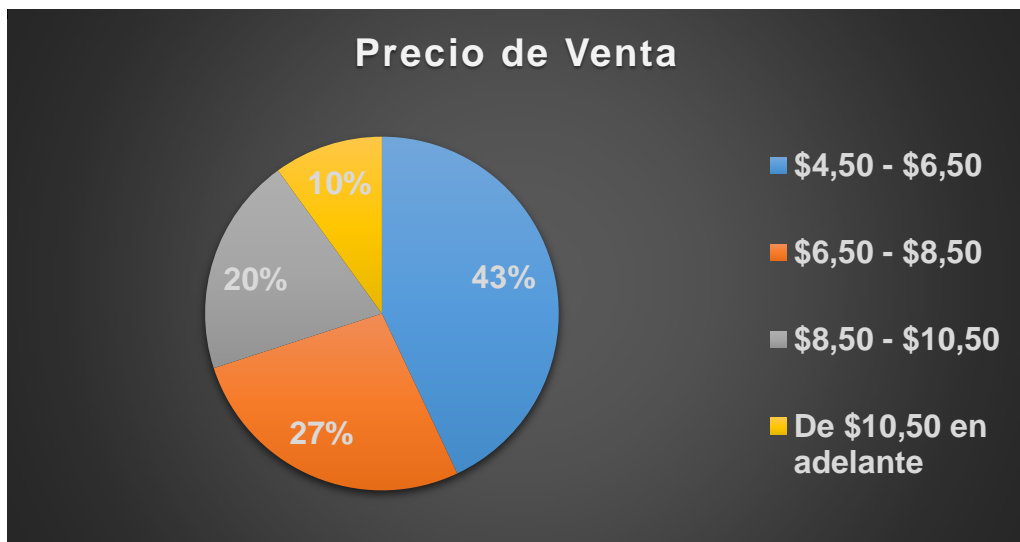


Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lata de camarón pre cocido de 184 gr?**

El 43% de la población encuestada menciona que estaría dispuesto a cancelar por una lata de camarón de 184gr. el valor de \$4,50 a \$6,50, el 27% de las personas encuestadas asevero que estarían dispuestos a pagar el valor de \$6,50 a \$8,50 por la lata de camarón, un 20% del total de la muestra indico que cancelaria por este producto el valor de \$8,50 a \$10,50, el 10% de las personas encuestadas indico que pagarían de \$10,50 en adelante.

**Ilustración 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lata de camarón pre cocido de 184 gr?**



Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Luego de revisar la tabulación generada por el programa Survey Monkey y realizado el respectivo análisis de cada pregunta del cuestionario de encuesta, se puede concluir lo siguiente:

- ✓ Existe un alto índice de predisposición para el consumo de camarón ecuatoriano en conservas en la ciudad de Nueva York, debido

a que el camarón ecuatoriano es reconocido mundialmente por su sabor y calidad.

✓ El consumo promedio del camarón en las familias de New York va alrededor de 3 a 6 veces al mes, lo cual identifica una alta demanda de este producto.

✓ La mayor parte de los encuestados les agrado la idea de la venta de camarón en conservas, ya que es una manera práctica y rápida para consumir este producto.

✓ Un alto índice de la población objetivo encuestado indicó que estarían dispuestos a cancelar por el producto entre \$4,50 a \$6,50, lo cual indica que cubriría los gastos, dejando una utilidad representativa.

## **CAPITULO V**

### **PERSPECTIVA DEL ASPECTO TÉCNICO DEL PROYECTO**

En este capítulo se realizará la descripción técnica para el desarrollo del proyecto de titulación. Esta etapa del negocio tiene como fin, conocer todos los procesos técnicos y demás aspectos esenciales para la elaboración del producto y dirección del negocio, desde la recopilación de materia prima, detalles de la elaboración del producto y todo lo que concierne a planta de producción.

#### **5.1. Descripción del producto**

El producto a elaborar y comercializar será el camarón cocido en conserva el mismo que será vendido para el mercado Estadounidense principalmente para el estado de New York. El camarón estará almacenado dentro de una lata con capacidad de 184g, se dispondrá de equipamiento tecnológico y personal capacitado para realizar el proceso de elaboración.

#### **5.2. Localización óptima del proyecto**

La localización se convierte en un punto demasiado importante para el proyecto, ya que será el punto estratégico y exacto de ubicación de la planta productora y exportadora del camarón.

Para analizar de mejor forma la localización examinaremos la macro localización y micro localización

##### **5.2.1. Macro localización.**

El presente proyecto se establecerá en el territorio Ecuatoriano en apoyo a los análisis realizados de la producción a nivel nacional.

El camarón se clasifica en diferentes especies, en el Ecuador se cultiva la especie llamada PENAEUS VANNAMEI camarón blanco del pacifico es el que más se cultiva en el hemisferio occidental, Ecuador tiene todas las condiciones necesarias para un excelente cultivo.

### **5.2.2. Micro localización.**

La empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. Al ser una compañía productora de camarón diversificará su línea de negocios con la misma razón social, dicha empresa necesita crear un lugar donde se ubicarán las oficinas, planta de producción y comercialización, las mismas que deben tener una ubicación óptima. Se deben tener en cuenta varios puntos en base al método cualitativo, acorde a las alternativas posibles destacamos los factores más significativos:

- ✓ Materia prima
- ✓ Mano de obra
- ✓ Proximidad al puerto de Guayaquil
- ✓ Tráfico comercial
- ✓ Costo de vida
- ✓ Rutas de acceso
- ✓ Existencia de terrenos.

#### **5.2.2.1. Materia prima.**

Al ser una empresa productora de camarón posee la materia prima necesaria para la exportación del camarón cocido en conserva, no obstante la empresa no hace el proceso de descabezamiento, limpiado y desvenado del camarón, por ello se procederá a hacer una alianza estratégica con sus principales proveedores quienes nos darán precios más bajos del camarón respecto al mercado.

#### **5.2.2.2. Mano de obra.**

Todo el personal necesario para la ejecución del proyecto debe tener capacidades necesarias como saber sobre empaques, enlatado y exportación de camarón, así como también optimizar el tiempo en el proceso ya que es un

alimento muy delicado de manejar y procesar , en este cantón se encuentra personal con dichas capacidades.

#### **5.2.2.3. Proximidad al puerto.**

La exportación del producto será por vía marítima, por ende las bodegas de almacenamiento estarán ubicadas en la ciudad de Durán, lugar que se encuentra cerca de la ciudad de Guayaquil donde se encuentra el puerto destinado para la exportación.

#### **5.2.2.4. Tráfico comercial.**

Las transacciones comerciales son de suma importancia en toda empresa por ende debe estar ubicada cerca de áreas comerciales y entidades públicas, para realizar series de trámites de exportación y de la compañía misma.

#### **5.2.2.5. Existencia de terrenos.**

Se ha tomado en cuenta la ciudad de Durán por estar en una vía de fácil acceso al puerto marítimo de Guayaquil 40min aproximadamente, además se tomó como decisión construir la fábrica en dicho lugar porque la empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. Cuenta con un terreno propio de 10.000 metros cuadrados, de los cuales se utilizarán 2.000 metros cuadrados para el desarrollo del proyecto, otro factor que influyó en escoger este lugar fue la cercanía a varias empacadoras de camarón donde se podrá adquirir el producto de hacer falta, y la mano de obra abundante y con conocimientos acerca de la actividad.

Por lo anteriormente dicho, la ciudad de Durán tiene una mejor ubicación para la planta de este proyecto, se esta manera se utilizarán y administrarán de manera responsable los recursos naturales, humanos, económicos, sociales y además geográficos.

### **5.3. Tamaño del proyecto**

La infraestructura que se planea implementar consta de una planta de producción, de aproximadamente un área de 2000 m<sup>2</sup>, para esto se proyecta construir la planta en el terreno propio ubicado en la ciudad de Durán en el kilómetro 4 y medio, dentro de la planta se encontrará las bodegas, oficinas y demás instalaciones.

La capacidad de dicha planta a construir está establecida en función de la adquisición de la materia prima ya que el camarón se cultiva acorde a las mareas y aguajes, este proceso se lo realiza cada 5 días o 2 veces por mes, no obstante también el proceso va a depender de la capacidad de las máquinas de planta.

Se ha proyectado que se utilizarán 46 toneladas métricas mensuales, que serán divididas en tres embarques, con alrededor de 15 toneladas por cada embarque de camarón fresco. Por cada embarque se utilizarán 50,705.47 libras de camarón.

#### **5.3.1. Factores que establecen el tamaño del proyecto.**

Para establecer la viabilidad de este proyecto es necesario regirnos al Estudio de Mercado , el cual demuestra que en la ciudad de New York existe demanda Insatisfecha no obstante es importante también fijar el tamaño del proyecto acorde a los siguientes factores:

##### **5.3.1.1. Materias Primas.**

La empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. se dedica a la producción de camarón, el cual sería la principal materia prima.

**Camarón Vannamei.-** La empresa actualmente se dedica al cultivo y producción de este tipo de crustáceo, por lo que se convierte en el producto más importante del presente proyecto.

La empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. provee la principal materia prima a empacadoras cercanas en Durán por lo que nos facilitarán la materia prima



pero de hacer falta existen más proveedores en la Provincia del Guayas, así como también existen demás proveedores en la provincia de El Oro.

**Sal:** Este material lo proporciona la empresa ECUASAL S.A. Productora salinera. El número total de saquillos de sal por mes serán 10, serán 30 saquillos por mes para 36 embarques al año.

Con ayuda de este producto se le dará sabor al camarón en conserva.

**Cajas Mater de cartón:** Este material lo obtendremos de la empresa CARTOPEL Cartones Nacionales S.A. Las cajas Master a utilizar por embarque serán 1250, mensualmente serían 3.751,35 cajas .

**Zunchos:** Este plástico se lo adquirirá de la empresa BANARIV CIA LTDA. La cantidad Total de zunchos que se necesitan por caja son 1,3m., para 1250 cajas para exportar serán 6181.50 m. de zunchos mensuales.

**Etiquetas de Exportación:** La empresa de publicidad SISMODE S.A venderá las etiquetas correspondientes para las latas que serán el producto a exportar 60000 latas por embarque.

#### **5.3.1.2. Tamaño y tecnología.**

Para la elaboración del producto, se utilizarán los siguientes materiales en el proyecto los cuales son:

1. Maquina enlatadora can scanner gty 60
2. Mesa de clasificación
3. Maquina esterilizadora
4. Transportador de enfriamiento
5. Maquina lavadora de latas
6. Montacargas Manual Hidráulico.
7. Cincuenta gavetas
8. Cinco enzunchadoras
9. Diez balanzas pequeñas
10. Tres balanzas grandes
11. Seis computadoras

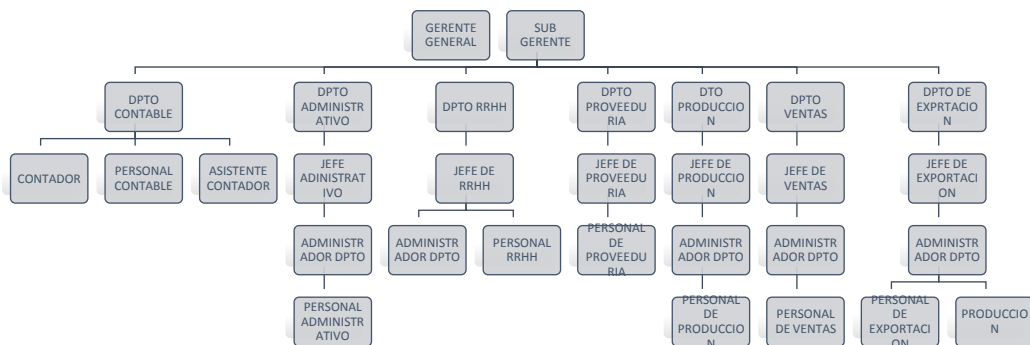
- 12. Cinco teléfonos
- 13. Cinco calculadoras

### 5.4. La organización.

La estructura organizacional indica el marco orgánico administrativo que permita el normal desenvolvimiento operacional de la empresa, con la finalidad de establecer la línea de autoridad, actividades a desarrollarse y su coordinación.

A continuación se define la estructura organizacional actual de MAR & CIELO CIA. LTDA. con su departamento de exportación:

**Ilustración 11: Organigrama Empresa MAR & CIELO CIA. LTDA.**



Elaborado por: Las Autoras

El grafico anterior establece la inclusión del departamento de exportación correspondiente a la empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. para su mejor administración.

Debido a que la empresa recién incursiona en este tipo de actividad, se aplicará el siguiente modelo organizacional por sus dimensiones de planta y constitución del negocio en el departamento de exportación. Poseer un organigrama de dicho departamento ayudará al desempeño organizacional de la compañía con el fin de indicar la autoridad y demás actividades.

A continuación la nueva estructura organizacional escogida para el departamento de exportación, para el desarrollo de su nueva línea de negocios.

**Ilustración 12: Organigrama Departamento de Exportación empresa MAR & CIELO CIA. LTDA.**



Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación

El posterior organigrama está conformado por el Gerente de Departamento previamente asignado por los gerente de la empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. Siguiendo a esto se han delegado dos administradores quienes dirigirán diferentes áreas como, las ventas, compras y planta de producción. El área de planta consta de un supervisor de planta y un técnico de alimentos y control de calidad, El área de producción es donde se concentra mayor personal aquí estarán los obreros y Almacenistas. Por último se contará con el área de seguridad para vigilar la planta noche y día

## **5.5. Distribución de funciones**

### **5.5.1. Gerente de departamento.**

Tendrá a su mando toda el área de producción y demás personal relacionado con la misma área, es quien ejecuta las decisiones operativas de la planta, será responsable de supervisar los requerimientos de fabricación del producto, coordinara a los empleados y técnicos de planta, medirá las actividades del trabajo, administrara y planificara las actividades de su área para el correcto orden organizacional.

