

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜES**

REALIZADO POR:

Jossue Efraín Ramírez Campoverde

Tutor:

Eco. Ximena Álvarez Macías.

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Cdla. Urbasur Mz 6 Villa 18

Teléfono: 042-050203

Celulares:0987369215

Correo: jossuemprendedor@gmail.com

Guayaquil – Ecuador

2014

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

TEMA

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y
EMPAQUETADA AL VACIO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Jossue Efraín Ramírez Campoverde como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Agosto de 2014

Ing. Ximena Álvarez

Tutor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

RAMÍREZ CAMPOVERDE JOSSUE EFRAÍN

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Agosto de 2014.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

EL AUTOR

RAMÍREZ CAMPOVERDE JOSSUE EFRAÍN

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, RAMÍREZ CAMPOVERDE JOSSUE EFRAÍN

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Agosto de 2014

EL AUTOR

RAMÍREZ CAMPOVERDE JOSSUE EFRAÍN

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

DEDICATORIA

A DIOS, quien supo guiarme por el buen camino, siguiendo adelante hasta cumplir mis metas y objetivos, enseñándome a ponerme enfrente de las adversidades de la vida y nunca quedarme estancado por ningún motivo.

A MI MADRE, que ha sido mi mejor inspiración de fuerza a seguir, ya que ella ha estado en todos los buenos y malos momentos conmigo dándome su amor y apoyo incondicional. Ella nunca me dejó decaer por los peores problemas que pudiéramos enfrentar, sus palabras “Vamos hijo adelante, yo sé que tú puedes”.

A MIS HERMANOS Y ABUELOS, por su ayuda incondicional, estar pendientes de mí cuando más los necesitaba.

JOSSUE EFRAÍN RAMÍREZ CAMPOVERDE

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

AGRADECIMIENTO

A LA ECO. XIMENA ÁLVAREZ, por toda la
paciencia y dedicación que tuvo para
guiarme en el desarrollo de mi Trabajo de
Titulación.

A MIS TÍOS, por ser guía y ejemplo a
seguir.

JOSSUE EFRAÍN RAMÍREZ CAMPOVERDE

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

RESUMEN

La trucha ahumada es un alimento saludable que da bienestar a la salud de los consumidores. Por lo cual el consumidor lo debe incluir en su lista de alimentos diarios, de manera aporte al consumo de alimentos sanos del país.

El objetivo del presente proyecto es determinar la factibilidad administrativa, comercial y financiera en la creación de una empresa productora y comercializadora de trucha arcoíris, ahumada y empaquetada al vacío. Garantizando la viabilidad en los procesos comerciales, considerando un despliegue de información básica en fuentes primarias y secundarias de la investigación.

Se realizaron encuestas en lo que se refiere al interés de consumo de la trucha ahumada, siendo sus resultados optimistas, en la parte financiera el proyecto da una VAN de \$205.717,70 y una TIR que representa un 64,12% de valores que dan la viabilidad necesaria e indispensable para la puesta en marcha del negocio dotando a mucha gente a conseguir el buen vivir de todos los involucrados y creando un impacto económico y social en la pesca acuícola.

Por lo que el tema “propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío resulta ser un proyecto atractivo que beneficia al mercado de la ciudad de Guayaquil y con perspectiva de exportación alta y considerable en un futuro.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ABSTRACT

The smoked trout is a healthy food that gives welfare in consumer health and safety climate adaptation for consumption that will benefit the body, the objective of this project is to determine the administrative, commercial and financial feasibility in creating a business producer and marketer of rainbows, smoked and vacuum-packed trout. Ensure commercial viability and export processes, considering a deployment of basic information on primary and secondary research sources, providing basic knowledge for the development of this project. Surveys in relation to consumer interest of smoked trout were conducted, and its optimistic results in the financial side project gives a range of \$205.717,70 and TIR representing 64,12%, tangible values that viability necessary and indispensable for the implementation of the business ensuring good living of all involved and creating an economic and social impact on the aquaculture fisheries. So the theme "proposal for the creation of a producer and marketer of rainbow trout smoked and vacuum packed project proves to be a path that benefits the market town of Guayaquil and export outlook are high and significant.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es considerado uno de los países con mayor diversidad del mundo. La Diversidad climática e hidrográfica hace favorable el crecimiento de una gran variedad de especies marinas, que han permitido el desarrollo de una importante industria pesquera de captura como el atún y la sardina. No se ha puesto atención en un sector que no ha sido debidamente explotado como es la crianza e industrialización de las truchas. El Ecuador cuenta con tecnologías de cultivo apropiadas para la crianza de trucha arcoíris y con acuicultores y profesionales capacitados.

El salmónido (Trucha Arcoíris) es un pez con mayor aceptación en la región sierra del Ecuador, con mayor notoriedad en la ciudades de Quito y Cuenca, pero este producto tiene potencial para proyectarse hacia las otras ciudades principales de la costa como Guayaquil, por los nutrientes de este producto. A raíz de la dolarización y la consecuente inflación producto de la devaluación de la moneda, se elevaron los costos de producción a niveles poco competitivos y ya no resulta e gran parte exportar trucha fresca. El mercado nacional tiene un mejor precio, es más atractivo vender el producto fresco para la demanda local.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La única forma de hacer rentable el expendio de la trucha, es dándole valor agregado, es decir, ahumando el producto o empaquetados en fundas al vacío.

El Banco Central reporta que gran parte de los productos que exportamos se encuentran en estado natural, sometiéndonos muchas veces a los bajos precios internacionales. La incursión en otro mercado debe ser a través de productos con valor agregado y para esto el proyecto propone la producción y comercialización de trucha ahumada y empaquetadas al vacío, como una alternativa con mejores expectativas de rentabilidad, con el objetivo de contribuir con la matriz productiva del país y al incremento del producto interno bruto; al mismo tiempo que fomentaríamos a los pequeños productores y acuicultores; la producción de mayores volúmenes de trucha fresca que representa nuestra principal materia prima.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ÍNDICE GENERAL

TEMA.....	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AUTORIZACIÓN.....	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XXIX
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XXXIV
ABREVIATURAS	XXXIV
CAPÍTULO 1	1
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. TEMA – TÍTULO	2
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.3. PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA U OBJETO DE ESTUDIO	3

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.4.	CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA.....	4
1.5.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.5.1.	OBJETIVO GENERAL.....	5
1.5.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.6.	DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.7.	PLANTEAMIENTO DEL FENÓMENO PARADIGMÁTICO.....	6
1.7.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.8.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROYECTO.....	7
1.8.1.	MARCO REFERENCIAL.....	7
1.8.2.	MARCO TEÓRICO.....	9
1.8.3.	MARCO CONCEPTUAL.....	10
1.8.4.	MARCO LEGAL.....	10
1.8.5.	MARCO LÓGICO.....	11
1.9.	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y- O DE LAS PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN DE LAS CUÁLES SE ESTABLECERÁN LOS OBJETIVOS.....	12
1.10.	CRONOGRAMA.....	13
	CAPÍTULO 2.....	14
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	15
2.1.	ANÁLISIS DE LA OPORTUNIDAD.....	15
2.1.1.	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	15
2.1.2.	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE PRODUCTO O SERVICIO.....	16

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.2.	MISIÓN VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA	17
2.3.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA	19
2.3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	19
2.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
2.4.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	20
2.4.1.	ORGANIGRAMA	20
2.4.2.	DESARROLLO DE CARGOS Y PERFILES POR COMPETENCIAS.....	20
2.4.3.	MANUAL DE FUNCIONES: NIVELES, INTERACCIONES, RESPONSABILIDADES, Y DERECHOS.....	28
	CAPÍTULO 3	32
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	33
3.1.	ASPECTO SOCIETARIO DE LA EMPRESA.....	33
3.1.1.	GENERALIDADES (TIPO DE EMPRESA).....	33
3.1.2.	FUNDACIÓN DE LA EMPRESA	33
3.1.3.	CAPITAL SOCIAL, ACCIONES Y PARTICIPACIONES	34
3.1.4.	JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS Y-O SOCIOS.....	35
3.1.5.	COMPAÑÍAS EXTRANJERAS	35
3.1.6.	COMPAÑÍAS QUE COTIZAN EN BOLSA DE VALORES.....	35
3.2.	ASPECTO LABORAL DE LA EMPRESA.....	35
3.2.1.	GENERALIDADES.....	35
3.2.2.	MANDATO CONSTITUYENTE #8.....	36

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.2.3.	TIPOS DE CONTRATO DE TRABAJO.....	36
3.2.4.	OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR	37
3.2.5.	DÉCIMO TERCERA Y DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN.....	38
3.2.6.	FONDO DE RESERVA Y VACACIONES	38
3.2.7.	ASOCIACIONES DE TRABAJADORES	39
3.2.8.	INSERCIÓN DE DISCAPACITADOS A PUESTOS DE TRABAJO	39
3.3.	CONTRATACIÓN CIVIL	40
3.3.1.	PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA CONTRATACIÓN	40
3.3.2.	CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	40
3.3.3.	PRINCIPALES CLÁUSULAS DE LOS CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	40
3.3.4.	SOLUCIONES ALTERNATIVAS PARA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS: ARBITRAJE Y MEDIACIÓN.....	41
3.3.5.	GENERALIDADES DE LA CONTRATACIÓN PÚBLICA	41
3.3.6.	CONTRATO DE CONFIDENCIALIDAD.....	42
3.4.	POLÍTICAS DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO.....	42
3.4.1.	CÓDIGO DE ÉTICA	42
3.4.2.	INDICADORES DE GESTIÓN	43
3.4.3.	PROGRAMA DE COMPENSACIONES: POLÍTICA SALARIAL, BENEFICIOS SOCIALES, OTROS BENEFICIOS	43

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.4.4.	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN: CANALES Y FRECUENCIA DE COMUNICACIÓN	44
3.5.	PROPIEDAD INTELECTUAL	44
3.5.1.	REGISTRO DE MARCA	44
3.5.2.	MANUAL DE PROCESOS PRODUCTIVOS	44
3.5.3.	DERECHO DE AUTOR DEL PROYECTO.....	45
3.5.4.	PATENTE Y-O MODELO DE UTILIDAD (OPCIONAL).....	45
3.6.	SEGUROS.....	45
3.6.1.	INCENDIO	45
3.6.2.	ROBO	46
3.6.3.	FIDELIDAD	46
3.6.4.	BUEN USO DE ANTICIPO Y CUMPLIMIENTO DE CONTRATO	46
3.6.5.	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	46
3.6.6.	MATERIA PRIMA Y MERCADERÍA.....	47
3.7.	PRESUPUESTO	47
	CAPÍTULO 4	48
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	49
4.1.	PEST	49
4.2.	MACRO, MESO Y MICRO	52
4.3.	ATRACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA: ESTADÍSTICAS DE VENTAS, IMPORTACIONES Y CRECIMIENTOS EN LA INDUSTRIA.....	54

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.4.	ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL MERCADO	55
4.5.	MATRIZ BCG	56
4.6.	ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO EN EL MERCADO	57
4.7.	ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER:	58
4.8.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	59
4.8.1.	TIPO DE COMPETENCIA	59
4.8.2.	MARKETSHARE: MERCADO REAL Y MERCADO POTENCIAL.....	60
4.8.3.	CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES: LIDERAZGO, ANTIGÜEDAD, UBICACIÓN, PRODUCTOS PRINCIPALES Y LÍNEA DE PRECIO.	60
4.8.4.	BENCHMARKING: ESTRATEGIA DE LOS COMPETIDORES Y CONTRA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA	61
4.9.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	61
4.9.1.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	61
4.9.1.1.	CRITERIO DE SEGMENTACIÓN	62
4.9.1.2.	SELECCIÓN DE LOS SEGMENTOS.....	64
4.9.1.3.	PERFILES DE LOS SEGMENTOS	64
4.10.	MATRIZ FODA.....	65
4.11.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	66
4.11.1.	MÉTODO.....	66
4.11.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	66
4.11.2.1.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN: GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	66

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2.2.	TAMAÑO DE LA MUESTRA	67
4.11.2.3.	TÉCNICA DE RECOGIDA Y ANÁLISIS DE DATOS	68
4.11.2.3.1.	EXPLORATORIA (ENTREVISTA PRELIMINAR, OBSERVACIÓN, GRUPO FOCAL, ETC.).....	68
4.11.2.3.2.	CONCLUYENTE (ENCUESTA).....	74
4.11.2.4.	ANÁLISIS DE DATOS.....	76
4.11.2.5.	RESUMEN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	91
4.11.3.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	92
4.11.4.	RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	93
4.12.	CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	93
4.12.1.	IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL Y LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	93
4.12.2.	PROYECCIÓN DE VENTAS A CINCO AÑOS O TIEMPO QUE ESTABLEZCA EL PAYBACK.....	96
	CAPÍTULO 5	98
5.	PLAN DE MARKETING	99
5.1.	OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS	99
5.1.1.	MERCADO META: VENTAS Y UTILIDAD ESPERADA	100
5.1.1.1.	TIPO Y ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN	101
5.1.1.2.	COBERTURA	102
5.2.	POSICIONAMIENTO	102

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.2.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO: POSICIÓN, OBJETIVO, SEGMENTO, ATRIBUTOS, CALIDAD PERCIBIDA, VENTAJA COMPETITIVA, SÍMBOLOS IDENTITARIOS.....	102
5.3. MARKETING MIX.....	103
5.3.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIOS	103
5.3.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	104
5.3.1.2. ADAPTACIÓN O MODIFICACIÓN DEL PRODUCTO: COMPONENTE CENTRAL, EMPAQUE Y SERVICIO DE APOYO, REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE, CONDICIONES DE ENTREGA, TRANSPORTE, EMBALAJE, ETC.....	106
5.3.1.3. EMPAQUE: REGLAMENTO DEL MERCADO Y ETIQUETADO	106
5.3.1.4. AMPLITUD Y PROFUNDIDAD DE LÍNEA	107
5.3.1.5. MARCAS Y SUBMARCAS.....	108
5.3.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	108
5.3.2.1. PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	109
5.3.2.2. PODER ADQUISITIVO DEL MERCADO META	109
5.3.2.3. EXPECTATIVA DE LOS ACCIONISTAS.....	109
5.3.2.4. POLÍTICAS DE PRECIO	110
5.3.3. ESTRATEGIA DE PLAZA.....	111
5.3.3.1. LOCALIZACIÓN.....	111
5.3.3.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	111
5.3.3.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....	111

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.1.3.	UBICACIÓN	112
5.3.3.1.4.	DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO.....	112
5.3.3.2.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.....	115
5.3.3.2.1.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN: MINORISTAS, MAYORISTAS, AGENTES, DEPÓSITOS Y ALMACENES.....	115
5.3.3.2.2.	PENETRACIÓN EN LOS MERCADOS URBANOS Y RURALES.....	116
5.3.3.2.3.	LOGÍSTICA	116
5.3.3.2.4.	RED DE VENTAS	117
5.3.3.2.5.	POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE:.....	117
5.3.4.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	118
5.3.4.1.	ESTRATEGIAS ATL Y BTL	118
5.3.4.2.	ELABORACIÓN DE DISEÑO Y PROPUESTA PUBLICITARIA	118
5.3.4.3.	PROMOCIÓN DE VENTAS.....	119
5.3.4.3.1.	VENTA PERSONAL	119
5.3.4.3.2.	TRADING.....	119
5.3.4.3.3.	CLIENTING	120
5.3.4.4.	PUBLICIDAD	120
5.3.4.4.1.	ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO	120
5.3.4.4.2.	PLAN DE MEDIOS	121
5.3.4.4.3.	MINDSHARE	122
5.3.4.4.4.	PUBLICIDAD BLANCA	122

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.5.	MERCHANDISING	122
5.3.4.4.6.	RELACIONES PÚBLICAS.....	122
5.3.4.4.7.	MARKETING RELACIONAL	123
5.3.4.4.8.	INSIGHT MARKETING	123
5.3.4.4.9.	GESTIÓN DE PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DEL PROYECTO	123
5.3.4.4.9.1.	ESTRATEGIAS DE E-COMMERCE, E-BUSINESS E E-MARKETING	123
5.3.4.4.9.2.	ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES.....	124
5.3.4.4.9.3.	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PÁGINA WEB (INGLÉS- ESPAÑOL-IDIOMA DEL MERCADO META).....	124
5.3.4.4.10.	ESTRATEGIAS DE MARKETING A TRAVÉS DE REDES SOCIALES.....	125
5.3.4.4.10.1.	ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES.....	125
5.3.4.4.10.2.	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE FANS PAGES, EN REDES SOCIALES (INGLÉS-ESPAÑOL-IDIOMA DEL MERCADO META)	126
5.3.4.4.10.3.	MARKETING SOCIAL	126
5.3.4.5.	ÁMBITO INTERNACIONAL	126
5.3.4.5.1.	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	126
5.3.4.5.2.	ESTRATEGIAS DE PRECIO INTERNACIONAL.....	127
5.3.5.	CRONOGRAMA	127
5.3.6.	PRESUPUESTO DE MARKETING	127

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.7.	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL OFFERING.....	128
	CAPÍTULO 6	129
6.	PLAN OPERATIVO.....	131
6.1.	PRODUCCIÓN	131
6.1.1.	PROCESO PRODUCTIVO	131
6.1.2.	INFRAESTRUCTURA: OBRA CIVIL, MAQUINARIAS Y EQUIPOS	132
6.1.3.	MANO DE OBRA	134
6.1.4.	CAPACIDAD INSTALADA.....	135
6.1.5.	FLUJOGRAMAS DE PROCESOS	135
6.1.6.	PRESUPUESTO.....	136
6.2.	GESTIÓN DE CALIDAD	137
6.2.1.	PROCESOS DE PLANEACIÓN DE CALIDAD	137
6.2.2.	BENEFICIOS DE LAS ACCIONES PROACTIVAS	138
6.2.3.	POLÍTICAS DE CALIDAD.....	139
6.2.4.	BENCHMARKING.....	139
6.2.5.	PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	139
6.2.6.	ESTÁNDARES DE LA CALIDAD.....	140
6.2.7.	PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD	140
6.2.8.	CERTIFICACIONES Y LICENCIAS.....	140
6.2.9.	PRESUPUESTO.....	140

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.	GESTIÓN AMBIENTAL.....	141
6.3.1.	PROCESOS DE PLANEACIÓN AMBIENTAL	141
6.3.2.	BENEFICIOS DE LAS ACCIONES PROACTIVAS	142
6.3.3.	POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL	143
6.3.4.	PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	143
6.3.5.	ESTÁNDARES DE LA CALIDAD AMBIENTAL	144
6.3.6.	PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD	144
6.3.7.	TRAZABILIDAD	144
6.3.8.	LOGÍSTICA VERDE.....	144
6.3.9.	CERTIFICACIONES Y LICENCIAS.....	145
6.3.10.	PRESUPUESTO.....	145
6.4.	GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	146
6.4.1.	PROCESOS DE PLANEACIÓN DEL MODELO EMPRESARIAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	146
6.4.2.	BENEFICIOS DE LAS ACCIONES PROACTIVAS	146
6.4.3.	POLÍTICAS DE PROTECCIÓN SOCIAL	147
6.4.4.	PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CORPORATIVA.....	148
6.4.5.	ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	148
6.4.6.	PROCESOS DE CONTROLES SOCIALES	149
6.4.7.	CERTIFICACIONES Y LICENCIAS.....	149

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.4.8.	PRESUPUESTO.....	149
6.5.	BALANCED SCORECARD & MAPA ESTRATÉGICO.....	150
	CAPÍTULO 7.....	153
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO -TRIBUTARIO	154
7.1.	INVERSIÓN INICIAL	154
7.1.1.	TIPO DE INVERSIÓN	154
7.1.1.1.	FIJA.....	154
7.1.1.2.	DIFERIDA	154
7.1.1.3.	CORRIENTE	155
7.1.2.	FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	155
7.1.2.1.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	155
7.1.2.2.	TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	156
7.1.3.	CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	157
7.2.	ANÁLISIS DE COSTOS.....	157
7.2.1.	COSTOS FIJOS	157
7.2.2.	COSTOS VARIABLES	158
7.2.2.1.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	158
7.3.	CAPITAL DE TRABAJO.....	159
7.3.1.	COSTOS DE OPERACIÓN	159
7.3.2.	COSTOS ADMINISTRATIVOS	159

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3.3.	COSTOS DE VENTAS.....	160
7.3.4.	COSTOS FINANCIEROS	160
7.4.	ANÁLISIS DE VARIABLES CRÍTICAS	161
7.4.1.	DETERMINACIÓN DEL PRECIO: MARK UP Y MÁRGENES.....	161
7.4.2.	PROYECCIÓN DE COSTOS E INGRESOS EN FUNCIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS.....	161
7.4.3.	DETERMINACIÓN DEL PUNTO ÓPTIMO DE PRODUCCIÓN POR MEDIO DE ANÁLISIS MARGINALES.	162
7.4.4.	ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO.....	162
7.4.5.	ANÁLISIS DE PUNTO DE CIERRE	163
7.5.	ENTORNO FISCAL DE LA EMPRESA	163
7.5.1.	PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA.....	163
7.5.1.1.	GENERALIDADES (DISPOSICIONES NORMATIVAS).....	163
7.5.1.2.	MINIMIZACIÓN DE LA CARGA FISCAL.....	164
7.5.1.3.	IMPUESTO A LA RENTA.....	164
7.5.1.4.	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	164
7.5.1.5.	IMPUESTOS A LOS CONSUMOS ESPECIALES	165
7.5.1.6.	IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES MUNICIPALES	165
7.5.1.7.	IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR.....	166
7.5.1.8.	IMPUESTOS A LAS HERENCIAS LEGADOS Y DONACIONES	166
7.5.1.9.	IMPUESTOS A LA SALIDA DE DIVISAS	166

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.10.	IMPUESTOS A LOS VEHÍCULOS MOTORIZADOS	166
7.5.1.11.	IMPUESTOS A LAS TIERRAS RURALES	167
7.6.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	167
7.6.1.1.	BALANCE GENERAL INICIAL.....	167
7.6.1.2.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	168
7.6.1.2.1.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	169
7.6.1.2.1.1.	INDICADORES DE RENTABILIDAD Y COSTO DEL CAPITAL.....	169
7.6.1.2.1.1.1.	TMAR	169
7.6.1.2.1.1.2.	VAN	170
7.6.1.2.1.1.3.	TIR	170
7.6.1.2.1.1.4.	PAYBACK.....	170
7.7.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MULTIVARIABLE O DE ESCENARIOS MÚLTIPLES	171
7.7.1.	PRODUCTIVIDAD.....	171
7.7.2.	PRECIO MERCADO LOCAL	171
7.7.3.	PRECIO MERCADO EXTERNO.....	171
7.7.4.	COSTO DE MATERIA PRIMA.....	171
7.7.5.	COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS.....	172
7.7.6.	COSTO DE SUMINISTROS Y SERVICIOS.....	172
7.7.7.	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	172
7.7.8.	COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA.....	172

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.9.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	173
7.7.10.	GASTOS DE VENTAS.....	173
7.7.11.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	174
7.7.12.	TASA DE INTERÉS PROMEDIO (PUNTOS PORCENTUALES).....	174
7.8.	BALANCE GENERAL.....	174
7.8.1.	RAZONES FINANCIERAS	175
7.8.1.1.	LIQUIDEZ.....	175
7.8.1.2.	GESTIÓN	175
7.8.1.3.	ENDEUDAMIENTO	176
7.8.1.4.	RENTABILIDAD	176
7.9.	CONCLUSIÓN FINANCIERA	177
CAPÍTULO 8		179
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	180
8.1.	PLAN DE ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO.....	180
8.1.1.	PRINCIPALES RIESGOS.....	181
8.1.2.	REUNIONES PARA MITIGAR LOS RIESGOS	184
8.1.3.	TORMENTA DE IDEAS (BRAINSTORMING), LISTAS DE VERIFICACIÓN (CHECK LISTS).....	184
8.2.	PLANEACIÓN DE LA RESPUESTA AL RIESGO	184
8.2.1.	MONITOREO Y CONTROL DEL RIESGO	184
8.2.2.	REVISIONES PERIÓDICAS Y EVALUACIÓN DEL RIESGO	185

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.2.3.	REPORTE DEL RIESGO.....	186
8.2.4.	ESTRATEGIAS DE SALIDA.....	187
8.3.	PLAN DE CONTINGENCIA Y ACCIONES CORRECTIVAS.....	187
	CAPÍTULO 9.....	200
9.	CONCLUSIONES.....	201
	CAPÍTULO 10.....	203
10.	RECOMENDACIONES.....	204
	CAPÍTULO 11.....	205
	FUENTES.....	205
11.	FUENTES.....	206
	CAPÍTULO 12.....	209
	ANEXOS.....	198
12.	ANEXOS.....	210
	ANEXO # 1.....	210
	ANEXO # 2.....	211

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales Causas de mortalidad general	9
Tabla 2 Marco lógico.....	11
Tabla 3 Presupuesto.....	48
Tabla 4 Características de los competidores.....	61
Tabla 5 Base de segmentación para el segmento de consumidores.....	63
Tabla 6 Base de segmentación para el segmento de negocio.....	63
Tabla 7 Segmento seleccionado.....	64
Tabla 8 Resultados del Focus Group.....	73
Tabla 9 Demanda.....	96
Tabla 10 Proyección de ventas.....	97
Tabla 11 Ingresos mensuales	97
Tabla 12 Resultado de Ingreso Anual.....	98
Tabla 13 Proyección de ventas anuales de forma detallada	98
Tabla 14 Estrategia de Posicionamiento.....	103
Tabla 15 Segmento Supermercado	104
Tabla 16 Segmento Restaurantes y Sushi Bars	105

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 17 Amplitud y profundidad de línea.....	107
Tabla 18 Plan de Medios	121
Tabla 19 Presupuesto de Marketing	128
Tabla 20 Área Oficina	133
Tabla 21 Área de Planta de Producción.....	134
Tabla 22 Capacidad Instalada.....	135
Tabla 23 Inversión de Activos Fijos.....	137
Tabla 24 Presupuesto de gestión de calidad.....	141
Tabla 25 Presupuesto de gestión de calidad invertir en gestión de calidad.....	141
Tabla 26 Presupuesto de la empresa ACUARCOÍRIS para la gestión ambiental	145
Tabla 27 Presupuesto Capacitación al personal de la empresa	149
Tabla 28 Presupuesto Certificación ISO 26000 a partir del sexto año (Funcionamiento Opcional).....	149
Tabla 29 Inversión inicial.....	154
Tabla 30 Inversión fija.....	154
Tabla 31 Inversión diferida.....	155
Tabla 32 Inversión corriente	155
Tabla 33 Financiamiento de la inversión	156
Tabla 34 Tabla de amortización.....	156
Tabla 35 Amortización de la Deuda Anual.....	156
Tabla 36 Cronograma de actividades	157

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 37 Costos Fijos/Años.....	158
Tabla 38 Costos Variables/Años.....	158
Tabla 39 Costos de producción	159
Tabla 40 Costos Administrativos	159
Tabla 41 Presupuesto Publicitario/Gastos de Ventas.....	160
Tabla 42 Proyección de costos financieros.....	160
Tabla 43 Precios/Costos	161
Tabla 44 Total de Ingresos Proyectados.....	161
Tabla 45 Estado de situación inicial.....	167
Tabla 46 Estado de pérdidas y ganancias	168
Tabla 47 Flujo de efectivo	169
Tabla 48 Tasa mínima aceptable requerida	170
Tabla 49 Análisis de Sensibilidad.....	171
Tabla 50 Análisis de Sensibilidad costo de materia prima.....	172
Tabla 51 Análisis de Sensibilidad costo de suministros y servicios.....	172
Tabla 52 Análisis de Sensibilidad gastos administrativos	173
Tabla 53 Análisis de Sensibilidad gastos de ventas.....	173
Tabla 54 Estado de situación financiera general	175
Tabla 55 Liquidez	175
Tabla 56 Gestión	176
Tabla 57 Endeudamiento.....	176

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 58 Rentabilidad.....	177
----------------------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Organigrama	20
Gráfico 2 Principales destinos de las exportaciones de sector acuicultura Participación 2012.....	50
Gráfico 3 Meta de sustitución de importaciones	55
Gráfico 4 Tamaño de la muestra	68
Gráfico 5 Estado Civil	77
Gráfico 6 Edad	78
Gráfico 7 Sexo	78
Gráfico 8 Zona en donde vive	79
Gráfico 9 Ocupación	79
Gráfico 10 Último grado de estudio.....	80
Gráfico 11 ¿Consume o ha consumido Salmón?	81
Gráfico 12 Satisfacción del producto	81
Gráfico 13 ¿Consume alguno de estos platillos?.....	82
Gráfico 14 Restaurantes	83
Gráfico 15 Sushi Bar.....	83

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Gráfico 16 En su domicilio	84
Gráfico 17 ¿Con qué frecuencia consume estos productos?	85
Gráfico 18 Si consume el producto¿Se cambiaría por un producto más económico y de mejor sabor?	86
Gráfico 19 ¿Ha consumido algún preparado con trucha?	87
Gráfico 20 ¿Estaría dispuesto a consumir un producto de calidad y con propiedades nutritivas que satisfaga sus necesidades?.....	87
Gráfico 21 ¿Por qué consumiría trucha?.....	88
Gráfico 22 ¿Consumiría trucha de forma ahumada?	89
Gráfico 23 ¿En dónde le gustaría adquirir este tipo de producto?.....	90
Gráfico 24 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque de trucha ahumada de 250 gr (1/2 lb)?	90
Gráfico 25 Distribución del espacio.....	113
Gráfico 26 Segmento supermercados	115
Gráfico 27 Segmento Restaurantes y Sushi Bars	116
Gráfico 28 Logística de la empresa.....	117
Gráfico 29 Flujograma de Procesos.....	136
Gráfico 30 Proceso de planeación ambiental a implementarse	142
Gráfico 31 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	146
Gráfico 32 Balanced Scorecard y Mapa Estratégico.....	150
Gráfico 33 Análisis de Punto de Equilibrio	162
Gráfico 34 Análisis de Punto de Cierre.....	163

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Filetes de trucha ahumada	17
Ilustración 2 Tamaño de la muestra	67
Ilustración 3 Slogan	105
Ilustración 4 Descomposición de EDT en varias actividades dentro de Arco Iris	180
Ilustración 5 Aplicación de los métodos EDT en el riesgo	183
Ilustración 6 Monitorio y control de las actividades operativas de ARCOIRIS	186
Ilustración 7 Matriz de riesgo aplicable a Arco Iris	186
Ilustración 8 “Pasos para la aplicación de un plan de Contingencia	188

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ABREVIATURAS

ATL:	Above The Line
BTL:	Below The Line
CFN:	Corporación Financiera Nacional
FODA:	Fortalezas, oportunidades, Debilidades y Amenazas
IEPI:	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
IESS:	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INEC:	Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
INEN:	Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización
ISO:	International Organization for Standarization
IVO:	Indicador Verificable Objetivamente
PEST:	Político, Económico, Social y Tecnológico
PIB:	Producto Interno Bruto
PROPESCAR:	El Programa Apoyo a la Pesca Artesanal
RSE:	Responsabilidad Social Empresarial
RUC:	Registro Único del Contribuyente
SGA:	Sistema de Gestión Ambiental

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

SRI:	Servicio de Rentas Internas
TIR:	Tasa Interna de Retorno
TMAR:	Tasa Mínima Requerida
UCSG:	Universidad Católica Santiago de Guayaquil
VAN:	Valor Actual Neto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y
EMPAQUETADA AL VACÍO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.2. Justificación

El tema planteado es ante la necesidad del gran mercado potencial que existe, y a la poca oferta de los países con gran biodiversidad de fauna marítima. Los países en vías de desarrollo, por ejemplo Ecuador tiene todos los recursos como: espacio, clima adecuado y grupos de pequeños productores piscícolas para la producción en gran escala de trucha arcoíris.

Para esto se ha decidido introducir una nueva forma de consumo de trucha en el Ecuador, ya que el mercado ecuatoriano actualmente conoce de productos ahumados, enfocando que son productos de mejor sabor y que no son dañinos para la salud ya que son productos que no necesitan ningún tipo de marinado o cocción para su consumo. Por esta razón se ha pensado producir la trucha arcoíris de forma ahumada y empaquetada al vacío, el mercado meta inicialmente será la ciudad de Guayaquil. El valor agregado que se le da al producto no reduce los niveles calóricos, ni proteicos que necesitaría el consumidor para su dieta diaria.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El enfoque del producto está orientado a satisfacer a los consumidores que le gusta adquirir productos de forma ahumada por las bajas calorías que contiene los elementos en esta forma y por ende no tiene ningún efecto secundario a su salud o figura corporal.

Con esto se pretende incrementar el consumo interno de trucha arcoíris, para tratar de disminuir las importaciones de productos con la misma o inferior calidad y crear una demanda satisfactoria al grupo piscícola del país.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

La zona de Cajas a las afueras de la Ciudad de Cuenca, provincia Azuay, presenta condiciones adecuadas a utilizar, para la producción de trucha. Los acuicultores de esta zona producen de manera artesanal y aprovechan la oportunidad de utilizar el recurso hídrico antes de usarlo en riego, mediante la construcción de pequeños estanques o la utilización de canales naturales de forma artesanal, ya que en sus partes más amplias permite la cría de esta especie.

La trucha arcoíris proviene de América del Norte (Alaska hasta Baja California). Fue introducida al Ecuador en la década de los años veinte, llegando a adaptarse adecuadamente a las condiciones agro climáticas del país, su producción no es estacionaria, y hay producción todo el año de esta especie de pez.

Ventajosamente que la producción de trucha arcoíris se da de manera continua en la zona de cajas, por esto se pensó que el mejor mercado meta

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para la implantación del proyecto es la ciudad de Guayaquil, por la cercanía de los proveedores de trucha. También otro factor es que esta urbe tiene el mayor volumen de habitantes del país y es un mercado virgen para la comercialización en un mayor volumen de trucha ahumada.

En la última década el mercado de alimentos ha crecido de manera rápida, al ser Guayaquil una ciudad muy activa es así que se ha vuelto un mercado atractivo para la industria de alimentos de rápido consumo; es así que los productores han puesto en el mercado alimentos nocivos para la salud humana (comida chatarra) sin pensar que están afectando a toda la población, los índices de obesidad en el mundo también aumentaron según datos tomados en el 2008 La Organización Mundial de Salud arrojo cifras que hay 475 millones de personas con sobre peso tienen un grado de obesidad, por lo que el proyecto se inclina a ayudar a combatir la obesidad y que las personas creen una tendencia a consumir productos alimenticios sanos con bajos niveles de calorías.

Con lo mencionado se propone la creación de una productora de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío, aprovechando la materia (trucha arcoíris) de los expertos productores de esta especie; la venta de este producto se llevara a cabo en la ciudad de Guayaquil, y los lugares que se van abastecer son: supermercados, restaurantes gourmets y sushi bar. Tratando de satisfacer la demanda de personas que tiendan a consumir sano y vean la trucha arcoíris ahumada como un sustituto del salmón.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.4. Contextualización del Tema

Para el presente proyecto se eligió la especie trucha variedad arcoíris por ser un pez de la familia de los salmónidos más apropiado para el cultivo industrial, ya que posee mejores cualidades a en comparación de otros tipos de peces como: facilidad de adaptación, domesticación, alimentación, resistente a altas temperaturas, resistente a enfermedades y se desarrolla de rápidamente, siendo corto su período de incubación, y su crianza aproximadamente un año para su consumo.

Las razones de la intensificación del sistema de crianza son claras para los acuicultores: mayor producción por unidad de volumen de agua, reducción de los costos de mano de obra y, en consecuencia, mayor rentabilidad para los productores y acuicultores de esta especie. En consecuencia los costos son rentable para el proyecto, porque los costos de materia prima son bajos y se produciría trucha ahumada en una gran escala, el margen de ganancia incrementaría al momento que el producto final (Trucha arcoíris ahumada) sea expandido en un mercado mayor, lo cual generaría una mayor rentabilidad.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad administrativa, comercial y financiera en la creación de una empresa productora y comercializadora de trucha arcoíris, ahumada y empaquetada al vacío en la ciudad de Guayaquil.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.5.2. Objetivos Específicos

Describir los principales elementos que intervienen en la viabilidad de la comercialización de la trucha ahumada en la ciudad de Guayaquil.

Diagnosticar el uso, consumo, preferencias, necesidad, mercado y trascendencia en las producción, comercialización y logística de la trucha ahumada.

Determinar la viabilidad del proyecto a través de un plan de negocio que permita conocer los indicadores financieros. Logística de procesos, gestión administrativa, y comercialización de la trucha ahumada en la ciudad de Guayaquil.

1.6. Determinación del Método de Investigación

Según los datos tomados el Centro de Investigaciones Acuícolas de Papallacta (CENIAC, 2013) que hizo el primer censo de trucha arco iris en el Ecuador, existen 213 criaderos distribuidos en las provincias de: Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja, Napo, Pichincha, Sucumbíos y Tungurahua. Y los resultados dados por la CENIAC dan a conocer que la producción tiene un total de 982,3 toneladas al año, representando aproximadamente un rubro de 2.678.997 dólares.

En el proyecto se ha aplicado el método exploratorio, según Hernández Sampieri describe que en este método, el objeto es examinar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar la familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos. (Sampieri, 2010)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tomando el enunciado del párrafo anterior se quiere investigar el agrado y aceptación de la trucha arcoíris en forma ahumada en el mercado ecuatoriano, ya que es una investigación no realizada antes y no existen cifras de consumo del consumo de este producto en el Ecuador.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

1.7.1.Planteamiento del Problema

El consumo de alimentos ecuatorianos trata de satisfacer una necesidad en el mercado, por lo que no existe mucha variedad de productos para una debida dieta en los consumidores. Los productos pre procesado o pre cocinado, conllevan a mucho esfuerzo y tiempo. Existen grandes variedades de productos cárnicos de forma ahumada (cerdo, vaca y ave), pero dentro de los productos de la actividad pesquera no se encuentra la trucha en forma ahumada que contribuyen gran parte a cuidar la salud de las personas, por sus bajos contenidos en grasas y no pierden sus propiedades nutritivas.

Por esta razón es que el presente Trabajo de Titulación, tratara de satisfacer esa necesidad del consumidor, de adquirir un producto saludable que varié su dieta diaria y que no le demande tiempo al momento de prepararlo, y que a su vez encuentren lugares que expendan trucha de forma ahumada en preparados para el consumo directo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

En la actualidad existen programas del Gobierno nacional y de entidades internacionales como la Organización Mundial de la Salud que tratan de incentivar a las personas para que consuman productos sanos para la salud y así prevenir enfermedades crónicas. Por esta razón el presente trabajo de titulación trata de que la trucha Arcoíris ahumada aporte a la salud y ayude a mantener el peso corporal saludable de las personas, y así se diferencie el valor agregado del producto con el fin de que lo incluya en su lista de alimentos diario; de manera que aporten al consumo de alimentos sanos del país.

También se ha tomado en cuenta para el Trabajo de Titulación, el nuevo implemento de la SENPLADES que es el Plan del Buen Vivir, donde se ha dado mayor importancia al Objetivo #3 que trata de Mejorar la Calidad de Vida de la Población; las políticas y los lineamientos que van enfocado en el proyecto se desplazan desde la política 3.6 Promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas. (SENPLADES, 2014), Esto no solo aporta al lucro de la empresa, sino que se ayuda a colaborar con la nutrición de la población ecuatoriana, especialmente reducir los índices de enfermedades endocrinológicas y cardíacas que son la mayor causa de mortalidad en el Ecuador.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Principales causas de mortalidad general (2010)			
Causas de muerte	Número	Porcentaje	Tasa
Diabetes mellitus	4 455	7,15%	29,18
Enfermedades hipertensivas	4 381	7,03%	28,7
Enfermedades cerebrovasculares	3 930	6,31%	25,74
Demencia y enfermedad de Alzheimer	3 894	6,25%	25,51
Accidentes de transporte terrestre	3 351	5,38%	21,95
Influenza y neumonía	3 067	4,92%	20,09
Agresiones (homicidios)	2 106	3,38%	13,79
Enfermedades isquémicas del corazón	2 014	3,23%	13,19
Cirrosis y otras enfermedades del hígado	1 997	3,21%	13,08
Enfermedades Inmunoprevenibles	1 971	3,16%	12,91
Enfermedades del sistema urinario	1 756	2,82%	11.50

Tabla 1 Principales Causas de mortalidad general

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: SENPLADES

A continuación tomando el Objetivo #10 Impulsar la transformación de la matriz productiva, conjunto a la política 10.4 Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero. (SENPLADES (Secretaria Nacional de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Planificación y Desarrollo), 2014). Se pretende incrementar la producción acuícola y aportar a la matriz productiva del país, haciendo que el consumismo nacional suba de niveles y colabore con la economía del país, ya que actualmente el gobierno del Presidente Rafael Correa está apoyando este sector de productivo del país.

1.8.2. Marco Teórico

A continuación se resumirá un programa de apoyo al sector pesquero que beneficia indirectamente al proyecto, ya que si los potenciales proveedores se acogen a este programa podrán incrementar el volumen de producción y mejorar la calidad de la trucha, la cual es la materia prima base de este proyecto.

El Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca (MAGAP, 2014) gracias al Gobierno del Ecuador y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) financian la ejecución del Programa Apoyo a la Pesca Artesanal (PROPESCAR). El objetivo del programa es mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la pesca artesanal y contribuir al desarrollo económico de las comunidades pesqueras. El cual ayudara a más de 35000 personas que se dediquen a la pesca artesanal en cualquiera de sus ámbitos. (MAGAP (Ministerio de Agricultura, 2014). Esto hace que los pequeños productores y acuicultores, mejoren su infraestructura y produzca una mayor cantidad de trucha de mejor calidad; con el valor agregado que este proyecto piensa darle a la materia prima (producir trucha de forma ahumada), llegue a ser valioso para el cliente y a así llegar a satisfacer la necesidad que tiene el consumidor potencial.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.8.3.Marco Conceptual

- Piscicultura o Acuicultura: es la agrupación de peces de diferentes especies en estanques, por lo general son peces de agua dulce que se los denomina dulceacuícolas. El cultivo de especies se hacen en piscinas de exterior o invernaderos. (Wikipedia, 2014)
- Salmonicultura: es la acuicultura de especies salmoniformes (Truchas o Salmones). (Wikipedia, 2014)

1.8.4.Marco Legal

En la actividad de producción de pesca y acuicultura existen leyes que regulan y controlan la actividad pesquera y actividades conexas que se realizan con el fin de aprovechar los recursos bioacuáticos existentes en el mar territorial, en las aguas marítimas interiores, ríos, lagos o canales naturales y artificiales. Las leyes que regulan esta actividad son las siguientes: Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero, Ley Constitutiva de Instituto Nacional de Pesca, Ley de Cámara Nacional de Acuicultura, Acuerdo No 018 -Sub. Recursos Pesqueros del 09-MAR-10, Acuerdo No.019 Sub. Recursos Pesqueros del 09-MAR-10, Acuerdo Pesca No. 047 y Reglamento General a la Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero.

Existen otras leyes que regulan las exportaciones que es regulada por la Ley Orgánica de Aduanas u normativas que regulan la producción que es el Código de la producción. La Constitución del Ecuador en su artículo 66, numeral 2 dice “El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008). Esto da a conocer que el Gobierno Nacional prioriza en todos sus ámbitos la seguridad alimentaria y nutricional del país, lo que

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

garantiza la capacidad de abastecimiento, acceso físico y económico de todos los habitantes a alimentos sanos, nutritivos, suficientes, de buena calidad, para una vida sana y activa.

1.8.5. Marco Lógico

Jerarquía de Objetivos	Metas	Indicador Verificable Objetivamente	Supuestos
Fin (Objetivo de Desarrollo)	Determinar la factibilidad administrativa, comercial y financiera en la creación de una empresa productora y comercializadora de trucha arcoíris,	Realizar un estudio de factibilidad comercial y financiera en un lapso de 4 meses, antes de ponerse en marcha el proyecto.	Aceptación del mercado ante la propuesta de negocio planteada.
Propósito (Objetivo General) (Situación Final)	Describir los principales elementos que intervienen en la viabilidad de la comercialización de la trucha ahumada.	Identificar los requerimientos de los clientes, analizando la forma de comercialización de otros productos similares ya posicionados en el mercado del sector acuícola.	Entrar con un cierto expertis a comercializar el producto en el mercado potencial a captar.
Resultados (Objetivos Específicos)	Diagnosticar el uso, consumo, preferencias, necesidad, mercado y trascendencia en la producción, comercialización de trucha ahumada	Realización de encuestas de satisfacción de los consumidores, y estudiar la demanda creciente del mercado pesquero.	Crear una relación y fidelización con el consumidor final
Acciones (Actividades Principales)	Determinar la viabilidad del proyecto a través de un plan de negocio.	Creación de un plan de negocio, en el cual se tomaran datos realistas para ver el despunte que da el mercado para la inserción de la propuesta de negocio.	Éxito de la implementación de la idea de negocio en el segmento de mercado que va estar enfocada esta propuesta.

Tabla 2 Marco lógico

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.9. Formulación de la hipótesis y- o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

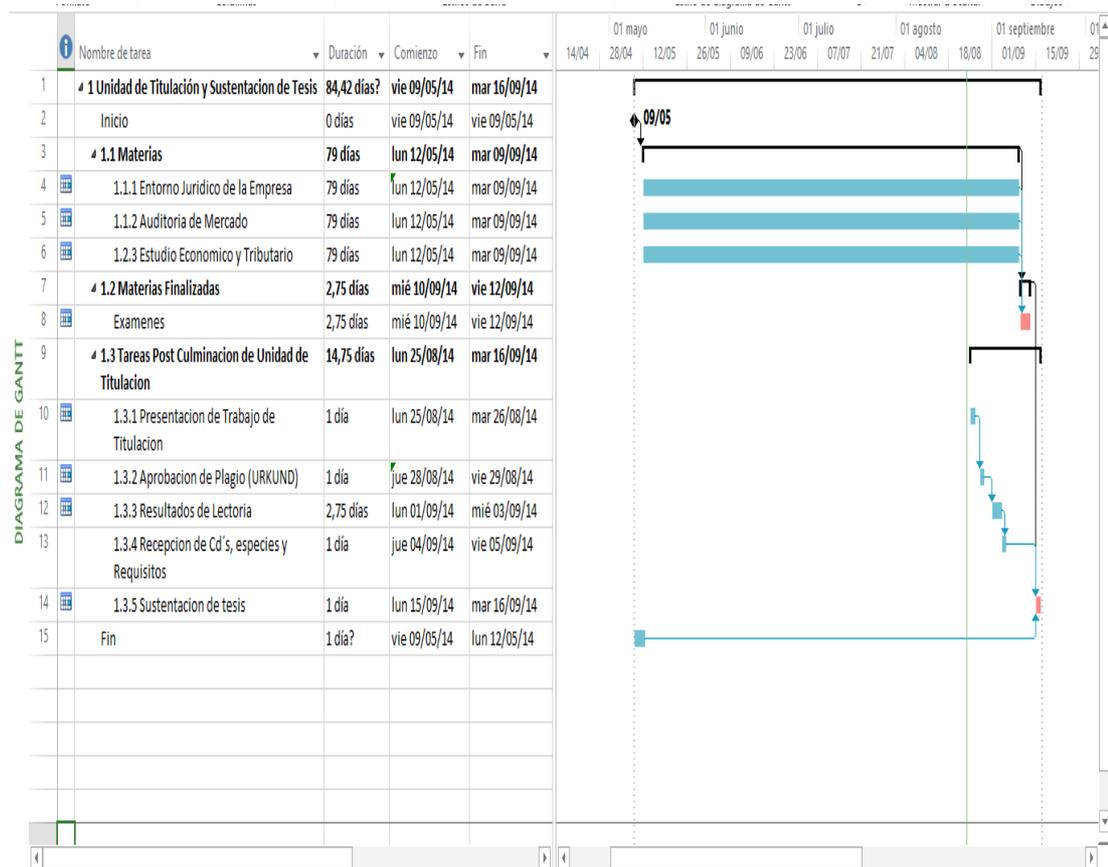
La distribución y expendio de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío en los supermercados, restaurantes y sushi bar en la ciudad de Guayaquil, tendrá una acogida positiva hacia el consumidor final, ya que se requiere incorporar un producto sustituto de mejor calidad, menor precio y mejor valor nutricional que reemplace el consumo de salmón; por la prohibición del Gobierno Nacional de importar alimentos que pueden ser producidos en el país.

A continuación se detalla las preguntas relacionadas a la hipótesis ya descrita y que van apoyar para identificar los lineamientos de la investigación a utilizarse para el presente Trabajo de Titulación.

- a) ¿Cuáles son mis competidores potenciales?
- b) ¿Cuál es la necesidad del consumidor?
- c) ¿Qué impacto tendrá la distribución y expendio de trucha arco iris en la Ciudad de Guayaquil?
- d) ¿Cuál será el método de recogida de datos para la investigación?
- e) ¿Qué estrategia se aplicara para que el consumidor sustituya el salmón?
- f) ¿Qué enfoque debe tener el negocio para el mercado establecido?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
 COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
 EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.10. Cronograma



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

La oportunidad de abastecer de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío a supermercados, restaurantes gourmets y sushi bar en la ciudad de Guayaquil, nace al ver que en la parte interandina o sierra existe una producción adecuada para abastecer las ciudades principales del producto.

En comparación con el salmón, que es el salmónido con mayor consumo en la región costa por personas que gustan de consumir preparados a base de pescados gourmets de agua dulce. Esto hace que el proyecto se oriente a tratar de satisfacer a los consumidores de salmón con un producto sustituto, con mejores propiedades nutritivas y calóricas, pero con un costo mucho menor al producto que ellos están acostumbrados a adquirir para su plan alimenticio diario o mensual.

2.1.1.Descripción de la Idea de Negocio

La idea del Trabajo de Titulación surge ante el mercado potencial que hay en la ciudad de Guayaquil, y al bajo consumo interno de la población ecuatoriana en la trucha arcoíris, siendo el Ecuador mundialmente catalogado como un país de diversidad amplia en su flora y fauna. En la matriz productiva del proyecto se va a dar marcha en primer lugar a complacer la demanda insatisfecha, porque según la Ley de Aduanas (SENAE, 2014)actualmente en el Ecuador no se puede importar ningún tipo de alimento que pueda ser producido en el país, por lo consiguiente el salmón ahumado importado ya no es expendido como producto alimenticio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La demanda será satisfecha con la trucha ahumada, es un producto con mejor calidad, sabor, su precio es económico y es producido en el país.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

Basándose en las cifras del Banco Central del Ecuador (2013), que la mayor parte de la producción nacional está en materia prima derivada de la pesca acuícola en la costa. Realizándose un valor agregado al producto, convirtiendo la trucha arcoíris en un producto final para el consumidor, aparte del empaque hermetizado se le quiso dar un plus haciéndola de forma ahumada.

La trucha arco iris por su alta calidad alimenticia, sanidad y presentación, sería adecuada para un consumo en el Ecuador, siendo un producto representativo en el mercado en el extranjero y tiene buenas perspectivas en captar la demanda interna.

Se escogió la especie arcoíris (*Oncorhynchus Mykiss*) por su buena adaptación a diversas condiciones climáticas y facilidades de cultivo en cautiverio.

Por este motivo producirá y comercializara filetes de trucha ahumada, porcionados y deshuesados y envasados al vacío con un peso aproximado de 250 gr. Dependiendo la demanda del consumidor y exigencias de los compradores se podrán proveer empaque con mayor contenido en kilos, sin exceder un volumen máximo por empaque de 2.5 kilos (5.5 lb).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Ilustración 1 Filetes de trucha ahumada

Fuente:<http://quntay.blogspot.com/2009/08/trucha-ahumada-empaquetada-al-vacio.html>

2.2. Misión Visión y Valores de la Empresa

Misión

Ser la compañía líder en procesamiento y comercialización de productos del mar ahumados y pre cocidos, con participación importante en el Ecuador. Somos una compañía sensible al paladar de clientes exigentes, motivo potencial de crecimiento.

Visión

En el 2018 ser una empresa líder en producción de productos del mar ahumados que generara plazas de trabajo e incremento de la industria acuícola, que transforma la economía dando un valor agregado de alta calidad con agilidad y capaz de mantener su autosuficiencia financiera.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Valores de la Empresa

- Conocimiento en la pesca acuícola y derivados de la pesca que oriente la calidad de producto y la veracidad del consumo, beneficiando a la salud
- Creatividad en la variedad de productos derivados de la pesca acuícola, siendo innovadores en la alimentación con salud y gusto.
- Disciplina que orienta el consumo de productos de la producción acuícola que controle la producción y consumo del mercado nacional e internacional
- Trabajo en equipo que permita ser productivo y eficiente en la producción y comercialización de la industria pesquera en el país
- Liderazgo en las acciones que realice la empresa y los beneficios y ventajas que ofrezca en el país para hacer de la pesca acuícola un soporte en la economía de muchas familias ecuatorianas.
- Reconocimiento por las actividades acuícolas realizadas, generando satisfacción en la familia pesquera en busca del buen vivir de la comunidad.
- Calidad en cada producto pesquero que se cría en la industria acuícola, garantizando el servicio y el buen comer en la tradición pesquera y de consumo directo.
- Competitividad entre las diferentes industrias acuícolas para gozar de preferencias en el mercado nacional e internacional en especial de un producto como el pescado ahumado y precocido.
- Identidad e imagen para que la empresa acuícola sea reconocida en el mercado de consumidores y proveedores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Ser la mayor empresa productora de trucha arcoíris ahumada del país, y tener la mayor participación de venta y distribución en el mercado local.

2.3.2. Objetivos Específicos

- a) Generar un ingreso del 100% a través de la venta de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío con el fin de que se alcance un crecimiento del 15% anual en las ventas.
- b) Capacitar con ayuda del gobierno a los productores y acuicultores que producen la materia prima, para generar producciones mayores y abarcar la demanda nacional.
- c) Mejorar en cuanto a tecnología, maquinaria y ampliación de su infraestructura, y así consolidarnos como una empresa estable en el estado ecuatoriano.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

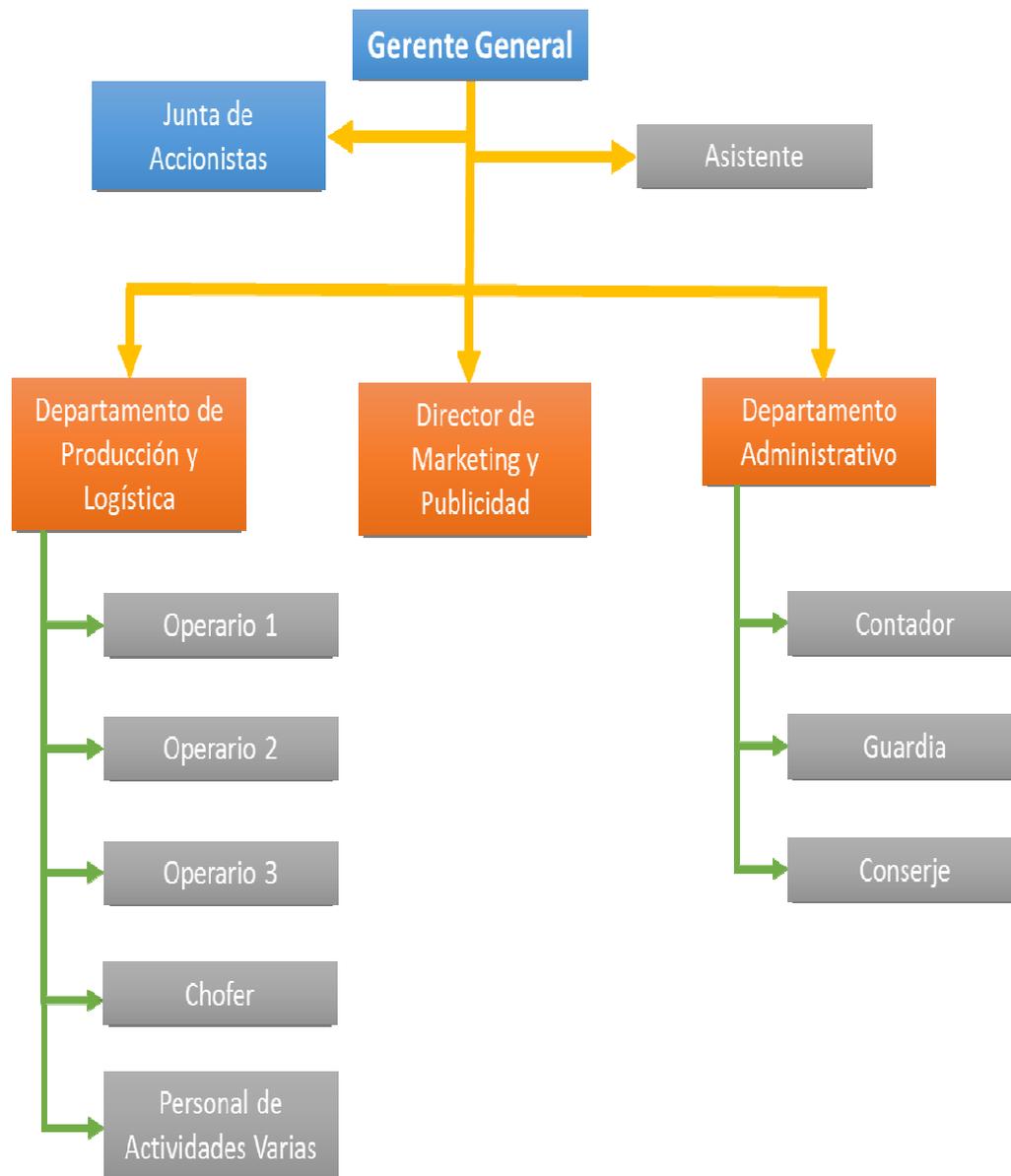


Gráfico 1 Organigrama

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

GERENTE GENERAL

Perfil para el Cargo:

- Título de Tercer Nivel en Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe o Economista.
- Tener experiencia de 2 años en cargos similares.
- Buen manejo de relaciones interpersonales.
- Dominio del Inglés un 80% Comprensión y un 50% Hablado
- Ser líder

Desempeño:

Llevar el rol de gerencia, supervisando el manejo de cada uno de los departamentos de la empresa y tomar decisiones en conjunto con la Junta de Accionistas que beneficien a la misma.

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA

Perfil del Cargo:

- Ser Ingeniero Químico en productos y alimentos, Ingeniero Industrial o Ingeniero en Alimentos
- Tener 3 año de experiencia en cargo similares
- Tener conocimiento en logística y distribución de productos.

Desempeño:

Debe de prever, organizar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones del área productiva, cumplimiento de los planes de producción establecidos, con una eficiente optimización y manejo de recursos dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos. Coordinar el cumplimiento del plan de distribución a los compradores, tendrá que entregar un reporte semanal a la Gerencia General, organizar y hacer que las

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

entregas estén a tiempo. Controlar los gastos de logística y coordinar al personal de entrega de productos en la cantidad, calidad y a tiempo.

Obligaciones:

- Reportar a Gerencia General.
- Supervisar Operarios, Chofer y Personal de Oficios Varios.
- Manejar relaciones interdepartamentales con los jefes de los demás departamentos

JEFE DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Perfil del Cargo:

- Tener título de tercer nivel en Administración de Empresas o Psicólogo Organizacional
- Tener experiencia mínima de 2 años en cargos similares
- Conocer sobre los Beneficios del Ley, tramites del IESS y del MRL (Ministerio de Relaciones Laborales)

Desempeño:

El jefe al mando es el responsable del área asignada, llevar eficazmente la administración de los recursos financieros, materiales y humanos, con la implementación de sistemas y controles que permitan el eficiente funcionamiento de las operaciones de cada uno de los departamentos.

Obligaciones:

- Reportar a Gerencia General
- Supervisar directamente al Contador, Guardia y Conserje.
- Llevar un Control de Asistencia y cumplimiento de todo el personal de la empresa
- Manejar relaciones interdepartamentales con los jefes de los demás departamentos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

DIRECTOR DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Perfil del Cargo:

- Tener título de tercer nivel en Ingeniería en Marketing.
- Tener experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Tener cursos de conocimiento de Mercadotecnia y Posicionamiento de Mercado.
- Dominar en un 100% el idioma inglés.

Desempeño:

Estará encargado de llevar la imagen de la empresa, dar a conocer al consumidor final el producto, crear un buen posicionamiento en el mercado ecuatoriano, hacer que se amplíen los canales de distribución. Manejar buenas relaciones públicas y con los diferentes medios de comunicación. Realizar un manejo estratégico - creativo, innovador del mensaje publicitario de la empresa mediante el texto y la imagen, a partir de un adecuado análisis e investigación de mercados y estilos de vida y conducta de los consumidores. Administrar estratégicamente la realización publicitaria, analizando y seleccionando la mejor opción de publicidad de cómo se va a ofertar el producto, atender en la página web y las redes sociales sugerencias, reclamos de los consumidores y tratar de dar soluciones inmediatas a problemas de los consumidores por esta vía cuidando siempre la imagen de la empresa.

Obligaciones:

- Reportar a Gerencia General
- Manejar relaciones interdepartamentales con los jefes de los demás departamentos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

OPERARIOS

Perfil del Cargo:

- Tener título de Bachiller
- Tener de 0 a 1 año de experiencia en cargos similares

Desempeño:

Trabjará en la planta de producción, elaborando el producto bajo las normas de calidad e higiene de la empresa.

Obligaciones:

- Reportar novedades al Jefe de Producción y Logísticas.
- Cumplir las jornadas de rotación establecidas
- Relacionarse con las personas del Departamento de Producción y Logística.
- Reportar su asistencia al trabajo en el Departamento de Administración

CHOFER

Perfil del Cargo:

- Tener título de Bachiller
- Tener Licencia Profesional tipo “D”
- Tener de 0 a 1 año de experiencia en cargos similares
- Edad de 25 a 40 años

Desempeño:

Movilizar la carga del producto hacia el comprador cumpliendo con el tiempo establecido, realizar cargas y descargas del producto siguiendo las normas de seguridad establecidos por la empresa, verificación que la carga llegue en buen estado al destino, realizar reportes de ruta diaria.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Obligaciones:

- Reportar novedades al Jefe del Departamento de Producción y Logística.
- Realizar reportes de rutas todos los días
- Relacionarse con las personas del Departamento de Producción y Logística.
- Reportar su asistencia al trabajo en el Departamento de Administración

PERSONAL DE ACTIVIDADES VARIAS

Perfil del Cargo:

- Tener nivel de educación Primaria
- Experiencia de 0 a 1 año en cargos similares
- Tener un buen estado físico y de salud
- Edad entre 20 a 30 años

Desempeño:

Realizar el descargo de la materia prima en la planta de producción, hacer la limpieza y desinfección de la maquinaria de la planta, ordenar por lotes los productos terminados, cargo del producto terminado para la entrega. Tendrán que movilizar con el chofer al lugar de entrega del producto, para su debido descargo y colaborar en cualquier requerimiento del Departamento de Producción y Logística.

Obligaciones:

- Reportar novedades al Jefe del Departamento de Producción y Logística.
- Cumplir con todas la actividades diarias.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Relacionarse con las personas del Departamento de Producción y Logística.
- Reportar su asistencia al trabajo en el Departamento de Administración

CONTADOR

Perfil del Cargo:

- Tener título de tercer nivel en CPA.
- Tener 2 años de experiencia mínimo en cargos similares
- Dominar un 50% el inglés.

Desempeño:

Realizar estados financieros y contables de la empresa, generando los debidos reportes y cuadros que la empresa, el Gerente General y el Jefe inmediato lo ameriten. Llevando un debido control de los ingresos de las ventas y los egresos de la empresa. Llevar un debido control tributario y de obligaciones de la empresa que tiene con el Estado Ecuatoriano y presentar los debidos estados financieros a la Superintendencia de Compañías.

Obligaciones:

- Reportar novedades a gerencia General y al Jefe del Departamento Administrativo.
- Generar reportes de Estados Financieros y Contables
- Trabajar en conjunto con el Jefe de Producción y Logística. Con el fin de Generar Reportes de Ventas.

GUARDIA

Perfil del Cargo:

- Tener estudios de Primaria o Secundaria.
- Tener experiencia mínima de 5 años en cargos similares.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Tener cursos de primeros auxilios.
- Edad entre 24 a 40 años
- Estatura mínima 1.75 metros.
- Tener un buen estado físico y de salud.

Desempeño:

Seguir controles y protocolo los de seguridad para la empresa, vigilar que el orden dentro y fuera de la empresa este en normalidad. En caso de emergencias emplear actividades como (extinción de incendios, evacuaciones, dar primeros auxilios), manejo de dispositivos de seguridad y llevar un registro de todas los activos de la empresa.

Obligaciones:

- Reportar novedades al Jefe del Departamento Administrativo.
- Generar reportes de personas que entran y salen de la empresa.
- Relacionarse con todos los empleados de la empresa.