### **5.5.2. Administrador de compras.**

Es aquella persona que encuentra nuevos clientes y mantiene los actuales, esta persona constantemente está a la búsqueda de nuevos mercados y horizontes donde pueda llegar el producto. También se encargará de la adquisición de la serie de materiales y productos que la empresa necesita para la elaboración de su producto, así como buscar proveedores a bajo costo y de excelente calidad.

### **5.5.3. Supervisor de operaciones.**

Velara por el orden y organización de los empleados y demás personas de planta así como controlar el trabajo de cada uno de ellos, es el líder de su área ya que dirige a su personal impulsando el rendimiento en las actividades diarias.

### **5.5.4. Supervisor de laboratorio.**

Es aquella persona especializada en el estudio de la calidad física de los alimentos, el control de procesos y gerenciales las adquisiciones de insumos y materiales, su deber es desarrollar nuevas tecnologías para la producción de alimentos así como también mejorar el producto, estudiando su valor nutricional, lleva acabo programas para la mejora del producto final así como también identificar y resolver problemas en el proceso de producción.

### **5.5.5. Logística**

En esta área de trabajo se desarrollarán todas aquellas actividades para el tráfico de nuestro producto hacia el exterior, junto con demás actividades que son necesarias.

### **5.5.6. Obreros.**

Son las personas que realizan el proceso de producción del producto tienen la obligación de cumplir con los horarios y requerimientos previamente establecidos por su supervisor.

### **5.5.7. Almacenistas.**

Son personas que se encargan de guardar el producto ya preparado así como supervisar el ambiente de almacenamiento, fechas de caducidad y demás anomalías que se encuentre en el producto ya finalizado.

### **5.5.8. Seguridad.**

Serán las personas encargadas de velar por la seguridad de la planta productora de camarón en conservas, además regularan el orden a la entrada y salida de individuos del lugar, van a prevenir accidentes como por ejemplo con armas, elementos corto punzantes, químicos y demás instrumentos que causen daño en las instalaciones.

### **5.5.9 Enfermería**

Al ser una industria por normas actuales debe contar con un departamento medico en caso de existir un accidente laboral dentro de las instalaciones.

## **5.6. Ingeniería del proyecto**

Durante esta etapa se planea organizar todo aquello con respecto a la Construcción de la planta MAR & CIELO CIA. LTDA., el trabajo de planta, compra de maquinaria y equipos que dependerán para el funcionamiento del proyecto.

### 5.6.1. Distribución de la planta.

Para la distribución de las instalaciones, se ha puesto en consideración la ordenanza de las materias primas y demás materiales para la producción así como también edificar las áreas administrativas y área de empleados de producción.

Se debe asegurar que el lugar para la construcción de planta de manera minuciosa ya que este lugar tiene que ser seguro, poseer un ambiente sano libre de contaminación, así como también no correr riesgos de inundaciones y sin dejar de lado otro tipo de contaminaciones (químicas, físicas o microbiológicas). Según la Norma ISO 9002 (Necesaria para Plantas Procesadoras de Camarón), toda planta procesadora debe cumplir con un sistemas de protección, capaz de evitar todo tipo de contaminación o polución al medio ambiente.

La empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. Planea distribuir sus instalaciones en un área total de 2000 metros cuadrados de la siguiente forma:

**Ilustración 13: Distribución de Instalaciones empresa MAR & CIELO CIA. LTDA.**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Zona de carga y/o descarga	m2	179.93
Area de recepción	m2	65
Area de Procesamiento	m2	300
Area de Laboratorio de Calidad	m2	35
Túneles de Enfriamiento	m2	50
Almacén de Productos para Exportar	m2	50
Fábrica de hielo	m2	20
Bodega de materiales para embalaje	m2	40
Bodega para insumos de aseo	m2	25
Area Administrativa	m2	140
Comedor	m2	50
Area de Sanitarios	m2	40.2
Parqueaderos	m2	100
Cisterna	m2	100
<b>TOTAL</b>		

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación

#### **5.6.1.1. Área de producción.**

En este lugar se realizarán los procesos de lavado, enlatado, etiquetado, cocción, envasado y empaque del camarón.

#### **5.6.1.2. Área de laboratorio y control de calidad.**

Cuando el producto llega a la planta se debe escoger una muestra para examinar que el camarón cumpla con las condiciones de calidad para ser procesado, además al final del proceso también se elige una muestra aleatoria de algunas conservas para controlar la higiene, calidad y cualquier anomalía para que el producto pueda exportarse a su punto de destino. Se revisan cualidades como (embalaje, peso, propiedades, etc.)

#### **5.6.1.3. Área administrativa.**

Es el área asignada para realizar las actividades concernientes a contabilidad, compras y ventas, negociaciones, marketing, publicidad y logística etc.

#### **5.6.1.4. Área de carga y descarga.**

Es una zona muy importante y apropiada para una planta de producción ya que de esta forma se agiliza y facilita el descargo de materias primas y demás materiales a utilizar así como también embarcar el producto terminado de manera más rápida.

#### **5.6.1.5. Área de recepción.**

En esta área es necesario verificar el producto, proveniente de los proveedores al momento de su ingreso, además de colocar la materia prima en zonas adecuadas.

#### **5.6.1.6. Área de almacenamiento.**

Cuando el producto ya haya pasado por el área de cuarenta es importante contar con esta zona para almacenar el producto final a la espera de ser exportado.

#### **5.6.1.7. Fábrica de hielo.**

Al ser un producto muy delicado necesita conservarse fresco y limpio para ello una fábrica de hielo dentro de las instalaciones es necesaria para conservar la calidad bacteriológica del producto antes de ser procesado.

Durante el proceso al camarón se lo mantiene antes de procesar con agua y hielo, el hielo debe ser fabricado en forma de escamas, ya que al mismo no se lo puede triturar a mano y pone ningún material adicional para cuidados de higiene y evitar la contaminación de bacterias.

#### **5.6.1.8. Bodega de área de limpieza.**

Los materiales de limpieza al poseer químicos fuertes para quitar sarro y demás bacterias que se quedan en los implementos de fabricación como grasas se deben almacenar en un lugar específico para evitar contaminaciones.

#### **5.6.1.9. Comedor.**

Los trabajadores al cumplir con sus horarios laborales durante el día deben tener un lugar donde alimentarse y para evitar pérdida de tiempo y dinero deben hacerlo en el área asignada dentro de la planta.

#### **5.6.1.10. Vestidores.**

Todo el personal de producción deben usar uniforme especial de colores claros, beige o blanco y que cubra todo su cuerpo, sin dejar de lado zapatos especiales como botas, accesorios como gorras y mallas de cabello para evitar caídas de pelo, su uniforme debe ser de material impermeable, caucho, guantes de plástico y el interior del traje debe poseer tela que conserve el calor corporal ya que están los empleados a bajas temperaturas por cuestiones de higiene.

#### **5.6.1.11. Bodega de maquinaria y repuestos.**

Al tener máquinas y tecnología necesitan de mantenimiento y reparación, por eso se deben guardar los repuestos de las mismas en un lugar muy apartado del área de producción.



#### **5.6.1.12. Sanitarios.**

Poseer baños dentro de las instalaciones de una empresa es esencial para cada área y así conservar la higiene de los obreros ya que ellos tienen contacto directo con el producto.

#### **5.6.1.13. Parqueaderos.**

Tener espacio para los vehículos es primordial ya que facilita el tráfico de los autos esta área no solo permitirá estacionar los vehículos de la misma empresa sino también el de los proveedores y demás clientes.

#### **5.6.1.14. Área de seguridad.**

Al ser un lugar de grande extensión necesita ser vigilado y cuidado por tener, dentro de sus instalaciones materiales de gran valor y sobre todo para asegurar la tranquilidad de quienes trabajan dentro de estas instalaciones.

#### **5.6.1.15. Cisterna.**

La planta tiene que contar con una cisterna grande que pueda almacenar agua en caso de cortes del líquido vital, además la planta necesita guardar el agua para ser tratada con cloro. Su construcción debe ser uniforme y extensa, con un interior liso, debe también evitar la entrada de polvo, animales o insectos que alteren la pureza del líquido vital.

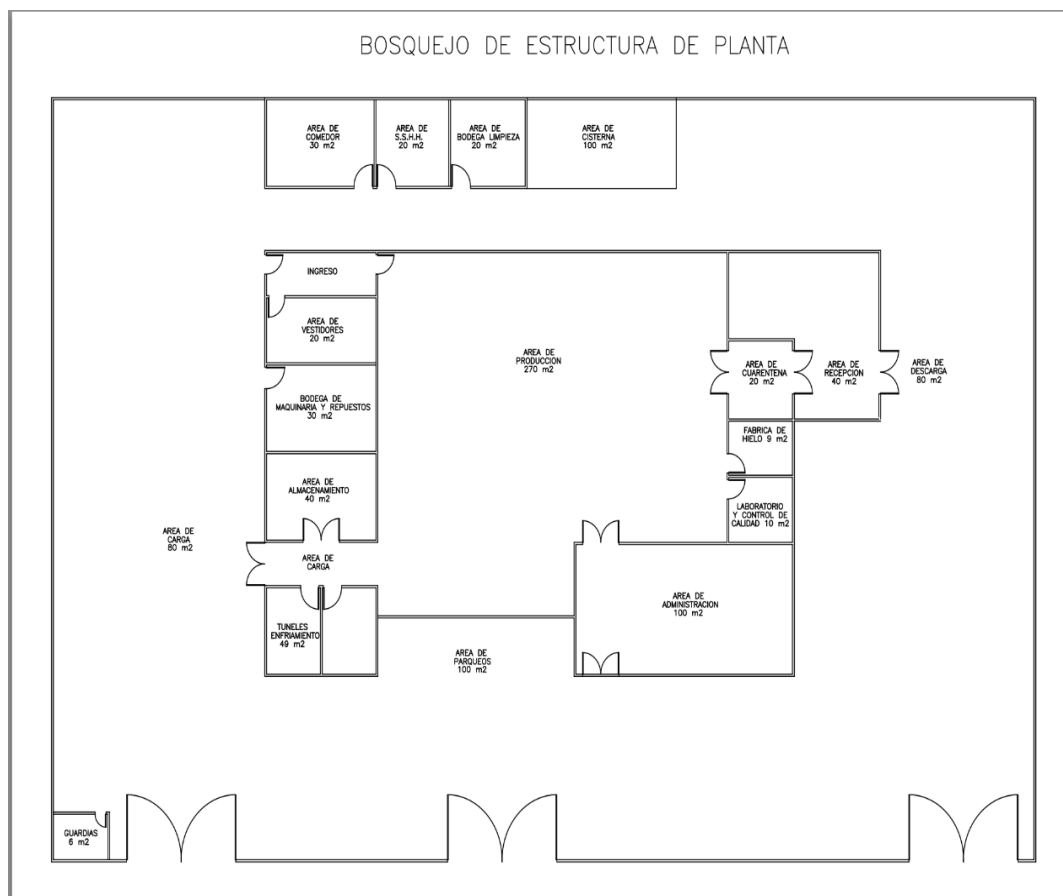
#### **5.6.1.16. Área de cuarentena.**

Esta será la zona en donde se almacenan las latas de conserva en su último proceso para descartar cualquier anomalía, para proceder a la venta.

#### **5.6.1.17. Área de Túneles de Enfriamiento.**

La planta deber tener túneles de enfriamiento para mantener el clima dentro de las instalaciones y de esta forma conservar el producto hasta que deba ser exportado también debe contar con un termómetro registrador que regule la temperatura entre – 16 C y -25 C

## Ilustración 14: Plano de la planta



Fuente: Investigación

No obstante se debe optimar otros detalles cómo utilizar los materiales adecuados para las puertas ya que estas deben ser de materiales inoxidables o vidrio , no se puede utilizar materiales de madera porque acoge humedad, así como también se deben colocar cortinas plásticas que impidan la entrada de insectos o bichos.

El color de las paredes deben ser de colores claros para que se pueda observar la limpieza del sitio, también las superficies deben ser lisas, impermeables y el tumbado debe ser de igual manera.

## **5.7. Descripción del proceso**

Para el procesamiento de los camarones cocidos en conserva básicamente son 14 pasos, los cuales son:

### **5.7.1. Recepción e Inspección de materia prima.**

En el momento que el camarón es entregado a la planta, este debe pasar por un control de calidad en el laboratorio de la planta, es decir debe ser perfectamente analizado e inspeccionado, para así poder confirmar su frescura, olor, sabor, y que esté libre de cualquier contaminación, para que de esta forma este apto para el consumidor, dicho proceso debe ser controlado y evaluado por personal capacitado y calificado.

Este proceso es sumamente necesario ya que el tiempo se acorta desde la cosecha del camarón, hasta que pueda ser guardado con hielo y se congele. Desde ese momento las bacterias descomponen el mismo a media que pasa el tiempo, por ello es importante que el mismo se lave adecuadamente para eliminar bacterias y que se adapte reduciendo su temperatura debajo de su ambiente natural.

Aproximadamente el camarón puede permanecer en almacenamiento con hielo por alrededor de tres semanas, este tiempo varía con el proceso de lavado y cuanto tarde en almacenarse.

### **5.7.2. Examen de calidad.**

El crustáceo a su llegada a la planta procesadora debe pasar por revisión en el laboratorio de calidad, para ello se toma una muestra dependiendo de la cantidad que se va a necesitar, de estar todo en regla, sin anomalía alguna el camarón pasa al siguiente proceso.

### **5.7.3. Selección o clasificación.**

El crustáceo ya fue previamente comprado con proceso de lavado, descabezado, y clasificado por ello las tallas que se van a adquirir serán 71-91

que es un camarón pequeño apto para entrar en proceso de envasado en una lata de 184gr.