CONSERJE

Perfil del Cargo:

- Tener estudios de primaria o secundaria.
- Tener 0 o 1 año de experiencia.
- Edad entre 18 a 50 años de edad.

Desempeño:

Realizar la limpieza de las oficinas, organizar los materiales de oficina, llevar un control de bodega, realizar mandados del personal administrativo. Hacer mensajería (pagos en las diferentes instituciones bancarias, enviar cartas, sobres o encomiendas), hacer un reporte de recorrido diario. Estar pendiente del aseo y cuidado del Departamento de Producción y Logística, y colaborar si se requiere de su ayuda.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Obligaciones:

- Reportar novedades al Jefe del Departamento Administrativo.
- Generar reportes diarios de recorridos de mensajería.
- Relacionarse con todos los empleados de la empresa.

ASISTENTE

Perfil del Cargo:

- Tener título de tercer nivel o estar cursando los últimos años de (Ingeniería en Administración de Empresas, Comercio o Economía).
- Manejar todos los Utilitarios Office a la perfección.
- Dominar un 100% el inglés escrito y 70 % Hablado.
- Tener buenas relaciones interpersonales.

Desempeño:

Redactar informes, cartas y comunicados de la empresa, despachar y descargar informes de los Jefes departamentales. Manejar la base de datos de clientes y proveedores, a su vez llevar un control de ingreso de materia prima de los proveedores, manejo de la agenda de gerencia llevando control y seguimiento a casos. Llevar chequera de Gerencia, hacer firmar por Gerente y guardar talonarios de forma ordenada, coordinar y organizar reuniones con la junta de socios y empleados. Realizar y recibir llamadas, direccionando a las personas correspondientes, separar citas y agendarlas.

Obligaciones:

- Reportar novedades a Gerencia General.
- Organizar y coordinar agenda gerencial.
- Coordinar reuniones mensuales con la junta de accionistas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Coordinar reuniones mensuales con los jefes departamentales.
- Generar reportes de proveedores.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

GERENCIA

- Liderar, dirigir, controlar y coordinar los diferentes procesos en sus distintas áreas para el buen desempeño de la empresa.
- Representar a la empresa de forma legal y comercialmente.
- Supervisar operaciones y disposiciones hechas a los subordinados de la empresa, para un buen funcionamiento en la parte productiva y administrativa.
- Realizar, direccionar y hacer que se cumplan las metas y estrategias planteadas de manera interna y externa, que eleven el prestigio y el ingreso económico a la empresa.
- Llevar un control de evolución de los procesos en la parte productiva, operativa y administrativa.
- Mediante análisis de sensibilidad evaluar constantemente el producto ofrecido al consumidor.

ASISTENTE DE GERENCIA

- Redactar informes, cartas y comunicados de la empresa.
- Despachar y descargar informes de los Jefes departamentales.
Manejar la base de datos de clientes y proveedores.
- Llevar un control de ingreso de materia prima de los proveedores.
- Manejo de la agenda de gerencia llevando control y seguimiento a casos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Manejar chequera de Gerencia, hacer firmar por Gerente y guardar talonarios de forma ordenada
- Coordinar y organizar reuniones con la junta de socios y empleados.
- Recepción y realización de llamadas, direccionando a las personas correspondientes, separar citas y agendarlas.
- Atender al público y dar información y solución requerida.
- Coordinar eventos a realizarse.

OPERARIOS

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Realizar las actividades que comprenden al proceso productivo: recepción y guardado de materia prima, lavado y sanitizado, salado y oreado en cámara frigorífica, trasladado del producto a horno de ahumado, laminado, pesaje y empaquetaje, organización por lotes de producción.
- Verificar el buen funcionamiento de maquinaria, sino fuese informar al jefe inmediato.
- Mantener el aseo e higiene de la planta.
- Maniobrar con cuidado los instrumentos de la planta a utilizarse.
- Limpieza de los desperdicios de la elaboración del producto.

CHOFER

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Movilizar la carga del producto hacia el comprador cumpliendo con el tiempo establecido, siguiendo los procesos de calidad y seguridad del producto.
- Realizar cargas y descargas del producto siguiendo las normas de seguridad establecidos por la empresa

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Verificación que la carga llegue en buen estado al destino, realizar reportes de ruta diaria.
- Optimizar tiempo en recorridos de rutas.
- Llevar reporte de rutas y de entregas satisfechas a los compradores.

PERSONAL DE ACTIVIDADES VARIAS

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Realizar el descargo de la materia prima en la planta de producción
- Hacer la limpieza y desinfección de la maquinaria de la planta de procesamiento del producto.
- Ordenar por lotes los productos terminados siguiendo normas de elaborado y calidad.
- Cargo del producto terminado para la entrega del producto a los compradores.
- Movilizarse con el chofer al lugar de entrega del producto, para su debido descargo.
- Colaborar en cualquier requerimiento del Departamento de Producción y Logística.
- Servir de apoyo a la unidad de abastecimiento del producto.
- Realizar y mantener en óptimas condiciones el orden y el aseo en la planta de producción y la unidad abastecedora.

CONTADOR

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Realizar estados financieros y contables de la empresa, entregando el debido reporte de los mismos a la gerencia general.
- Generar reportes y cuadros que la empresa para el Gerente General y el Jefe inmediato cuando lo ameriten.
- Llevar un debido control de los ingresos de las ventas y los egresos de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Llevar un debido control tributario y de obligaciones de la empresa que tiene con el Estado Ecuatoriano.
- Presentar los debidos estados financieros a la Superintendencia de Compañías.
- Llevar un control de gastos por cada departamento.
- Manejo de caja chica (conjuntamente con la asistente de gerencia) para gastos minoritarios de la empresa, llevando un reporte del mismo.
- Pedir autorización a gerencia si hay algún desembolso fuerte de dinero.

GUARDIA DE SEGURIDAD

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Seguir controles y protocolo los de seguridad para la empresa.
- Vigilar que el orden dentro y fuera de la empresa este en normalidad, fuese lo contrario actuar para mantener un ambiente sano.
- En caso de emergencias emplear actividades como (extinción de incendios, evacuaciones, dar primeros auxilios)
- Manejo de dispositivos de seguridad (Cámaras e instrumentos de seguridad)
- Llevar un registro de todos los activos de la empresa.
- Custodiar unidad de abastecimiento si lo fuese necesario.

CONSERJE

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Realizar la limpieza del área administrativa, baños y lugares dentro y fuera de la empresa.
- Organizar los materiales de oficina. (Archivadores, plumas, lápices, adhesivos, etc.)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Llevar un control de bodega.
- Realizar mandados del personal administrativo.
- Hacer mensajería (pagos en las diferentes instituciones bancarias, enviar cartas, sobres o encomiendas)
- Llevar un reporte de recorrido diario.
- Ayudar a la parte operativa cuando lo necesite.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1.Generalidades (Tipo De Empresa)

La empresa está en la categoría del sector industrial por ser una productora y comercializadora de trucha ahumada y empaquetadora al vacío. Es catalogada como una pequeña empresa con tendencia a ser mediana en un corto plazo, creada bajo la figura de compañía anónima o sociedad anónima como lo estipula el artículo 143 de la ley de compañías, cuya característica principal es su capital dividido en acciones negociables, formado por las aportaciones de los accionistas los mismos que responden únicamente por el monto de sus acciones.

3.1.2.Fundación de la Empresa

La empresa va estar constituida por tres socios o accionistas, los cuales van a participar equitativamente con el capital social. La operación de la empresa será el 1 de Noviembre del 2014, en Mapasingue este Km 6 1.5 vía Daule en la Ciudad de Guayaquil. Conforme a las instrucciones de la Superintendencia de compañías, el trámite para la constitución de una compañía anónima son los siguientes;

- a) Elaboración y presentación ante la superintendencia para la formulación de observaciones, de la minuta de escritura pública, que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración del capital;

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- b) Depósito en una cuenta de integración, abierta en una entidad bancaria como depósito a plazo mayor, del capital numerario que haya suscrito y pagado.
- c) Afiliación a la cámara de la producción que corresponda al objeto social;
- d) Otorgamiento de la escritura pública de constitución;
- e) Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía anónima dirigida al superintendente de compañías; adjuntando tres copias certificadas de la escritura respectiva;
- f) Aprobación, mediante resolución respectiva de la Superintendencia;
- g) Protocolización de la resolución aprobatoria;
- h) Publicación en un diario de la localidad el extracto de la Escritura Pública y de la razón de la aprobación;
- i) Inscripción al Registro Mercantil, en el Registro de las Sociedades u en el Servicio de Rentas Internas (RUC);
- j) Designación de los Administradores de la compañía por la junta general de accionistas;
- k) Autorización en el Registro Mercantil del nombramiento de los Administradores con la aceptación del cargo;
- l) Autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de integración sean retirados.

La empresa se tendrá como existente y tendrá personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El capital social inicial para constituir la empresa va a ser el monto de \$50000 establecido en la Escritura de la Constitución de la sociedad anónima. La empresa no va a poner a la bolsa de valores de Guayaquil acciones, los socios a participar son: Jossue Ramírez Campoverde con un 50%, Orfa Campoverde Quevedo con el 25% y Efraín Ramírez con el 25%. Si se realizará posteriormente un aumento de capital este será resuelto en Junta general de Accionistas y luego se le dará las formalidades pertinentes como la inscripción en el Registro Mercantil.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

Las juntas serán encabezadas por el Gerente General, o el responsable social de la empresa. Las decisiones se llevarán mediante voto por participación, la acción que tenga mayor cantidad de votos va a ser la escogida para su ejecución.

3.1.5. Compañías Extranjeras

No Aplica, la empresa no está internacionalizada.

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores

No aplica, empresa no va a poner sus acciones en la bolsa.

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

Lo que concierne materia laboral se aplicará todas las normas legales en la que el trabajador tiene derechos, es decir todo trabajador tendrá opción a trabajar en la actividad lícita que bien pudiese en base a su capacidad y disponibilidad, además dentro del territorio ecuatoriano el trabajo es una

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACÍO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

actividad que nadie la puede prohibir según la constitución sea esta forma e informal es una actividad productiva para la familia ecuatoriana, todo empleado formal optar por un sueldo y los beneficios sociales de ley, además es importante que las actividades informales también tenga derecho dentro de la constitución aunque su actividad muchas veces no esté relacionada con los beneficios de ley correspondiente mientras no estén federados o respaldados por la superintendencia de economía popular y solidaria, respectivamente.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

Rigiéndose a la eliminación y prohibición de la tercerización, intermediación laboral, contratación laboral por horas y cualquier forma de precarización de las relaciones laborales impuesto por el Art. 1 del Reglamento de Funcionamiento de la Asamblea Constituyente, en el suplemento del Registro Oficial N° 236. La empresa no contratara empresas tercerizadoras, se establecerá en las cláusulas de la constitución de la empresa, “Todo empleado o prestador de servicios tendrá trato directo con la empresa, a su vez será contratado como la ley lo demande y lo establezca”.

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

La Empresa en materia laboral maneja la contratación de trabajadores, empleados u obreros bajo la modalidad de Contrato a tiempo Fijo; prestando sus servicios lícitos y personales en un tiempo mínimo de un año establecido en el Artículo 14 del Código de Trabajo, y; así mismo los Contratos a Prueba que no se excederá de los noventa días (90) cuando se celebre el contrato por primera vez, según lo afirma el Artículo 15 del Código de Trabajo, vencido este plazo automáticamente se entenderá que continua

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año, cabe manifestar que durante el periodo de prueba cualquiera de las partes pueden dar por terminada la relación contractual en materia laboral.

3.2.4. Obligaciones del empleador

- a) El código de trabajo en el Artículo 42 establece minuciosamente cuales son las obligaciones que debe cumplir el empleador con los trabajadores de la empresa y estos son los siguientes:
- b) Celebrar el contrato Individual de trabajo;
- c) Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales;
- d) Afiliar a tu trabajador al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si el contrato es a prueba;
- e) Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con el código de trabajo;
- f) Asumir el porcentaje(11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social de los trabajadores;
- g) Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales y a las órdenes de las autoridades sanitarias;
- h) Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el artículo 38 del CT;
- i) Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
- j) Pagar horas extras y horas suplementarias; según lo estipulado en el Artículo 55 del Código de Trabajo;

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- k) Pagar los beneficios sociales como el décimo tercer sueldo y décimo cuarto sueldo;
- l) Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
- m) Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo;
- n) Atender las reclamaciones de los trabajadores;
- o) Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;
- p) Pagar los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo;
- q) Pagar utilidades si la empresa tiene beneficios.

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Los trabajadores de la empresa tendrán derecho a la Décimo Tercera Remuneración o bono navideño, la misma que se cancelara hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario según lo establece al Art. 111 y 95 del Código de Trabajo; así mismo, el Décimo cuarto sueldo o bono escolar lo deben percibir todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración dentro de la empresa, solo se encuentran excluidos los operarios y aprendices de artesanos de acuerdo con el Art.115 del Código del Trabajo.

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

La Empresa deberá cumplir con lo que la ley establece para precautelar los derechos de los trabajadores y uno de ellos es el pago de los Fondos de Reserva, los trabajadores tendrán derecho al pago mensual del Fondo de Reserva por parte de su empleador, en un porcentaje equivalente al ocho

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración aportada al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, después del primer año de trabajo; esto acuerdo con la nueva “LEY PARA EL PAGO MENSUAL DEL FONDO DE RESERVA Y EL RÉGIMEN SOLIDARIO DE CESANTÍA POR PARTE DEL ESTADO”, publicada en el Registro Oficial No. 644, de 29 de julio del 2009, que establece la nueva modalidad para el pago del fondo de reserva a los trabajadores de la empresa.

En lo que compete a las vacaciones todo trabajador de la empresa tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de 15 días de vacaciones, incluidos los días no laborables al haber cumplido un año de trabajo dentro de la empresa, según el Art. 69 del código de Trabajo; y además, quienes hayan prestado servicios lícitos y personales más de cinco años al mismo empleador, gozarán adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes.

3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

El Artículo 440 del Código de Trabajo establece la libertad que tienen los trabajadores de una empresa para constituir asociaciones profesionales o sindicatos según lo estimen conveniente; sin embargo el Artículo 143 del mismo cuerpo normativo establece un mínimo de 30 trabajadores para poder este derecho y de 3 empleadores de darse el caso; con todo lo expuesto la Empresa () no cumple con los requerimientos que la ley establece para de esta manera ejercer este derecho.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

El Código de Trabajo en su artículo 42 detalla las obligaciones del empleador, en su numeral 33 establece específicamente la inclusión e inserción de las personas con discapacidad a la Empresa ya sea pública o privada, deberá tener al menos una persona con discapacidad cuando la empresa posea el mínimo de 25 trabajadores. En el segundo año la contratación será del 1% del total de los trabajadores, tercer año el 2%, cuarto año 3% y el quinto año del 4% estableciéndose ya un porcentaje fijo de trabajadores con capacidades especiales laborando dentro de la empresa. Esto tiene concordancia con el Artículo 2, 11, 35 y 47 de la Constitución de la República del Ecuador y con los Artículos 45, 46 y 47 de la Ley de Discapacidad.

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

El Ecuador es un país que se rige en base al poder legislativo, y en ella se encuentran las normas jurídicas que evalúan el desarrollo de las actividades laborales dentro de un marco o contexto general por lo que existe derecho individuales con libertad y autonomía, existen además contratos en donde se acuerdan voluntades entre las partes.

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Es un procedimiento en donde las partes debidamente en acuerdo celebran un documento de carácter legal y público en donde ambas participaciones son en base a la capacidad de las partes intervinientes, además están en el debido proceso de concienciación para la realización del convenio, es importante que todos los parámetros o argumentos existen en el contrato

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de prestación de servicio tengan opciones licitas e incluso el objeto y la causa que la crean, incluso que las normas implementadas en cada artículo del contrato no contravengan las políticas de orden y dignidad dentro de un proceso de contratación

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Es necesario quienes estén involucrados en la gestión y realización de un contrato ser personas de naturaleza física y jurídicas, con todas sus facultades en derechos, además con la capacidad de ejercicio u obra y en el goce de todas las garantías como ciudadano ecuatoriano, los elementos reales con aquellos que se realizan la prestación de un servicio a cambio de una remuneración o pago en base a un acuerdo.

Otro elemento son los formales que son cláusulas indispensables del contrato que puede fijarse de manera escrita, con la presencia de un notario público o demás testigos del convenio. Y entre las cláusulas a fijarse están los antecedentes, declaraciones y cláusulas respectivamente

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

El arbitraje y la mediación en la actual constitución de la república del Ecuador, señala que de existir discrepancia o conflicto entre las partes que forja un contrato de prestación de servicios, las partes que se consideren afectada pueden solucionar los inconvenientes mediante la justicia alternativa en los diferentes centros de mediación y arbitraje existente, en donde se detalla un predominio de las decisiones y se pueden

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

solventar los conflictos de manera directa antes de llegar a la justicia ordinaria.

3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública

Se detallan en base al consentimiento de una actividad con el requerimiento de la entidad pública en donde se aplica derecho en el momento de respetar los lineamientos para la realización de un convenio de carácter público, siendo la parte relevante el contrato a realizarse, la voluntad se expresa por la aceptación y oferta, y de las causas predominantes, establecida en el cumplimiento del contrato público.

La situación de un error también versa en la realización de un contrato público en donde se establece nulo el contrato hasta remediar las acciones negativas impuesta en el mismo contrato, normalmente el problema o error no se lo hizo con premeditación suele ser un simple error y no hecho con el ánimo de ofender o estafar. El Dolo es una situación de fraude que engaña y malintencionada en las acciones vertidas en el cumplimiento de un contrato público, además quienes son víctimas de dolo puede imputar una acción legal de daños y perjuicios implementados.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

Se refiere a un convenio establecido entre las partes en un contrato para formalizar la confidencialidad en uso de tecnología, idea innovadora, o cualquier información considerada de uso especialmente reservado, lo realizan las empresas que son subcontratadas y este es posterior a un contrato de servicio que se lleven entre el contratado y el contratante para asegurar la información que se imparta y que son parte de la estructura empresarial que se desarrolla.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

Toda empresa está emergida dentro de su organización de políticas y reglas clara que hacen que se ejecuten entre todos los procesos que se desarrollan en la aplicación directa de los recursos y con el fin de hacer las cosas de una manera más eficiente y óptima para lograr que la rentabilidad sea efectiva. Los códigos de ética se aplican en todo momento desde el gerente hasta el portero, para que cada uno conozca los lineamientos claros.

El código de ética aplicada en la empresa garantiza que los procesos se desarrollan mejor, que las personas son eficientes y que el producto sale al mercado con calidad y garantía

3.4.2. Indicadores de Gestión

La planificación y control de una empresa parte de las políticas y reglamentos estipulados es ahí donde se suscitan las actividades que gestionarán un

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ingreso considerable, sin embargo la gestión de las decisiones que se tomen generan resultados que son medido en el tiempo, mercado, empresas e interés para crear y ubicar indicadores de gestión que son cifras previamente establecidas para cuantificar el desarrollo de la institución, podemos citar indicadores en base al alcance de metas dentro de una empresa, indicadores de liquidez con los estados financieros, e incluso indicadores que midan la eficacia de los empleados en tareas operativa, existe un indicador de rentabilidad al igual que otro que analiza el riesgo de la empresa. Toda herramienta creada para medir el desarrollo de una actividad involucra la puesta en marcha de estrategias que se las miden en base a los indicadores de gestión,

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

Dentro de las actividades en desarrollo laboral existen programas destinados a dar beneficio al empleado y que es obligación del empleador detallar la responsabilidad de hacer cumplir en lo referente a la política salarial, seguros social, aporte patronales, seguro voluntario, situación de calamidad doméstica, pago de horas extras, beneficios sociales de ley, en lo referente a la mujer embarazada, desahucio, fondo de reserva, entre otros relacionados

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

En referencia a este punto las políticas de comunicación son:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- La toma de decisiones de la junta directiva tienen que ser difundidas a todos los empleados, previa autorización de gerencia general.
- Está prohibido por las personas en relación de dependencia con la empresa divulgar cualquier tipo de información económica o de procesos internos. Si fuese el caso se tomaran acciones legales con los implicados.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1.Registro de Marca

El registro de las actividades, proyectos, o marca está dividido en un estudio de la marca respectiva, que no coincida con ninguna marca o proyecto ya establecido, que sea único y que nadie en ninguna ciudad o país exista, dando la prioridad intelectual al que reclama la exclusividad de una marca. La empresa “ACUARCOIRIS SA.” realizara el registro de la marca “Rainbowfish”.

3.5.2.Manual de Procesos Productivos

Los aspectos a tomarse en cuenta para el manual de procesos productivos es el siguiente:

- Identificación de la Empresa
- Departamentos involucrados en el ámbito productivo de la empresa
- Objetivos de procesos productivos
 - Contenido de los procesos
 - Personal Responsable
 - Flujogramas
 - Cronograma

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

Este inciso no aplica porque no afecta al presente Trabajo de Titulación.

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

Este inciso no aplica porque no afecta al presente Trabajo de Titulación.

3.6. Seguros

Los seguros a contratarse cubrirán el riesgo que la empresa “ACUARCOIRIS SA.”, pueda ser afectada en cualquier imprevisto de forma natural, culposa o dolosa. Por lo cual se va incurrir en el costo de contratar pólizas de seguro mencionadas a continuación.

3.6.1. Incendio

La empresa contratara una póliza anual de seguro contra incendio con Seguros Equinoccial. Lo cual cubre en su totalidad los bienes de la empresa llegase a incendiarse. Las causas a cubrir pueden ser generadas de forma natural o provocada; la prima neta de esta póliza a pagarse es de \$85,00 dólares, que serán pagados anualmente.

3.6.2. Robo

Si la empresa tuviera un siniestro de robo, será cubierta en un porcentaje del 80% con un máximo tope de \$50.000,00 dólares determinado en la póliza de seguro.

Las coberturas son:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Robo
- Asalto
- Tentativa a primer riesgo

El costo de la prima anual es de \$115,00 dólares.

3.6.3. Fidelidad

Este inciso no aplica ya que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” no va a contratar una póliza de fidelidad a cubrir cualquiera acto doloso por parte de los trabajadores.

Los trabajadores a contratarse deben que cumplir un perfil y tener un historial laboral con recomendación de ser personas intachables en su historial laboral.

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Este inciso no aplica ya que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” no va a contratar un seguro de anticipo y cumplimiento de contrato, la empresa está en etapa de introducción y no es conveniente tener muchos costos fijos.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

La empresa contratara una póliza de maquinarias y equipos, la cual tiene una cobertura de todo riesgo de daño físico o natural y pérdida. El cual la prima anual a pagarse será de \$200,00 dólares.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

Este inciso no aplica ya que la materia prima debe que llegar en buen estado al destino, si estuviere en mal estado el proveedor incurre con el costo de esa materia prima, esto está especificado en las políticas de la empresa.

3.7. Presupuesto

Inversión Diferida			
#	Descripción	Costo Mensual	Costo Total
Seguros			
1	Prima contra Incendios	\$ 200	\$ 200
1	Prima contra Robo	\$ 200	\$ 200
		Total	\$ 400
Gastos de Constitución			
1	Constitución de la compañía	\$ 1.000	\$ 1.000
1	Adecuación de Instalaciones	\$ 5.000	\$ 5.000
1	Registro de marca	\$ 116	\$ 116
1	Búsqueda Fonética	\$ 16	\$ 16
1	Permisos de funcionamiento	\$ 300	\$ 300

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	Total	\$ 6.432
--	--------------	-----------------

Tabla 3 Presupuesto

Elaborado por: Autor de la Tesis

CAPÍTULO 4

AUDITORIA DE MERCADO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. Pest

- **Político**

El proyecto está enfocado a colaborar con la matriz productiva del país, en la actualidad el presidente Rafael Correa está apoyando a la actividad económica interna del país, mediante proyectos; “el Ministerio de Industria y Productividad está incentivando a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) mediante el programa PRODUCEPYME con el objetivo de incrementar la productividad y competitividad de las unidades productivas: empresariales, asociativas; y, artesanales promoviendo la sustitución inteligente de importaciones.

El programa PRODUCEPYME podrá cofinanciar hasta el 80% del total del proyecto, siendo el monto máximo de apoyo por parte del MIPRO de 50.000 USD para unidades productivas independientes y de 100.000 USD para grupos asociativos; EL 20% del valor restante del proyecto será contraparte de las unidades productivas, empresariales, asociativas, artesanales beneficiadas. ” (Productividad, 2014)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

No hay barreras que impidan el expendio de trucha arcoíris, si la empresa en un futuro piensa expandirse debe que regirse a las nuevas normas de exportación, “PROECUADOR promoviendo la promoción de productos provenientes de la acuicultura en mercado internacionales, con el objetivo de contribuir el fortalecimiento de la capacidad exportadora.” (PROECUADOR, 2014)

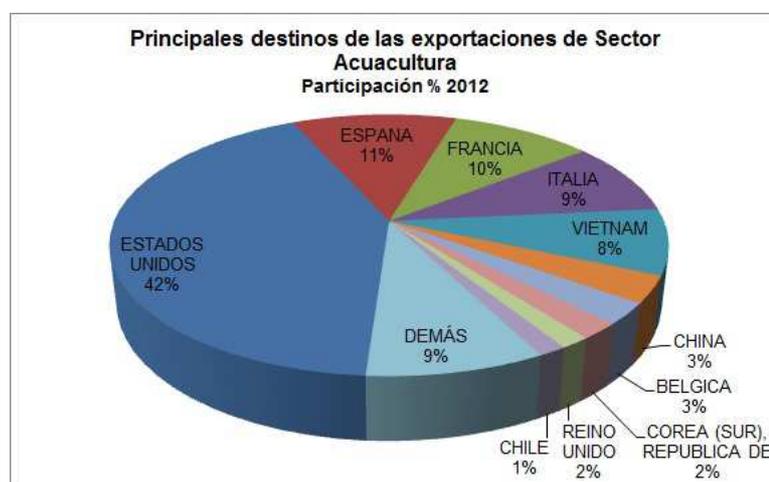


Gráfico 2 Principales destinos de las exportaciones de sector acuicultura Participación 2012
Elaborado por: PROECUADOR
Fuente:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/pesca-y-acuicultura/>

- **Económico**

Según las estadísticas del Banco Central del Ecuador la inflación anual ha ido decreciendo desde junio 30 del 2012 de un 5% al 31 mayo del 2014 se encuentra la tasa de inflación 3,41%, el estado ecuatoriano tratado de disminuir el ritmo de aumento de los precios para mantener en la propagación de la inflación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Las perspectivas de crecimiento de la economía ecuatoriana en este año incrementarán en dos décimas según datos tomados del Fondo Monetario Internacional, pasando de un 4% estimado en octubre, a un 4,2%. En materia de inflación, el FMI realiza en cuatro décimas su previsión de hace seis meses para este año (un 2,8 %), y prevé, además, una subida de los precios a un 2,6%, para el 2015. El desempleo se mantendrá en un 5 % en el 2014 y 2015, mientras que el déficit por cuenta corriente estará en el 2,4 % del PIB este año, y en el 3,1% el próximo.

Estos análisis se complementan con el informe económico trimestral de la Consultora Deloitte, que a finales de marzo indicó que Ecuador vivirá dos años de crecimiento económico moderado.

- **Social**

El gobierno del Presidente Rafael Correa Delgado ha creado un plan del buen vivir con el objetivo de modificar la matriz productiva y erradicar la pobreza. Con este objetivo, el gasto y la inversión del sector público se han incrementado del 21% del PIB en 2006 a casi el 41% en 2012. Gran parte de estos recursos se han destinado a programas y proyectos de inversión en infraestructura y en los sectores sociales. El crecimiento en Ecuador ha sido inclusivo, con un efecto directo en la reducción de los niveles de pobreza y desigualdad, y el crecimiento de la clase media. Entre 2006 y 2013, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 25,5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16,9% hasta el 8,6%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Además, la reducción de la desigualdad ha sido más rápida que la media de la región: el coeficiente de Gini se redujo de 54 a 48,5 entre 2006 y 2013, mientras que la clase media se incrementó del 20% al 26% entre el 2006 y el 2009. Esto es debido a que el crecimiento benefició más a los más pobres: en efecto, entre 2000 y 2011 el crecimiento más pronunciado del ingreso se produjo en los dos quintiles más pobres. De hecho, el ingreso para el 40% de la población más pobre creció un 8,8%, comparado con el 5,8% de media del país.

A pesar de estos notables resultados, todavía persisten importantes desafíos para la sostenibilidad de los logros alcanzados en reducción de pobreza y desigualdad, y para asegurar que el crecimiento sea sostenible e inclusivo. Más de la mitad de la población de Ecuador sigue siendo pobre o es vulnerable a volver a caer en la pobreza. Y los esfuerzos canalizados a través de la inversión pública dependen aún en gran medida de los ingresos generados por un solo sector, que es el petrolero.

En cuanto concierne a tendencias y hábitos de las personas, según medios de la prensa escrita como el diario Hoy dicen que el consumo de productos con bajas calorías ha incrementado en el país. Según un estudio de Ipsa Group el consumo de productos light o bajos en calorías, que en otras latitudes se perfila muy alto, en el país representa el 10% del consumo total del sector alimentario ecuatoriano. (Hoy, 2010)

- **Tecnológico**

La Cámara Nacional de Acuicultura es la voz oficial del sector acuícola del Ecuador, enfocada en analizar temas coyunturales relacionados con el desarrollo de la actividad acuícola en el Ecuador y ofrecer información técnica y avances científicos relacionados con las varias ramas de este importante negocio: nutrición y prácticas de alimentación, diagnóstico de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

enfermedades y su control, producción sostenible y buenas prácticas de cultivo, innovación tecnológica, diversificación y avances en el cultivo de nuevas especies acuícolas, clima y medio ambiente, mercados y estadísticas de producción. (Acuacultura, 2014)

4.2. Macro, Meso y Micro

Macro

- a) El Ecuador registró 14.306.876 habitantes al 5 de diciembre del 2010, según los datos preliminares del Censo de Población y Vivienda por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).
- b) En comparación con los resultados del censo 2001, en donde la población llegó a los 12.481.925 habitantes, el país bordea una tasa de crecimiento intercensal anual de 1,52%.
- c) Mediante esos datos tomados por el INEC se llegó a determinar que el Guayas es la provincia que registra mayor número de habitantes con 3.573.003 por ende la ciudad de Guayaquil es la ciudad de mayor número de habitantes del país, lo que hace atractivo la creación del proyecto, para el expendio de trucha arcoíris en la ciudad de Guayaquil, ya que es la ciudad más habitada del Ecuador. En cuanto a la densidad demográfica, los resultados preliminares del censo del 2010 arrojan una densidad de 55,8 habitantes por Km² para el país. La segunda provincia con mayor densidad poblacional es Guayas con 227,5 habitantes por Km².

Meso

Teniendo en consideración que la crisis económica afecta especialmente a los países subdesarrollados, el Ecuador se encuentra en el puesto diez,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

siendo uno de los países menos subdesarrollados de América Latina y el Caribe con un 32,4 % de pobreza según datos tomados en el año 2012, y esa tasa va ido decreciendo constantemente según la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) ya que actualmente el país está promoviendo su matriz productiva, haciendo que la inversión interna y extranjera en el Ecuador sea atractiva. Con esto la creación de nuevos negocios ayude incrementar la riqueza nacional.

El producto interno bruto del Ecuador es del 5,1% según los datos del Banco Mundial, la creación del proyecto abastecería el sector de servicio de expendio de alimentos y aportaría al mejoramiento de matriz productiva del país; generando nuevas plazas de trabajo y mejorando la economía del país.

Micro

El proyecto va estar ubicado en la ciudad de Guayaquil a la altura del km 6,5 vía a Daule. Este lugar es el más adecuado para la implantación de una microempresas productora, por la conexión que tiene a grandes vías interprovinciales y la cercanía a la ciudad de Guayaquil. Además porque está cerca de la provincia del Azuay donde se encuentran los proveedores del producto.

4.3. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

La decisión gubernamental de controlar la calidad de los productos que ingresan al Ecuador y reemplazar las compras al exterior con fabricación nacional tiene un impacto en el incremento de la industrialización y producción del país, el fortalecimiento de la dolarización y el cambio del estilo de consumo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Actualmente el gobierno según la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) va a poner en funcionamiento un riguroso control de calidad a la importación de 314 subpartida (que incluyen múltiples productos) y la implementación del modelo de sustitución de importaciones.

Las millonarias importaciones que entran al Ecuador de productos que podrían fabricarse en el país, han sido alimentos procesados y congelados como carnes para el consumo interno de la población ecuatoriana. Los casos más visibles por su impacto mediático y comercial fueron inicialmente los de la importación de carne molida para hamburguesas que se destinan cifras millonarias anualmente, y las papas fritas que venden las grandes transnacionales de comida rápida, que se pagan con divisas ecuatorianas unos \$ 8 millones al año, según cifras entregadas por el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MPEC).