#### **Ilustración 15: Tallas del camarón**

U -	10	36 -	40
U -	12	41 -	50
U -	15	51 -	60
16 -	20	61 -	70
21 -	25	71 -	80
26 -	30	81 -	MAS
31 -	35		

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación

La empresa MAR & CIELO CIA. LTDA. cultiva camarón por cuatro a cinco meses de manera continua durante todo el año, y se ha comprometido en establecer tratos con sus principales clientes es decir las plantas empacadoras, quienes nos proveerán el crustáceo con las condiciones requeridas.

#### **5.7.4. Cocción:**

Tras la clasificación el marisco pasa por un proceso de deshidratación por medio de la cocción a vapor con agua o salmuera, este proceso es bastante rápido ya que el crustáceo es bastante delicado y de rápida cocción. Por eso en esta etapa es muy importante controlar el tiempo, temperatura, nivel de agua, nivel de salinidad, y demás características pertenecientes a la materia prima. Está etapa es la que determina el sabor, características sensoriales y organolépticas del producto.

#### **5.7.5. Enfriamiento.**

Luego de la cocción, el producto se debe dejar enfriar a una temperatura adecuada para que pueda ser manipulado. Ya que si no se lo enfría el producto se recocina y no serviría para ser procesado ya de esta manera es posible adaptar y limpiar el camarón a el envasado.

#### **5.7.6. Adicción de líquido de cobertura de la conserva.**

El envasado así como la adicción del líquido de cobertura (salmuera) se lo podrá realizar de manera manual o con máquinas automáticas, como empacadoras, dosificadoras, etc. El envasado del producto se debe realizar de manera adecuada ya que así se evita desviaciones sensoriales, deformaciones de las latas por la alta temperatura en el proceso de esterilización. El envasado del producto se lo realizara a mano mientras que la adicción del líquido de conserva que será la salmuera, será con ayuda de la maquinaria.

#### **5.7.7. Cerrado del envase.**

Cuando los envases ya están previamente llenados se deben cerrar herméticamente para que procedan al lavado de las latas y posteriormente a la esterilización de latas a altas temperaturas.

#### **5.7.8. Lavado de latas.**

Después de haber sido llenados con salmuera las latas cerradas proceden al lavado y secado del recipiente ya que al ser de aluminio tienden a la oxidación y por ello deben ser secados y lavados perfectamente para que no se filtre agua y se dañe el producto.

#### **5.7.9. Esterilización.**

La esterilización es un tratamiento que se realiza con agua o vapor , a temperaturas superiores entre 100 C y 121 C se realiza este proceso para eliminar microorganismos y demás bacterias patógenas que son resistentes al calor e inactivar enzimas que alteren el producto y representen riesgos para el consumidor.

En los alimentos en conservas o latas no es posible realizar una esterilidad total porque se destruyen los compuestos nutritivos lábiles al calor y demás cualidades sensoriales del marisco, por ello se debe aplicar esterilización comercial.

La esterilización comercial para destruir el Botullinum que es el nombre de una especie de bacilo (Gram positiva anaerobia) que se encuentra por lo

general en la tierra y es productora de la toxina botulínica, el agente causal del botulismo (Ryan y Ray, 2004), es de 250 °F, por un tiempo de 2,8 minutos para que la temperatura permanezca en el punto frío del alimento, este proceso debe ser obligatoriamente controlado para garantizar las condiciones óptimas para que las conservas lleguen al consumidor final, la esterilización nos da plena garantía de calidad, seguridad y de poseer los valores nutricionales del alimento. Gracias a este proceso y manipulación, las conservas se podrán almacenar sin la necesidad de ser refrigeradas.

#### **5.7.10. Enfriamiento y limpieza de las latas.**

Cuando culmina el tiempo de esterilización se abre el sistema de agua fría para de esta forma bajar inmediatamente la temperatura de las latas a los 35- 40 C. Este proceso se realiza para evitar la sobre cocción del alimento, que produce pérdidas al valor nutritivo, textura y formación de sabores y olores extraños.

Las latas se lavan de forma rápida con suficiente agua, para proceder al secado de las mismas se debe revisar el borde de la tapa y su fondo ya que aquí se produce oxidación y llega a perder la hermeticidad, ocasionando como consecuencia la descomposición del crustáceo.

#### **5.7.11. Etiquetado.**

La identificación del producto es decir el etiquetado se realiza después del secado de las conservas, el material del etiquetado debe ser con un papel litografiado, que posteriormente debe ser pegado con una pegante industrial.

#### **5.7.12. Cuarentena y control de calidad del producto.**

En este tipo de productos enlatados todas las latas deben pasar por una prueba de incubación para controlar la calidad y comprobar la inexistencia de gérmenes. Para ello se escoge una muestra aleatoria que luego se incuban a una temperatura de 37 C a 55 C por diez días ya que son mariscos el tiempo de incubación es mayor al estándar de seis días.

Cuando el tiempo estipulado haya pasado por control y no se encontró ninguna anomalía, como recipientes deformados, las conservas se consideran en buen estado desde el punto de vista bacteriológico y ya estarán listas para almacenarse para la pronta comercialización.

#### **5.7.13. Embalaje del producto.**

Las conservas deben colocarse en cajas de cartón, con una separación para cada lata, de esta forma se protege a las latas del maltrato en su manejo y transportación y del medio exterior.

#### **5.7.14. Almacenamiento.**

Los alimentos enlatados deben ser colocados en lugares limpios, frescos, y secos a una temperatura de 15 C y que sean protegidos de los rayos solares, para el caso del producto de larga duración debe tener control de calidad cada 3 meses, con una incubación de latas similar al proceso de cuarentena para descartar cualquier anomalía

El almacenamiento se realiza también para tener el producto en un lugar adecuado y mantener siempre stock para su comercialización.

### **5.8. Estudio de Mercado**

En la actualidad el estudio de mercado, investigación de mercado o investigación comercial es una herramienta necesaria para el desarrollo de proyectos de incursión de nuevos negocios en el mercado, que permite realizar el respectivo análisis de factibilidad del proyecto.

Este estudio permitirá determinar la oferta y la dimensión de la demanda del camarón, también determinar los diversos canales de comercialización del producto hacia el exterior, se analizará de una manera más clara y precisa la factibilidad del proyecto y determinar los clientes potenciales en el mercado camaronero en el exterior.

### **5.8.1. Estudio del Micro entorno.**

En el micro entorno se analizan las fuerzas cercanas de la compañía, factores internos, que son aquellos elementos con los cuales pueden mantener la estabilidad de la empresa (El Entorno del Marketing, s/f)).

En el micro entorno intervienen las 5 fuerzas de Porter.

- Competidores.
- Clientes.
- Industrias.
- Sustitutos.
- Proveedores.

### **5.8.2. Compradores.**

#### ***5.8.2.1. Mercado meta.***

Hombres y mujeres de 18 años en adelante que vivan en la ciudad de New York.

#### ***5.8.2.2. Nivel socioeconómico.***

- Medio.
- Medio alto.
- Alto.

#### ***5.8.2.3. Nicho.***

Que gusten del consumo de camarón y comida en conservas.

### **5.8.3. Factores de decisión de compra.**

#### ***5.8.3.1. Factores culturales***

El nivel cultural es uno de los factores esenciales en el comportamiento del consumidor, en este nivel intervienen las culturas, subculturas y clases sociales. Debido a que el producto es importado desde Ecuador a New York, se ve un incremento en los precios, por lo que se ve intervenido el nivel socioeconómico más alto.



### **5.8.3.2. Factores sociales.**

Entre los factores sociales influyen diversas variables como la familia, grupos a los que pertenezca, así como la variable del rol o estatus que desarrollen dentro de estos grupos. Cabe recalcar que la influencia del grupo familiar es muy importante ya que las costumbres de consumo generalmente suelen ser transmitidas de uno a otro.

### **5.8.3.3. Factores personales.**

El estilo de vida de los futuros consumidores es de vital importancia dentro de los factores personales como actividades, estudios, alimentación, etc.

En este caso el factor de la alimentación juega un rol importante debido a que este producto lo desean adquirir personas que deseen alimentos sanos, exquisitos y con valor nutritivo.

Las actividades que el futuro consumidor realiza también es importante analizar, debido a que este producto aparte de ser exquisito y con valor nutricional, tiene una manera rápida y practica para su consumo.

### **5.8.3.4. Factores psicológicos.**

El factor psicológico que interviene en este caso es la motivación, debido a que es un producto que motiva su compra a personas que desean consumir un marisco con valor nutricional de una manera práctica y rápida.

### **5.8.4. Necesidades del consumidor.**

Maslow (1991) menciona que existen cinco grandes bloques: las necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad y reaseguramiento, la necesidad de amor y pertenencia, necesidad de estima y la necesidad de autorrealización el sí mismo.

Consumir camarón cuya principal característica es cocido en conservas, cubriría la necesidad de seguridad, pues en esta instancia cubre temas de salud y nutrición.

Así mismo el consumir camarón de esta forma, cubre una necesidad de tiempo y practicidad. Así como también el deseo de comer mariscos ya listos para servir.

#### **5.8.5. Mercado de Demanda.**

El camarón ecuatoriano es uno de los comestibles con mayor popularidad y acogida en el mercado norteamericano, en Estados Unidos el camarón crudo sin congelar tiene una participación de un 24.2% y de un 19.6% el camarón cocido, este crustáceo tiene un valor aproximado de \$8.00, estos precios varían dependiendo del tipo de camarón.

Los principales proveedores de camarón a Estados Unidos son: Tailandia, Indonesia y Ecuador, según el departamento comercial de PROECUADOR en Estados Unidos.

Debido a la elevada cifra de importación que realiza Estados Unidos sobre el camarón ecuatoriano, si se analiza los productos que ofrecen los supermercados más destacados de la ciudad de Nueva York, se puede notar que los camarones en conservas provenientes de Ecuador no tienen gran participación en el mercado de New York, ya que este mercado ha sido abarcado por empresas de Norteamérica debido a esto es necesario enfocarse a que este producto logre llegar a las perchas de los principales supermercados de New York.

#### **5.8.6. Competidores.**

En algunos de las principales cadenas de supermercados de New York, tales como: Target, Wallmart, Kroger, Safeway, en la actualidad tienen este producto en sus perchas pero de proveedores norteamericanos y de centro América, por lo que existe una competencia directa.

Además del análisis de los principales consumidores es de vital importancia el análisis de la competencia, como empresas productoras de camarón en conservas, analizar la calidad, producción y precio de este sin olvidar de analizar qué tipo de estrategias utilizan para la venta de sus productos.

Entre los principales competidores se encuentran los siguientes:

Bumble Bee.

Chicken of the sea

Wild Planet

### **5.8.7 Impacto sobre el Mercado de camarón.**

Dentro del mercado estadounidense el camarón ecuatoriano es de gran reconocimiento por su variedad de presentaciones, ya que no solo se encuentra camarón congelado, sino también apanado, en conservas, brochetas, cocido, pre cocido, encocado, etc. , los mismos que se encuentran a la venta en los principales supermercados del país, el camarón en conservas puede ser encontrado de diferentes tamaños en gramos y tallas tales como: tinny, pequeña, mediana y grande.

Para poder introducir con gran potencia el camarón cocido en conservas al mercado, se necesita destacar las características específicas del camarón y sus componentes nutricionales de alto valor los cuales serían indispensables en una dieta balanceada. Para atraer la atención de los consumidores es una buena estrategia destacar las características, ventajas, beneficios de un producto o servicio.

El camarón en conservas se considera en el mercado de Estados Unidos, particularmente en Nueva York, como un producto gourmet en la cocina. Este producto al final de un plato normal o gourmet es un complemento perfecto para sopas, tortillas, ensalada de Camarones, salsa de camarones.

En la actualidad existen diversos tipos de presentaciones que tiene el camarón en mercados exteriores, de diversos proveedores, pero el camarón ecuatoriano es reconocido mundialmente por sus características esenciales en cuanto a sabor, textura y precio, para poder preparar cualquier tipo de comida a base de camarón.

### **5.8.8. PESTLE**

Le empresa MAR & CIELO CIA. LTDA., debido a que es una empresa ecuatoriana, y busca el desarrollo del país, tiene el apoyo total del gobierno ecuatoriano y beneficios mediante diversas instituciones que fomenta la producción y exportación de productos bajo un objetivo: “Es mejor hecho en Ecuador”.

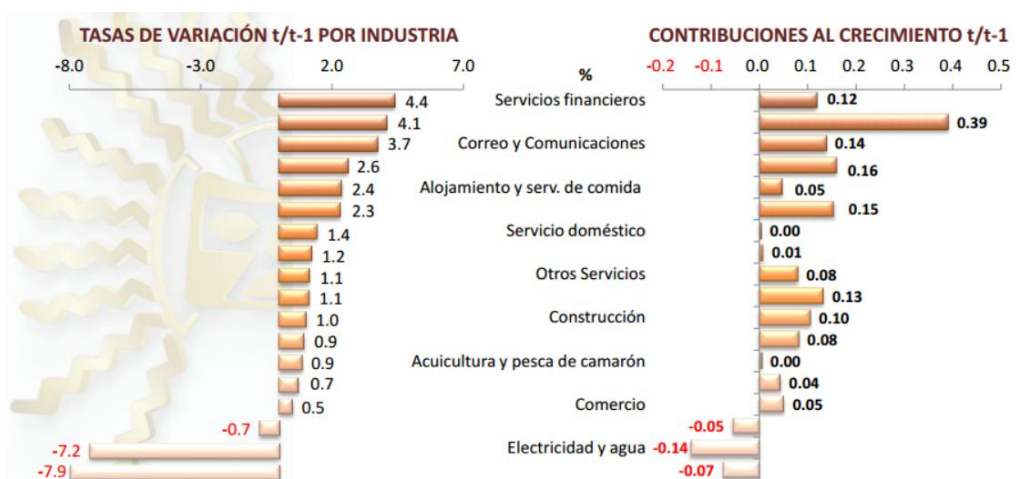
Las instituciones encargadas de brindar financiamiento a empresas productoras es la Corporación Financiera Nacional (CFN), la cual impulsa por medio de mecanismos de créditos financieros y no financieros, proyectos que ayudan a desarrollar al Plan Nacional del Buen vivir, promoviendo el desarrollo de los sectores prioritarios y estratégicos del país. También en el sector de exportación cuenta con la vital ayuda y asistencia del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR), institución que busca promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera. Cabe mencionar La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2013) a través del Plan Nacional del Buen Vivir, la misma que mediante este proyecto busca cumplir:

Objetivo 10 – Impulsar la transformación de la Matriz Productiva (SENPLADES, 2013).- Este objetivo se cumple en el proyecto de exportar camarones cocidos en conservas, ya que cumple con la transformación de materia prima en productos dándoles así un valor agregado como el caso del camarón.