Esto hace que la industria de alimento en el país crezca y contribuya en gran parte a la economía nacional, la meta esperada que el gobierno quiere que desde este año que se redujo un 5% de importaciones hasta el año 2017 se haya reducido en un 28%, la meta es de llegar a reducir \$6350 millones de dólares.

Según Francisco Alemán, profesor de Finanzas Corporativas y Entorno Empresarial de la Escuela de Negocios Espae-Espol, explica que la industria de alimentos es una de las más atractivas, actualmente, para la inversión, un sector prioritario que debe ser valorado. "Hay compañías multinacionales de alimentos que han negociado a pesar de las restricciones arancelarias. Está viniendo la inversión a comprar empresas en marcha porque les interesa quizá la marca o el producto. Ecuador tiene compañías con capacidad de internacionalizarse".

En lo que concierne el consumo de alimentos piscícolas, Oswaldo Vélez, de la Dirección de Proyectos de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

indicó que en Ecuador el consumo per cápita anual de pescado es de 7 kg por persona.



Gráfico 3 Meta de sustitución de importaciones

Elaborado por: Editorial másQmenos

Fuente: Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad 2014

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El mercado de productos alimenticios con valor agregado está creciendo de manera rápida, según vayan evolucionando el estilo de vida de las personas los productos alimenticios se van acoplando al estilo y tendencia de demanda que ellos impongan. La población ecuatoriana tiene algunos factores en el hábito de consumo de productos alimenticios, según el INEC (2012) los que más influyen son; cuidado estético, la salud y degustación de exquisiteces. Esto hace que al mercado inclinado a un consumo definido se le complique conseguir productos con bajo contenido calórico, que aporten un adecuado valor nutricional y que tenga un buen sabor al paladar; ya que son escasos.

Este panorama indica que la trucha ahumada es una buena alternativa para el consumidor, ya que cumple con todos los requerimientos de contenido

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

calórico, podrán encontrar fácilmente lugares donde expendan el producto de forma primaria (para el consumo en sus hogares) o preparados (para el consumo en restaurantes). Esto hará que el mercado que está en su etapa de madurez, acoja en su cadena alimentaria a la trucha arcoíris de forma ahumada y empaquetada al vacío.

4.5. Matriz BCG

- **Estrella**

Una empresa que tiene gran crecimiento y participación en el mercado mediante el expendio de mariscos congelados, es NIRSA en la que se desplaza en su línea de enlatados y congelados Real.

- **Interrogante**

Esta la creación del proyecto de Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Trucha Arco Iris Ahumada y Empaquetada al Vacío en la ciudad de Guayaquil, que tiene el objetivo de un gran crecimiento pero todavía no tendría gran participación en el mercado guayaquileño, ya que el producto recién se estaría posicionando en el mercado.

- **Vaca**

Enlatados y Congelados Facundo SA., tienen un bajo crecimiento en el sector de congelados de mariscos pero una gran participación en el mercado. Porque el mercado meta es enlatados de granos, pulpas de frutas, enlatados y congelados de comidas precocinadas.

- **Perro**

No hay empresas de preparación de alimentos congelados o precocinados, que su participación de mercado o sus productos estén al

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

declive. Ya que la tendencia del mercado alimenticio en el Ecuador, tiende a crecer.

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

- **Introducción**

La venta de trucha ahumada y empaquetada al vacío está ingresando a un mercado nuevo que se va a comenzar a satisfacer en la ciudad Guayaquil, los costos de producción son bajos esto hace que haya una rentabilidad lucrativa por el expendio del producto. En esta fase se dará a conocer el producto en el mercado mediante una estrategia de marketing; inicialmente vía radio y mediante degustación en los diferentes lugares de expendio del producto.

- **Crecimiento**

En esta fase el producto tiene un nicho de mercado captado, se piensa en crear prestigio comenzando a mejorar la infraestructura de la empresa y la presentación del producto, también se piensa en ampliarse tentativamente a otras provincias como Quito y manta. Para que el cliente se familiarice con la marca se pensara en crear promociones y descuentos en los productos que se expendan en los diferentes supermercados.

- **Madurez**

La trucha ahumada ya está posicionada en un segmento de mercado, el cual sería el mercado objetivo que son los restaurantes y supermercados. Donde la demanda se ha intensificado, el consumo de trucha ahumada es de gran aceptación en el Ecuador y se mantiene el ciclo de vida del

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

producto. En esta fase también habría una diversificación del producto para el mercado ecuatoriano; sería la venta de trucha congelada, fresca y para dar un valor agregado al producto ya existente sería la venta de trucha ahumada en aceite de oliva.

- **Declive**

En esta etapa es donde ya se ha abarcado el mercado local y se piensa en expandirse a otros mercados internacionales, para que el producto no tenga un declive.

4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter:

Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

- **Rivalidad entre Competidores**

No existen competidores directos, pero uno de los competidores indirectos que afectaría o sustituiría a la venta de trucha ahumada sería la venta de atún enlatado o pescado congelado al vacío. Pero por otra parte la competencia es alta. El principal competidor es NIRSA con sus productos congelados y enlatados. Esta empresa por el tiempo que tiene en el mercado maneja una gran gama de productos y tiene múltiples ofertas para el consumidor.

- **Amenaza de los nuevos competidores**

La amenaza de nuevos competidores es baja ya que la cartera de proveedores solo satisface la demanda del proyecto a ponerse en pie.

- **Amenazas de Productos Sustitutos**

Un producto sustituto sería la venta de mariscos congelados y empaquetados, es un nivel de amenaza bajo ya que el único producto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

que puede reemplazar a la trucha es el salmón, no productos piscícolas provenientes de agua salada.

- **Poder de negociación**

Los proveedores tienen un alto nivel de poder de negociación, suponiendo que ellos no puedan abarcar la demanda que implicaría abastecer la ciudad de Guayaquil, existiría un conflicto entre los clientes y el consumidor final

- **Poder de Negociación de los clientes.**

El poder de los clientes es de un nivel medio ya que el producto que se ofrece no lo pueden fabricar ellos, pero al mismo tiempo ellos pueden sacar el producto del mercado, reemplazar o sustituir por otro producto novedoso y que tenga las mismas propiedades alimenticias.

4.8. Análisis de la Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

- **Directa**

En el proyecto no existe una competencia directa, ya que no hay ninguna empresa que elabore o produzca de forma masiva trucha ahumada y empaquetada al vacío o a su vez importe y distribuya el mismo producto.

- **Potencial**

La competencia potencial sería la empresa NIRSA, porque es una empresa ya establecida y posicionada con algunos años de prestigio en el mercado ecuatoriano, actualmente están ofreciendo pescado de agua salada congelados y en un futuro podrían expandirse con una nueva línea de ahumados.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Indirecta**

La competencia indirecta sería la venta de ahumados de carnes, como chuletas ahumadas o pavo ahumado. Actualmente las empresas que distribuyen en gran parte al mercado ecuatoriana son PLUMROSE, Embutidos YURIS, que a su vez son marcas manejadas por PRONACA y es una de las mayores empresas representativas en el país de productos alimenticios.

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

- **Mercado Real**

El segmento de mercado meta sería los restaurantes de Sushi, y un segmento muy particular sería personas que les guste cuidar su cuerpo en lo que corresponde a figura y salud, porque el nivel de grasa del producto es bajo y aporta gran propiedades de nutrientes al cuerpo humano.

- **Mercado potencial**

El segmento de mercado potencial sería las personas que les guste reemplazar el salmón por un producto más económico y de mejor sabor.

4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Como esta mencionado en el punto 4.8.1 no existen competidores Directos para el presente Trabajo de Titulación, pero se ha considerado que los competidores potenciales e indirectos pueden tener una gran importancia en cuando al segmento de mercado que se piensa direccionar. A continuación se hace reseña de las ciertas características más importantes:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

COMPETIDORES	TIPO DE COMPETENCIA	LIDERAZGO	ANTIGÜEDAD	UBICACIÓN	PRODUCTOS PRINCIPALES	LINEAS DE PRODUCTOS
NIRSA	Potencial	Fuerte	Mucha Experiencia	Buena Localización	Atún, Congelados, Conservas y Sardinás	Atun Real, Congelados Real (Camaron y Pescados), Conservas, Sardinás.
PRONACA	Indirecta	Fuerte	Mucha Experiencia	Exelente Localización	Carnes(Ave, Res, Cerdo y Mariscos), Embutidos, Alimentos de 1era Necesidad, Congelados.	Mr. Pollo, Mr. Chanco, Gustadina, Mr. Cook, Mr. Fish, Fritz, Indaves, Rendidor, Mr. Pavo, La Estancia.

Tabla 4 Características de los competidores

Elaborado por: Autor de la Tesis

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

El benchmarking nos da una mayor amplitud de los competidores directos en lo que tiene que ver aspectos positivos de la empresa, posicionamiento del mercado. Pero ya mencionado anteriormente el proyecto de titulación no tiene competencia directa. Se podría tomar referencia de los competidores potenciales e indirectos, tratar de acoplar al modelo de la empresa mediante sus estrategias de ingreso al mercado, lanzamiento de productos y como crear prestigio en el mercado meta, tomarlos en práctica y mejorarlos, con el fin de crear una participación significativa en el mercado, que el producto tenga un ranking alto y crear un prestigio a la empresa

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

Se han escogidos dos segmentos de mercado:

- El primer segmento estará constituido por los supermercados más importantes de la ciudad de Guayaquil, que son: Megamaxi e Hipermarket. Ya que son cadenas que comercializan productos de consumo masivo a las personas de clase media, media al y alta que

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

gusten consumir trucha o a su vez les guste variar en sus hábitos alimenticios.

- El segundo segmento son los restaurantes gourmets y sushi bars. Este segmento va orientado a personas que les guste consumir preparados con trucha arcoíris o a su vez consumir nuevos tipos de preparados gourmets.

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

A continuación se detallan las variables de segmentación tomadas en cuenta para los dos segmentos.

BASES PARA LA SEGMENTACION DE CONSUMIDORES

DEMOGRAFICAS	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 20 a 60
	Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino
	Ocupación	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado • Desempleado • Independiente • Ama de Casa.
SOCIOECONOMICAS	Nivel Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> • Medio • Medio Alto • Alto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	Nivel de Estudio	<ul style="list-style-type: none"> • 3er Nivel • 4to nivel
	Geografía	Norte, Sur, Centro y Limites de Guayaquil.
Estilo de vida	Personas Preocupadas por su alimentación.	
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> • Nutrición • Salud • Apariencia física • Buen Gusto • Productos que Cuiden su Estética. 	

Tabla 5 Base de segmentación para el segmento de consumidores

Elaborado por: Autor de la Tesis

BASE DE SEGMENTACION PARA EL SEGMENTO DE NEGOCIO

Segmento de Negocios	Ubicación	Tipo de Cliente	Criterio de Compra de Comprador
Sushi Bars	a. Urdesa b. Vía Samborondon c. Centros Comerciales 1)San Marino 2)Policentro 3)Riocentro Ceibos 4)Mall del Sol 5)Village Plaza 6)Riocentro Puntilla	a. Clase Media Alta, Alta b. Clase Media Alta, Alta c. Clase Media, Media Alta, Alta	Tiempo Entrega Calidad Durabilidad Precio
Restaurantes Gourmets	a. Urdesa b. Garzocentro c. Plaza Orellana d. Plaza Lagos e. Hoteles	a. Clase Media Alta, Alta b. Clase Media, Media Alta c. Clase Media Alta, Alta d. Clase Media Alta, Alta e. Clase Media, Media Alta, Alta	Calidad Durabilidad

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 6 Base de segmentación para el segmento de negocio

Elaborado por: Autor de la Tesis

4.9.1.2. Selección de los Segmentos

El segmento seleccionado es el siguiente:

VARIABLES	CRITERIOS ESPECIFICOS
Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	20 a 60
Ubicación	Guayaquil
Nivel Socio Economico	Medio, Medio Alto y Alto

Tabla 7 Segmento seleccionado

Elaborado por: Autor de la Tesis

Este segmento es seleccionado, porque son personas de estratos sociales que habitualmente visitan restaurantes gourmets y sushi bars e incluyen platillos exóticos o pocos comunes a su menú diario.

4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos

Explicando la tabla del punto 4.9.1.2 del Trabajo de Titulación, se puede indicar que el perfil del segmento o target se ha determinado por los factores de los hábitos de los consumidores de la ciudad de Guayaquil:

- Personas con hábitos de consumir productos sanos y con alto contenido de nutrientes y vitaminas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Personas que les guste cuidar su figura y consuman productos con bajos contenidos calóricos, siendo que productos ahumados cuentan con este factor.
- Personas que les guste de alimentos gourmets

4.10. Matriz FODA

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Ser empresa productora de mayor volumen de Trucha ahumada y empaquetada al vacío en la ciudad de Guayaquil. • Disponer de una producción constante por parte de los proveedores. • Tener un precio competitivo en el mercado Guayaquileño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser una empresa nueva en el mercado • No tener diversificación de productos
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la demanda del consumo de productos ahumados • El apoyo del gobierno en mejorar la matriz productiva y sustituir las importaciones • Apoyo del gobierno ecuatoriano con PROECUADOR con el proyecto PROPECAR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conservar el buen desempeño de la empresa para aumentar su demanda. • Aprovechar la ayuda del gobierno para crear una marca de prestigio para el cliente • Crear una cartera fidelizada de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar un producto de calidad al cliente • Implementar en corto plazo nueva línea de productos
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 8FODA

Elaborado por: Autor de la Tesis

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

El diseño de la investigación de este Trabajo de Titulación aplicara el método inductivo-deductivo, en el cual se emplean encuestas al consumidor final y entrevistas a expertos en alimentos. Lo cual podrá brindar datos certeros de la aceptación que tenga el producto al mercado guayaquileño y saber cuál es la tendencia a consumir trucha ahumada o sustitutos de ella.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2. Diseño de la Investigación

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo General

Determinar la viabilidad de la comercialización de trucha ahumada en la ciudad de Guayaquil.

Objetivo Especifico

- Determinar el nivel de conocimiento del mercado sobre la trucha arco iris en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar el nivel de aceptación del mercado hace al producto trucha ahumada.
- Conocer frecuencia de consumo del producto
- Identificar la manera de cómo han consumido pescado ahumado.
- Conocer la aceptación de mercado para el nuevo producto de trucha ahumada.
- Conocer la disposición de pago del mercado por el nuevo producto trucha ahumada.
- Conocer porque medios le gustaría que se comercialice la trucha arco iris ahumada.
- Determinar el perfil de los futuros compradores de la trucha arco iris ahumada

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

Por datos tomados por el INEC, hombre y mujeres que oscilen entre 20 a 60 años, con un nivel socioeconómico de medio, medio alto y alto en la ciudad

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de Guayaquil me da como resultado 444776 personas para el cálculo de la muestra se utilizara la fórmula estadística para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2pqxN}{(N - 1) e^2 + Z^2pq}$$

Ilustración 2 Tamaño de la muestra

Elaborado por: Autor de la Tesis

A continuación se detalla los datos tomados para el cálculo de la formula.

- N: Tamaño de la población, seria 444776 personas
- z: Nivel de confianza, en este caso es 1,96.
- e: Error permisible, es 5%.
- p: Probabilidad del agrado del producto; es 0.70
- q: Probabilidad de desagrado del producto; en este caso es 0,30
- n: es el tamaño de la muestra a calcular.

$$n = \frac{(((1,96)^2) * (0,70) * (0,30) * (444776))}{(((444776) * ((0,5)^2)) + (((1,96)^2) * (0,70) * (0,30)))}$$

Gráfico 4 Tamaño de la muestra

Elaborado por: Autor de la Tesis

El resultado de la muestra dio un total de 322 encuestas a realizarse.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

La técnica que se empleó para el debido análisis de recolección de datos es:

- Recolección de información cuantitativa, donde se empleó una encuesta a 322 personas de la ciudad de Guayaquil, del mercado meta del producto.

- Recolección de información cualitativa, se realizó un focus group para saber el agrado de las personas al consumir el producto y una entrevista a un experto del sector alimenticio.

4.11.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

Para la investigación exploratoria se realizó una entrevista y un grupo focal que se detalla a continuación:

- Entrevista

El 1 de Agosto de 2014 se realizó una entrevista de 7 minutos aproximadamente vía Skype, a un experto en la materia de alimentos al Chef Ejecutivo Roy Gruenow, actualmente el chef se encuentra fuera del país por motivos de trabajo en el exterior.

Desempeñándose en su arte en la ciudad de Moscú – Rusia, en uno de los mejores restaurantes donde representa al Ecuador preparando los mejores platillos del país. La entrevista llevo puntos relacionados a temas del presente Trabajo de Titulación.

La presente entrevista se encuentra explicada y transcrita en su totalidad en el capítulo # 12.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Factores relevantes.**

Al entrevistado se le indico que la entrevista seria grabada, al cual el entrevistado no se opuso. La entrevista duro 6 minutos con 38 segundos, se tomaron datos relevantes que servirían de apoyo para el trabajo de tesis.

- **Focus Group**

Se lo realizo en un grupo focal de manera informal, con 8 personas donde se dio un testeo del producto y se le realizo preguntas a las personas que conformaban el grupo focal. El presente sirvió para tomar datos del agrado y aceptación del producto. A continuación se presenta el cuestionario de preguntas del grupo focal y la conclusión que se determinó en cuanto a la misma:

Cuestionario del Grupo Focal

Buenos noches: soy estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, quisiera pedir su ayuda para que conteste unas preguntas que no llevaran mucho tiempo prevé antes de la degustación de estos bocaditos a base de trucha ahumada. Escoja únicamente una opción de respuesta, si

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

tiene alguna duda favor preguntar yo seré el moderador de este grupo focal.
De antemano gracias por la participación.

Edad

20-30 30-40 40- 50 + 50....

Ocupación: _____

1) ¿Cuál fue su nivel de agrado en cuanto a sabor del producto?

Muy agradable

Agradable

Poco agradable

Desagradable

2) ¿Cómo siente la textura del producto que está degustando?

Arenoso

Jugoso

Seco

Suave

Duro

Graso

3) Es de su agrado el color del producto

Si

No

4) Le agrada el sabor ahumado de la carne de trucha.

Si

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

No

5) En su presupuesto mensual ustedes asignarían un rubro para la compra de este producto.

Si

No

6) Ustedes incluirían en su lista de compras del supermercado trucha ahumada para la preparación del consumo del mes.

Si

No

7) Donde le gusta adquirir este producto?

Supermercado

Tienda de Barrio

Mini Market

Mercado

Otro. _____

Muchas Gracias por su colaboración, que pase feliz noche.

Resultados del Focus Group

Moderador: Jossue Ramirez Campoverde

Participantes del Focus Group:

- Pamela Santiana
- Johanna Cuesta

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Daniel Solórzano
- Jean Baque
- Erick Vítores
- Kathya Vera
- Priscilla Santiana
- Michelle Yagual

PREGUNTAS	CONCLUSION
1) ¿Cuál fue su nivel de agrado en cuanto a sabor del producto?	Todos dijeron que es muy agradable el sabor de la trucha ahumada, tiene un mejor sabor que el jamón ahumado. Es un sabor único y agradable al momento de combinarlo con pan.
2) ¿Cómo siente la textura del producto que está degustando?	La mayor parte dijo que la textura es suave que se derrite al paladar.
3) ¿Cómo siente la textura del producto que está degustando?	Dos personas dijeron que la trucha ahumada es arenosa al momento de masticar pero casi no se siente esa arenosidad, y las demás personas dijeron que es una carne suave que se deshace en la boca a cada mordisco que se le da.
4) Es de su agrado el color del producto	Dijeron que el color rosa pálido con bordes rojizos, hace notar que fuera un jamón y que es un color agradable a la vista, porque hace ver que el producto está en buen estado al consumo humano.
5) Le agrada el sabor ahumado de la	Es primera la vez que degustan

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

carne de trucha.	trucha de forma ahumada y dijeron que se siente muy deliciosa la carne, 3 personas que han degustado salmón en diferentes platillos gourmets dicen que la trucha ahumada es de mejor sabor que el salmón.
6) En su presupuesto mensual ustedes asignarían un rubro para la compra de este producto.	Llegaron a la conclusión que si el precio es aceptable, lo incluirían como producto de consumo continuo.
7) Ustedes incluirían en su lista de compras del supermercado trucha ahumada para la preparación del consumo del mes.	De acuerdo a las diferentes opiniones, se llegó a la conclusión que el producto seria como un producto de primera necesidad en el consumo de su hogar.
8) Donde le gusta adquirir este producto?	Todos acordaron que les gustaría que se expendan en los diferentes supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 9 Resultados del Focus Group

Elaborado por: Autor de la tesis

4.11.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Perfil del Entrevistado

Estado Civil:

Soltero

Casado

Viudo/Divorciado/Separado

Edad:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

20 a 30 30 a 40 40 a 50 Más de 50 años

Sexo:

Masculino Femenino

Zona en donde vive:

Norte Sur Centro Fuera de los limites
(Samborondón / Vía a la Costa)

Ocupación:

Ama de Casa Estudiante Empleado Independiente Otro.
Especifique _____

Ultimo grado de estudio:

Primaria Secundaria Tercer Nivel Cuarto Nivel

ENCUESTA

1) ¿Consume o ha consumido Salmón?

Sí No

2) Si consume el producto esta

Satisfecho No Satisfecho

3) ¿Consume alguno de estos platillos?

1. Sushi Californiano
2. Carpaccio de Salmón
3. Sándwich de Salmón Ahumado
4. Canapés con Salmón Ahumado
5. Ensaladas de Salmón Ahumado

4) ¿Dónde consume estos preparados a base de Salmon?

Lugares	SI	NO
Restaurant		

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

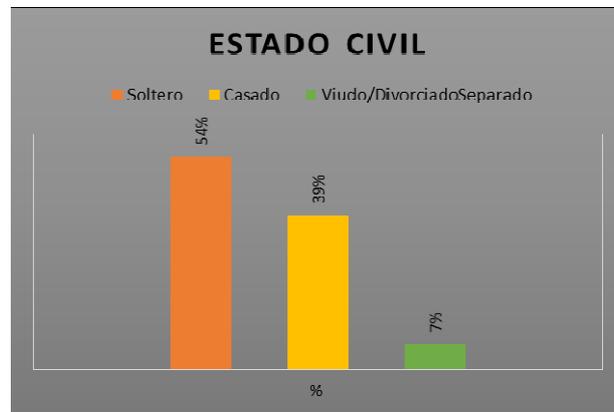
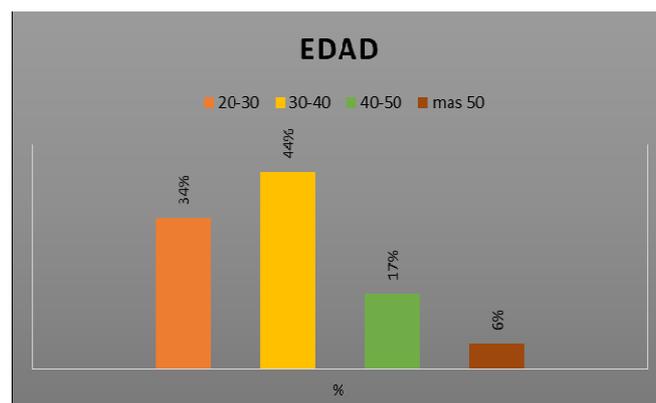


Gráfico 5 Estado Civil

Elaborado por: Autor de la Tesis

- **Distribución por Edad**

Las personas que más accedieron a ser encuestadas, son personas con un nivel de criterio más formado fueron las personas que su rango de edad está entre 30 a 40 años los cuales dio un porcentaje del 44%, en segundo lugar fueron personas entre 20 a 30 años que dio un porcentaje del 34% y en último lugar dieron como resultado que personas entre 40 a 50 años fueron encuestada un 17% y personas más de 50 años accedieron a la encuesta un 6%.



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Gráfico 6 Edad

Elaborado por: Autor de la Tesis

- **Distribución por Sexo**

En cuanto a la variable sexo las encuestas arrojaron los siguientes resultados una mayor participación de mujeres accedieron a contestar el cuestionario de preguntas y tuvieron mayor aceptación en cuanto a la propuesta del producto con un 55% del total y en los hombres dio un resultado del 45%.

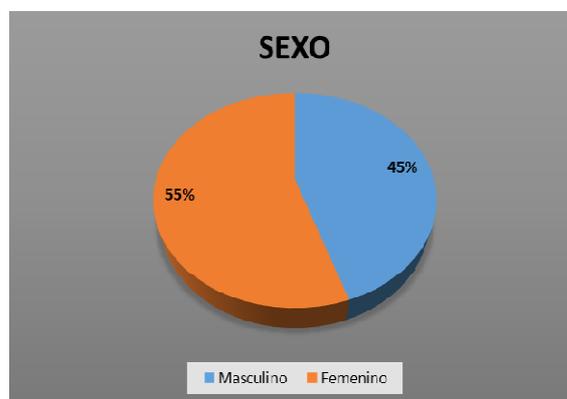


Gráfico 7 Sexo

Elaborado por: Autor de la Tesis

- **Distribución por Zona Donde Vive**

Vemos que el mercado para el expendio de trucha ahumada y empaquetada al vacío está ubicada mayormente en la parte norte de la ciudad con un 46%. También vemos que hay un mercado target

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

mayoritario ubicado al sur de Guayaquil con un 27% y las dos zonas con menor cantidades de encuestados fueron la zona centro con un 11% y las zonas fuera de los limites como Vía a la Costa y Vía Samborondon



Gráfico 8 Zona en donde vive

Elaborado por: Autor de la Tesis

- **Distribución por Ocupación**

Los resultados en su mayoría fueron personas que tiene un rol de dependencia con un empleador con un 55%, en segundo lugar se encuentran personas que están estudiando con un 27%, en tercer lugar están personas que trabajan por su cuenta sin un rol de dependencia y por ultimo están las mujeres que son amas de casa con un 4% y en la variable Otros (personas jubiladas o no tienen ningún oficio) dio como resultado que es el 1%.



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Gráfico 9 Ocupación

Elaborado por: Autor de la Tesis

▪ **Distribución por Ultimo Grado de Estudio**

Como resultado dio que la mayoría de las personas del segmento target tienen un nivel de estudio del tercer nivel o están cursando el tercer nivel con un valor del 67%, mientras que en segundo lugar dio que el 22 % de estas personas tienen un cuarto nivel de estudio o están culminándolo y en últimos lugares están que personas que tienen solo secundaria con un 9% y el 1% que son personas que solo tienen primaria como nivel de estudio.

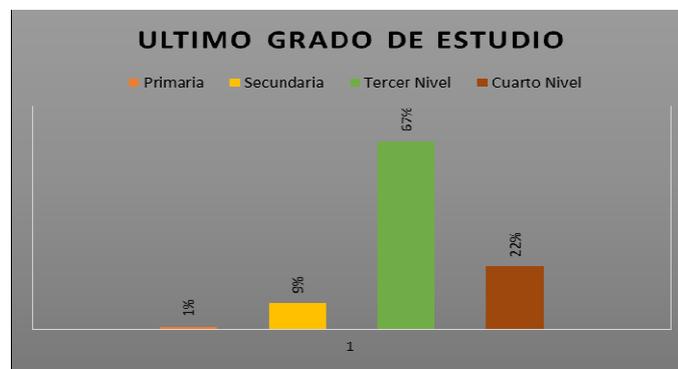


Gráfico 10 Último grado de estudio

Elaborado por: Autor de la Tesis

Resultado de Cuestionario de Preguntas

1) **¿Consume o ha consumido Salmon?**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En relación a la pregunta queda claro que a mayoría de las personas encuestadas, representadas por un 77% han consumido salmón mientras que un 23% menos de la cuarta parte no conoce o nunca ha consumido el salmón.

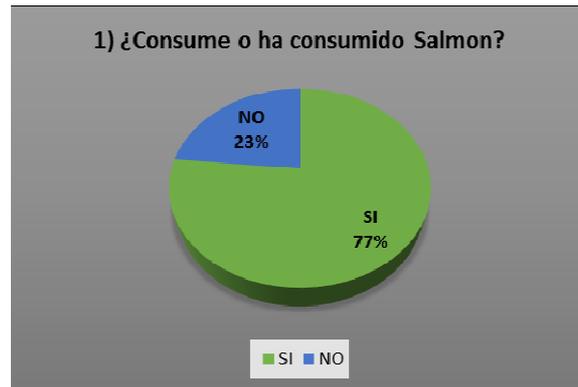


Gráfico 11 ¿Consume o ha consumido Salmón?

Elaborado por: Autor de la Tesis

2) Si consume el producto esta:

El 64% de las personas encuestadas están satisfechos con el salmón en cualquiera de sus formas como lo hayan consumido, y el 13% son las personas que no están satisfechas con el salmón en ninguna de sus formas de preparación. La interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Gráfico 12 Satisfacción del producto

Elaborado por: Autor de la Tesis

3) ¿Consume alguno de estos platillos?

En base a los datos de los gustos de los consumidores dio como resultado, que el 42% de las personas han consumido salmón en preparados de sushi, en segundo lugar con un 15% que han consumido salmón ahumado en distintos tipos de ensaladas que conlleva como base principal este producto. También vemos que en tercer lugar se encuentran los sándwich con salmón ahumado con un porcentaje del 10% de las personas encuestadas, en cuarto y quinto lugar con un porcentaje igual del 5% están los canapés y carpaccio de salmón ahumado.

La interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.

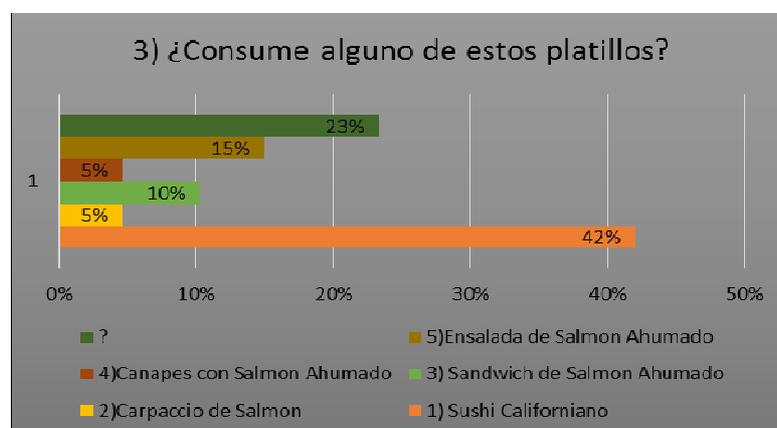


Gráfico 13 ¿Consume alguno de estos platillos?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: Autor de la Tesis

4) ¿Dónde consume estos preparados a base de salmón?

En esta pregunta se consideró tres variables en lo que las respuestas eran necesarias para determinar cuán importante el consumo en estos lugares:

a. Restaurantes

En las encuestas realizadas a las personas dio como resultado que el 53% de las personas que consumen los platillos de la pregunta #3 lo hacen en restaurantes, en segundo lugar dio que el 24% de las personas no han consumido esos platillos en restaurantes.

La interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.

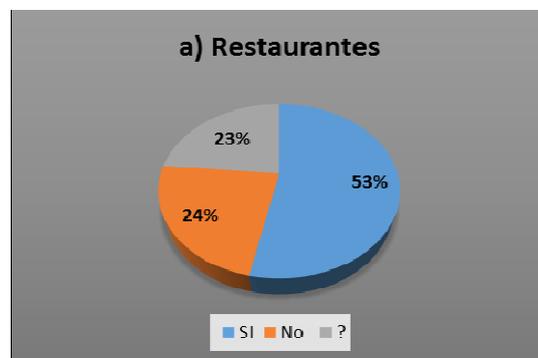


Gráfico 14 Restaurantes

Elaborado por: Autor de la Tesis

b. Sushi Bar

Esta variable según las respuestas de las personas encuestadas dio que el 55% de las personas que han consumidos platillos con base de salmón, lo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

han hecho en Sushi Bar, mientras que el 22% no ha consumido salmón en Sushi Bar.

La interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.