Puesto que en la actualidad el gobierno ecuatoriano promueve en impulsar las exportaciones y reducir el índice de importaciones, produciendo en el país bienes que no solo satisfacen las necesidades en el mercado interno, sino que tengan características diferentes a un precio competitivo en mercados exteriores,

Esto es favorable para el desarrollo de la economía ecuatoriana, ya que fomenta la competitividad con sus productos ante el mercado global.

**Ilustración 16: Tasas de variación/contribuciones al crecimiento**



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Como podemos ver en el gráfico anterior el desarrollo de la industria en el país ha contribuido en el crecimiento y desarrollo de la economía de este, ya que por medio del incremento de la oferta exportable del país, se lograra atraer mayores ingresos, crear nuevas plazas de trabajo y por ende reducir el nivel de pobreza en las familias ecuatorianas.

#### **5.8.8.1. Factores económicos.**

Puesto que Ecuador no es un país industrializado sino netamente agrícola, cuenta con menos oportunidades comerciales. En los últimos años se ha buscado mejorar la economía e independencia del país, por medio del incentivo a las personas para la creación de industrias de esta manera generando plazas de trabajo e integración.

Uno de los principales objetivos que tiene gobierno ecuatoriano, es captar inversiones extranjeras, de tal manera incrementando las exportaciones y reduciendo las importaciones de tal manera que se logre equilibrar la balanza comercial.

Cumpliendo el objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir, se busca que Ecuador se convierta en un país industrializado, y de esta manera que los productos que se crean en Ecuador tenga mayor ventaja competitiva en un mercado global.

No solamente se debe analizar la situación socioeconómica de Ecuador sino también la situación socioeconómica de Estados Unidos – Nueva York, que es al mercado al cual se va a exportar el camarón cocido en conservas.

En el año 2009 Estados Unidos sufrió la crisis financiera, la cual provoco una contracción de la economía estadounidense de un 2.6%, esta crisis fue mejorando un poco en el año 2010, desde el 2010 hasta el 2013 el PIB estadounidense solo creció en un 1.6%. La crisis financiera por la que paso Estados Unidos provoco un aumento representativo en la tasa de desempleo, la cual disminuyo en el año 2013 que llego a un 7.3% de índice de desempleo, como lo pueden observar en el siguiente gráfico.

**Tabla 4: Indicadores de crecimiento**

Indicadores de crecimiento	2010	2011	2012	2013	2014 (e)
<b>PIB</b> (miles de millones de USD)	14.958,30	15.533,83	16.244,58e	16.724,27e	17.437,86
<b>PIB</b> (crecimiento anual en %, precio constante)	2,5	1,8	2,8e	1,6e	2,6
<b>PIB per cápita</b> (USD)	48.294	49.797	51.704e	52.839e	54.609
<b>Saldo de la hacienda pública</b> (en % del PIB)	-8,0	-7,3	-6,3e	-3,9e	-3,2
<b>Endeudamiento del Estado</b> (en % del PIB)	95,2	99,4	102,7e	106,0e	107,3
<b>Tasa de inflación</b> (%)	1,6	3,1	2,1e	1,4e	1,5
<b>Tasa de paro</b> (% de la población activa)	9,6	8,9	8,1	7,6	7,4
<b>Balanza de transacciones corrientes</b> (miles de millones de USD)	-449,47	-457,73	-440,42e	-451,46e	-489,18
<b>Balanza de transacciones corrientes</b> (en % del PIB)	-3,0	-2,9	-2,7e	-2,7e	-2,8

Fuentes: INF – World Economic Outlook Database

#### **5.8.9.2. Factores sociales.**

Los recursos naturales con los que cuenta Ecuador ha sido de gran importancia para cubrir los problemas financieros que Ecuador tienen, entre sus principales recursos se encuentra el agrícola y acuícola, Ecuador es reconocido a nivel mundial con sus exportaciones de cacao, banano, camarón.

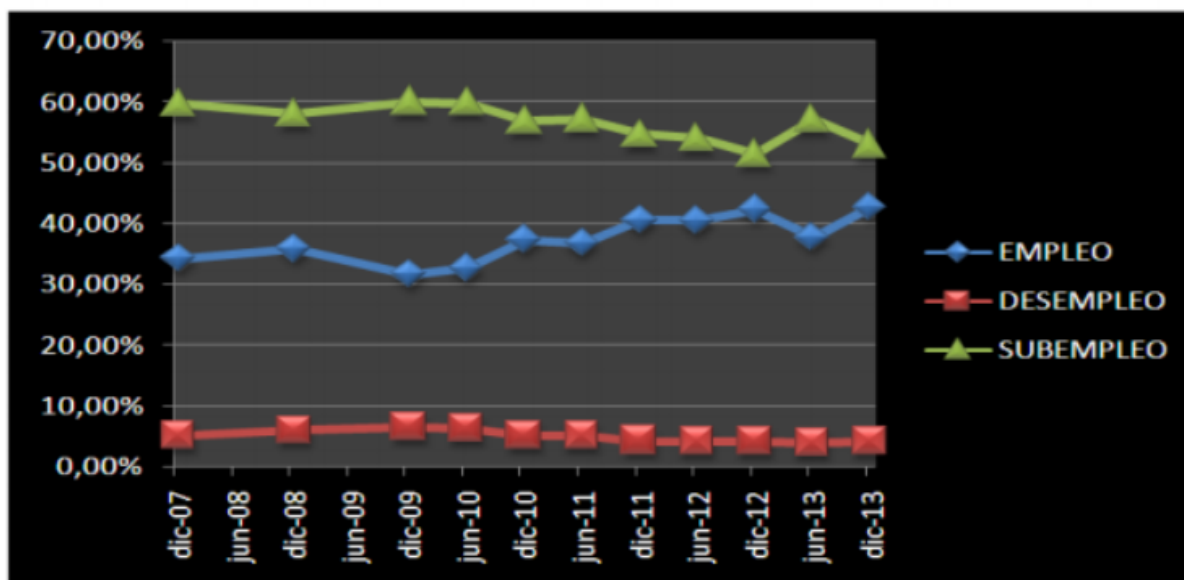
En el caso de la acuicultura en Ecuador la cual se desarrolla en la zona costera, el camarón ecuatoriano es un producto de calidad y de insignia de una gran oferta exportable, la industria camaronera con más de 40 años la cual se encuentra completamente consolidada, esto también se debe a que el gobierno ecuatoriano se preocupa por la formación de biólogos, acuicultores y

tecnólogos es asumida por las universidades del país ya que ellos son elemento de vital apoyo, por lo que en el constante desarrollo de la industria camaronera trabajan conjuntamente la Cámara de Acuicultura, la Escuela Politécnica del Litoral y el Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas, CENAIM, por lo que se encuentra con una mano de obra altamente calificada.

En la actualidad el sector camaronero provee alrededor de 168000 plazas de empleo directo e indirecto, según datos proporcionados por la cámara nacional de acuicultura.

Una de las variables socioeconómicas que afectan mayormente a Ecuador, es la tasa de desempleo, el cual se vería contrarrestado con la creación de nuevas industrias en el país.

**Ilustración 17: Índice nacional de empleo, desempleo y subempleo 2007 – 2013**



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)  
Elaborado por: Autores.

**Tabla 5: Índice nacional de empleo, desempleo y subempleo 2007 – 2013:**

<b>ÍNDICE NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO</b>			
<b>FECHA</b>	<b>EMPLEO</b>	<b>DESEMPLEO</b>	<b>SUBEMPLEO</b>
dic-07	34,20 %	4,99 %	59,80 %
dic-08	35,78 %	5,90 %	58,08 %
dic-09	31,53 %	6,46 %	60,07 %
jun-10	32,63 %	6,18 %	59,90 %
dic-10	37,34 %	4,99 %	56,84 %
jun-11	36,82 %	5 %	57,26 %
dic-11	40,55 %	4,19 %	54,66 %
jun-12	40,45 %	4,06 %	54,11 %
dic-12	42,32 %	4,14 %	51,37 %
jun-13	37,71 %	3,87 %	57,10 %
dic-13	42,69 %	4,15 %	52,95 %

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Autores.

#### **5.8.8.3. Factores tecnológicos.**

En la industria camaronera en Ecuador se ha ido desarrollando gracias a la autogestión de punta que esta ha ido adquiriendo en el transcurso de los años, la cual se ha venido mejorando con ayuda de instituciones promovidas por el gobierno ecuatoriano como la Cámara Nacional de Acuicultura y los empresarios de la industria camaronera, que en conjunto han ido industrializando este sector, implementando tecnología y desarrollando nuevos sistemas de cultivo, de tal manera que optimizan sus recursos.

#### **5.8.8.4. Factores legales.**

En el comercio internacional, tanto en las importaciones como exportaciones, se solicitan requisitos, certificados, permisos para dar paso a las transacciones internacionales. Mucho más cuando se trata de exportación de alimentos, ya que se requiere certificados nacionales e internacionales donde registren que el producto a comercializar son aptos para el consumo humano, y que cuenta con una calidad de producción excelente.

Es necesario obtener los certificados de origen y de exportación ya que de esta manera el producto puede ser comercializado nacional e internacionalmente. Por lo que en el sector alimenticio se puede encontrar con



diversas barreras arancelarias, impuestos aduaneros, restricciones por el envase a usar del producto.

### **5.8.9. FODA**

#### **5.8.9.1. Fortalezas.**

El camarón empacado en conservas, da una ventaja competitiva en el mercado de New York, al ser una presentación nueva por parte del camarón ecuatoriano, lo que ayuda a sobresalir de la competencia y por ende poder entrar de manera más rápida.

Su fecha de caducidad es una fortaleza ya que este tiene una fecha expiración de dos años y seis meses en los cuales el producto se conservara de manera perfecta.

#### **5.8.9.2. Oportunidades.**

Aumento de demanda en el mercado estadounidense.

Alto índice de migrantes ecuatorianos residentes en la ciudad de New York.

Vigencia de acuerdo entre Ecuador y Estados Unidos para permitir el ingreso de camarón ecuatoriano libre de aranceles.

La alta demanda que tiene el camarón ecuatoriano en el mercado de Estados Unidos – Nueva York.

La disponibilidad del producto para exportar durante todo el año.

El alto índice de preferencia de consumir productos en conservas por parte del mercado estadounidense.

#### **5.8.9.3. Amenazas.**

Inestabilidad política entre Ecuador y Estados Unidos.

Imposición de aranceles por ingreso de camarón ecuatoriano al mercado de Nueva York.

#### **5.8.9.4. Debilidades.**

Bajo niveles de confianza para la aceptación de la nueva presentación del producto en Estados Unidos.

Altos costos de producción.

### **5.9. Promoción de mercado**

#### **5.9.1. Producto.**

El producto a comercializarse en el mercado de Nueva York, es el camarón cocido en conservas. Por lo que es importante mencionar que es el producto eje de la línea de exportación de la empresa MAR & CIELO CIA.LTDA., debido a que es un alimento para exportación este debe cumplir todos los estándares de calidad y sanitarios, por lo que será elaborado de una manera minuciosa y eficiente, cumpliendo en todo momento los estándares de calidad, sabor, inocuidad, exquisitez, diseño y presentación, ya que estos factores son vitales para la acogida que tendrá el producto en el mercado extranjero donde se lo desea comercializar.

#### **5.9.2. Empaque del producto.**

El envase del producto que se va a comercializar, es una de las características representativas del producto, ya que aparte del valor agregado de que el producto viene cocido este viene en conservas, por lo que le da una ventaja competitiva entre las demás presentaciones de camarón que comúnmente se comercializan.

El empaque del producto es de lata de aluminio, el cual tendrá un contacto directo con el camarón y la salmuera.

Las características del envase son:

- ✓ Envases metálicos esterilizados.
- ✓ Perfectamente hermético.
- ✓ Posee una fina lámina de acero de alta calidad recubierta de una película de estaño.

- ✓ Posea una lámina protectora de oxidación.

Debido a que el camarón es un alimento perecible, con la salmuera y en la lata de aluminio con la película de estaño se impide la oxidación, y se garantiza la conservación del producto debido a que el envase es completamente esterilizado y hermético. Por todos estos cuidados el producto estaría apto para el consumo humano hasta después de dos años y medio del cierre del envase. Se utilizarán las latas comúnmente vistas en el mercado.

**Ilustración 18: Envase del producto**



### **5.9.3. Marca y slogan.**

La marca con la que se pretende comercializar el camarón ecuatoriano en conservas en Nueva York, será: “MAR&CIELO”, haciendo alusión al nombre de la empresa ecuatoriana del cual proviene.

A continuación se muestra el diseño del logotipo, el cual ha sido elaborado tanto en español como en inglés, esto debido a que pueda llegar de una manera más directa al mercado de Nueva York.

Ilustración 19: Diseño de logotipo



Elaborado por: Las Autoras

Slogan: “El mejor camarón del mundo en tu paladar”

Ilustración 20: Marca y slogan del producto



Nutrition Facts	Amount / Serving	% Daily Value*	Amount / Serving	% Daily Value*
	<b>Total Fat</b> 1g		2%	<b>Total Carbohydrate</b> 0g
Saturated Fat 0g		0%	Dietary Fiber 0g	0%
Trans Fat 0g			Sugars 0g	
<b>Cholesterol</b> 50mg		17%	<b>Protein</b> 11g	
<b>Sodium</b> 370mg		15%		
Vitamin A 0%			Vitamin C 0%	
			Calcium 2%	
			Iron 0%	

Serving Size 2 oz drained (56g - about 1/4 cup)  
 Servings Per Container 2  
**Calories** 50  
 Calories from Fat 10  
 \*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

Elaborado por: Las Autoras

### **5.9.5. Embalaje de distribución y venta al por mayor.**

Se utilizarán cajas máster para el embalaje de las latas de camarón al momento de la exportación, las cuales son rígidas para aguantar el peso de las latas, que pueda resistir el manipuleo. Estas cajas tienen en su interior sus respectivas divisiones para cada lata de camarón, las cajas tendrán unas dimensiones de 35cm de largo, 26cm de ancho y 16cm de alto, la cual tendrá una capacidad de 48 latas de 184gr, cada caja tendrá un peso de 8832gr. Por lo que se usarán alrededor de 1250 cajas con dicha medida para completar un contenedor de 40”HQ.

### **5.9.6. Precio y Volumen de ventas.**

Determinar el precio del producto es uno de los factores más decisivos en el momento de la exportación, ya que se debe tener en cuenta todos los gastos, de producción y exportación, pero es de vital importancia revisar los precios de la competencia en el mercado extranjero.

El precio promedio de introducción de camarones cocidos en conservas será al equivalente de \$3.79 por cada lata de conserva de 184gr, lo que daría un total de la factura por precio FOB de \$227.400 por el contenedor de 40 pies, valor que están dentro del margen de precios de la competencia.

### **5.9.7. Plaza.**

La plaza o distribución que la empresa MAR&CIELO va a utilizar para llegar a los principales supermercados de Nueva York será:

**Ilustración 21: Plaza o distribución de Mar&Cielo Cia. Ltda.**



Elaborado por: Las Autoras

## **5.10. Comercio Exterior**

### **5.10.1. Proceso del comercio exterior.**

Aparte del estudio técnico realizado con anterioridad, es de vital importancia realizar un plan de exportación, donde se expondrá cada proceso de comercio internacional, debido a que el tema desarrollado es “Exportación de camarón en conservas al mercado estadounidense”.

Por lo que se procederá a realizar una guía de exportación con los parámetros puntuales en actividades de exportación.

Debido a que se va a realizar la exportación al mercado estadounidense, ya que bajo un acuerdo lateral entre Ecuador y Estados Unidos, el camarón ecuatoriano se encuentra libre de aranceles para ingresar al mercado estadounidense.

#### **5.10.1.1. Acuerdo de complementación económica entre Ecuador y Estados Unidos.**

En la actualidad entre Ecuador y Estados Unidos existe un acuerdo de preferencias arancelarias entre ambos países, donde permiten en el mercado estadounidense la entrada del camarón ecuatoriano libre de aranceles, lo que

promueve el intercambio y la actividad comercial internacional entre ambos países.

En el siguiente cuadro se muestra los diferentes productos exportables que eran libres de los aranceles por el tratado del ATPDEA, los cuales favorecen notablemente a la producción de bienes ecuatorianos.

**Tabla 6: Aranceles cobrados por EE.UU. a los productos exportados por Ecuador**

ARANCEL COBRADO POR ESTADOS UNIDOS A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR		
Subpartida	Descripción	Arancel
2709.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	0.0%
0306.13	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	0.0%
0803.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	0.0%
7108.12	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	0.0%
0603.11	ROSAS FRESCAS CORTADAS	0.0%
2707.50	NAFTA DISOLVENTE	0.0%
1801.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	0.0%
2710.19	ACEITE DE PETRÓLEO FUELOILS (FUEL)	0.6%
1604.14	ATUNES EN CONSERVA	7.6%
0603.19	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	0.0%
0304.19	FILETES DE TILAPIA FRESCA O REFRIGERADA	0.0%
0803.00	BANANAS FRESCAS TIPO «PLANTAIN» (PARA COCCIÓN)	0.0%
0304.29	LOS DEMÁS FILETES CONGELADOS DE TILAPIA	0.0%
4407.22	POLI (CLORURO DE VINILO) OBTENIDO POR POLIMERIZACIÓN EN SUSPENSIÓN	0.0%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, MacMap, CCI  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Estados Unidos de América es miembro de la Organización Mundial de Comercio desde el 1 de enero de 1995. En la siguiente tabla se explican los Acuerdos Comerciales Regional suscritos por Estados Unidos de América.

Sin embargo en agosto del 2013, *La Comisión Internacional de los Estados Unidos – USITC*, impuso al camarón ecuatoriano un arancel del 11,68%, ya que sustentaban que los productores camaroneiros ecuatorianos reciben subsidios de parte del Gobierno Nacional, por lo que se vería afectada la industria camaroneira estadounidense.

La aseveración anterior fue demostrada que no era cierto, ya que dicho subsidio no existe por parte del gobierno ecuatoriano, por lo que se le dio el fallo a imponer Derechos Compensatorios contra el camarón de Ecuador y de otros cuatro productores del crustáceo: China, Vietnam, Malasia e India.

Por lo que a partir del 16 de septiembre del 2013 el camarón ecuatoriano goza nuevamente de libre acceso al mercado de Estados Unidos, sin tener que pagar ningún derecho o arancel”.

**Tabla 7: Ecuador: Exportaciones por productos 2012-2013**

**ECUADOR: EXPORTACIONES POR PRODUCTOS 2012 Y 2013**

(miles de dólares)

PRODUCTOS	2012	2013 – Estim.	2013 BCE	% 2013	% Incr.
<b>EXPORTAC. TOTAL</b>	<b>23.764.762</b>	<b>24.375.759</b>	<b>24.957.650</b>	<b>100,0</b>	<b>5,0</b>
<b>EXPORTAC. PRIMARIAS</b>	<b>18.376.856</b>	<b>19.575.424</b>	<b>20.165.981</b>	<b>80,8</b>	<b>9,7</b>
PETRÓLEO CRUDO	12.711.229	13.144.940	13.411.759	53,7	5,5
BANANO	2.078.402	2.331.237	2.373.152	9,6	14,2
CAMARÓN	1.278.399	1.630.212	1.797.719	7,2	40,6
FLORES NATURALES	713.502	976.579	837.283	3,4	17,3
OTRAS EXPORT. PRIMAR.	1.595.324	1.492.456	1.929.078	6,9	20,9
<b>EXPORTAC. INDUSTRIALES</b>	<b>5.387.906</b>	<b>4.789.207</b>	<b>4.791.759</b>	<b>19,2</b>	<b>-11,0</b>
DERIVADOS DE PETRÓLEO	1.080.729	606.501	695.973	2,8	-35,6
OTROS PRODUCTOS MAR	1.147.090	1.554.054	1.396.728	5,6	21,8
QUÍMICOS Y FÁRMACOS	254.139	174.833	193.939	0,8	-25,7
MANUFACT. METÁLICAS	896.515	602.800	545.638	2,2	-39,1
OTRAS EXPORT. INDUSTR.	2.009.433	1.851.019	1.964.697	7,8	-2,2

Fuente: Banco Central de Ecuador, Información Estadística 1943 del 31 de enero de 2014  
Elaboración: LLO

### 5.2.10 INCOTERM FOB

El Incoterm con el que va a trabajar la empresa MAR&CIELO es el FOB, cuyas siglas responden al término inglés “Free on Board” y es exclusivo del transporte marítimo. (Containers, s/f).

Bajo este Incoterm la empresa MAR&CIELO se responsabiliza del coste y el riesgo hasta que la mercancía sea puesta a bordo en el puerto de origen, en este caso en el puerto de Guayaquil.

#### 5.2.10.1. Obligaciones del vendedor bajo Incoterm FOB.

- ✓ Entrega de la mercancía y documentos necesarios
- ✓ Empaquetado y embalaje
- ✓ Transporte interior en el país de origen



- ✓ Aduana en origen
- ✓ Gastos de salida

#### ***5.2.10.2. Obligaciones del comprador bajo Incoterm FOB***

- ✓ Pago de la mercancía
- ✓ Flete internacional
- ✓ Seguro
- ✓ Gastos de llegada
- ✓ Aduana en destino
- ✓ Transporte interior en el país de destino
- ✓ Pago de aranceles

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

Para el análisis financiero que compruebe la viabilidad de este plan se definen los siguientes como principales ejes para el inicio de las actividades de la asociación.

Inversión Inicial necesaria para iniciar el funcionamiento

Costos de Producción

Financiamiento de la inversión

#### **6.1 Inversión Inicial**

La inversión inicial incluye los terrenos, infraestructura y equipos necesarios para el establecimiento.

La inversión inicial de este proyecto alcanza la suma de \$12.369.322,00.

##### **6.1.1. Activos fijos.**

La conforman todos los activos fijos de la empresa, la cual suma una cantidad de \$3.979.200,00.

**Tabla 8: Activos fijos**

<b>Terreno</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	m2	10000	\$ 330,00	\$ 3.300.000,00
<b>Total Terreno</b>				<b>\$ 3.300.000,00</b>
<b>Obras Civiles</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Zona de carga y/o descarga	m2	200	\$ 280,00	\$ 56.000,00
Area de recepción	m2	140	\$ 280,00	\$ 39.200,00
Area de Procesamiento	m2	350	\$ 280,00	\$ 98.000,00
Area de Laboratorio de Calidad	m2	45	\$ 280,00	\$ 12.600,00
Túneles de Enfriamiento	m2	80	\$ 280,00	\$ 22.400,00
Almacén de Productos para Exportar	m2	100	\$ 280,00	\$ 28.000,00
Fábrica de hielo	m2	70	\$ 280,00	\$ 19.600,00
Bodega de materiales para	m2	40	\$ 280,00	\$ 11.200,00
Bodega para insumos de aseo	m2	30	\$ 280,00	\$ 8.400,00
Area Administrativa	m2	160	\$ 280,00	\$ 44.800,00
Comedor	m2	80	\$ 280,00	\$ 22.400,00
Area de Sanitarios	m2	45	\$ 280,00	\$ 12.600,00
Parqueaderos	m2	100	\$ 280,00	\$ 28.000,00
Enfermería	m2	50	\$ 280,00	\$ 14.000,00
Área de Seguridad	m2	30	\$ 280,00	\$ 8.400,00
Cisterna	m2	120	\$ 280,00	\$ 33.600,00
<b>Total Obras Civiles</b>				<b>\$ 459.200,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Las maquinarias y equipos que se detallan a continuación son los necesarios para el inicio de las actividades, entre estos: esterilizadora, lavador de latas, balanzas industriales, etc.

**Tabla 9: Herramientas y equipos**

<b>Herramientas y Equipos</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario US\$</b>	<b>Valor Total US\$</b>
Enlatadora Can Seaner GTY 60	Unidad	1	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00
Mesa de clasificación	Unidad	2	\$ 4.500,00	\$ 9.000,00
Esterilizador	Unidad	1	\$ 47.000,00	\$ 47.000,00
Transportador de enfriamiento	Unidad	1	\$ 23.400,00	\$ 23.400,00
Lavadora de latas	Unidad	1	\$ 32.800,00	\$ 32.800,00
Gavetas	Unidad	500	\$ 15,00	\$ 7.500,00
Enzunchadora	Unidad	5	\$ 75,00	\$ 375,00
Balanzas industriales	Unidad	6	\$ 550,00	\$ 3.300,00
Balanzas digitales	Unidad	10	\$ 75,00	\$ 750,00
Montacargas de 3Ton.	Unidad	2	\$ 12.500,00	\$ 25.000,00
<b>Total Herramientas y Equipos</b>				<b>\$ 197.125,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Los muebles y enseres serán para las instalaciones de la línea de exportación, donde se dispondrá de lo necesario para la parte administrativa de la empresa.

**Tabla 10: Muebles y enseres**

<b>Muebles y Enseres</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario US\$</b>	<b>Valor Total US\$</b>
COMPUTADORES	Unidad	14	\$ 700,00	\$ 9.800,00
IMPRESORAS	Unidad	7	\$ 200,00	\$ 1.400,00
TELEFONOS	Unidad	10	\$ 30,00	\$ 300,00
CENTRAL TELEFONICAS	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00
CALCULADORAS	Unidad	14	\$ 15,00	\$ 210,00
ESCRITORIO	Unidad	14	\$ 120,00	\$ 1.680,00
MESA DE JUNTAS	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SILLON GERENCIAL	Unidad	7	\$ 175,00	\$ 1.225,00
SILLAS DE SECRETARIA	Unidad	7	\$ 60,00	\$ 420,00
ARCHIVADORES	Unidad	10	\$ 135,00	\$ 1.350,00
JUEGO DE MUEBLES DE OFICINA	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
REGULADORES DE VOLTAJE	Unidad	14	\$ 80,00	\$ 1.120,00
<b>Total Muebles y Enseres</b>				<b>\$ 18.605,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Los suministros y enseres necesarios para el año de funcionamiento incluyen la energía eléctrica, remas de papel y esferos.

**Tabla 11: Suministros y Servicios**

<b>Suministros y Servicios</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario US\$</b>	<b>Valor Total US\$</b>
Internet	Meses	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Energía eléctrica	kw/h	15000	\$ 0,95	\$ 14.250,00
Teléfono	Meses	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Agua Potable	Meses	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
<b>Total Suministros y Servicios</b>				<b>\$ 20.050,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

## 6.2 Gastos de Producción

Los costos de producción que se detallan a continuación incluyen los 7 primeros años de trabajo de la línea de exportación.