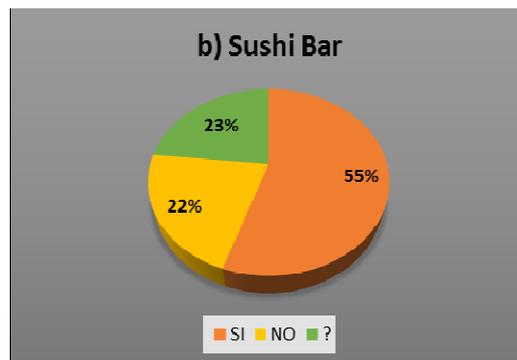


Gráfico 15 Sushi Bar

Elaborado por: Autor de la Tesis

c. En su domicilio

En resultado dio que el 48% de personas que respondieron la encuesta no han consumido salmón en su domicilio, y en opiniones que ellos dieron es que no hay muchos lugares donde venden el salmón. El 29% de las personas que contestaron que si han preparado salmón en su domicilio, lo han preparado en sándwich y ensaladas, estas son personas que les gusta comer sano y cuidar su estética corporal.

La interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Gráfico 16 En su domicilio

Elaborado por: Autor de la Tesis

5) ¿Con que frecuencia consume estos productos?

Vemos como resultados que el recuadro del consumo mensualmente, los valores son los más altos de todo el grafico. Las personas tienen una frecuencia a consumir el producto de 1 a 3 veces mensualmente, es el resultado con mayor relevancia en el gráfico con un 17%, le sigue que mensualmente las personas tienden a consumir 1 vez por mes el producto y en tercer lugar en el mismo recuadro vemos que el 7% de las personas consumen de 4 a 5 veces. El siguiente recuadro relevante seria la frecuencia de consumo trimestral con un 7% de personas les gusta consumir de 1 a 3 veces el producto, siguiendo con 6% que les gusta consumir 1 vez y el 2% a personas que consumen de 6 o más veces el producto. Los otros recuadros no se los consideran relevantes por su bajo porcentajes.

En el recuadro último la interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

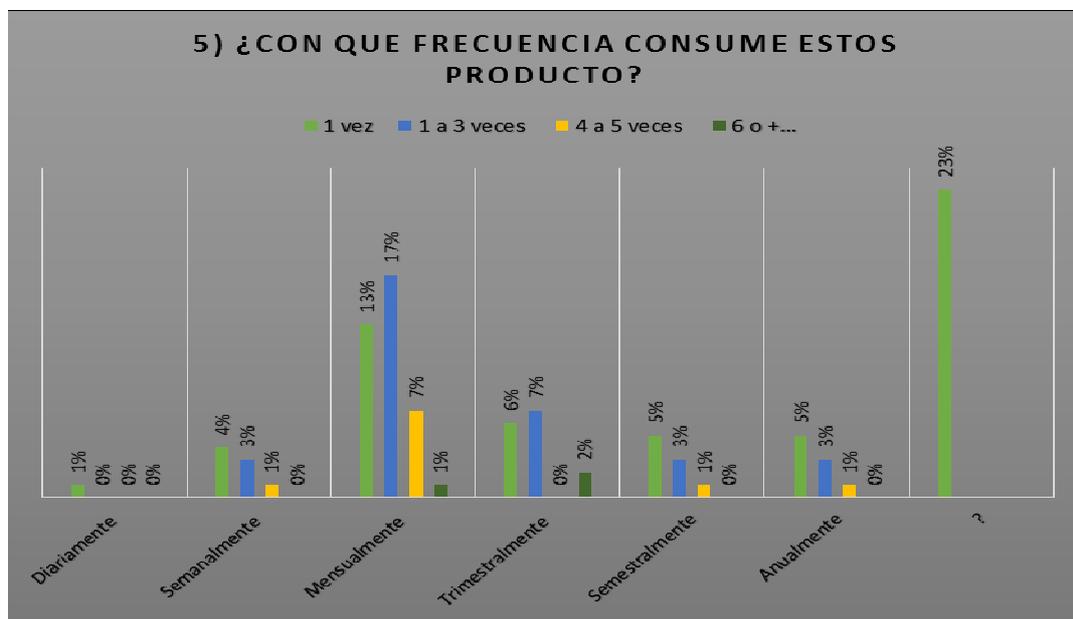


Gráfico 17 ¿Con qué frecuencia consume estos productos?

Elaborado por: Autor de la Tesis

6) Si consume el producto. ¿Se cambiaría por un producto más económico y de mejor sabor?

El 74% de las personas estuvieron de acuerdo que se cambiarían por un producto más económico y de mejor sabor, mientras que para las personas que no piensan sustituir el producto que consumen actualmente contestaron y que no se cambiarían, se procedió a retirarlas de la tabulación de la encuesta, en un principio eran 322 personas y dijeron que no a esta pregunta 9 personas se catalogó que son la demanda insatisfecha de la encuesta y quedaron un total de 313 encuestas.

La interrogante son las personas que en la pregunta #1 contestaron que no han consumido salmón que es un resultado del 23%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Gráfico 18 Si consume el producto ¿Se cambiaría por un producto más económico y de mejor sabor?

Elaborado por: Autor de la Tesis

7) **¿Ha consumido algún preparado con trucha? Si su respuesta SI pase a la pregunta 8. Si su respuesta es NO pase a la pregunta 10.**

Según las respuestas de las personas vemos que el 57% ha consumido alguna vez en su vida un preparado con trucha, según el criterio de cada persona ha sido cuando se han ido de viaje a la parte sierra o es un platillo que consume frecuentemente por sus costumbres. El 43% nunca ha consumido trucha en ningún preparado y tienen desconocimiento que es la trucha.



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Gráfico 19 ¿Ha consumido algún preparado con trucha?

Elaborado por: Autor de la Tesis

8) ¿Estaría dispuesto a consumir un producto de calidad y con propiedades nutritivas que satisfaga sus necesidades?

Según los datos tomados a los encuestados el 57% dijo que si estarían dispuestos a consumir un producto de calidad y nutrientes que ayuden a su salud, un 0% dijo que no. La interrogante con un resultado del 43% son las personas que en la pregunta #7 contestaron que no han consumido ningún preparado con trucha.

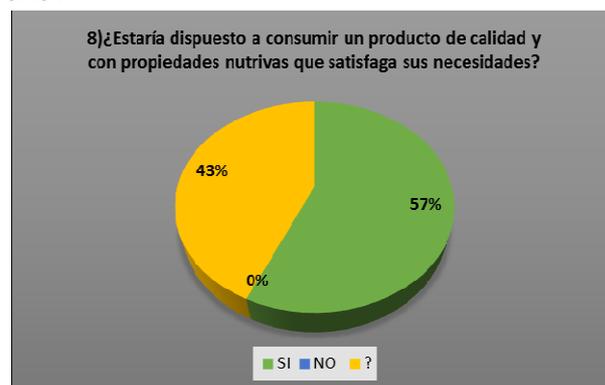


Gráfico 20 ¿Estaría dispuesto a consumir un producto de calidad y con propiedades nutritivas que satisfaga sus necesidades?

Elaborado por: Autor de la Tesis

9) ¿Por qué consumiría trucha? Por su:

Las personas en su mayoría con el 34% dijo que consumirían trucha por su sabor, en segundo lugar con un resultado del 12% dijeron que consumirían por sus propiedades nutritivas, en tercer lugar con un 9% dijeron que consumirían por sus bajas calorías y en último lugar con un 2 % dijeron que consumirían la trucha por su precio. . La interrogante con

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

un resultado del 43% son las personas que en la pregunta #7 contestaron que no han consumido ningún preparado con trucha.

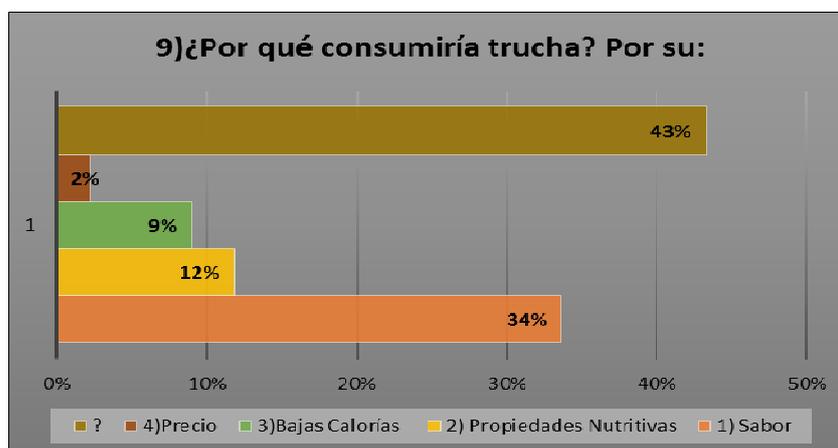


Gráfico 21 ¿Por qué consumiría trucha?

Elaborado por: Autor de la Tesis

10) ¿Consumiría trucha de forma ahumada?

El 89% de las personas que respondieron las encuestas dijeron que si consumirían trucha de forma ahumada y el 8% que no, es un resultado de 27 personas que no consumirían la cuales serán retiradas de la encuesta para la tabulación de las dos últimas preguntas ya que son la demanda insatisfecha. Se le restara a 313 encuestas que en un principio eran 322 porque eran personas que no situarían al salmón y se la considero en la interrogante del grafico que dio un resultado del 3% de un total de 9 personas, menos las 27 que dijeron que no quieren consumir trucha ahumada, quedaran 286 encuestas que será el segmento target y el porcentaje base para desarrollar la proyección de ventas del presente trabajo de titulación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

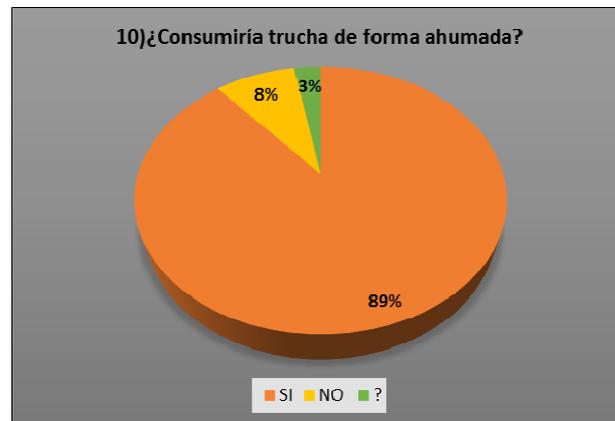


Gráfico 22 ¿Consumiría trucha de forma ahumada?

Elaborado por: Autor de la Tesis

11) ¿En dónde le gustaría adquirir este tipo de producto?

La gente le gustaría adquirir mayormente el producto de trucha ahumada en los supermercados de la ciudad de Guayaquil, ya que dio como mayor porcentaje con un 74%, en segundo lugar con un porcentaje del 12% sería en los MiniMarket. En tercer lugar sería con un porcentaje del 9% en las tiendas de barrio donde quisieran comprar la trucha ahumada, en cuarto lugar con un 4% son los mercados, quinto y último lugar es para la Variable Otro, donde las personas dijeron que les gustaría adquirir el producto de una forma ya preparada o en un punto de venta donde vendan productos bajos en grasas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

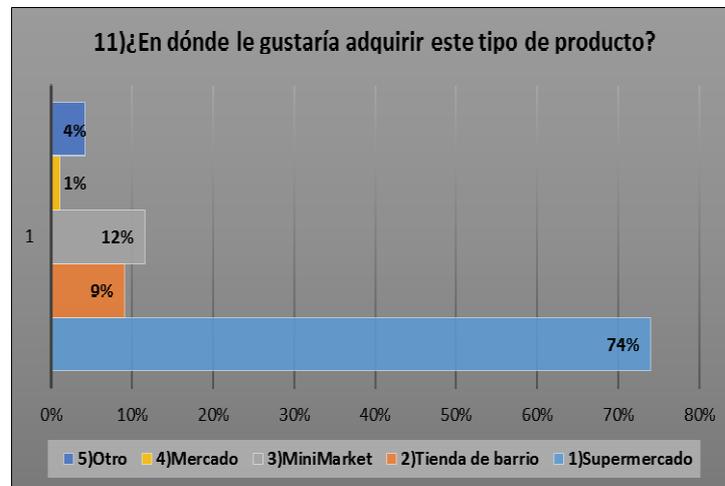


Gráfico 23 ¿En dónde le gustaría adquirir este tipo de
Elaborado por: Autor de la Tesis

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque de trucha ahumada de 250 gr (1/2 lb)?

Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por el empaque de 250 gr de trucha ahumada mayormente entre un rango de \$4,50 a \$6,00 ya que obtuvo un porcentaje del 49%, las opiniones de las personas dijeron que les gusta la idea de que sea de forma ahumada y en su forma de pensar dicen que los productos ahumados es un extra que lleva el producto y por esa razón se tiende a pagar mayor precio. En segundo lugar con un porcentaje del 26% las personas estarían dispuestas a pagar entre un rango de \$3,50 a \$4,50 y tercer lugar con un 22% estarían dispuestas a pagar entre \$6,00 a \$7,50. Por último con un porcentaje del 3% las personas dijeron que estarían dispuestas a pagar un valor mayor a \$7,50.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

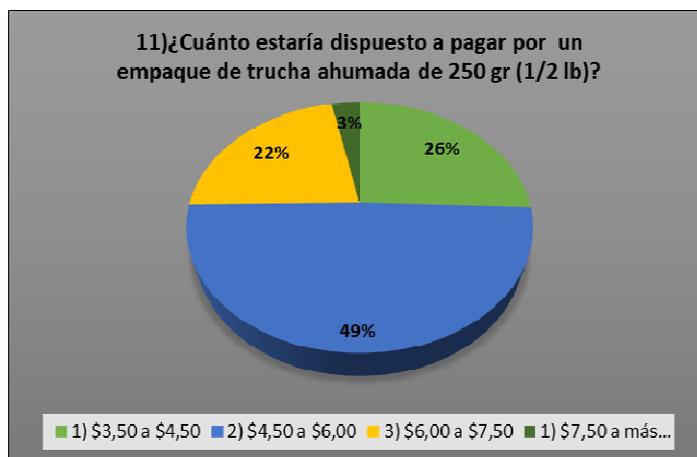


Gráfico 24 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque de trucha ahumada de 250 gr (1/2 lb)?

Elaborado por: Autor de la Tesis

4.11.2.5. Resumen e Interpretación de Resultados

El sexo femenino tuvo mayor participación en la encuesta con un 55%, aunque se podría decir que casi estuvo a un nivel equitativo en ambos sexos, la mayor parte de personas fueron de edades que bordean entre los 30 a 40 años con un 44% del porcentaje de la encuesta, los cuales son personas con criterio formado ya que mayormente de las personas tienen un nivel de estudio de tercer nivel y se desenvuelven en el ámbito laboral, este factor es de conveniencia al proyecto ya que es un mercado con un nivel adquisitivo atractivo. Ya que este era el target ideal a encuestar para obtener datos factibles para el trabajo de titulación.

En lo que concierne a localización el segmento target mayormente está ubicado a la parte norte de la ciudad de Guayaquil y de ahí se desglosa que en el sur, centro y fuera de los límites (Vía Samborondón y Vía a la Costa) tiene un menor porcentaje.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Con respecto al cuestionario de preguntas desde la numero 1 hasta la pregunta #6 se quiso determinar cuál es el nivel de consumo de salmón en Guayaquil, ya que se pretende tomar el mercado de las personas que consumen salmón, para reorientar su consumo a la trucha ahumada. Con los datos obtenidos en la encuesta se determinó la demanda, la frecuencia de consumo y los lugares donde estas personas saben consumir este pez. Los datos relevantes que dieron estas preguntas fueron que el 77% de las personas encuestadas han consumido salmón; lo han consumido en Sushi Californiano por el porcentaje del 64% que obtuvo. Los lugares donde mayormente han consumido esta preparación ha sido en restaurantes y sushi bar; la minoría ha consumido en su domicilio. Se determinó que la frecuencia de consumo es de una a tres veces por mes lo que podemos inferir que la misma frecuencia tendrá la trucha ahumada para la degustación de preparados de este producto, debido a que es de buen sabor y podrá ser adquirida en un menor precio.

Desde la pregunta #7 hasta la pregunta #12, se establecieron preguntas de conocimiento, aceptación, lugares donde les gustaría adquirir y precios que estarían las personas dispuestas a pagar. Como resultado dio que el 57% de las personas han consumido trucha y con un valor porcentual del 74% dijeron que estarían dispuestas a sustituir la trucha por el salmón, el factor principal fue por su sabor, segundo por sus propiedades nutritivas y en tercer lugar por sus bajas calorías. Las personas les agradarían la idea de consumir trucha de forma ahumada ya que dio el 89% de las encuestas, consumirían la trucha de esta forma y mayormente les gustaría adquirir el producto en los supermercados en un precio que oscile entre \$4,50 a \$6,00.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

La siguiente investigación da como resultados:

- El 89% del mercado target consumiría trucha de forma ahumada, porque sería la mejor opción de reemplazar el consumo del salmón y les agrada el valor agregado que se le está dando al producto.
- La mayoría de encuestados contestó que estaría dispuesto a sustituir el salmón con la trucha ahumada, da a notar que la trucha tiene mejor sabor hacia las personas que han degustado este tipo de pez y por ende saben que va a ser un producto de calidad y durabilidad.
- En lo que concierne a precios, según opiniones vertidas por los encuestados, que el adquirir productos ahumados tiene un mayor valor por el plus que se le da al producto. Ellos antes de precios bajos, tratan de ver la calidad del producto que están adquiriendo y los beneficios que van a recibir a cambio, por eso estarían dispuestos a pagar un valor entre \$4,50 a \$6,00 dólares.
- En cuanto a los resultados de frecuencia y lugares de consumo el segmento de restaurantes y sushi bar, indico que el mayor rival es el salmón por la sustitución que se piensa hacer, que a las personas por lo general les gusta consumir mayormente preparados con pescados gourmets en sushi bares y restaurantes, con una frecuencia de 2 a 3 veces por mes. Para las personas no es del agrado de ellos preparar platillos gourmets en su domicilio, sino que desean adquirir el producto para hacer preparados fáciles al consumo como sándwich, ensaladas o bocaditos para una reunión por lo que el producto esta pre procesado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Se establecen las siguientes recomendaciones para la investigación de mercado:

- La investigación de mercado refleja que los consumidores prefieren trucha ahumada antes que el salmón. Por lo cual se debe comunicar al mercado potencial las propiedades nutritivas, las bajas calorías, la calidad del producto, su durabilidad, y que todo esto lo puede obtener con un módico precio. Con esto hacer que el consumidor quede satisfecho con la decisión de compra.
- En la fase introductoria se debe realizar una estrategia de promoción a los restaurantes y sushi bars, para que siempre tengan nuestro producto a la disposición del consumidor final.

4.12. Cuantificación de la Demanda

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

- **Mercado Potencial**

El mercado potencial del segmento Supermercados se lo calcula en base de:

- N= 444776 personas (es la población tomada por edad de 20 a 60 años, nivel socio económico medio, medio alto y alto localizado en la ciudad de Guayaquil)
- A= 89% (es el porcentaje de las personas que consumirían trucha ahumada.)
- B= 74% (es el porcentaje de las personas que quieren adquirir el producto en los supermercados.)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- C= 49% (es el porcentaje que las personas encuestadas estarían dispuesto a pagar entre \$4,50 a \$6,00 dólares por 250gr de trucha ahumada).
- D= 11,15% (es el porcentaje de la demanda que se piensa abastecer)
- E= 3 veces por mes (es la frecuencia de consumo de empaque por persona)
- QDP= Cuantificación de la demanda potencial
- QDPt= Demanda potencial abastecida
- Producción= demanda potencial abastecida por la frecuencia de consumo

Para el cálculo de las demandas potenciales del segmento Supermercados se va utilizar la siguiente fórmula:

- **Calculo Demanda Potencial Segmento Supermercados**

QDP= Población x Disposición de Compra x Canal de Distribución x Precio de Compra

QDP= A x B x C

QDP= 444776 x 0,89 x 0,74 x 0,49

QDP= 143535 personas

QDPt= QDP x E

QDPt= 143535 x 11.15%

QDPt= 16000 x 3 (es la cantidad de veces que consume en un mes la persona)

QDPt= 48000

Se abastecerá a 16000 personas para el segmento de supermercados donde la empresa “ACUARCOIRIS SA.” producirá el 90% de la producción de su planta empaques de trucha de 250 gr que da un total de 3600 por mes

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para esta unidad de producción. Y el 10% restante que son 400 empaques 450 gr que se producirán en un mes. Diariamente 200 empaques serán elaborados para el canal de distribución de supermercados.

○ **Calculo Demanda Potencial Segmento Restaurantes y Sushi Bars.**

En lo que concierne a la demanda potencial de restaurantes y sushi bar se preguntó a jefes de compra de “NOE Sushi Bar”, “Anderson Express” y “Sal y Pimienta” y dijeron que por lo general en los Restaurantes Gourmets el consumo de salmón por semana es aproximadamente 2 kilos al mes representarían 8 kilos, se establece el consumo de salmón, ya que la trucha sustituirá ese mercado.

Para la demanda de consumo de los sushi bar ellos dijeron que aproximadamente en cada sushi bar se consume 6 kilos de salmón por semana para preparados de roles y platillos japoneses.

Con estos datos tomados para inicio y captación de este mercado solo se ha pensado en escoger cuatro restaurantes gourmets y sushi bars más representativos de la ciudad de Guayaquil. Este segmento de mercado nos da como resultado un consumo al mes de 120 kilos y una producción diaria de 6 empaques de 1 kilo.

Demanda Insatisfecha

Debido que no existen datos estadísticos en cuanto a la demanda total de este producto para establecer la demanda insatisfecha se la cuantifico mediante las dos preguntas que se realizaron en las encuestas que iban a determinar la demanda insatisfecha del proyecto, estas fueron la pregunta #2 que dio como resultado un 13% y la pregunta #6 que dio como resultado

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

el 3% las suma de los dos porcentajes da como resultado que existe un 16% de demanda insatisfecha.

Demanda	Tipo de Población	Porcentaje de Insatisfacción	Cantidad de Poblacion	Total
Insatisfecha Base	Sin Estrato Social	16%	1240169	198427
Insatisfecha Potencial	E. Social (A,B y C)	16%	444776	71164

Tabla 10 Demanda
Elaborado por: Autor de la Tesis

La demanda insatisfecha se la determino en dos formas:

- ✓ Demanda insatisfecha base, es la que se toma mediante la población en general de la ciudad de Guayaquil y sin diferenciar por estrato social, es la población que por el factor socio económico no puede adquirir el producto. Es considerada porque en un futuro si la empresa crece va a tratar de satisfacer de alguna manera este mercado base insatisfecho.
- ✓ Demanda insatisfecha potencial, es tomada solo por la población de estratos sociales medio, medio alto y alto.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback

Para el desarrollo de la proyección de venta de “RainbowFish” se consideró que las cantidades de las demandas potenciales abastecidas de los supermercados, la demanda del segmento sushi bars y restaurantes gourmets. Los resultados tomados son:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PRODUCCION	CANT. PRODUCCION	TIEMPO DE PRODUCCION
DIARIA	206	1 día
SEMANAL	1030	5 días
MENSUAL	4120	20 días
ANUAL	49440	240 días

Tabla 11 Proyección de ventas

Elaborado por: Autor de la Tesis

En total al mes se producirán 4120 empaques que dan como resultado lo siguiente:

INGRESOS MENSUALES			
Producto	Cantidad	Precio	Total
Empaque de 250gr	3600	\$ 4,35	\$ 15.660,00
Empaque de 450gr	400	\$ 7,83	\$ 3.132,00
Empaque de 1kilo	120	\$ 17,40	\$ 2.088,00
Total de Ingresos en el mes			\$ 20.880,00

Tabla 12 Ingresos mensuales

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En relación al siguiente resultado se procederá hacer la proyección de ventas mensual para obtener el resultado de ingreso anual:

Producto	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	
Empaque de 250gr	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	
Empaque de 450gr	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	
Empaque de 1kilo	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	
Producto	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Empaque de 250gr	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 15.660,00	\$ 187.920,00
Empaque de 450gr	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 3.132,00	\$ 37.584,00
Empaque de 1kilo	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 2.088,00	\$ 25.056,00
Total de Ingresos Anuales							\$ 250.560,00

Tabla 13 Resultado de Ingreso Anual

Elaborado por: Autor de la Tesis

Ya obtenidos los resultados se realizara los cinco periodos de la proyección de venta anual, donde la empresa “RainbowFish” piensa incrementar anualmente su nivel de ventas en un 15%, con esto se trata de llegar a captar todo el mercado potencial esperado. A continuación vemos los ingresos de la proyección de ventas anuales de forma detallada:

Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaque de 250gr	\$ 187.920,00	\$ 222.569,63	\$ 263.608,13	\$ 312.213,52	\$ 369.781,00
Empaque de 450gr	\$ 37.584,00	\$ 44.513,93	\$ 52.721,63	\$ 62.442,70	\$ 73.956,20
Empaque de 1kilo	\$ 25.056,00	\$ 29.675,95	\$ 35.147,75	\$ 41.628,47	\$ 49.304,13
Total de Ingresos proyectado	\$ 250.560,00	\$ 296.759,51	\$ 351.477,51	\$ 416.284,69	\$ 493.041,34

Tabla 14 Proyección de ventas anuales de forma detallada

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Dar a conocer la marca “RainbowFish” al mercado de la ciudad de Guayaquil, mediante estrategias enfocadas a captar el interés de los clientes y así poder tener participación significativa en el mercado en un corto plazo, dando reconocimiento y prestigio a la empresa.

Objetivos Específicos

- Dar a conocer las bondades y propiedades que tiene el producto y que es lo que lo diferencia de los competidores.
- Obtener una participación del 15% del mercado en el lapso de un año.
- Estar en el primer puesto Top of Mind de productos alimenticios que prefieren los consumidores.
- Dar a conocer la marca mediante publicidad ATL y BTL.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

El mercado meta de “RainbowFish” son las personas que gustan consumir preparados a base de pescados gourmets, también a personas que les guste consumir productos saludables que cuiden de su salud y estética corporal.

La población esperada en un principio eran 444776 donde se la tamizo mediante porcentajes que dio la encuesta sobre disposición de compra, canal de compra y disposición de pago, lo que dio como resultado 143535 lo que se decidió tomar el 11,19% del mercado potencial por la capacidad instalada de la planta de producción que dio como resultado en el segmento

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

supermercados 16000 familias dispuestas a consumir mensualmente, para el segmento de restaurantes por el reciente ingreso al mercado solo se abastecerán a 4 restaurantes gourmets y 4 sushi bars.

Los ingresos mensuales por el abastecimiento de los dos segmentos de mercados son \$20.880,00 dólares, que al año representa \$250.566,00 dólares, para lo cual se espera un 10% de rentabilidad neta, lo cual la utilidad anual para la empresa sería \$25.056,60 Conforme a esto se espera que el crecimiento anual de ventas sea de un 15%, debido a que en la actualidad el gobierno piensa incrementar y fortalecer la matriz productiva del país.

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Tiene como propósito el incremento de la participación de mercado de la marca “RainbowFish” en la ciudad de Guayaquil, dando a conocer mejor el producto para así poder llegar al consumidor y cree un habito de consumir de forma frecuente el producto. Para esto se ha pensado en diversas estrategias de penetración para sí poder llegar al mercado meta:

- Una estrategia competitiva del producto sería que se lo podrá adquirir en diferentes supermercados para su preparación o en preparados en sushi bars y restaurantes, en los cuales se podrá informar al consumidor sobre los beneficios que tendrían al adquirir o consumir el producto. Se lo destacaría por su sabor, bajas calorías, propiedades nutricionales, durabilidad y hacer que el consumidor cree una atracción y necesidad para el consumo del producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Degustación del producto, esto se quiere lograr que el cliente cree una empatía y se familiarice al momento de degustar el producto. Por eso se dará de forma gratuita la degustación en del producto en los diferentes supermercados, dando a degustar al consumidor en preparados de mini sándwich que lleven como base principal la trucha ahumada, tratando de destacar el sabor al máximo.

5.1.1.2. Cobertura

La cobertura de “RainbowFish” será todos los supermercados de la cadena “SUPERMAXI” y “Mi Comisariato” de la ciudad de Guayaquil y sus límites como Vía a Samborondon y Vía a la Costa. Aparte se abastecerá a la cadena de “NOE Sushi Bar” de la ciudad de Guayaquil en sus 4 locales. Y los restaurantes gourmets más representativos de la ciudad que son: “Sal y Pimienta” by Hilton Colon con sus dos locales y “Anderson Express” by Anderson Restaurant en sus dos locales.

5.2. Posicionamiento

5.2.1.Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios

A continuación damos a conocer de una manera detallada la estrategia de posicionamiento:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Empresa y Producto	Clientes Meta	Beneficios	Precio	Ventaja Competitiva
 “RainbowFish”	Personas que consuman productos saludables y bajos en calorías y les guste degustar de pescados gourmets para su preparado	Mejor sabor, propiedades nutricionales, bajas calorías, mayor tiempo de durabilidad.	50% más bajo a comparación del salmón que es sustituto mas cercano.	Por ser un producto ahumado y empaquetado al vacío conserva su sabor, propiedades nutricionales y tiene mayor tiempo de duración de consumo del producto.

Tabla 15 Estrategia de Posicionamiento

Elaborado por: Autor de la Tesis

Además como estrategias se incluye le crear una cultura o habito de consumo en la familia y entre amigos para así impulsar el consumo de productos pre cosidos.

Es importante como estrategias impulsar variedades de alimentos diseñados de diversas formas como es el caso de sushis, encocado, entre otros.

Conforme a lo planteado se procede a crear el enunciado de posicionamiento.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

“Para las personas que gustan alimentarse sanamente “RainbowFish” es el mejor pescado que ofrece mejor sabor, bajas en calorías, rico en proteínas y tiene un mayor tiempo de durabilidad para el consumo humano.

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

“RainbowFish” dará al consumidor un producto que cumpla con los estándares de calidad, propiedades y durabilidad. Por eso la estrategia será destacar las bondades del producto al consumidor.

5.3.1.1. Descripción del Producto

La producción de trucha se somete a un proceso de oreo (Sal y Pimienta) y ahumado (con viruta de madera), después es porcionada en filetes o finas laminas para después ser empaquetada al vacío, esto hace que su valor agregado sea la conserva del sabor, los nutrientes y tenga una mayor durabilidad para el consumo del producto.

Los empaques de “RainbowFish” se ofrecen como un producto deshuesado (retiro de espinas y cartílagos), va estar en dos presentaciones; para el consumidor final el cual va ser porcionado finamente en empaques de 250 gr y 400gr. Para los compradores (Restaurantes y Sushi Bars) se lo entrega en filetes deshuesados en empaques de 1 kg.

Segmento Supermercado

Producto	Imagen del Producto
Empaque de 250 gr RainbowFish	
Empaque de 450 gr RainbowFish	

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 16 Segmento Supermercado
Elaborado por: Autor de la Tesis

Segmento Restaurantes y Sushi Bars

Producto	Imagen del Producto
Empaque de 1 kg RainbowFish	

Tabla 17 Segmento Restaurantes y Sushi Bars

Elaborado por: Autor de la Tesis

Slogan

Se escogió el slogan para la Marca “RainbowFish Sabor Y Rapidez como un pez en el agua”; esta frase realza el valor agregado del producto.



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 3 Slogan

Elaborado por: Autor de la Tesis

La clasificación del producto “RainbowFish” de la siguiente forma:

- Producto Esencial: Trucha Arcoíris
- Producto Real: Trucha Arcoíris Ahumada
- Producto Aumentado: Trucha Arcoíris Ahumada y Empacada al Vacío.

**5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto:
Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo,
Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega,
Transporte, Embalaje, etc.**

La adaptación y modificación del producto se dará en cuanto el mercado lo amerite. Siendo que se ofrecerá el producto ya descrito en el punto anterior, pero dependiendo de las necesidades o requerimientos del consumidor pueden hacer que el producto sea modificado o adaptado, por ejemplo añadiendo unas especias como romero, laurel, finas hierbas o a su vez este marinado en aceite de girasol, aceite de oliva, etc.

Los lugares de abastecimientos de “RainbowFish” como ya se describió anteriormente serán la cadena de supermercados (Supermaxi y Mi Comisariato), Restaurantes gourmets (Sal&Pimienta by Hitón Colon y

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Anderson Express by Restaurant Anderson), Sushi Bar (locales de NOE Sushi Bar). Los cuales cumplirán estrictas normas de calidad y entrega, siempre cuidando la cadena de frío del producto ya sea en la planta y cuando se transporte el producto a su destino. El producto va completamente sellado en el empaque de manera hermética.

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

El producto será empacado al vacío en un plástico resistente, donde se retirara todo el aire que se deposite dentro del empaque que contiene el producto, y así no permita la corrosión temprana del mismo. El producto contenido en el interior del empaque deberá haber cumplido altas normas de higiene y sanitización para su debido expendio y consumo humano.