**Tabla 12: Gastos de Producción**

Costos de Producción															
Concepto	Costo Unitario	1er año		2do año		3er año		4to año		5to año		6to año		7mo año	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
<b>A. Labor Instalación</b>															
Enlatadora Can Seaner GTY 60	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00												
Mesa de clasificación	\$ 250,00	2	\$ 500,00												
Esterilizador	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00												
Transportador de enfriamiento	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00												
Lavadora de latas	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00												
Enzunchadora	\$ 75,00	5	\$ 375,00												
Balanzas industriales	\$ 25,00	6	\$ 150,00												
Balanzas digitales	\$ 5,00	10	\$ 50,00												
<b>Subtotal A</b>			<b>\$ 10.575,00</b>												
<b>B. Insumos, Materiales y Servicios</b>															
Cajas Master	\$ 0,95	3900	\$ 3.705,00	3900	\$ 3.705,00	3900	\$ 3.705,00	3900	\$ 3.705,00	3900	\$ 3.705,00	3900	\$ 3.705,00	3900	\$ 3.705,00
Zunchos	\$ 0,17	6250	\$ 1.062,50	6250	\$ 1.062,50	6250	\$ 1.062,50	6250	\$ 1.062,50	6250	\$ 1.062,50	6250	\$ 1.062,50	6250	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	\$ 0,07	180000	\$ 12.600,00	180000	\$ 15.120,00	180000	\$ 12.600,00	180000	\$ 12.600,00	180000	\$ 12.600,00	180000	\$ 12.600,00	180000	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	\$ 0,12	180000	\$ 21.600,00	180000	\$ 21.600,00	180000	\$ 21.600,00	180000	\$ 21.600,00	180000	\$ 21.600,00	180000	\$ 21.600,00	180000	\$ 21.600,00
Mandiles	\$ 12,00	600	\$ 7.200,00	600	\$ 7.200,00	600	\$ 7.200,00	600	\$ 7.200,00	600	\$ 7.200,00	600	\$ 7.200,00	600	\$ 7.200,00
Guantes	\$ 0,27	25000	\$ 6.750,00	25000	\$ 6.750,00	25000	\$ 6.750,00	25000	\$ 6.750,00	25000	\$ 6.750,00	25000	\$ 6.750,00	25000	\$ 6.750,00
Mascarillas	\$ 0,33	7500	\$ 2.475,00	7500	\$ 2.475,00	7500	\$ 2.475,00	7500	\$ 2.475,00	7500	\$ 2.475,00	7500	\$ 2.475,00	7500	\$ 2.475,00
Gorros	\$ 0,18	7500	\$ 1.350,00	7500	\$ 1.350,00	7500	\$ 1.350,00	7500	\$ 1.350,00	7500	\$ 1.350,00	7500	\$ 1.350,00	7500	\$ 1.350,00
Materia prima (camaron por libra)	\$ 2,72	1300000	\$ 3.536.000,00	1391000	\$ 3.783.520,00	1488370	\$ 3.783.520,00	1592556	\$ 3.783.520,00	1704035	\$ 3.783.520,00	1823317	\$ 3.783.520,00	1950949	\$ 3.783.520,00
Empacadora (Outsourcing)	\$ 0,35	1300000	\$ 455.000,00	1391000	\$ 486.850,00	1488370	\$ 520.929,50	1592556	\$ 557.394,57	1704035	\$ 596.412,18	1823317	\$ 638.161,04	1950949	\$ 682.832,31
<b>Subtotal B</b>			<b>\$ 4.047.742,50</b>		<b>\$ 4.316.024,50</b>		<b>\$ 4.361.192,00</b>		<b>\$ 4.397.657,07</b>		<b>\$ 4.436.674,68</b>		<b>\$ 4.478.423,54</b>		<b>\$ 4.523.094,81</b>
<b>Costos de Producción</b>			<b>\$ 4.058.317,50</b>		<b>\$ 4.316.024,50</b>		<b>\$ 4.361.192,00</b>		<b>\$ 4.397.657,07</b>		<b>\$ 4.436.674,68</b>		<b>\$ 4.478.423,54</b>		<b>\$ 4.523.094,81</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

### 6.3 Financiamiento de la Inversión

Para el presente proyecto se ha decidido obtener un financiamiento corporativo con la Corporación Financiera Nacional – CFN, mediante un préstamo corporativo, de primer piso.

Este proyecto contará con fondos propios por una suma de \$4.947.728,80, mientras que el saldo de \$7.421.593,20, lo que corresponde al monto mayor, el cual será financiado por la CFN, debido a que cuenta con las tasas de intereses más bajas del mercado y que generalmente apoyan a proyectos que ayuden al desarrollo de la matriz productiva del Ecuador.

**Tabla 13: Financiamiento**

<b>Valor Actual</b>	\$ 7.421.593,20
<b>Interés Anual</b>	7,60%
<b>n</b>	7
<b>Cuota</b>	\$1.406.041,18

<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$ 12.369.322,00</b>
<b>Financiación</b>	
Aportaciones de Capital Asociados	\$ 4.947.728,80
Préstamo CFN	<b>\$ 7.421.593,20</b>

Periodo	Interés	Amortización	Cuota	Saldo Capital
0				<b>\$ 7.421.593,20</b>
1	\$564.041,08	\$842.000,10	\$1.406.041,18	\$ 6.579.593,10
2	\$500.049,08	\$905.992,10	\$1.406.041,18	\$ 5.673.601,00
3	\$431.193,68	\$974.847,50	\$1.406.041,18	\$ 4.698.753,50
4	\$357.105,27	\$1.048.935,91	\$1.406.041,18	\$ 3.649.817,59
5	\$277.386,14	\$1.128.655,04	\$1.406.041,18	\$ 2.521.162,55
6	\$191.608,35	\$1.214.432,83	\$1.406.041,18	\$ 1.306.729,72
7	\$ 99.311,46	\$1.306.729,72	\$1.406.041,18	\$ (0,00)

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

## 6.4 Desarrollo de las actividades proyectadas a 7 años

### 6.4.1 Balance Inicial

**Tabla 14: Balance inicial**

Balance Inicial	
Activos	Pasivos
<b>Activo Corriente</b> \$ 8.390.122,00	<b>Pasivo corriente</b> \$ 7.421.593,20
Bancos \$ 8.390.122,00	Deuda con banco por pagar \$ 7.421.593,20
<b>Activos Fijos</b> \$ 3.979.200,00	
Terreno \$ 3.300.000,00	<b>Patrimonio</b>
Vehículo \$ 220.000,00	Capital \$ 4.947.728,80
Infraestructura \$ 459.200,00	<b>Total patrimonio</b> \$ 4.947.728,80
Herramientas y Equipos \$ -	
Muebles y Enseres \$ -	
Suministros y Servicios \$ -	
<b>Total activos</b> \$ 12.369.322,00	<b>Total pasivo y patrimonio</b> \$ 12.369.322,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

El balance refleja en el activo fijo USD 3.979.200,00 por el terreno, infraestructura, vehículo con lo que contara la línea de exportación de MAR&CIELO. Asimismo se encuentra en la cuenta de Bancos el valor de USD 8.390.122,00 por el dinero que se obtuvo tanto de los aportes de los socios, con el que se cumplirá el calendario de inversiones previamente aprobado.

El pasivo refleja el dinero por pagar al banco por la obligación bancaria y en el patrimonio se encuentra el aporte realizado por cada socio al momento de la inscripción a formar parte de esta.

### 6.5 Gastos Anuales

El detalle de los gastos anuales se presenta en el siguiente cuadro. Tanto los costos de producción como los gastos de administración y ventas se contemplan en esta tabla para efecto de cálculos posteriores.

**Tabla 15: Gastos Anuales**

<b>Cuadro de Gastos Anuales</b>									
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Promedio</b>	<b>%</b>
<b>Costos de Producción</b>	<b>4.058.317,50</b>	<b>4.316.024,50</b>	<b>4.361.192,00</b>	<b>4.397.657,07</b>	<b>4.436.674,68</b>	<b>4.478.423,54</b>	<b>4.523.094,81</b>	<b>4.367.340,59</b>	
<b>Gastos de Administración y Venta</b>									
Gastos que representan desembolsos:									
Personal administrativo	670.704,00	670.704,00	685.104,00	685.104,00	685.104,00	685.104,00	685.104,00	680.989,71	
Materiales directos	680.910,00	680.910,00	680.910,00	680.910,00	680.910,00	680.910,00	680.910,00	680.910,00	
Transporte	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12600,00	12.600,00	12.600,00	
Mantenimiento	15.741,30	15.741,30	15.741,30	15.741,30	15.741,30	15.741,30	15.741,30	15.741,30	
Suministros y Servicios	245.651,40	285.431,40	285.431,40	285.431,40	285.431,40	285.431,40	285.431,40	279.748,54	
Impuestos Prediales	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	
Gastos que no representan desembolsos:	-	-	-	-	-	-	-	-	
Depreciación	83.941,00	83.941,00	83.941,00	83.941,00	83.941,00	15.741,30	-	62.206,61	
<b>Total Gastos de Administración y Venta</b>	<b>1.625.756,70</b>	<b>1.665.536,70</b>	<b>1.679.936,70</b>	<b>1.679.936,70</b>	<b>1.679.936,70</b>	<b>1.679.936,70</b>	<b>1.679.936,70</b>	<b>1.670.139,56</b>	<b>27,66%</b>
<b>Total Gastos</b>	<b>5.684.074,20</b>	<b>5.981.561,20</b>	<b>6.041.128,70</b>	<b>6.077.593,77</b>	<b>6.116.611,38</b>	<b>6.158.360,24</b>	<b>6.203.031,51</b>	<b>6.037.480,14</b>	<b>28%</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia



**Tabla 16: Gastos Primer año**

PRIMER AÑO			
Personal Administrativo y de Operación			
Detalle	Cantidad	Sueldo/mes	Costo Total
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00
Almacenistas	10	\$ 600,00	\$ 6.000,00
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>55.892,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>670.704,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master	1	3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos	1	6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	1	180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	1	180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles	1	600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes	1	25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas	1	7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros	1	7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>56.742,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>680.910,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Resmas de papel	cajas	\$ 45,00	48	\$ 2.160,00
Boligrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50
Internet	meses	\$ 300,00	12	\$ 3.600,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00
Teléfono	meses	\$ 1.000,00	12	\$ 12.000,00
Aqua Potable	meses	\$ 4.500,00	12	\$ 54.000,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>245.651,40</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Transporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
				<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 17: Gastos Segundo año**

SEGUNDO AÑO			
Personal Administrativo y de Operación			
Detalle	Cantidad	Sueldo/mes	Costo Total
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00
Almacenistas	10	\$ 600,00	\$ 6.000,00
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00
			<b>TOTAL MENSUAL 55.892,00</b>
			<b>TOTAL ANUAL 670.704,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master	1	3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos	1	6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	1	180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	1	180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles	1	600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes	1	25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas	1	7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros	1	7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
			<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>56.742,50</b>
			<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>680.910,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Resmas de papel	cajas	\$ 45,00	48	\$ 2.160,00
Bolígrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50
Internet	meses	\$ 380,00	12	\$ 4.560,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00
Teléfono	meses	\$ 1.235,00	12	\$ 14.820,00
Aqua Potable	meses	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285.431,40</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Transporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>	<b>\$ 15.741,30</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 18: Gastos Tercer año**

TERCER AÑO			
Personal Administrativo y de Operación			
Detalle	Cantidad	Sueldo/mes	Costo Total
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00
Almacenistas	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>57.092,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>685.104,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master	1	3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos	1	6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	1	180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	1	180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles	1	600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes	1	25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas	1	7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros	1	7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>56.742,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>680.910,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios					
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor	
Resmas de papel	cajas	\$ 45,00	48	\$ 2.160,00	
Bolígrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00	
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00	
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00	
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00	
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00	
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00	
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00	
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50	
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40	
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20	
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20	
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00	
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00	
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60	
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50	
Internet	meses	\$ 380,00	12	\$ 4.560,00	
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00	
Teléfono	meses	\$ 1.235,00	12	\$ 14.820,00	
Agua Potable	meses	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00	
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285.431,40</b>	

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Transporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>	<b>\$ 15.741,30</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 19: Gastos Cuarto año**

CUARTO AÑO			
Personal Administrativo y de Operación			
Detalle	Cantidad	Sueldo/mes	Costo Total
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00
Almacenistas	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>57.092,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>685.104,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master	1	3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos	1	6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	1	180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	1	180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles	1	600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes	1	25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas	1	7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros	1	7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>56.742,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>680.910,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Resmas de papel	cajas	\$ 45,00	48	\$ 2.160,00
Bolígrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50
Internet	meses	\$ 380,00	12	\$ 4.560,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00
Teléfono	meses	\$ 1.235,00	12	\$ 14.820,00
Agua Potable	meses	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285.431,40</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Transporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>	<b>\$ 15.741,30</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 20: Gastos Quinto año**

QUINTO AÑO				
Personal Administrativo y de Operación				
Detalle	Cantidad	Sueldo/mes	Costo Total	
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00	
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00	
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00	
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00	
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00	
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00	
Almacenistas	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00	
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00	
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00	
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00	
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>57.092,00</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>685.104,00</b>	

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master	1	3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos	1	6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	1	180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	1	180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles	1	600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes	1	25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas	1	7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros	1	7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>56.742,50</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>680.910,00</b>	

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Resmas de papel	cajas	\$ 45,00	48	\$ 2.160,00
Bolígrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50
Internet	meses	\$ 380,00	12	\$ 4.560,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00
Teléfono	meses	\$ 1.235,00	12	\$ 14.820,00
Agua Potable	meses	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285.431,40</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Trasporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>	<b>\$ 15.741,30</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 21: Gastos Sexto año**

SEXTO AÑO			
Personal Administrativo y de Operación			
Detalle	Cantidad	Suledo/mes	Costo Total
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00
Almacenistas	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>57.092,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>685.104,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master		3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos		6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación		180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa		180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles		600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes		25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas		7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros		7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>56.742,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>680.910,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Resmas de papel	cajas	45,00	48	\$ 2.160,00
Bolígrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50
Internet	meses	\$ 380,00	12	\$ 4.560,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00
Teléfono	meses	\$ 1.235,00	12	\$ 14.820,00
Agua Potable	meses	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285.431,40</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia



Transporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>	<b>\$ 15.741,30</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 22: Gastos Séptimo año**

SEPTIMO AÑO			
Personal Administrativo y de Operación			
Detalle	Cantidad	Sueldo/mes	Costo Total
Gerente de Exportaciones	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Logística	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Compras	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jefe de Seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Contador	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Analista de Talento Humano	1	\$ 1.213,00	\$ 1.213,00
Médico	1	\$ 1.467,00	\$ 1.467,00
Ingeniero en Acuicultura	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Ingeniero Químico	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Obreros de Producción	40	\$ 545,00	\$ 21.800,00
Almacenistas	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Asistentes	3	\$ 713,00	\$ 2.139,00
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocineros	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Conserjes	8	\$ 480,00	\$ 3.840,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>57.092,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>685.104,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Materiales directos				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cajas Master	1	3900	\$ 0,95	\$ 3.705,00
Zunchos	1	6250	\$ 0,17	\$ 1.062,50
Etiquetas de Exportación	1	180000	\$ 0,07	\$ 12.600,00
Latas de aluminio incluida tapa	1	180000	\$ 0,12	\$ 21.600,00
Mandiles	1	600	\$ 12,00	\$ 7.200,00
Guantes	1	25000	\$ 0,27	\$ 6.750,00
Mascarillas	1	7500	\$ 0,33	\$ 2.475,00
Gorros	1	7500	\$ 0,18	\$ 1.350,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>56.742,50</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>680.910,00</b>	

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Suministros y Servicios				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Resmas de papel	cajas	\$ 45,00	48	\$ 2.160,00
Bolígrafos	cajas	\$ 3,00	24	\$ 72,00
Cuadernos	unidades	\$ 2,25	100	\$ 225,00
Carpetas	unidades	\$ 0,30	300	\$ 90,00
Perforadoras	unidades	\$ 6,75	12	\$ 81,00
Grapadoras	unidades	\$ 4,25	12	\$ 51,00
Toner impresora	unidades	\$ 75,00	10	\$ 750,00
Guantes negros de limpieza	unidades	\$ 3,20	70	\$ 224,00
Viledas	unidades	\$ 0,75	90	\$ 67,50
Escobas	unidades	\$ 4,45	32	\$ 142,40
Trapeadores	unidades	\$ 6,35	32	\$ 203,20
Desinfectante	galones	\$ 5,30	64	\$ 339,20
Funda de Basuras	paquetes	\$ 1,25	300	\$ 375,00
Basureros	unidades	\$ 8,50	16	\$ 136,00
Recogedores de basura	unidades	\$ 2,35	16	\$ 37,60
Jabón yodado	unidades	\$ 0,75	130	\$ 97,50
Internet	meses	\$ 380,00	12	\$ 4.560,00
Energía eléctrica	kw/h	\$ 0,95	180000	\$ 171.000,00
Teléfono	meses	\$ 1.235,00	12	\$ 14.820,00
Agua Potable	meses	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285.431,40</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Transporte				
Detalle	Unidad	Precio	Periodo al año	Valor
Transporte de enlatados - Planta - Puerto	cons./mes	\$ 350,00	36	\$ 12.600,00

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

Depreciación y Mantenimiento						
Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciación	Total Mantenimiento
Obras Civiles	4%	25	2%	\$ 459.200,00	\$ 18.368,00	\$ 9.184,00
Vehículo	20%	5	2%	\$ 220.000,00	\$ 44.000,00	\$ 4.400,00
Herramientas y Equipos	10%	10	1%	\$ 197.125,00	\$ 19.712,50	\$ 1.971,25
Muebles y Enseres	10%	10	1%	\$ 18.605,00	\$ 1.860,50	\$ 186,05
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 894.930,00</b>	<b>\$ 83.941,00</b>	<b>\$ 15.741,30</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 23: Otros Gastos**

Otros Gastos										
Descripción	Detalle	Total	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>Planta</b>										
Otros Gastos		970,00	970,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Gastos Legales	400,00		-	-	-	-	-	-	-	-
Reserva de Denominación	120,00		-	-	-	-	-	-	-	-
Permiso de Cuerpo de Bomberos	150,00		-	-	-	-	-	-	-	-
Permiso de Funcionamiento Municipio	180,00		-	-	-	-	-	-	-	-
Certificación Seguridad SNGR	120,00		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Otros Gastos Anuales</b>			<b>970,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

## 6.7 Ventas

El detalle de las ventas en cantidades anuales por conservas.

**Tabla 24: Resumen de Ventas Anuales**

	<b>Camarón en conserva</b>
Año 1	\$ 8.553.600,00
Año 2	\$ 9.152.352,00
Año 3	\$ 9.793.016,64
Año 4	\$ 10.478.527,80
Año 5	\$ 11.212.024,75
Año 6	\$ 11.996.866,48
Año 7	\$ 12.836.647,14

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

En los siguientes cuadros de ventas se detalla también el porcentaje de tolerancia del 1 % que es un margen de pérdida del producto por daño o imperfectos.

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	1er Año		2do Año		3er Año		
			Cantidad	Valor USD	Cantidad	Valor USD	Cantidad	Valor USD	
Camaron en conservas	Latas	\$ 4,00	2.160.000,00	8.640.000,00	2.311.200,00	9.244.800,00	2.472.984,00	9.891.936,00	
<b>Total de Ventas</b>				<b>8.640.000,00</b>		<b>9.244.800,00</b>		<b>9.891.936,00</b>	
<b>Tolerancia</b>			1%	2.138.400,00	8.553.600,00	2.288.088,00	9.152.352,00	2.448.254,16	9.793.016,64
<b>Total Venta (inc. Tolerancia)</b>				<b>8.553.600,00</b>		<b>9.152.352,00</b>		<b>9.793.016,64</b>	

4to Año		5to Año		6to Año		7mo Año	
Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
2.646.092,88	10.584.371,52	2.831.319,38	11.325.277,53	3.029.511,74	12.118.046,95	3.241.577,56	12.966.310,24
	<b>10.584.371,52</b>		<b>11.325.277,53</b>		<b>12.118.046,95</b>		<b>12.966.310,24</b>
2.619.631,95	10.478.527,80	2.803.006,19	11.212.024,75	2.999.216,62	11.996.866,48	3.209.161,78	12.836.647,14
	<b>10.478.527,80</b>		<b>11.212.024,75</b>		<b>11.996.866,48</b>		<b>12.836.647,14</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

## **6.8 Ingresos y egresos de la línea de exportación MAR&CIELO.**

La siguiente tabla de ingresos y egresos refleja los ejercicios de ventas menos los costos de producción y disminuye también los intereses y gastos de administración y ventas del periodo.

**Tabla 25: Ingresos y Egresos del Proyecto**

Ingresos y Egresos del Proyecto							
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ventas Netas	8.553.600,00	9.152.352,00	9.793.016,64	10.478.527,80	11.212.024,75	11.996.866,48	12.836.647,14
Costo Producción	4.058.317,50	4.316.024,50	4.361.192,00	4.397.657,07	4.436.674,68	4.478.423,54	4.523.094,81
<b>Utilidad Bruta</b>	4.495.282,50	4.836.327,50	5.431.824,64	6.080.870,74	6.775.350,07	7.518.442,95	8.313.552,33
Intereses Pagados	564.041,08	500.049,08	431.193,68	357.105,27	277.386,14	191.608,35	99.311,46
Gastos de Administración y Venta	1.625.756,70	1.665.536,70	1.679.936,70	1.679.936,70	1.679.936,70	1.679.936,70	1.679.936,70
<b>Utilidad</b>	2.305.484,72	2.670.741,72	3.320.694,26	4.043.828,77	4.818.027,23	5.646.897,89	6.534.304,17

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

## 6.9 Flujo de Caja

El flujo de caja refleja los presupuestos de efectivo necesarios para llevar a cabo la actividad. En este caso se presentan flujos de caja negativos hasta el segundo año debido a la fuerte inversión inicial y los altos costos de producción. A partir del año tres refleja un flujo de caja positivo.

Tabla 26: Flujo de Caja

Flujo de Caja									
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	AÑO 7	TOTAL
<b>1.- Ingresos Operacionales</b>	-	<b>8.553.600,00</b>	<b>9.152.352,00</b>	<b>9.793.016,64</b>	<b>10.478.527,80</b>	<b>11.212.024,75</b>	<b>11.996.866,48</b>	<b>12.836.647,14</b>	49.189.521,20
Ventas	-	8.553.600,00	9.152.352,00	9.793.016,64	10.478.527,80	11.212.024,75	11.996.866,48	12.836.647,14	
<b>2.- Egresos Operacionales</b>	-	<b>7.090.115,38</b>	<b>7.387.602,38</b>	<b>7.447.169,88</b>	<b>7.483.634,94</b>	<b>7.522.652,56</b>	<b>7.564.401,42</b>	<b>7.609.072,69</b>	36.931.175,14
Costos de Producción		4.058.317,50	4.316.024,50	4.361.192,00	4.397.657,07	4.436.674,68	4.478.423,54	4.523.094,81	
Costo de Administración y Venta		1.625.756,70	1.665.536,70	1.679.936,70	1.679.936,70	1.679.936,70	1.679.936,70	1.679.936,70	
Obligaciones bancarias		1.406.041,18	1.406.041,18	1.406.041,18	\$1.406.041,18	\$1.406.041,18	\$1.406.041,18	\$1.406.041,18	
<b>3.- Flujo Operacional (1-2)</b>	-	<b>1.463.484,62</b>	<b>1.764.749,62</b>	<b>2.345.846,76</b>	<b>2.994.892,86</b>	<b>3.689.372,19</b>	<b>4.432.465,07</b>	<b>5.227.574,45</b>	
<b>4.- Ingresos no Operacionales</b>	-								
<b>5.- Egresos no Operacionales</b>	3.995.950,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	
<b>Inversiones</b>									
Terreno	3.300.000,00	-	-	-	-	-	-	-	
Obras civiles	459.200,00	-	-	-	-	-	-	-	
Herramientas y Equipos	197.125,00	-	-	-	-	-	-	-	
Muebles y Enseres	18.605,00	-	-	-	-	-	-	-	
Suministros y Servicios	20.050,00								
Otros Gastos	970,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	
<b>Subtotales</b>	<b>3.995.950,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	<b>850,00</b>	
<b>6.- Flujo no operacional (4-5)</b>	<b>(3.995.950,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>(850,00)</b>	<b>4.000.200,00</b>
<b>7.- Flujo neto generado (3+6)</b>	<b>(3.995.950,00)</b>	<b>1.462.634,62</b>	<b>1.763.899,62</b>	<b>2.344.996,76</b>	<b>2.994.042,86</b>	<b>3.688.522,19</b>	<b>4.431.615,07</b>	<b>5.226.724,45</b>	
<b>8.- Saldo Inicial de caja</b>	-	<b>(3.995.950,00)</b>	<b>(2.533.315,38)</b>	<b>(769.415,76)</b>	<b>1.575.581,00</b>	<b>4.569.623,87</b>	<b>8.258.146,05</b>	<b>12.689.761,12</b>	
<b>9.- Saldo Final de caja (7+8)</b>	<b>(3.995.950,00)</b>	<b>(2.533.315,38)</b>	<b>(769.415,76)</b>	<b>1.575.581,00</b>	<b>4.569.623,87</b>	<b>8.258.146,05</b>	<b>12.689.761,12</b>	<b>17.916.485,57</b>	
	<b>(3.995.950,00)</b>	<b>(2.533.315,38)</b>	<b>(769.415,76)</b>	<b>1.575.581,00</b>	<b>4.569.623,87</b>	<b>8.258.146,05</b>	<b>12.689.761,12</b>	<b>17.916.485,57</b>	<b>7.104.669,79</b>

Tabla 27: Indicadores Financieros

TMAR 20%

ANÁLISIS FINANCIERO EN INDICADORES								
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Saldo Final de Caja	(3.995.950,00)	(2.533.315,38)	(769.415,76)	1.575.581,00	4.569.623,87	8.258.146,05	12.689.761,12	17.916.485,57
VAN	<b>\$ 7.535.707,04</b>							
TIR	<b>42%</b>							
B/C	<b>1,33</b>							
Periodo de recuperación	<b>0,61</b>							

Elaborado por: Las Autoras  
Fuente: Investigación propia

## **CONCLUSIONES**

La propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR & CIELO CIA LTDA.” del cantón Machala provincia de El Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos es viable.

La industria camaronera en el Ecuador en el 2014, goza de salud, lo que permite su operatividad y gestión en condiciones que favorecen tanto a productores, como a las familias que se dedican a esta actividad, lo que además de contribuir con la dación de plazas de trabajo, apuntala el plan de desarrollo nacional articulado en el contexto del buen vivir.

El mercado foráneo, particularmente la comunidad de New York, está abierta a la recepción del camarón cocido en conservas, garantizando el desarrollo de iniciativas tendientes a proveer este insumo.

Existe espacio para que las iniciativas de marketing puedan apuntalar la introducción del producto en el mercado de destino, satisfaciendo necesidades compartidas tanto de proveedores como de promotores y consumidores en general.

La viabilidad financiera del proyecto está garantizada, lo que favorece esta iniciativa de servicio por parte de la empresa Mar & Cielo Cía. Ltda., para el mercado de New York.

## RECOMENDACIONES

En virtud de la viabilidad de la propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva, se recomienda socializar estas iniciativas que permitirán apuntalar las economías de las familias ecuatorianas, lo que contribuirá al desarrollo del plan nacional del buen vivir.