Dado todos estos reglamentos de empaquetado, el empaque debe que cumplir las siguientes funciones para el expendio final del producto:

- El empaquetado debe ser un material plástico resistente al calor.
- El producto será debidamente hermetizado al vacío.
- Debe llevar la información nutricional en la parte reversa, según la norma de etiquetado dispuesta por La Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario (ARCSA)
- Colocación del semáforo que hace referencia los nutrientes del producto, el cual llevara acentuado el color verde por su bajo contenido en grasas y azúcares y ocupara el 15% del espacio del empaque. Según la disposición de La Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario (ARCSA).
- En la parte frontal llevara el logotipo de la empresa.
- Tendrá impreso su respectiva fecha de elaboración y caducidad.
- Y en la parte posterior el código de barra, contendrá información de canal de distribución y lote de producción.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

El producto solo tiene una sola línea debido a que en la parte introductoria del producto, dependiendo al incremento de la demanda del producto se podría ampliar más líneas en un futuro.

Línea de Producto	Precio
Empaque de 250 gr RainbowFish	\$4,75
Empaque de 450 gr RainbowFish	\$8,50
Empaque de 1 Kg RainbowFish	\$15,00

Tabla 18 Amplitud y profundidad de línea

Elaborado por: Autor de la Tesis

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La empresa ACUARCOIRIS SA. Será Reconocida en el mercado guayaquileño bajo la marca “RainbowFish”.

Las submarcas no serán consideradas ya que recién se está entrando al mercado y posicionando la marca principal.

5.3.2. Estrategia de Precios

Existen muchas teorías de estrategias, a continuación se describe en base (Kotler & Armstrong, 2008) que se las considero que irían acorde al trabajo de titulación son:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Estrategia de descremado de precios: esto consiste en poner un mayor que tu competencia para obtener mayor rentabilidad a corto plazo.
- Estrategia de precios de penetración: consiste en ingresar al mercado con un precio bajo acorde al consumidor con el motivo de tener participación de mercado y obtener ingresos en volúmenes grandes.
- Estrategia de precios de prestigio: es diferenciar el producto del mercado por un precio elevado con el fin de que el mercado reconozca el producto de calidad, es recomendado cuando el producto va enfocado al segmento de mercado de estratos sociales altos.

La principal estrategia a incrementarse en el mercado es en base a una estrategia de penetración, en donde se da impulso al producto en base a la salud y a la calidad nutricional del producto.

5.3.2.1. Precios de la Competencia

Acorde al punto anterior la estrategia de precios que se pondrá en marcha para introducción del “RainbowFish” será:

- Estrategia de precios de penetración: el precio referencial del producto sustituto de la trucha que es el salmón, en el mercado 1 kg de salmón ahumado está en \$25,60. Si 1 kilo lo transformamos en gramos nos da 1000 g, este valor lo dividimos para el precio del kilo de salmón nos da como resultado 0,025 ctvs. de dólar el gramo de salmón. Si este valor a su vez lo multiplicamos para 250 gr que pesa el empaque de trucha ahumada nos da como resultado que 250 gr de salmón ahumado tiene un costo de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

\$6,40 ctvs. Siguiendo los parámetros definidos como estrategia de precios orientadas a la competencia: consiste en fijar un precio menor en función a la competencia de la empresa siempre y cuando haya mayores factores de diferenciación.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Como ha sido descrito anteriormente el mercado meta que piensa abastecer “RainbowFish” serán personas de 20 a 60 años de estratos sociales medio, medio alto y alto de la ciudad de Guayaquil. El poder adquisitivo del estrato social medio oscila entre los \$700,00 a \$1.000,00 dólares por mes, en donde las personas no buscan exclusivamente economía, sino más bien calidad.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Las expectativas de los accionistas van en función a que se consideran los siguientes aspectos:

- Que los precios cubriendo los costos fijos y variables de la empresa dejen un margen de utilidad atractivo para la empresa.
- Que los precios de introducción al mercado ayuden a captar una mayor participación del mercado.
- Que los precios establecidos ayuden a aumentar el crecimiento anual esperado de la empresa del 15%.
- Que el precio pactado ayude a llegar al punto de equilibrio en el lapso de 3 años.
- Que los precios establecidos ayuden a vender la capacidad instalada de producción mensual.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.2.4. Políticas de Precio

.Para el presente proyecto se creara las siguientes políticas de precios:

Para la empresa:

Los precios deben estar dados en base a cubrir los costos fijos y costos variables de la empresa y dejar un margen de utilidad mínimo del 40% sobre el valor del precio bruto del producto.

El precio de venta debe estar establecido por la disposición de adquisición del consumidor, factores externos (inflación, impuestos)

El incremento de los precios se dará en función que el cliente no se vea afectado al momento de adquisición del producto.

Para los clientes:

El precio de mayoreo será dado bajo las siguientes normas:

- La adquisición del producto debe que sobrepasar los 8 kilos para obtener el precio de mayoreo, si fuese menor el pesaje se tomara una tabla de costos donde se modificara el precio del producto según el pesaje que el cliente vaya adquirir.
- El comprador y la empresa se comprometerán a firmar un contrato de compra y abastecimiento de 1 año mínimo. Donde la empresa se compromete interrumpidamente de abastecer al comprador y a su vez el comprador adquirir el producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La forma de pago ira en función a sus políticas de pago siempre y cuando no sobrepasen los 45 días.

Se dará crédito de hasta el 50% del valor total de adquisición del producto, con un plazo máximo de pago de 45 días. Con excepción en los meses de noviembre y diciembre que no se aceptara crédito, ya que todas las cuentas por cobrar del año fiscal deben quedar saldadas en el mismo año.

La forma de pago del comprador tendrá un límite máximo de 30 días.

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización

5.3.3.1.1. Macro Localización

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” tendrá como macro localización a la ciudad de Guayaquil y sus límites porque tiene un movimiento comercial amplio de fácil y un gran mercado de aceptación del producto.

5.3.3.1.2. Micro Localización

La ubicación de la planta estar en el Km 6 ½ Vía a Daule es considerado un lugar que tiene algunas vías de conexión con diferentes ciudades y diferentes partes de la ciudad.

- Sector: Norte de la ciudad
- Ubicación: Mapasingue Oeste

5.3.3.1.3. Ubicación

La planta y las oficinas de “ACUARCOIRIS SA.” van estar ubicadas inicialmente en el kilómetro 6 ½ Vía Daule, Mapasingue Oeste entre la Ave.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7ma y Calle 1ra. Se eligió el arriendo de un galpón industrial en este lugar por ser un sector industrial con diferentes vías que conectan con toda la ciudad para la distribución estratégica del producto que conecta, también por conexiones de vías interprovinciales que servirán para la entrega del producto de los proveedores de la empresa. Se consideró este espacio por las siguientes razones:

- Lugar adecuado para la implantación de la planta de producción y sus oficinas.
- Espacio adecuado (Área 180 m²) distribuidos en:
 - 80 m² para planta de producción.
 - 70 m² para oficina
 - 20 m² de bodega
 - 10 m² para garaje
- Arriendo acorde al presupuesto de \$700,00 dólares americanos.
- Esta localizado a una cuadra de la vía principal.

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

La planta y las oficinas de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” cuentan con un espacio de 180 m² distribuidos de la siguiente forma:

- 80 m² para planta de producción.
- 70 m² para oficina
- 20 m² de bodega
- 10 m² para garaje

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

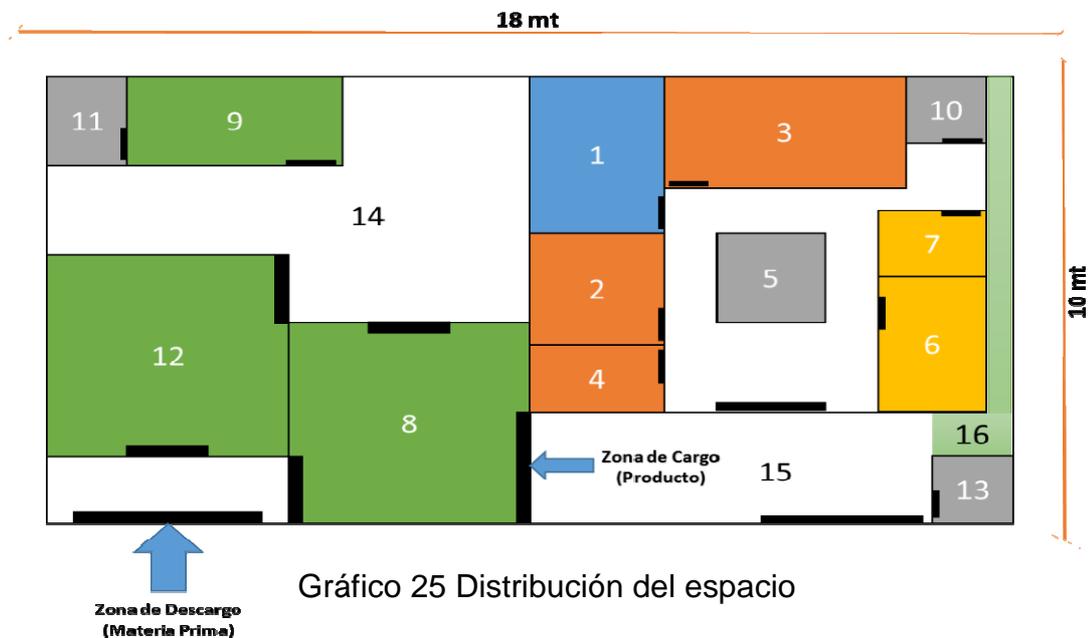


Gráfico 25 Distribución del espacio

Elaborado por: Autor de la Tesis

- 1) Oficina de Gerencia General
- 2) Departamento de Producción y Logística
- 3) Departamento de Administración
- 4) Oficina de Dirección de Marketing y Publicidad
- 5) Isla de recepción
- 6) Sala de Junta
- 7) Archivo y bodega de área oficina
- 8) Bodega de planta de producción

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- 9) Cuarto de equipamiento y esterilización (personal de producción)
- 10) Baño de oficina
- 11) Baño de planta de producción
- 12) Cámara de oreo y refrigeración
- 13) Garita de guardianía de seguridad
- 14) Área de procesamiento
- 15) Garaje
- 16) Zonas verdes

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

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

Los canales de distribución de la empresa son los siguientes:

- **Segmento Supermercados.**



Gráfico 26 Segmento supermercados

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Segmento Restaurantes y Sushi Bars.**

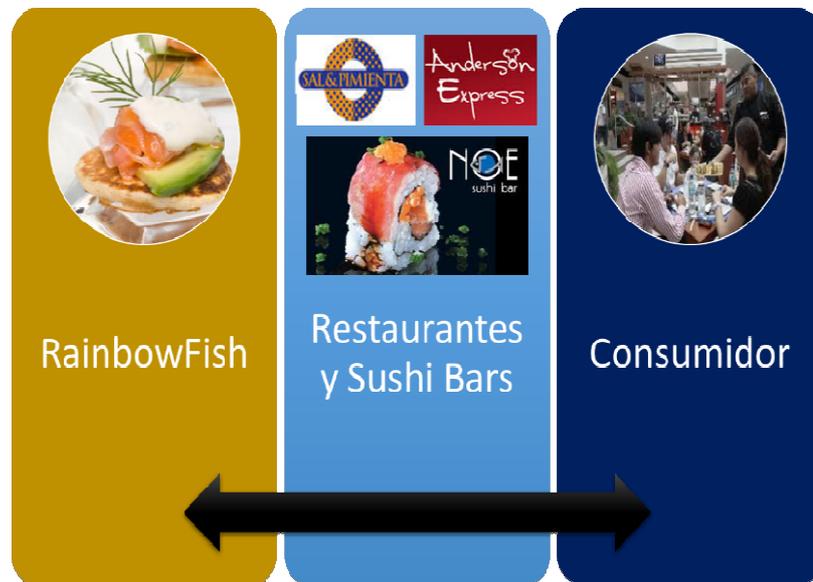


Gráfico 27 Segmento Restaurantes y Sushi Bars

Elaborado por: Autor de la Tesis

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

Este punto no aplica ya que la empresa “ACUARCORIS SA.” por el momento solo va a captar todo el mercado potencial de la ciudad de Guayaquil.

5.3.3.2.3. Logística

La logística de la empresa consiste en 4 pasos:

- Entrega de materia prima por parte del proveedor
- Producción de trucha ahumada y empacada al vacío
- Entrega del producto final para el expendio, al canal de distribución
- Adquisiciones del producto final.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

•



Gráfico 28 Logística de la empresa

Elaborado por: Autor de la Tesis

5.3.3.2.4. Red de Ventas

No aplica porque la empresa no llega al consumidor final, sino que existen intermediarios que son los canales de distribución de la empresa los cuales son: Supermercados, Restaurantes Gourmets y Sushi Bars.

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente:

Las políticas a usarse en la empresa “ACUARCOIRIS SA:” serán las siguientes.

Preventa

- El producto deberá estar en óptimas condiciones para la consumo del consumidor final.
- Debe que haber un stock adecuado del producto según la demanda del consumidor, y hacer un estudio constante si la demanda aumenta.

•

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Post-Venta

- Se realizara una pequeña encuesta a 30 personas cada 6 meses para ver el grado de satisfacción de las personas y se aceptaran sugerencias de mejoras.

Quejas/Reclamos/Sugerencias

- En las redes sociales de la empresa como Facebook y Twitter se receptaran quejas, reclamos y sugerencias. Las cuáles serán contestadas en un lapso de dos horas a los consumidores.
- Se creara un correo electrónico y estará impreso en la parte posterior del empaque, para reclamos, sugerencias, recomendaciones y envío de evidencias (mal estado o expendio del producto) del consumidor. Esto serán contestados o solucinados en un máximo de 48 horas hábiles.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

Estrategia ATL (Above de Line o Sobre la Línea)

- Se usara cuñas radiales promocionando y dando a conocer la marca RainbowFish a los consumidores, ,se darán en las radios más populares del medio guayaquileño.

Estrategia BTL (Below the Line o bajo la Línea)

- Se usara el marketing directo, por su bajo costo y se informara vía correo electrónico masivo, y también se entregaran volantes en la degustación del producto. Con información del producto y sus beneficios.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria

Concepto, Mensaje

El concepto de la propuesta publicitaria se va a basar en dar a conocer los beneficios del producto los cuales son: su sabor, su durabilidad, bajas calorías, nutrientes y calidad visual.

Su mensaje será “RainbowFish, El artesano del sabor ahumado”

5.3.4.3. Promoción de Ventas

Esto solo aplicaría a los supermercados, para que haya mayor rotación del producto se realizara promociones en las ventas del producto, por ejemplo si compra 3 paquetes paga dos o si lleva 2 paquetes de 450 gr el tercero a mitad de precio.

5.3.4.3.1. Venta Personal

No aplica porque el producto no se expende de forma directa al consumidor, sino que utiliza un canal de distribución que son los supermercados, restaurantes y sushi bars.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.3.2. Trading

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” con su marca “RainbowFish” tiene como objetivo participar en ferias alimenticias, para así posicionar la marca, atraer al inversionista par que invierta capital en la empresa y vea cuan factible es el negocio. También para que el consumidor este informado y vea como nos manejamos a nivel organizacional y los estándares que cumple el producto para su debido consumo.

En un futuro junto a PROECUADOR y su campaña PROPECAR se piensa llegar a ferias internacionales para así también la empresa se pueda expandir a otros horizontes y captar negocios con personas internacionalmente.

5.3.4.3.3. Clienting

Las estrategias de clienting a utilizarse son las siguientes:

- Concursos: para los meses de diciembre y mayo por el día de la madre. Se realizarán concursos donde se podrán ganarse viajes o obsequios. Esto dependerá de la utilidad obtenida el año anterior, el cual se destinara para los premios el 1,5% del total de la utilidad neta del año anterior; y comenzara a partir del tercer año que la empresa esté en marcha.
- Degustación: por el primer mes se dara degustación del producto en mini sándwich a los consumidores del supermercado, dando a conocer el sabor y las bondades del producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

La estrategia de lanzamiento de “RainbowFish” descrita en puntos anteriores, será la degustación del producto en los supermercados más representativos de la ciudad de Guayaquil por primer mes. Donde una impulsadora de venta estará dando a degustar el producto en mini sándwich, explicando a los clientes las bondades del producto y dando información más detallada en hojas volantes a los clientes.

También se hará campaña en las redes sociales de la empresa, y se enviara un mail masivo de información del producto y la marca.

Todo esto con el fin que las personas conozcan el nuevo producto innovador que se está introduciendo al mercado ecuatoriano.

5.3.4.4.2. Plan de Medios

Se realizara cuñas de radiales las cuales se realizaran en “RADIO CITY” a continuación detallamos costos del paquete escogido:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PAQUETE C	
\$ 950 mensual	
<div style="float: right; text-align: center;">  </div> <p>Derechos en radio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 cuñas de 30" dentro del programa • 2 cuñas rotativas de 30" <p>Derechos en web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banner cinta en www.laredso.com (960 x 50) 	
CUÑA 30"	MENCIÓN
DENTRO DEL PROGRAMA	DENTRO DEL PROGRAMA
\$ 15	\$ 26

Tabla 19 Plan de Medios

Fuente: www.eluniverso.com

Elaborado por: El universo

Las cuñas de “RainbowFish” serán transmitidas en el programa de “LAREDSO” de lunes a viernes de 18h00 a 20h00, en el paquete aparte de las cuñas ya descritas en el gráfico, cuenta con una publicidad banner en la página web www.laredso.com.

La empresa también publicitara su información en la página web de la empresa y en sus redes sociales, poniendo puntos de interés del consumidor como artículos de cuidado de salud, preparados fáciles del producto, variedades. Esto hará que la gente conozca más de la marca y relacionen con salud y facilidad al preparar

5.3.4.4.3. Mindshare

La marca “RainbowFish” se introducirá en el mercado con un mindshare nulo, lo que se tratara de que se vaya incrementando en los primeros meses de inicio de la empresa. Se tiene un estimado que el primer año tenga un

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

55% con una proyección anual del 15% de reconocimiento del mercado potencial.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

La estrategia de publicidad blanca es tratar de conseguir una página de entrevista en la revista “Lideres”, ya que ellos dan a conocer al ámbito empresarial a las pequeñas y medianas empresas que recién están iniciando en el mercado con una propuesta innovadora ya sea un producto o un servicio. Con esto se piensa llegar a posicionarse como marca en el mercado y que sea reconocida ante otras empresas.

5.3.4.4.5. Merchandising

Por el primer mes en el momento de la degustación del producto en los supermercados de la ciudad se entregaran volantes con información del producto, beneficios, componentes y nutrientes.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

En las ferias futuras a realizarse la empresa “ACUARCOIRIS SA.” piensa a dar a conocer de manera más detallada su producto al mercado meta, dando siempre a resaltar las propiedades del producto y cuán bien en la salud del consumidor aporta y aparte con un sabor agradable. Esto se piensa realzar a la empresa y que se distinga con un lema de salud.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

La marca “RainbowFish” piensa crear una relación entre marca y consumidor, con el fin de llegar a una fidelización con el cliente. Como ya se ha descrito anteriormente se harán pequeñas encuestas constantemente

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para saber la satisfacción del cliente o quiere requiere de alguna necesidad que el producto no lo esté satisfaciendo. De esta manera se pretende llegar al cliente y que él sea la prioridad de la empresa.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

Consiguiente al anterior punto, mediante la pequeña encuesta constantemente que se piensa hacer al consumidor se va tratar de ver tendencias, y ajustarse a esas necesidades y tratar de llegar al cliente sin que él se dé cuenta complaciendo poco a poco esas necesidades. De esa manera incidir en su decisión de compra del producto.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

La marca “ACUARCOIRIS SA.” empleara estrategias de E-Marketing detalladas acontinucion:

- **Mailing**

Se obtendrá una base de datos de correos electrónicos de clientes potenciales para el negocio, donde una vez por mes se enviara información sobre el producto, promociones y futuros concursos, con el objetivo del que el consumidor no catalogue los mail como spam, sino que vea de una forma como publicidad sana e informativa hacia el producto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Redes Sociales**

A través de las redes sociales como Facebook y Twitter, se piensa llegar al consumidor cibernético. Mediante el cual la marca piensa implantarse en este medio para informar al consumidor, aparte se realizarán pequeños concursos para ganarse productos que la empresa ofrece. También este es un medio que el consumidor puede dejar sus reclamos, inquietudes y recomendaciones, las cuales serán contestadas a las dos horas aproximadamente.

- **Página Web**

Se implementará una página web de la empresa, la cual se promocionará el producto, se dará a conocer a la empresa, imágenes de su planta y procesamientos. Tendrá información de temas de interés, recetas de platillos con el producto y artículos de salud mensuales; aparte estará vinculada con las redes sociales de la compañía.

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

No aplica, ya se mencionó anteriormente la empresa no tiene competidores directos y a su vez la empresa no se ve afectada por estrategias de promoción electrónica de los competidores.

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” tendrá una página web activa, que constantemente va a estar publicitando información de la marca “RainbowFish”, temas de variedades, información, logros y evolución de la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

empresa. La página web será en español porque el mercado potencial será la ciudad de Guayaquil y es de habla hispana en un futuro que se tiene pensado internacionalizarse se dispondrá una página en dos idiomas.

La página web esta esquematizada de la siguiente forma:

- Inicio: aquí esta detallada de forma general toda la información de la empresa, información y publicidad del productos y nuevas cosas concerniente a la marca.
- Nosotros: en esta parte se podrá encontrar la pestaña de historia de la empresa, objetivo/misión/vision/valores, diagrama jerárquico, responsabilidad social con los empleados, con el consumidor y el ambiente.
- Producto: toda la información que comprende al producto, galería de imágenes (planta y procesamiento del producto).
- Variedades: en este lugar se encontraran recetas, artículos de salud, dieta, comer sano.
- Contacto: se encuentran los números de la empresa, correos corporativos, correo de queja y los hipervínculos para las redes sociales Facebook y Twitter.

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

No aplica ya que la empresa no cuenta con competidores directos en Ecuador que podrían desprestigiar el nombre de la marca en las redes sociales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

Se implementara la fan page de la marca “RainbowFish”, en la cual va contar con la publicidad de la marca y la empresa, y también van estar publicadas futuras promociones, descuentos y futuros concursos a realizarse en las redes sociales.

En la cuenta de Facebook se piensa llegar a los 10.000 fans en el lapso de 1 año y en la cuenta de Twitter a los 15.000 seguidores, ya que es el medio en el cual se receptan recomendaciones, quejas y sugerencias.

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” realizara campañas de marketing social orientadas a cuidar el medio ambiente y a la contaminación visual de la ciudad.

5.3.4.5. Ámbito Internacional

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

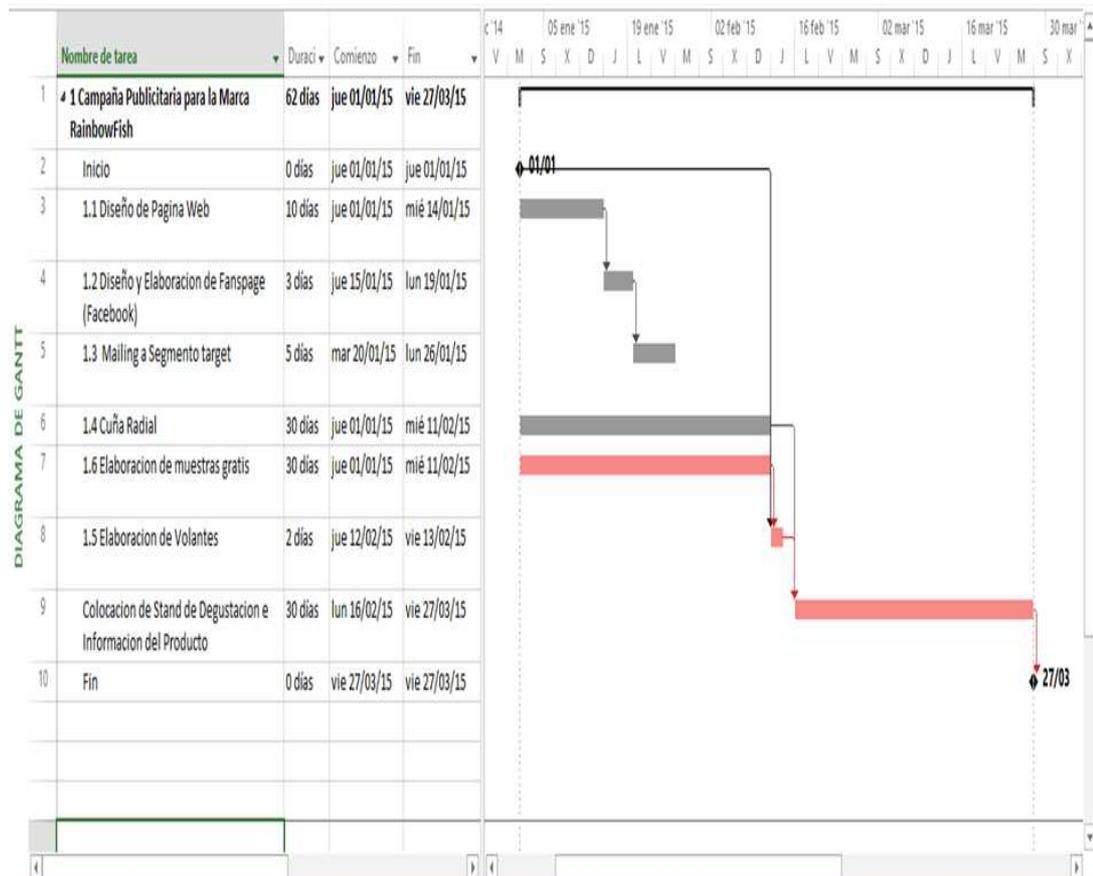
No aplica porque la empresa recién se está introduciendo al mercado nacional, tratando que captar el mercado potencial de Guayaquil. En un futuro cercano la empresa pensaría en internacionalizarse ya que el producto es atractivo en el mercado internacional.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

No aplica conforme a lo detallado en el punto anterior, pero el precio de la trucha en el mercado internacional es muy atractivo para el negocio ya que el kilo de trucha llega estar cotizado en \$29 al mayoreo.

5.3.5. Cronograma



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.6. Presupuesto de Marketing

El presupuesto anual de marketing de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” para la promoción de su marca “RainbowFish” será un valor de \$5.300,00 dólares los gastos incluyen la campaña de degustación, E- Marketing y los medios de comunicación, los cuales ayudaran a la marca posicionarse en el mercado y que el consumidor tenga conocimiento de la misma.

PRESUPUESTO DE MARKETING

ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Campaña Publicitaria de Degustacion			
Roll -up	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Volantes a Color	4000	\$ 0,12	\$ 480,00
Impulsadora	2	\$ 340,00	\$ 680,00
Stand Desmontable	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Mini Sandwich	6000	\$ 0,10	\$ 600,00
Campaña E-Marketing			
Base de datos de clientes Diners Club (Mailing)	10000	personas	\$ 650,00
Creación de Pagina Web	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Mantenimiento de Pagina web	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Campaña Publicitaria en Medios			
Paquete de Cuñas (RADIO CITY)	1	\$ 950,00	\$ 950,00
TOTAL DE GASTO DE PUBLICIDAD			\$ 5.300,00

Tabla 20 Presupuesto de Marketing

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
PROYECCION DE AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	\$ 250.560,00	\$ 296.759,51	\$ 351.477,51	\$ 416.284,69	\$ 493.041,34
Costo de Venta	\$ 83.828,02	\$ 99.284,66	\$ 117.591,26	\$ 139.273,32	\$ 164.953,23
Utilidad Bruta en Venta	\$ 166.731,98	\$ 197.474,85	\$ 233.886,25	\$ 277.011,37	\$ 328.088,11
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 81.551,06	\$ 88.075,14	\$ 95.121,16	\$ 103.682,06	\$ 113.013,45
Gastos Servicios Basicos	\$ 4.680,00	\$ 4.819,93	\$ 4.964,05	\$ 5.112,47	\$ 5.265,34
Gastos Ventas	\$ 11.150,00	\$ 11.483,39	\$ 11.826,74	\$ 12.180,36	\$ 12.544,55
Gastos Varios	\$ 936,00	\$ 963,99	\$ 992,81	\$ 1.022,49	\$ 1.053,07
Gastos de Depreciación	\$ 4.859,63	\$ 4.859,63	\$ 4.822,16	\$ 4.492,16	\$ 4.492,16
Utilidad Operativa	\$ 63.555,28	\$ 87.272,77	\$ 116.159,34	\$ 150.521,82	\$ 191.719,55
Gastos Financieros	\$ 4.723,54	\$ 3.857,70	\$ 2.901,19	\$ 1.844,52	\$ 677,21
Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)	\$ 58.831,74	\$ 83.415,07	\$ 113.258,15	\$ 148.677,30	\$ 191.042,34
Repartición Trabajadores	\$ -	\$ 12.512,26	\$ 16.988,72	\$ 22.301,59	\$ 28.656,35
Utilidad antes Imptos Renta	\$ 58.831,74	\$ 70.902,81	\$ 96.269,43	\$ 126.375,70	\$ 162.385,99
Impto a la Renta	\$ 12.942,98	\$ 15.598,62	\$ 21.179,27	\$ 27.802,65	\$ 35.724,92
Utilidad Disponible	\$ 45.888,76	\$ 55.304,19	\$ 75.090,15	\$ 98.573,05	\$ 126.661,07

Tabla 21 Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 6

PLAN DE OPERATIVO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6. PLAN OPERATIVO

6.1. PRODUCCIÓN

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo de la elaboración de trucha ahumada y empaquetada al vacío que será expandida en el mercado bajo la marca “RainbowFish” tiene el siguiente proceso productivo.}

- **Compra de la materia prima:** se contacta al proveedor en Cuenca, la empresa “LAS DOS CORRERAS”, se hace el pedido una vez por semana de la cantidad de kilos de trucha arcoíris (materia prima base) a utilizarse. Los otros dos proveedores de la sal y la pimienta son empresa ubicadas en Guayaquil que son “Jueza SA” y “ILE SA.”, ellos abastecen al empresa de forma que la planta de producción lo amerite.
- **Recepción de la materia prima:** el tiempo estimado de transporte de la materia prima base son de 4h30 min desde la planta del proveedor hasta la planta de la empresa. La materia prima es transportada en frigorífico a – 16 °C, a su llega es descargada y ubicada en los congeladores en la cámara de enfriamiento.
- **Elaboración del producto:** diariamente la planta produce diariamente un aproximado de 208,5 kg (756 empaques diarios), donde se lleva un control riguroso de calidad, sanidad y almacenaje de la materia prima para su transformación de trucha ahumada como producto terminado.
- **Control de calidad:** el producto antes y después de ser empacado, debe que pasar un control de calidad donde se lo evalúa por su color, testeo y pesaje. Luego es etiquetado y colocado su código de barra, luego se ubica el producto por lote de producción el cual en el empaque del mismo lleva la información en su código para saber de qué lote producción es.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Almacenaje de producto terminado: el producto es ubicado en la bodega de almacenaje que está a una temperatura fresca de 18 °C para su previo descargo y distribución.
- Cargo y Distribución: el producto terminado es colocado en pacas de plástico y es ubicado dentro del cajón de almacenaje de la camioneta, que esta adecuado el cubículo interno con la misma temperatura de 18°C que el producto se encontraba en su almacenaje.
- Entrega y Descargo: el producto que conserva su misma cadena de frio, es llevado hasta el cliente (restaurantes y sushi bars) y el canal de distribución que es el supermercado. Se lo descargo el máximo cuidado y conservando los estándares de calidad y se realiza la entrega, el cual el supervisor de compra del restaurante, sushi bar y supermercado debe que revisar que el producto llegue en óptimas condiciones y firmar la hoja de satisfacción de entrega del producto.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

Para el funcionamiento de la empresa se alquilara un galpón industrial de 180 m² el cual en el capítulo 5 esta detallado gráficamente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Área Oficina**

Equipos de Oficina	Cantidad	P. Unitario	Total
Escritorio	4	\$ 165,00	\$ 660,00
Mesa de Reuniones	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Archivero	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Archivadores Elevados	4	\$ 82,50	\$ 330,00
Computadora Escritorio	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Telefono Fax de Recepción "Panasonic"	1	\$ 89,00	\$ 89,00
Telefono de Escritorio	5	\$ 14,99	\$ 74,95
Impresora / Copiadora	1	\$ 870,00	\$ 870,00
Sillas de Oficina	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Sillas de Oficina Estándar	20	\$ 18,00	\$ 360,00
Pizarra	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Counter metalico para Recepción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Biometrico Control de Asistencia (Huella digital)	2	\$ 128,49	\$ 256,98
Juego de Hall de Espera (1 sofa tipo L , 1 revistero y 1 mesa de centro)	1	\$ 520,00	\$ 520,00
Caja Fuerte	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Pantalla de Proyeccion Manual 86''	1	\$ 36,00	\$ 36,00
Proyector Marca Benq	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Cesto de basura	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Utiles de Oficina(lapiz, pluma, resmas de hojas, posticks, etc.)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total de gasto de equipos de oficina			\$ 4.916,93

Tabla 22 Área Oficina

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Área de Planta de Producción**

Equipo de Planta de Producción	Cantidad	P. Unitario	Total
Horno Aumador 54 kg Doble Compartimiento Alto-Shaam	2	\$ 3.235,20	\$ 6.470,40
Parrillas de Acero Inoxidable para Horno Ahumador	21	\$ 25,00	\$ 525,00
Congelador Marca Ecasa Capacidad 496 kg	2	\$ 849,00	\$ 1.698,00
Congelador Vertical 130 kg	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00
Bandeja de Congelador acero inoxidable con profundidad 10 kg	24	\$ 17,50	\$ 420,00
Bandeja de Congelador acero inoxidable plana 10 kg	20	\$ 20,00	\$ 400,00
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable 2.60Mx0.95Mx1.20M	4	\$ 230,00	\$ 920,00
Maquina Empacadora y Selladora al Vacio doble sellador	2	\$ 2.200,00	\$ 4.400,00
Juego de Cuchillas Deshuesadoras (4 Unid.)	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Juego de Cuchillas Rebanadoras (4 Unid.)	2	\$ 27,20	\$ 54,40
Juego de Pinzas Despinadoras (3 Unid.)	1	\$ 13,50	\$ 13,50
Balanza de 500 kg	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Fregadero Industrial	2	\$ 115,00	\$ 230,00
Llave de fregadero Cuello Flexible	2	\$ 17,50	\$ 35,00
Bandeja de Acero Inoxidables Grande	2	\$ 28,00	\$ 56,00
Gavetas Plasticas	100	\$ 3,25	\$ 325,00
Planta Purificadora de Aire Ozono	2	\$ 224,00	\$ 448,00
Purificador de Agua	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Impresora de Codigo de Barra Marca Zebra	1	\$ 695,00	\$ 695,00
Kit Esteril de Seguridad Industrial (Overol, Botas, gorro, faja, Casco)	10	\$ 70,00	\$ 700,00
Esterilizador industrial	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Paquete de Guantes Desechables (100 Unid.)	24	\$ 3,80	\$ 91,20
Mascarillas Desechables (100 Unid.)	24	\$ 3,25	\$ 78,00
Casilleros (10 Cubiculos)	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Carrito con Repizas Acero Inoxidable (30 Repizas)	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Camioneta Nissan Frontier Chasis 1 Cabina	1	\$ 19.990,00	\$ 19.990,00
Cajon ISO Termico con Motor Frigorifico	1	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Total de Gasto de Equipos de Planta de Producción			\$ 45.829,50

Tabla 23 Área de Planta de Producción

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.3. Mano de Obra

El personal que laborara en la empresa está dividido en empleados administrativos y obreros, todos cuentan con una relación de dependencia con la empresa. La cual provee sueldo y beneficios de ley.