De igual manera, se sugiere presentar propuestas de esta naturaleza a las instituciones crediticias a fin de que se estimulen partidas orientadas a apoyar al sector camaronero, contribuyendo con las políticas públicas orientadas al cambio de la matriz productiva.

Del mismo modo, se recomienda que las instituciones académicas y generadoras del conocimiento, contribuyan con el avance científico que permita asegurar la calidad y desarrollo de este tipo de iniciativas, tanto como generadoras del talento humano, como también con la prevención contra posibles riesgos que podrían amenazar este tipo de producción.

Finalmente, se recomienda continuar con investigaciones con diferentes enfoques cualitativos y cuantitativos, que permitan asegurar y sostener la práctica de iniciativas que contribuyan a la provisión de insumos tanto para el mercado nacional como el foráneo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Biblioteca Orton IICA / CATIE. *Ciclo de adiestramiento en preparación y evaluación de proyectos de desarrollo agrícola*.
- Boletín del Comercio Exterior número 364, diciembre del 2012.
- Caro, A. (2006). *Introduction a las cuentas nacionales conceptos y aplicaciones*. UNMSM.
- Código Orgánico de la Producción e Inversiones, Publicado: Registro Oficial Suplemento # 351 29-12-2010.
- Constitución Política del Ecuador. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de: <http://cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/mreci.pdf> constitucion\_
- Containers (s/a). *Incoterm FOB*. Recuperado el 19 de Agosto de 2014 de: <http://www.icontainers.com/es/incoterms/incoterm-fob/>
- Corporación Financiera Nacional. *Misión, visión y valores*. Recuperado el 15 de agosto de 2014 de: [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5&Itemid](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid)
- Costenbader, C. (2001). *Gran libro de las conservas, el (Bicolor)*. Editor: disfruto y hago.
- De la Parra (2003). *Estrategias de ventas y negociación. (2)*. Panorama Editorial, México, pág. 23.
- Diccionario de Comercio Exterior. Recuperado de: <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+l-B+p-717+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/bill+of+lading.htm>
- Ecuador Times GB, (2014). Exportación de camarón ecuatoriano se direcciona a Europa, Asia y Estados Unidos. *EcuadorTimes.net*. Recuperado el 15 de agosto de 2014 de: <http://www.ecuadortimes.net/es/2014/05/12/exportacion-de-camaron-ecuatoriano-se-direcciona-europa-asia-y-estados-unidos/>
- Exportaciones por mercado y país, comparativo acumulado a abril 2014. Recuperado el 15 de agosto de 2014 de: <http://www.cna-ecuador.com/estadisticas->
- Fundamentodemercadotecnia04's Blog (s/f). *El entorno del marketing: micro entorno*. Recuperado el 11 de agosto de 2014 de: <http://fundamentodemercadotecnia04.wordpress.com/el-entorno-del-marketing-microentorno/>.



- Gómez, G. (2011). Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste S.C. Recuperado el 15 de agosto de 2014 de:  
<http://www.cibnor.mx/es/investigacion/grupos-de-investigacion/grupo-de-bioinformatica/investigaciones/genoma-camaron/g-grupos-de-trabajo/g-cultivo-intensivo>
- Horne, J. y Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson Educación.
- Horngren, C. y Harrison, W. (2003). *Contabilidad*. Pearson Educación.
- Ibaceta, C. (2003). *Guía práctica para el llenado de proceso de importación y exportación*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Investopedia (2010). Comercio internacional. *Modelo de Heckscher – Ohlin*.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del marketing*, (6), México.
- Ley de pesca y desarrollo pequero, decreto Supremo No. 178. RO /497 de 19 de febrero de 1974.
- Malhotra, N. (2014). *Investigación de mercados*. (5). Pearson. Recuperado el 11 de agosto de 2014 de:  
<http://es.scribd.com/doc/110619142/Investigacion-de-Mercados-de-Naresh-Malhotra>
- Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad*. Ediciones Díaz de Santos, España. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de:  
[http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8wPdJ2Jzqg0C&oi=fnd&pg=PR13&dq=necesidades+de+maslow&ots=F\\_a3-wVnjk&sig=ulZ3yPwOYobwF-pa7UXG0Zqa9Os#v=onepage&q=necesidades%20de%20maslow&f=false](http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8wPdJ2Jzqg0C&oi=fnd&pg=PR13&dq=necesidades+de+maslow&ots=F_a3-wVnjk&sig=ulZ3yPwOYobwF-pa7UXG0Zqa9Os#v=onepage&q=necesidades%20de%20maslow&f=false)
- Orvay, F. (1993). *Acuicultura marina: fundamentos biológicos y tecnología de la producción*. Universitat de Barcelona.
- Parrales, M. (s/a). Economía Internacional. Apuntes introductorios. *Enciclopedia virtual*. Recuperado el 17 de Agosto de 2014 de:  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1291/comercio.html>
- Pérez, M. y González, J. (2014). *Las aduanas y el comercio internacional*. ESIC Editorial.
- Ricardo, D. (1817). Principios de economía política y de tributación.
- Plan Nacional del Buen Vivir, Seguridad Alimentaria. *Requisitos Previos del sistema APPCC*. (2).
- PROECUADOR (2013). Recuperado de:  
<http://www.PROECUADOR.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2013/02/PROEC\_FC2013\_ESTADOS\_UNID  
OS.pdf

Proecuador. *Pesca y Acuicultura*. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de:  
[http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/fishing-  
and-aquaculture/](http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/fishing-and-aquaculture/).

Ryan KJ; Ray CG (2004). *Sherris Medical Microbiology, (4)*. McGraw Hill. ISBN  
0-8385-8529-9.

Senplades. *Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva -  
plan nacional 2013 - 2017*. Recuperado el 15 de agosto de 2014 de:  
[http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-  
la-matriz-productiva](http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva).

Tarrés, J., Thomsen, C. y Tarrés, L. (2007). *Dirección de la producción: casos y  
aplicaciones*. Universitat Barcelona.

Torres, C. A. B. (2006). *Metodología de la investigación: para administración,  
economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.

Wiki Aduanera Ecuatoriana. *Art. 63 Reglamento COPCI*. Recuperado  
de:[http://www.wikiaduanera.org/index.php?title=Declaraci%C3%B3n\\_Aduanera](http://www.wikiaduanera.org/index.php?title=Declaraci%C3%B3n_Aduanera)

# ANEXOS

## Anexo 1

### Encuesta

Modelo de encuesta realizada a los habitantes de New York.

Sexo:  Masculino  Femenino

1. ¿Cuál es su edad?

- De 18 a 30 años.
- De 31 a 43 años.
- De 44 a 56 años.
- Mayores de 57 años.

2. ¿En qué sector de la ciudad de Nueva York vive?

- Norte
- Centro
- Sur

3. ¿Ha consumido Ud. Alguna vez camarón?

- Si
- No

4. ¿Aproximadamente cuantos gramos de camarón consume por mes?

- De 100gr a 200gr
- De 200gr a 300gr
- De 300gr a 400gr

5. ¿Con que frecuencia come Ud. camarón?

- 1 a 3 veces al mes.
- 4 a 6 veces al mes.

- Más de 6 veces al mes.
6. ¿Qué es lo primero que Ud. piensa al escuchar la palabra camarón?
- En conservas.
- Pre cocido.
- Congelado.
- Apanado.
- Otros.
7. ¿Es de su gusto consumir alimentos en conservas?
- Si
- No
8. ¿Ha observado Ud. a la venta camarones en conservas en los supermercados de Nueva York?
- Si
- No
9. ¿Compraría Ud. camarón pre cocido en conservas?
- Si
- No
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lata de camarón pre cocido de 184gr?
- \$4,50 a \$6,50
- \$6,50 a \$8,50
- \$8,50 a \$10,50
- De \$10,50 en adelante.

## Anexo 2

### Entrevista 1

***“Propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR Y CIELO Cia Ltda.” del cantón Machala provincia del Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos.”***

Apreciado como parte de nuestro proyecto de tesis de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de la Carrera de Ingeniería en Comercio y finanzas estamos realizando un análisis sobre la factibilidad de exportar camarones cocidos en conserva a la ciudad de New York, Estados Unidos. Toda la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y de uso investigativo, dicha información será para propósitos de tesis por lo que agradecemos su colaboración.

**Fecha:** Lunes, 4 de agosto del 2014.

**Hora:** 11:15 am.

**Lugar:** NIRSA S.A, Posorja, Ecuador.

**Entrevistado:** Ing. Emilio Vargas Aguirre.

**Cargo:** Gerente comercial y ventas de Nirsa S.A.

#### **Questionario**

#### **1. ¿Cuáles son sus principales mercados de exportación?**

Bueno en lo que es el camarón nuestros principales mercados de exportación son China y Estados Unidos, en lo que se refiere al atún nuestro principal mercado es Europa.

#### **2. ¿Qué tipo de valor agregado le dan a su camarón de exportación que se dirige al mercado estadounidense?**

En NIRSA se dan diversos tipos de valor agregado al camarón, entre ellos camarón apanado, encocado, pre cocido, en brochetas. Etc. Generalmente se vende en presentaciones de 200gr cada paquete individual.

**3. ¿Según su apreciación que mercado considera Ud. que sería más viable para la exportación de camarones en conservas, el mercado estadounidense o europeo?**

Sin lugar a duda el mercado estadounidense debido a que ellos son más innovadores en el momento de comprar un producto nuevo en el mercado, en cambio los europeos son más conservadores.

También es importante recalcar que un punto a su favor es el actual acuerdo de SGP plus que existe entre Estados Unidos y Ecuador, el cual permite el ingreso del camarón ecuatoriano al mercado estadounidense libre de aranceles.

**4. ¿Cuáles son sus principales clientes en el mercado de Estados Unidos?**

En cuanto a la venta de camarón tenemos a Sipack, Costco, Rich, Swam, Target entre otros.

**5. ¿Alrededor de cuantos contenedores de camarón mensuales exportan al mercado de Estados Unidos?**

Aproximadamente a Estados Unidos camarón con valor agregado alrededor de 8 contenedores mensuales.

**6. ¿Alguna recomendación que Ud. crea importante en cuanto a la exportación de camarón en conservas al mercado de Nueva York?**

Bueno primero que ofrezcan un precio competitivo en el mercado, también que le generen una diferenciación a su producto ya sea imagen, sabor, calidad o textura.

## Anexo 3

### Entrevista 2

***“Propuesta de producción y comercialización de camarón cocido en conserva por parte de la empresa “MAR Y CIELO Cía. Ltda” del cantón Machala provincia del Oro para el mercado de Nueva York, Estados Unidos.”***

Apreciado como parte de nuestro proyecto de tesis de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de la Carrera de Ingeniería en Comercio y finanzas estamos realizando un análisis sobre la factibilidad de exportar camarones cocidos en conserva a la ciudad de New York, Estados Unidos. Toda la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y de uso investigativo, dicha información será para propósitos de tesis por lo que agradecemos su colaboración.

**Fecha:** Lunes, 5 de agosto del 2014.

**Hora:** 10:30 am.

**Lugar:** Empacreci S.A, Durán, Ecuador.

**Entrevistado:** Ing. Antonio Jara.

**Cargo:** Gerente de producción de Empodrecí S.A.

#### **Cuestionario**

##### **1. ¿Cuáles son sus principales mercados de exportación?**

Nuestros principales mercados de exportación son Estados Unidos y Europa.

##### **2. ¿Qué tipo de valor agregado le dan a su camarón de exportación que se dirige al mercado estadounidense?**

Exportamos camarón encocado, apanado, pre cocido, sin cabeza, desvenado, congelado.

**3. ¿Según su apreciación que mercado considera Ud. que sería más viable para la exportación de camarones en conservas, el mercado estadounidense o europeo?**

El mercado estadounidense debido a que es un nicho amplio de mercado, y los cuales gustan del camarón ecuatoriano.

**4. ¿Cuáles son sus principales clientes en el mercado de Estados Unidos?**

Entre nuestros principales clientes en Nueva York tenemos a Target, Walmart, Fairway.

**5. ¿Alrededor de cuantos contenedores de camarón mensuales exportan al mercado de Estados Unidos?**

Alrededor de 5 contenedores mensuales exportamos al mercado de Nueva York.

**6. ¿Alguna recomendación que Ud. crea importante en cuanto a la exportación de camarón en conservas al mercado de Nueva York?**

Cuidar la calidad del camarón a exportar y cumplir con todos los requisitos exigidos por la FDA, ya que si no cumplen con estos requisitos no pueden ingresar este producto al mercado estadounidense.

## **Anexo 4**

### **SURVEY**

**1. How old are you?**



- 18 - 30 years
- 31 - 43 years
- 44 - 56 years
- Over 57 years.

**2. What area of New York City live?**

- North
- Center
- South

**3. Have you consumed. Ever shrimp?**

- Yes
- No

**4. Aproximately how many grams of shrimp do you consume per month?**

- From 100gr to 200gr
- From 200gr to 300gr
- From 300gr to 400gr

**5. How often do you eat. Shrimp?**

- 1 to 3 times per month.
- 4 to 6 times per month.
- More than 6 times per month.

Otro (especifique)

**6. What is the first thing your think upon hearing the word shrimp?**

- Canned.
- Pre cooked.
- Frozen.
- Breaded

Otro (especifique)

**7. Do you like eating foods canned?**

Yes

No

**8. Have you observed. Sale shrimp canned in supermarkets in New York?**

Yes

No

**9. Would buy you. Canned pre-cooked shrimp?**

Yes

No

**10. How much would pay for a can of pre-cooked shrimp in 184 gr?**

\$ 4.50 to \$ 6.50

\$ 6.50 to \$ 8.50

\$ 8.50 to \$ 10.50

From \$ 10.50 and up.

Otro (especifique)

## Anexo 5

### Fotos Empresa “NIRSA S.A.”

### Fotos Empresa “Mar & Cielo Cia. Ltda.”



Área de almacenaje



Área de recepción del producto



**Cámara de frío**



**Laboratorio & Control de Calidad**