Las personas encargadas al desempeño de la planta de producción son las siguientes:

- Jefe de Producción y Logística
- Operario 1
- Operario 2
- Operario 3
- Chofer
- Personal de Actividades Varias
- Conserje

6.1.4. Capacidad Instalada

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” con la maquinaria instalada en la planta de producción, se producirá al 100% de la capacidad instalada donde se producirá las siguientes cantidades diarias:

Producto	Producción Diaria
Empaque de 250gr	675
Empaque de 450gr	75
Empaque de 1kilo	6
Total Produccion Diaria	756

Tabla 24 Capacidad Instalada

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.5. Flujogramas de Procesos

A continuación se detalla en un gráfico el proceso de elaboración del producto “RainbowFish”:

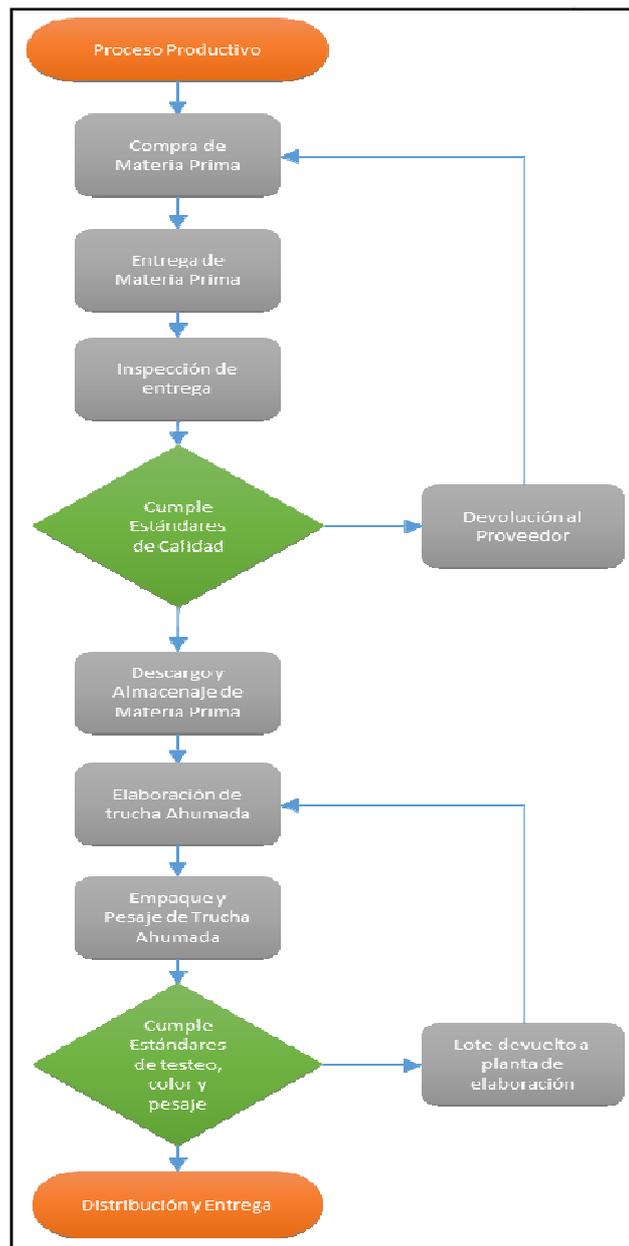


Gráfico 29 Flujograma de Procesos
Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.6. Presupuesto

Inversión de Activos Fijos

Equipo de Planta de Producción	Cantidad	P. Unitario	Total
Horno Aumador 54 kg Doble Compartimiento Alto-Shaam	2	\$ 3.235,20	\$ 6.470,40
Parrillas de Acero Inoxidable para Horno Ahumador	21	\$ 25,00	\$ 525,00
Congelador Marca Ecasa Capacidad 496 kg	2	\$ 849,00	\$ 1.698,00
Congelador Vertical 130 kg	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00
Bandeja de Congelador acero inoxidable con profundidad 10 kg	24	\$ 17,50	\$ 420,00
Bandeja de Congelador acero inoxidable plana 10 kg	20	\$ 20,00	\$ 400,00
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable 2.60Mx0.95Mx1.20M	4	\$ 230,00	\$ 920,00
Maquina Empacadora y Selladora al Vacio doble sellador	2	\$ 2.200,00	\$ 4.400,00
Juego de Cuchillas Deshuesadoras (4 Unid.)	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Juego de Cuchillas Rebanadoras (4 Unid.)	2	\$ 27,20	\$ 54,40
Juego de Pinzas Despinadoras (3 Unid.)	1	\$ 13,50	\$ 13,50
Balanza de 500 kg	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Fregadero Industrial	2	\$ 115,00	\$ 230,00
Llave de fregadero Cuello Flexible	2	\$ 17,50	\$ 35,00
Bandeja de Acero Inoxidables Grande	2	\$ 28,00	\$ 56,00
Gavetas Plasticas	100	\$ 3,25	\$ 325,00
Planta Purificadora de Aire Ozono	2	\$ 224,00	\$ 448,00
Purificador de Agua	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Impresora de Codigo de Barra Marca Zebra	1	\$ 695,00	\$ 695,00
Kit Esteril de Seguridad Industrial (Overol, Botas, gorro, faja, Casco)	10	\$ 70,00	\$ 700,00
Esterilizador industrial	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Paquete de Guantes Desechables (100 Unid.)	24	\$ 3,80	\$ 91,20
Mascarillas Desechables (100 Unid.)	24	\$ 3,25	\$ 78,00
Casilleros (10 Cubiculos)	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Carrito con Repizas Acero Inoxidable (30 Repizas)	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Camioneta Nissan Frontier Chasis 1 Cabina	1	\$ 19.990,00	\$ 19.990,00
Cajon ISO Termico con Motor Frigorifico	1	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Total de Gasto de Equipos de Planta de Producción			\$ 45.829,50
Equipos de Oficina	Cantidad	P. Unitario	Total
Escritorio	4	\$ 165,00	\$ 660,00
Mesa de Reuniones	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Archivero	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Archivadores Elevados	4	\$ 82,50	\$ 330,00
Computadora Escritorio	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Telefono Fax de Recepción "Panasonic"	1	\$ 89,00	\$ 89,00
Telefono de Escritorio	5	\$ 14,99	\$ 74,95
Impresora / Copiadora	1	\$ 870,00	\$ 870,00
Sillas de Oficina	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Sillas de Oficina Estándar	20	\$ 18,00	\$ 360,00
Pizarra	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Counter metalico para Recepción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Biometrico Control de Asistencia (Huella digital)	2	\$ 128,49	\$ 256,98
Juego de Hall de Espera (1 sofa tipo L , 1 revistero y 1 mesa de centro)	1	\$ 520,00	\$ 520,00
Caja Fuerte	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Pantalla de Proyeccion Manual 86"	1	\$ 36,00	\$ 36,00
Proyector Marca Benq	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Cesto de basura	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Utiles de Oficina(lapiz, pluma, resmas de hojas, posticks, etc.)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total de gasto de equipos de oficina			\$ 4.916,93
Total de Activos Fijos			\$ 50.746,43

Tabla 25 Inversión de Activos Fijos
Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.2. Gestión De Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” llevara un riguroso proceso de calidad buscando que esto sea la imagen de la empresa y que el cliente diferencie a la marca por la calidad de la adquisición del producto que compra. Los cuales se van a detallar en la siguiente planeación:

Mantenimiento de la Planta

- Las cuales se harán un chequeo de cada 3 meses el funcionamiento de las máquinas.
- Se hará una depuración de utensilios inservibles.
- Semanalmente se debe esterilizar todo el material de producción y sus máquinas o cuando lo ameriten.
- Se dará mantenimiento a las maquinas cuando lo ameriten.

Control de procesos de producción

- Se supervisara el estado de la materia prima previa a procesarse en producto final.
- Se llevara un control de manipulación del producto.
- Se testeara el producto antes de que pase al área de empaquetado.
- El despojo de los desechos tendrá que ser constante.

Almacenaje

- Se hará supervisiones constantes al lugar de almacenaje que deberá estar en buenas condiciones.
- Se supervisara la logística de clasificación por lotes de producción.
- Se chequera los depósitos de almacenaje deben estar en óptimas condiciones.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Distribución

- Se tendrá un control de cargo y descargo del producto.
- Se supervisara la entrega del producto debe que estar llegar al cliente y los canales de distribución en el tiempo estimado.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios que se obtienen son los siguientes:

Como Empresa

- Se aumenta la competitividad de la empresa.
- Los empleados se manejan de una forma organizada, donde utilizan eficazmente los recursos.
- Se da una buena imagen hacia el cliente.
- Los objetivos propuestos son alcanzados.

Como empleados

- Obtienen mayores beneficios.
- Las utilidades de empresa mejoran.
- Obtienen capacitación constante.
- Crean una carrera dentro de la empresa y ellos pueden seguir escalando.

6.2.3. Políticas de calidad

Las políticas de calidad de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” se detallan a continuación:

- 1) El producto debe que tener una buena presentación al mercado.
- 2) Se debe que presupuestar para la implementación de nuevas tecnologías para la producción.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- 3) Se deben que realizar controles constantes de cómo se maneja el proceso de producción de los operarios y de los involucrados directamente en la producción del producto.
- 4) Se establece un compromiso ético con el consumidor dando a expendio un producto de calidad.
- 5) Se supervisara y se capacitara al personal operario para prevenir accidentes laborales.

6.2.4. Benchmarking

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” se va enfocar en el benchmarking funcional, aunque en este caso la empresa no se va enfocar en los competidores directos, ya que no existen competidores directos. Sino que se va enfocar en empresas que hacen una actividad similar, para ver cuáles fueron sus prácticas y los factores que la llevaron al éxito.

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” va a mantener un aseguramiento de la calidad en un nivel alto con los clientes y consumidores. Para saber que tan eficiente está siendo la empresa en cuanto a su producto puesto en el mercado, se realizara una encuesta de satisfacción y se medirán las quejas que tengan los clientes en cuanto al producto.

También se piensa en dar un seguimiento post-venta a los clientes con la finalidad de crear una buena relación y fidelización.

6.2.6. Estándares de la calidad

Los estándares de calidad a realizarse de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” Es obtener la certificación INEN, el cual para obtener esa certificación el producto debe que pasar por una prueba de calidad de seis meses. Esto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

hace que el cliente se dé cuenta que está adquiriendo un producto saludable de calidad, con nutrientes que aporten a su salud.

6.2.7. Procesos de control de calidad

En lo que concierne a procesos de control de calidad el departamento de Producción y Logística se encargara de velar por las normas que se deben que seguir en los procesos para la producción, así que la empresa pueda obtener la norma INEN.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” Se certificara en la norma ISO 9001 – Sistema de Gestión de Calidad, esto hace que la empresa realce su prestigio en el mercado y pueda competir internacionalmente en un futuro. El cual se tiene pensado que en el lapso del sexto año se comenzara aplicar a esta certificación.

6.2.9. Presupuesto

A continuación se desglosa el presupuesto de gestión de calidad invertir en gestión de calidad:

Descripción	Cant. Por Año	P. Unitario	Total
Capacitación al Personal Operario (Capacitación de procesos de calidad, transporte y logística, manipulación de alimentos)	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Capacitación a todo el personal de Seguridad Industrial	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Certificación INEN de Calidad (la certificación es gratuita se a considerado rubros de papeleos y tramites)	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total de Gasto de Gestión de Calidad			\$ 2.130,00

Tabla 26 Presupuesto de gestión de calidad

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Descripción	Precio
Norma ISO 9001 a partir del sexto año	\$ 5.000,00
Norma ISO 22000 a partir del sexto año	\$ 12.000,00
Costo total	\$ 17.000,00

Tabla 27 Presupuesto de gestión de calidad invertir en gestión de calidad

Elaborado por: Autor de la Tesis

6.3. GESTIÓN AMBIENTAL

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Para el desarrollo del proceso ambiental de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” se ha considerado tomar ciertos aspectos claves.

- Aplicar normas ecológicas en la empresa en la parte operativa y administrativa.
- Crear políticas de aporte al medio ambiente.
- Crear estrategias que ayuden a preservar el medio ambiente.
- Organizar gestión humana empresarial para que ayude con el medio ambiente.
- Trazar metas y objetivos a alcanzarse.
- Crear planes de acción para obtener menor impacto ambiental.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El proceso a implementarse contara con las siguientes etapas:

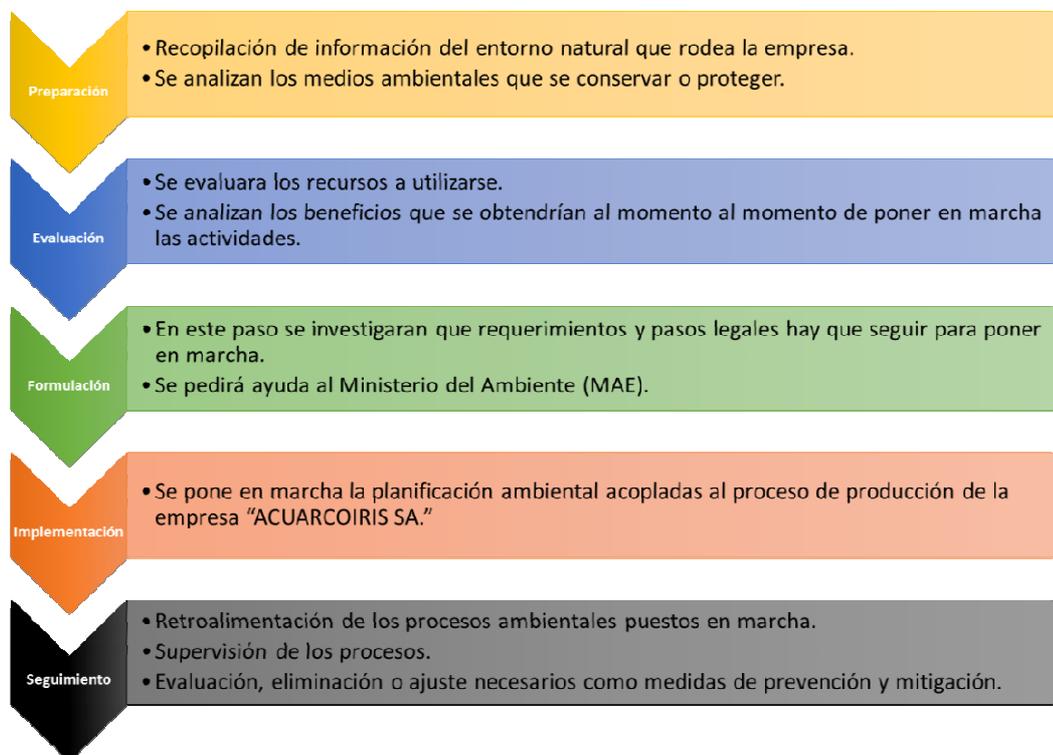


Gráfico 30 Proceso de planeación ambiental a implementarse

Elaborado por: Autor de la Tesis

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

El beneficio que la empresa "ACUARCOIRIS SA." obtiene de las acciones proactivas de protección al medio ambiente dan:

- Buena imagen a la empresa a nivel empresarial y al mercado.
- Satisfacción de cumplir las metas planteadas el medio ambiente.
- Atraer a consumidores ecologistas, ya que si consumen nuestro producto apoyan al medio ambiente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Las políticas a desarrollarse de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” son las siguientes:

- Reutilizar todos los materiales de la empresa que se consideren reutilizables.
- Reducción de desperdicios en el proceso de producción.
- La empresa tendrá como una de sus metas principales, la responsabilidad con el medio ambiente.
- Se controlaran los niveles de contaminantes que produzca la planta;
- Se identificarán los tiempos a tomarse para el desarrollo de cada implementación de los procesos ambientales.
- Los desperdicios serán clasificados por sus características, y entregados en un lugar donde lo reutilicen.

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Como proceso de aseguramiento de la empresa “ACUARCOIRIS” como proceso de aseguramiento de la calidad ambiental, velará para que los objetivos planteados en ayuda al medio ambiente se cumplan. También se manejarán planes rigurosos de control en cuanto a los desperdicios que produce la planta en la producción del producto. Ciertos desperdicios van a ser reutilizados.

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Como estándares de la calidad ambiental la empresa “ACUARCOIRIS SA.” se registrará a los estándares de las normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, el cual puntualiza que la empresa debe tener una certificación ISO 14000 para el diseño del Sistema de Gestión Ambiental a utilizarse.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.6. Procesos de control de calidad

En el proceso de control de calidad ambiental de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” tendrá un riguroso sistema de control desde la recepción de suministros reciclables, hasta el cumplimiento del plan a ponerse en marcha. Esto hará que se pueda medir por resultados el proceso de control del mismo.

6.3.7. Trazabilidad

La producción del producto de la marca “RainbowFish” se analizará los impactos de las acciones a tomarse desde la producción de la materia prima hasta la entrega final, que pudiese afectar de alguna forma al medio ambiente.

Con el fin de poder encontrar falencias y realizar las respectivas correcciones, para que ya no se repitan estas acciones que afecten al medio ambiente.

6.3.8. Logística Verde

Se desarrollará mediante un equilibrio económico y ecológico, supervisando cada fase del proceso productivo y administrativo, creando nuevas estrategias de estructuras y sistemas que creen una logística amigable con el medio ambiente.

En los cuales se pretende optimizar y usar eficientemente la materia prima, almacenaje, transporte y reciclajes de desechos.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

Le empresa “ACUARCOIRIS SA.” los primeros años no aplicará a una certificación como la certificación ISO 14000 por el costo elevado que sería

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

aplicar y obtener esta certificación. Se la consideraría a partir del sexto año de funcionamiento de la empresa; de esa manera se considerara por el momento la capacitación constante al personal de cómo mejorar el proceso ambiental de la empresa, y poner en marcha las políticas, ya planteadas en lo que corresponde a la gestión ambiental.

6.3.10. Presupuesto

El presupuesto de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” para la gestión ambiental:

Descripción	Cant. Por Año	P. Unitario	Total
Capacitación al Personal Operario (Capacitación de procesos de gestión ambiental, optimización de recursos de la empresa, logística verde)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Capacitación a personal operativo (reutilización de desperdicios, contaminantes al medio ambiente)	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Juego Contenedores Reciclables	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total de Gasto de Gestión de Calidad			\$ 450,00

Tabla 28 Presupuesto de la empresa ACUARCOÍRIS para la gestión ambiental

Elaborado por: Autor de la Tesis

6.4. GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

El proceso de planeación empresarial de responsabilidad empresarial se realiza de manera planificada, se toman los aspectos más relevantes de cada área. A continuación se detallan las estrategias a realizarse

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Gráfico 31 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de
Responsabilidad Social

Elaborado por: Autor de la Tesis

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios que se obtienen con la responsabilidad social, se ven reflejados en las utilidades de la empresa, esto beneficia a los empleados, la empresa y a la sociedad. A continuación se detalla esos beneficios:

Económica

- Incrementar inversionistas al negocio
- Reducción de costos de producción, se utilizan eficientemente los recursos de la empresa.
- Mejora la imagen empresarial.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Aumenta la productividad y mejora la calidad del producto.

Comunitaria

- Fidelización con los consumidores
- Mejora de relaciones con la sociedad y sus autoridades
- Aporte de desarrollo con la comunidad.

Laboral

- Se obtiene lealtad con los empleados.
- Mejora la eficiencia de trabajo en equipo (Lideres y subordinados)]
- Se atrae a la contratación de personal altamente calificado.

Legal

- Consideración al acceso de licitaciones con el estado.
- Reducción de la supervisión de entes regulatorios.

6.4.3. Políticas de protección social

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” considerando la importancia de la responsabilidad social, gestionando sus diferentes procesos de manera adecuada, generando un vínculo con la economía de la empresa, la buena relación con los empleados se detallan a continuación:

Responsabilidad con la Comunidad

- Ayuda a la comunidad
- Participación comunitaria

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Responsabilidad con los Colaboradores

- Igualdad de Genero
- Prevención de riesgos laborales
- Preocupación por el bienestar de los empleados

Responsabilidad Económica

- Manejo eficiente de la utilidad de la empresa
- Supervisión de planes financieros que lleva la empresa

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” buscara que se cumpla el aseguramiento del cumplimiento de la responsabilidad social y corporativa en todos los departamentos de la empresa, lo cual se detalla a continuación:

- Las políticas de responsabilidad social de la empresa estarán ubicadas en todos los lugares informativos para que sean observadas por todos los empleados.
- Se hará una retroalimentación cada tres meses de estas políticas.
- Realizar integraciones de todo el personal y destacar los beneficios del cumplimiento de la responsabilidad social corporativa,

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social

A continuación los plazos que se cumplirán esta actividad:

Corto Plazo: Se supervisara que el personal este cumpliendo con las políticas de responsabilidad social de la empresa.

Mediano Plazo: Obtención de la ISO 26000 a partir del sexto año

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Largo plazo: Seguirá mejorando su responsabilidad social ya regidas por la certificación ISO 26000.

6.4.6. Procesos de controles sociales

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” para el control social realizara lo siguiente:

- Estudio de comunidad que reside alrededor del sector de la empresa para conocer su opinión sobre la empresa.
- Auditoria del manejo de la cuenta social de la empresa
- Evaluación y análisis periódico del impacto de las obras sociales realizadas.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” contara en un futuro con la certificación ISO 26000, esto sirve como guía para las empresas que piensen practicar la responsabilidad social.

6.4.8. Presupuesto

Descripción	Cant. Por Año	P. Unitario	Total
Capacitación al Personal de la empresa	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total de Responsabilidad Social			\$ 150,00

Tabla 29 Presupuesto Capacitación al personal de la empresa

Elaborado por: Autor de la tesis

Descripción	Cant. Por Año	P. Unitario	Total
Certificación ISO 26000 a partir del sexto año (Funcionamiento Opcional)	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Total de Responsabilidad Social			\$ 10.000,00

Tabla 30 Presupuesto Certificación ISO 26000 a partir del sexto año (Funcionamiento Opcional)

Elaborado por: Autor de la tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

El Balance Scorecard es una herramienta que permite a las empresas y sus empleados ser medidos por resultados del plan estratégico. El empleo de este sistema consiste en:

- Formulación de una estrategia
- Informar a la organización de la estrategia planteada
- Establecer objetivos de las diversas áreas
- Medir resultados poniendo las respectivas correcciones de ser necesario

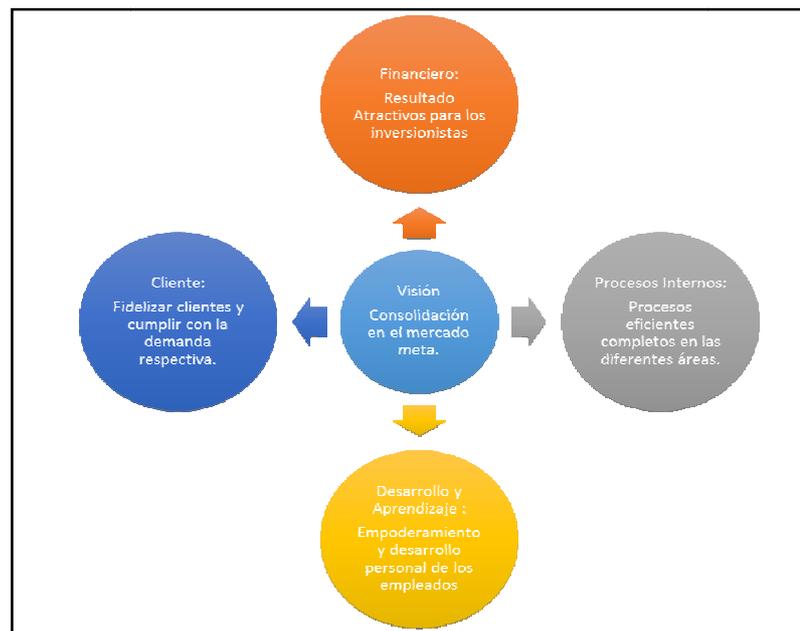


Gráfico 32 Balanced Scorecard y Mapa Estratégico
Elaborado por: Autor de la Tesis

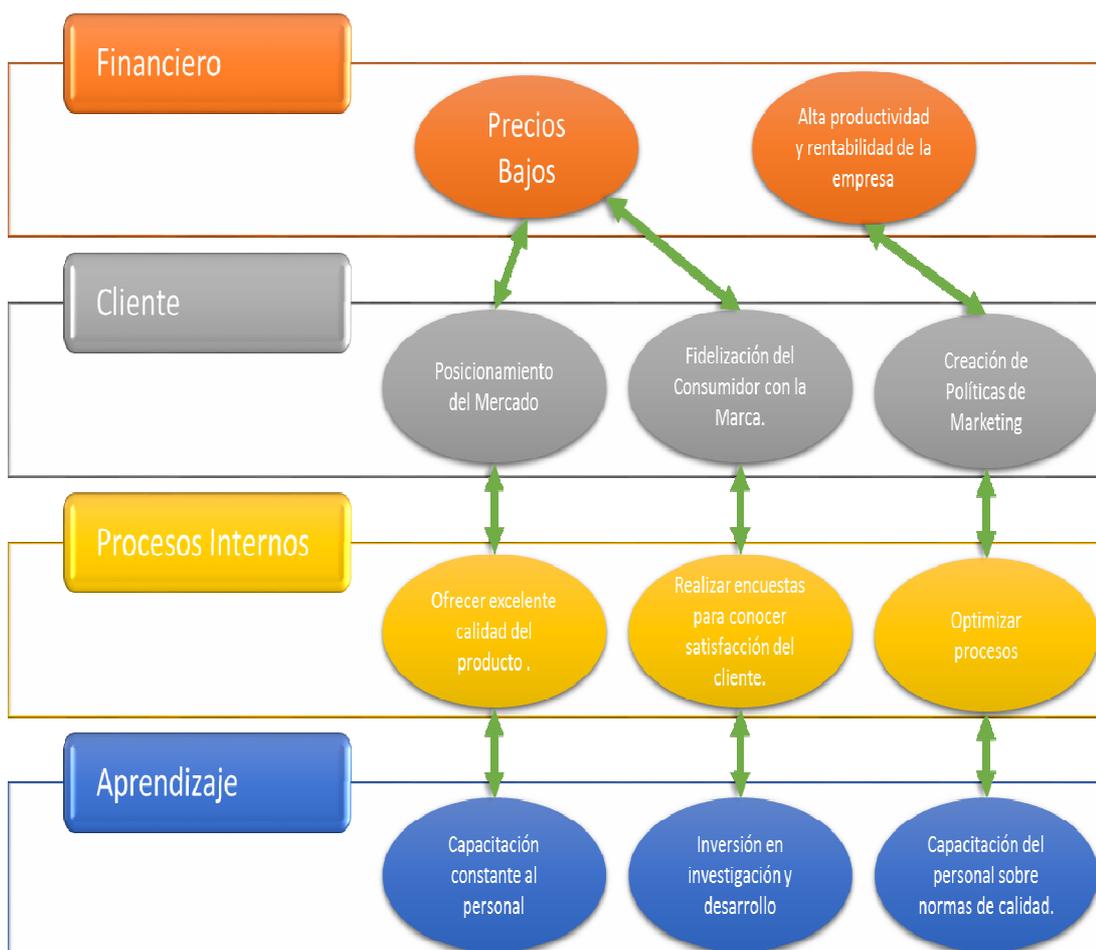
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Visualización de la empresa desde los cuatro puntos del Balance Scorecard:

- Desarrollo y Aprendizaje: Se evaluará el crecimiento de la empresa cumpliendo sus objetivos planteados y mejorando sus procesos. Los empleados serán capacitados constantemente para que puedan cumplir las metas a trabajar.
- Procesos interno: se buscará la máxima eficiencia en cuanto a producción y requerimientos de los clientes para satisfacer su necesidad.
- Cliente: en este factor se trabaja para satisfacer las necesidades del cliente, y crear una relación con el consumidor para la obtención a cambio su fidelización.
- Financiero: es de suma importancia lograr procesos eficientes para obtener resultados financieros beneficiosos y los accionistas visualicen una rentabilidad cuantiosa.

A continuación se detalla el mapa estratégico que contiene los objetivos estratégicos de forma gráfica.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 7

ECONÓMICO-FINANCIERO -TRIBUTARIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO -TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La empresa “ACUARCOIRIS SA.” Tendrá como inversión inicial un monto de \$101.914,29, esto comprende a la inversión con la que se va a poner en marcha al proyecto.

INVERSION INICIAL			
Inversión en Activos Fijos	\$	46.221,53	45%
Inversión en Capital de Trabajo	\$	50.560,67	50%
Gastos de Constitucion e Instalacion	\$	5.132,00	5%
Total de Inversión Inicial	\$	101.914,20	100%

Tabla 31 Inversión inicial

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

El total de inversión fija es \$44.821,53 , la cual se detalla en la siguiente tabla:

ACTIVOS FIJOS	
Total de Gasto de Equipos de Planta de Producción	\$ 39.904,60
Total de gasto de equipos de oficina	\$ 4.916,93
Total de Activo Fijo	\$ 44.821,53

Tabla 32 Inversión fija

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.1.2. Diferida

En la siguiente tabla se detalla la inversión diferida de la empresa “ACUARCOIRIS SA.”.

GASTOS DIFERIDOS			
Alquiler	\$ 700,00	1	\$ 700,00
Constitucion de la compania	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
Búsqueda Fonética	\$ 16	1	\$ 16,00
Registro de marca	\$ 116,00	1	\$ 116,00
Instalaciones	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
Permisos Municipales y bomberos	\$ 300,00	1	\$ 300,00
TOTAL			5.132

Tabla 33 Inversión diferida

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.1.1.3. Corriente

A continuación se detalla el capital de trabajo considerado como inversión corriente, se lo considero como costos fijos para dos meses de trabajo.

Inversión en Capital de Trabajo		
DESCRIPCION	MESES	CAPITAL DE TRABAJO
Valor Mensual Costos Fijos	2 MESES	\$ 36.589,33
Valor Mensual Costos Variables	2 MESES	\$ 13.971,34
TOTAL		\$ 50.560,67

Tabla 34 Inversión corriente

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

El financiamiento para la empresa “ACUARCOIRIS SA.” se obtiene del capital de aportación de los socios, el cual Jossue Ramirez aporta con \$20.000,00, los otros dos socios con \$10.0000,00 cada uno, y la última inversión se obtiene mediante un préstamo bancario de \$40.000,00.

Financiamiento de la Inversión	
Recursos Propios (Jossue Ramirez)	\$ 25.478,55
Accionistas 1 (Orfa Campoverde)	\$ 12.739,28
Accionista 2 (Efrain Ramirez)	\$ 12.739,28
Recursos de Terceros (Préstamo)	\$ 50.957,10
Total de Inversion	\$ 101.914,20

Tabla 35 Financiamiento de la inversión

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.1.2.2. Tabla de Amortización

A continuación se detalla la tabla de amortización del préstamo bancario solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN). Con un plazo de 5 años y una tasa de interés del 10%.

CAPITAL	\$ 50.957,10
TASA DE INTERÉS CFN	10%
NÚMERO DE PAGOS	60
FECHA DE INICIO	\$ 42.005,00
CUOTA MENSUAL	\$ 1.082,69
INTERESES DEL PRÉSTAMO	14004,16704
Total a Pagar por Préstamo	\$ 64.961,27

Tabla 36 Tabla de amortización

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Pagos por Amortizaciones	8.268,71	9.134,56	10.091,06	11.147,73	12.315,04
Pago por Intereses	4.723,54	3.857,70	2.901,19	1.844,52	677,21
Servicio de Deuda	12.992,25	12.992,25	12.992,25	12.992,25	12.992,25

Tabla 37 Amortización de la Deuda Anual

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.1.3. Cronograma de Inversiones

En la siguiente tabla se detalla las actividades a desarrollarse en el mes de Noviembre y Diciembre del 2014.

Cronograma de Actividades		
Actividades	Costo Unitario	Mes
Alquiler	\$ 700,00	1er mes
Constitución de la compañía	\$ 1.000,00	1er mes
Búsqueda Fonética	\$ 16	1er mes
Registro de marca	\$ 116,00	2do mes
Instalaciones	\$ 3.000,00	1er mes
Permisos Municipales y bomberos	\$ 300,00	2do mes
TOTAL	\$ 5.132,00	

Tabla 38 Cronograma de actividades

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

A continuación se detallan los costos fijos de la empresa “ACUARCOIRIS SA.”, la cual se ha proyectado a un lapso de 5 años. El monto total de costos fijos del primer año es \$98.317,06.

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio Mensual Primer
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 81.551,06	\$ 88.075,14	\$ 95.121,16	\$ 103.682,06	\$ 113.013,45	\$ 6.795,92
Gastos en Servicios Básicos	\$ 4.680,00	\$ 4.819,93	\$ 4.964,05	\$ 5.112,47	\$ 5.265,34	\$ 390,00
Gastos de Ventas	\$ 11.150,00	\$ 11.483,39	\$ 11.826,74	\$ 12.180,36	\$ 12.544,55	\$ 929,17
Gastos Varios	\$ 936,00	\$ 963,99	\$ 992,81	\$ 1.022,49	\$ 1.053,07	\$ 78,00
Capacitaciones	\$ 2.130,00	\$ 2.385,60	\$ 2.671,87	\$ 2.992,50	\$ 3.351,60	\$ 177,50
Total Costos Fijos	\$ 98.317,06	\$ 105.342,45	\$ 112.904,75	\$ 121.997,39	\$ 131.876,40	\$ 2.048,27

Tabla 39 Costos Fijos/Años

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.2.2. Costos Variables

En la siguiente tabla se detallan los costos de producción de la materia prima, para la elaboración de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío. Los costos están dados en gramos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Costos Variables / Años						
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio Mensual Primer Año
EMP. 250 GR	\$ 64.895,51	\$ 76.861,27	\$ 91.033,34	\$ 107.818,52	\$ 127.698,64	\$ 5.407,96
EMP. 450 GR	\$ 11.791,77	\$ 13.966,00	\$ 16.541,12	\$ 19.591,06	\$ 23.203,35	\$ 982,65
EMP. 1000GR O 1 KG	\$ 7.140,74	\$ 8.457,38	\$ 10.016,79	\$ 11.863,74	\$ 14.051,24	\$ 595,06
Total Costos Variables	\$ 83.828,02	\$ 99.284,66	\$ 117.591,26	\$ 139.273,32	\$ 164.953,23	\$ 6.985,67

Tabla 40 Costos Variables/Años

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.2.2.1. Costos de Producción

En la siguiente tabla se detallan los costos de producción de la materia prima, para la elaboración de trucha arcoíris ahumada y empaquetada al vacío. Los costos están dados en gramos.

COSTO DE PRODUCCION		
MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO EN GRAMOS	COSTO ESTANDARIZADO
Trucha	\$ 0,003956	\$ 0,00
Pimienta	\$ 0,015600	\$ 0,02
Sal	\$ 0,000400	\$ 0,00
Empaque 23x34cm + Impresión	\$ 0,350000	\$ 0,35
Total de Costo de Produccion por gr	\$	0,37

Tabla 41 Costos de producción

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

Un costo referencial de operación es de \$0,58 ctvs. de dólar por unidad de producción, ya que se ha tomado el referencia de 3 meses de beneficios operativos, costos variables y sueldos.

7.3.2. Costos Administrativos

En la siguiente tabla se detalla los costos administrativos que incurre la empresa “ACUARCOIRIS SA.”; se ha detallado los gastos por mes y por año. El costo administrativo anual es de \$4.680,00 por año.

Costos Administrativos		
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año
Gastos de asesoría contable	\$ 80,00	\$ 960,00
Telefonía Celular	\$ 35,00	\$ 420,00
Internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Electricidad	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Agua potable	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL	\$ 390,00	\$ 4.680,00

Tabla 42 Costos Administrativos

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.3.3. Costos de Ventas

En la siguiente tabla se detallan los costos de ventas que incurre la empresa “ACUARCOIRIS SA.”. El costo anual de ventas es de \$5.150,00.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
Roll -up	\$ 40,00	2	80,00	1	\$ 80,00
Volantes a Color	\$ 0,12	4000	480,00	1	\$ 480,00
Impulsadora	\$ 340,00	2	680,00	1	\$ 680,00
Stand Desmontable	\$ 180,00	2	360,00	1	\$ 360,00
Mini Sandwich	\$ 0,10	6000	600,00	1	\$ 600,00
Base de datos de clientes Diners Club (Mailing)	\$ 500,00	1	500,00	1	\$ 500,00
Creación de Pagina Web	\$ 300,00	1	300,00	1	\$ 300,00
Mantenimiento de Pagina web	\$ 100,00	12	1.200,00	1	\$ 1.200,00
Paquete de Cuiñas (RADIO CITY)	\$ 950,00	1,00	950,00	1	\$ 950,00
TOTAL					\$ 5.150,00

Tabla 43 Presupuesto Publicitario/Gastos de Ventas

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.3.4. Costos Financieros

A continuación se detalla la tabla de costos financiero de la empresa “ACUARCOIRIS SA.”, tiene una proyección de 5 años, donde el costo el primer año es de \$3.707,86 y va decreciendo constantemente hasta el año 2019 que tiene un costo de \$531,59.

PROYECCION DE COSTOS FINANCIEROS						
	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
Gastos Financieros	\$ 3.707,86	\$ 3.028,19	\$ 2.277,36	\$ 1.447,90	\$ 531,59	\$ 10.992,91

Tabla 44 Proyección de costos financieros

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

A continuación se detalla la siguiente tabla de determinación de precio del producto “RainbowFish”, donde se puede analizar los diferentes costos de producción y el precio de venta al público.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PRECIOS/COSTOS				
Producto	Costo de Produccion Unitario	P.V.P UNITARIO	Ganancia	% Margen de Contribución
EMP. 250 GR	\$ 1,50	\$ 4,35	\$ 2,85	290%
EMP. 450 GR	\$ 2,46	\$ 7,83	\$ 5,37	319%
EMP. 1000GR O 1 KG	\$ 4,96	\$ 17,40	\$ 12,44	351%

Tabla 45 Precios/Costos

Elaborado por: Autor de la Tesis

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

En la siguiente tabla se detallan los ingresos de la proyección de ventas a 5 años, el cual al primer año hay un ingreso de \$250.560,00 y el restante de años las ventas incrementan un 15%.

Total de Ingresos Proyectado					
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaque de 250gr	\$ 187.920,00	\$ 222.569,63	\$ 263.608,13	\$ 312.213,52	\$ 369.781,00
Empaque de 450gr	\$ 37.584,00	\$ 44.513,93	\$ 52.721,63	\$ 62.442,70	\$ 73.956,20
Empaque de 1kilo	\$ 25.056,00	\$ 29.675,95	\$ 35.147,75	\$ 41.628,47	\$ 49.304,13
Total de Ingresos Proyectados	\$ 250.560,00	\$ 296.759,51	\$ 351.477,51	\$ 416.284,69	\$ 493.041,34

Tabla 46 Total de Ingresos Proyectados

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

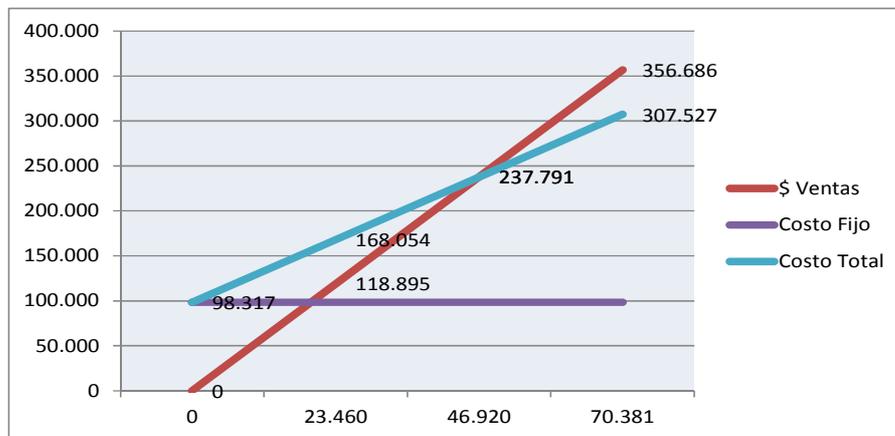


Gráfico 33 Análisis de Punto de Equilibrio

Elaborado por: Autor de la Tesis

El punto de equilibrio de la empresa es \$237.791,00 donde los ingresos son iguales a los costos, y no está teniendo ni pérdidas ni ganancias. Después de este valor un dólar más, ya representa utilidad para la empresa “ACUARCOIRIS SA.”.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

El punto de cierre es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales, incluidos los gastos financieros. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

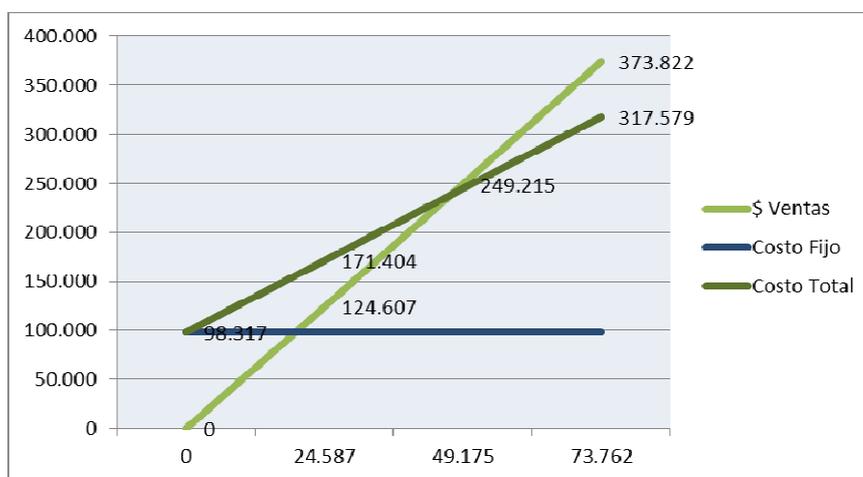


Gráfico 34 Análisis de Punto de Cierre

Elaborado por: Autor de la Tesis

El punto de cierre de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” en unidades es 49175 y un valor de \$249.215,00 dólares.

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

Las normativas que rigen el funcionamiento de la empresa “ACUARCOIRIS SA.” en un entorno fiscal son la Superintendencia de Compañías y el Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La empresa basándose en estas normativas podrá evitarse conflictos fiscales, y optimizara pagos al fisco.

Es necesario que la empresa tenga una planificación y control tributario, y así poder determinar los costos tributarios que la empresa tiene que asumir.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Existen algunas formas para disminuir la carga fiscal sin tener que evadir al fisco:

- Los gastos de depreciación y amortización ayudan a reducir la carga fiscal, por ser gastos deducibles del impuesto a la renta.
- Los impuestos se pagan sobre las utilidades que la empresa obtiene luego de cada periodo fiscal.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta, es el cual la empresa debe que pagar el 22% antes de las utilidades que la empresa obtiene luego del 15% de participación de los trabajadores, de este rubro se deduce la retención en la fuente que se haya pagado durante el periodo contable.

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

El impuesto del valor agregado que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” tiene que pagar por ley del estado es el 12%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Este punto no aplica al proyecto de titulación a ponerse en marcha, ya que es un valor dispuesto por el Servicio de Rentas Internas, para ciertos artículos.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Los impuestos, tasas y contribuciones municipales que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” tiene que incurrir al ser domiciliada en la ciudad de Guayaquil son:

- Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos que tiene un costo de \$10,00 dólares.
- Tasa de Habitación Municipal el cual tiene un costo de \$34,00 dólares.
- Patente Municipal que tiene un costo de \$2,00 dólares.
- Permiso de funcionamiento Dirección de Salud con un costo de \$40,00 dólares.
- Planilla de inspección de la Dirección de Salud tiene un costo de \$12,00 dólares.
- Carnets de Salud Ocupacionales con un costo de \$2,00 dólares.
- Impuestos Prediales con un valor aproximado de \$50,00 dólares.

Estos son los costos que la empresa tiene que incurrir todos los años para su debido funcionamiento.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

Este punto no aplica, ya que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” No va exportar.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este punto no aplica, ya que el tipo de propuesta de negocio no lo requiere.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Este punto no aplica, ya que la materia prima es 100% nacional y no se debe que incurrir en compras en el exterior.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

Se incurre el pago de este impuesto ya que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” posee un vehículo para transportar sus productos los valores a pagar son:

- Impuesto verde con un valor de \$26,94 dólares, ya que es un vehículo nuevo y cada año va incrementando el valor por la contaminación que produce.
- Impuesto de rodaje \$43,47 dólares.
- Matricula con un costo de \$348,00 dólares.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Todos estos valores son recaudados por la Comisión de Transito del Ecuador, para el libre rodaje de los vehículos.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

Este punto no aplica, ya que el tipo de propuesta de negocio no lo requiere.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1.1. Balance General Inicial

En la siguiente tabla se presenta el Estado de Situación Inicial de la empresa “ACUARCOIRIS SA.”.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL					
Activos			Pasivos		
			Ctas por Pagar	\$ -	
Efectivo y equivalente	\$ 50.560,67		Impuestos por Pagar	\$ -	
Ctas por Cobrar	\$ -		Pasivo Corriente		\$ -
Inventarios	\$ -				
			Deuda LP	\$ 50.957,10	
Activo Corriente		\$ 50.560,67	Total de Pasivos		\$ 50.957,10
Activos Hijos		\$ 46.221,53	Patrimonio		
Dep Acumulada	\$ -		Capital Social	\$ 50.957,10	
			Utilidad del Ejercicio	\$ -	
			Utilidades Retenidas	\$ -	
Activo Diferido		\$ 5.132,00	Total de Patrimonio		\$ 50.957,10
Total de Activos		\$ 101.914,20	Pasivo + Patrimonio		\$ 101.914,20

Tabla 47 Estado de situación inicial

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.1.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

A continuación se detalla el Estado de Pérdidas y Ganancias de la empresa “ACUARCOIRIS SA.”, en la que se puede ver que las utilidad disponible del primer año es de \$45.888,76 y conforme van pasando los años va incrementando.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
PROYECCION DE AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	\$ 250.560,00	\$ 296.759,51	\$ 351.477,51	\$ 416.284,69	\$ 493.041,34
Costo de Venta	\$ 83.828,02	\$ 99.284,66	\$ 117.591,26	\$ 139.273,32	\$ 164.953,23
Utilidad Bruta en Venta	\$ 166.731,98	\$ 197.474,85	\$ 233.886,25	\$ 277.011,37	\$ 328.088,11
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 81.551,06	\$ 88.075,14	\$ 95.121,16	\$ 103.682,06	\$ 113.013,45
Gastos Servicios Basicos	\$ 4.680,00	\$ 4.819,93	\$ 4.964,05	\$ 5.112,47	\$ 5.265,34
Gastos Ventas	\$ 11.150,00	\$ 11.483,39	\$ 11.826,74	\$ 12.180,36	\$ 12.544,55
Gastos Varios	\$ 936,00	\$ 963,99	\$ 992,81	\$ 1.022,49	\$ 1.053,07
Gastos de Depreciación	\$ 4.859,63	\$ 4.859,63	\$ 4.822,16	\$ 4.492,16	\$ 4.492,16
Utilidad Operativa	\$ 63.555,28	\$ 87.272,77	\$ 116.159,34	\$ 150.521,82	\$ 191.719,55
Gastos Financieros	\$ 4.723,54	\$ 3.857,70	\$ 2.901,19	\$ 1.844,52	\$ 677,21
Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)	\$ 58.831,74	\$ 83.415,07	\$ 113.258,15	\$ 148.677,30	\$ 191.042,34
Repartición Trabajadores	\$ -	\$ 12.512,26	\$ 16.988,72	\$ 22.301,59	\$ 28.656,35
Utilidad antes Imptos Renta	\$ 58.831,74	\$ 70.902,81	\$ 96.269,43	\$ 126.375,70	\$ 162.385,99
Impto a la Renta	\$ 12.942,98	\$ 15.598,62	\$ 21.179,27	\$ 27.802,65	\$ 35.724,92
Utilidad Disponible	\$ 45.888,76	\$ 55.304,19	\$ 75.090,15	\$ 98.573,05	\$ 126.661,07

Tabla 48 Estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.1.2.1. Flujo de Caja Proyectado

En la siguiente tabla se presenta el flujo de caja de la empresa “ACUARCOIRIS”.

Flujo de Efectivo					
	2015	2016	2017	2018	2019
Utilidad antes Imptos Renta	\$ 58.831,74	\$ 83.415,07	\$ 113.258,15	\$ 148.677,30	\$ 191.042,34
(+) Gastos de Depreciación	\$ 4.859,63	\$ 4.859,63	\$ 4.822,16	\$ 4.492,16	\$ 4.492,16
(-) Inversiones en Activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortizaciones de Deuda	\$ 8.268,71	\$ 9.134,56	\$ 10.091,06	\$ 11.147,73	\$ 12.315,04
(-) Pagos de Impuestos	\$ -	\$ 12.942,98	\$ 28.110,88	\$ 38.168,00	\$ 50.104,25
Flujo Anual	\$ 55.422,66	\$ 66.197,17	\$ 79.878,37	\$ 103.853,73	\$ 133.115,21
Flujo Acumulado	\$ 55.422,66	\$ 121.619,83	\$ 201.498,19	\$ 305.351,92	\$ 438.467,13
Pay Back del flujo	\$ (46.491,54)	\$ 19.705,63	\$ 99.583,99	\$ 203.437,72	\$ 336.552,93

Tabla 49 Flujo de efectivo

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.6.1.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.1.2.1.1.1. TMAR

La siguiente tabla detalla cual es la tasa mínima aceptable requerida del proyecto, esta sirve para analizar cuan rentable es el proyecto. La TMAR del proyecto es 11,21% y va a servir de base para determinar los resultados

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

obtenidos en la TIR y la VAN y se determina las expectativas de los inversionistas

TASA MINIMA ACEPTABLE REQUERIDA		
% Capital propio	CP	50,00%
% Deuda Terceros	D	50,00%
Costo de Oportunidad (Riesgo de Cop	Cop	15,78%
Tasa de interés	i	10,00%
Tasa Impositiva	ti	33,70%
TMAR =		11,21%

Tabla 50 Tasa mínima aceptable requerida

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.6.1.2.1.1.2. VAN

El Valor Actual Neto del Trabajo de Titulación es \$205.718,00, esto dio como resultado de la suma de los flujos netos convertidos en valor presente, menos el valor de la inversión inicial. Ya que el valor es positivo el proyecto es rentable.

7.6.1.2.1.1.3. TIR

La Tasa Interna de Retorno es la tasa que el inversionista analiza y determina si va a invertir en el proyecto. El valor de la TIR del proyecto dio como resultado 64,12%, ya que el valor es mayor a cero el proyecto es rentable para invertir.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.1.2.1.1.4. PAYBACK

El Payback o Retorno de capital del Trabajo de Titulación dio que los inversionistas recuperan su capital en 1 año 9 meses.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

7.7.1.Productividad

En La siguiente tabla se describe el Análisis de Sensibilidad de la Productividad de la empresa. Vemos que existe alguna variación en las ventas la VAN y la TIR incremente a o decrece.

TIPO DE ANALISIS	OPTIMISTA	PESIMISTA	NORMAL
Crecimiento en Vtas.	\$ 54.932,59	\$ 13.641,22	\$ 45.888,76
VAN	\$ 252.733,38	\$ 40.243,90	\$ 205.717,79
TIR	75,34%	22,42%	64,12%
PAYBACK	\$ (34.896,88)	\$ (87.834,54)	\$ (46.491,54)

Tabla 51 Análisis de Sensibilidad

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.7.2.Precio Mercado Local

El siguiente tema no aplica, ya que no afecta a la empresa “ACUARCOIRIS SA.”

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.3. Precio Mercado Externo

Este punto no aplica ya que la empresa no comercializa productos en el exterior.

7.7.4. Costo de Materia Prima

En el siguiente grafico vemos como se describe el análisis de sensibilidad del costo de materia prima.

TIPO DE ANALISIS	OPTIMISTA	PESIMISTA	NORMAL
Costo de Venta	\$ 96.821,37	\$ 83.911,85	\$ 83.828,02
VAN	\$ 252.733,38	\$ 40.243,90	\$ 205.717,79
TIR	75,34%	22,42%	64,12%
PAYBACK	\$ (34.896,88)	\$ (87.834,54)	\$ (46.491,54)

Tabla 52 Análisis de Sensibilidad costo de materia prima

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

Este punto no aplica, porque no afecta al presente Trabajo de Titulación.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

En la siguiente tabla se detalla el análisis de sensibilidad de los costos de suministros y servicio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

TIPO DE ANALISIS	OPTIMISTA	PESIMISTA	NORMAL
Gastos Servicios Basicos	\$ 5.148,00	\$ 5.148,00	\$ 4.680,00
VAN	\$ 252.733,38	\$ 40.243,90	\$ 205.717,79
TIR	75,34%	22,42%	64,12%
PAYBACK	\$ (34.896,88)	\$ (87.834,54)	\$ (46.491,54)

Tabla 53 Análisis de Sensibilidad costo de suministros y servicios

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

Este inciso no aplica ya que no afecta al presente Trabajo de Titulación.

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

Este inciso no aplica ya que no afecta al presente Trabajo de Titulación.

7.7.9. Gastos Administrativos

En la siguiente tabla se detalla el análisis de sensibilidad de los gastos administrativos.

TIPO DE ANALISIS	OPTIMISTA	PESIMISTA	NORMAL
Gastos Servicios Basicos	\$ 89.706,17	\$ 89.706,17	\$ 81.551,06
VAN	\$ 252.733,38	\$ 40.243,90	\$ 205.717,79
TIR	75,34%	22,42%	64,12%
PAYBACK	\$ (34.896,88)	\$ (87.834,54)	\$ (46.491,54)

Tabla 54 Análisis de Sensibilidad gastos administrativos

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.10. Gastos de Ventas

A continuación se detalla la tabla de análisis de sensibilidad de los gastos de ventas.

TIPO DE ANALISIS	OPTIMISTA	PESIMISTA	NORMAL
Gastos Ventas	\$ 11.150,00	\$ 11.150,00	\$ 11.150,00
VAN	\$ 252.733,38	\$ 40.243,90	\$ 205.717,79
TIR	75,34%	22,42%	64,12%
PAYBACK	\$ (34.896,88)	\$ (87.834,54)	\$ (46.491,54)

Tabla 55 Análisis de Sensibilidad gastos de ventas

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

Este costo no es considerado ya que la empresa “ACUARCOIRIS SA.” no hace ningún tipo de inversión de activo al corto plazo.

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

Este punto no aplica ya que la tasa de interés está determinada fijamente en la tabla de amortización del préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 56 Estado de situación financiera general

Elaborado por: Autor de la Tesis.

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1. Liquidez

A continuación se detalla la tabla del ratio de liquidez.

RATIOS FINANCIEROS						
	2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Ratio de Liquidez						
Capital de Trabajo	\$ 93.040,35	\$ 144.069,62	\$ 213.890,87	\$ 305.808,35	\$ 424.646,53	\$ 236.291,14
Indice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)	8	6	7	7	8	7

Tabla 57 Liquidez

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.8.1.2. Gestión

En la siguiente tabla se detalla el ratio de uso de activos o gestión.

RATIOS FINANCIEROS						
	2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Ratio de Gestión (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos (en veces)	1,64	1,39	1,22	1,07	0,95	1,25

Tabla 58 Gestión

Elaborado por: Autor de la Tesis

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8.1.3. Endeudamiento

En la siguiente tabla se detalla los ratios de endeudamiento.

RATIOS FINANCIEROS							
Ratios de Endeudamiento		2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	%	36%	29%	21%	15%	12%	23%
Pasivo / Patrimonio	en veces	0,57	0,41	0,27	0,19	0,14	0,32
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	13,46	22,62	40,04	81,60	283,10	88,16
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		5,27	6,10	7,15	8,99	11,25	7,75

Tabla 59 Endeudamiento

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.8.1.4. Rentabilidad

A continuación se detalla los ratios de rentabilidad que miden cuan rentable es el proyecto

RATIOS FINANCIEROS							
Ratios de Rentabilidad		2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	%	67%	67%	67%	67%	67%	67%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	%	25%	29%	33%	36%	39%	33%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	%	23%	28%	32%	36%	39%	32%
ROA = Utilidad Neta / Activos	%	39%	39%	39%	38%	37%	38%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	%	61%	55%	50%	46%	42%	51%

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 60 Rentabilidad

Elaborado por: Autor de la Tesis

7.9. Conclusión Financiera

Como conclusión financiera se puede decir que “La Propuesta para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Trucha Arcoíris Ahumada y Empaquetada al Vacío” es rentable, ya que la tasa interna de retorno del proyecto es 64,12%, por lo cual a los ojos del inversionista es atractiva, ya que preferiría invertir en el proyecto y no dejar su dinero en el banco.

La inversión inicial de la empresa “ACUARCOÍRIS SA. “a ponerse en marcha es de \$101.914,20 dólares, los cuales el 50% es capital propio conjunto con accionistas y el 50% restante es un préstamo hecho a la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 10% anual.

La empresa para no tener pérdidas ni ganancia, su punto de equilibrio es 46920 unidades lo que el trabajo de titulación piensa cubrir siguiendo los objetivos y metas planteadas por la empresa.

El retorno de capital de la empresa es recuperado en 1 año 9 meses, lo que hace que la empresa comience a recibir utilidades en esa fecha.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 8

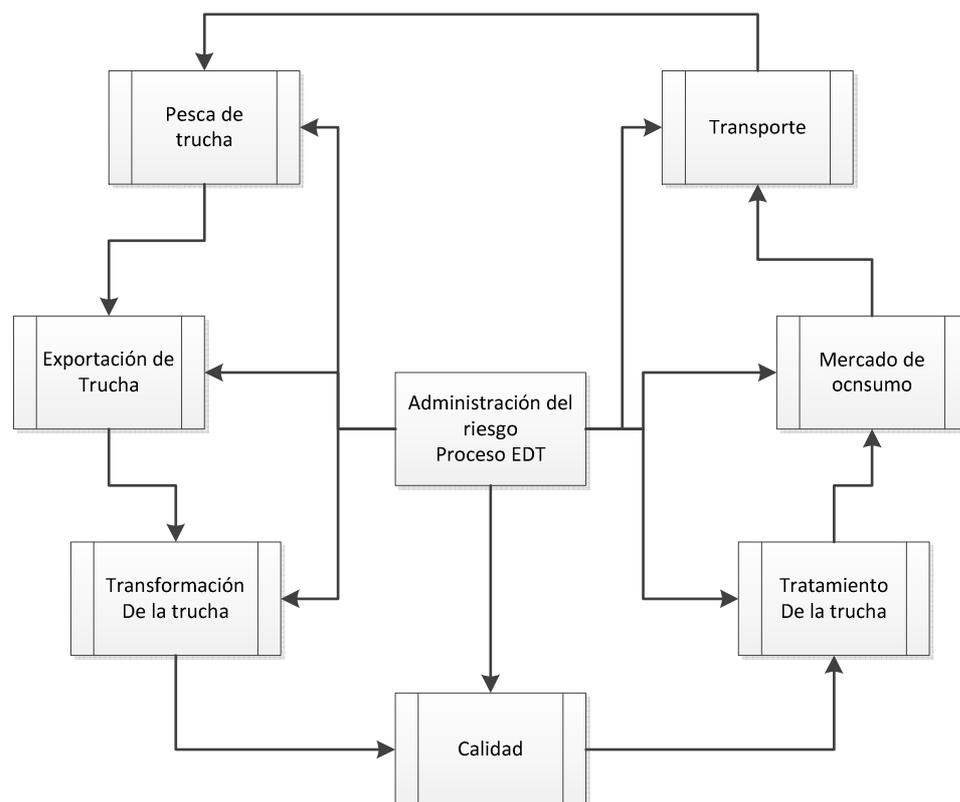
PLAN DE CONTINGENCIA

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

Los riesgos que normalmente son motivo de prestarle atención por las diferentes situaciones que de manera macro y micro acontece en la gestión empresarial y más aún en los costos de producción y comercialización del producto a transformar en el proyecto.

Ilustración 4 Descomposición de EDT en varias actividades dentro de Arco Iris



Se aplica dentro del proceso una estructura sistemática en los factores relevante en la captura o pesca de trucha utilizando la técnica de Estructura en desglose de trabajo (EDT). La técnica consiste en hacer un control adecuado para disminuir el riesgo realizando una descomposición de los

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

procesos y de esa manera fomentar el cuidado respectivo y evaluación en cada proceso destinado a la eficacia y desarrollo del personal dedicado al pesca de la trucha y al que se involucra en sus conservación y transformación.

La técnica de descomposición de los procesos disminuye los costos y hace más eficiente los recursos en todos los elementos. Para un análisis del riesgo, se cuantifican los elementos de la estructura, su descomposición, simulación y probabilidad de transformación y comercialización.

8.1.1.Principales riesgos

Después de la aplicación del método EDT en base a la descomposición de las actividades para disminución del riesgo resulta importante definir las debilidades que posee la empresa ARCOIRIS para definir las acciones que podría acontecer y disminuir el proceso dentro de la organización por lo que es necesario la identificación y cuantificación de los riesgos, y el desarrollo de las estrategias para poder prevenirlo. Considerando riesgos negativos aquellos que se relacionan en:

- a. Evitar las causas que dificultan la pesca de la trucha.
- b. Aceptar las políticas de riesgo sugeridas por el Estado y trabajar en las estrategias para solventar la pesca de la trucha sin degenerar el medio ambiente de la flora y fauna marítima.
- c. Transferir los inconvenientes de ser detectados a las autoridades principales para que efectúen la decisión adecuada y suprimir, prever o planificar el riesgo que acontece y la responsabilidad a terceros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

d. Mitigar las acciones de los operadores cuando la demanda supera las expectativas reduciendo el impacto de la calidad en riesgo, probabilidades y ocurrencia.

Las cuatro estrategias para enfrentar los riesgos positivos son:

a. Explotación de la trucha como alimento requerido por las familias en el ámbito nacional e internacional siendo un riesgo positivo.

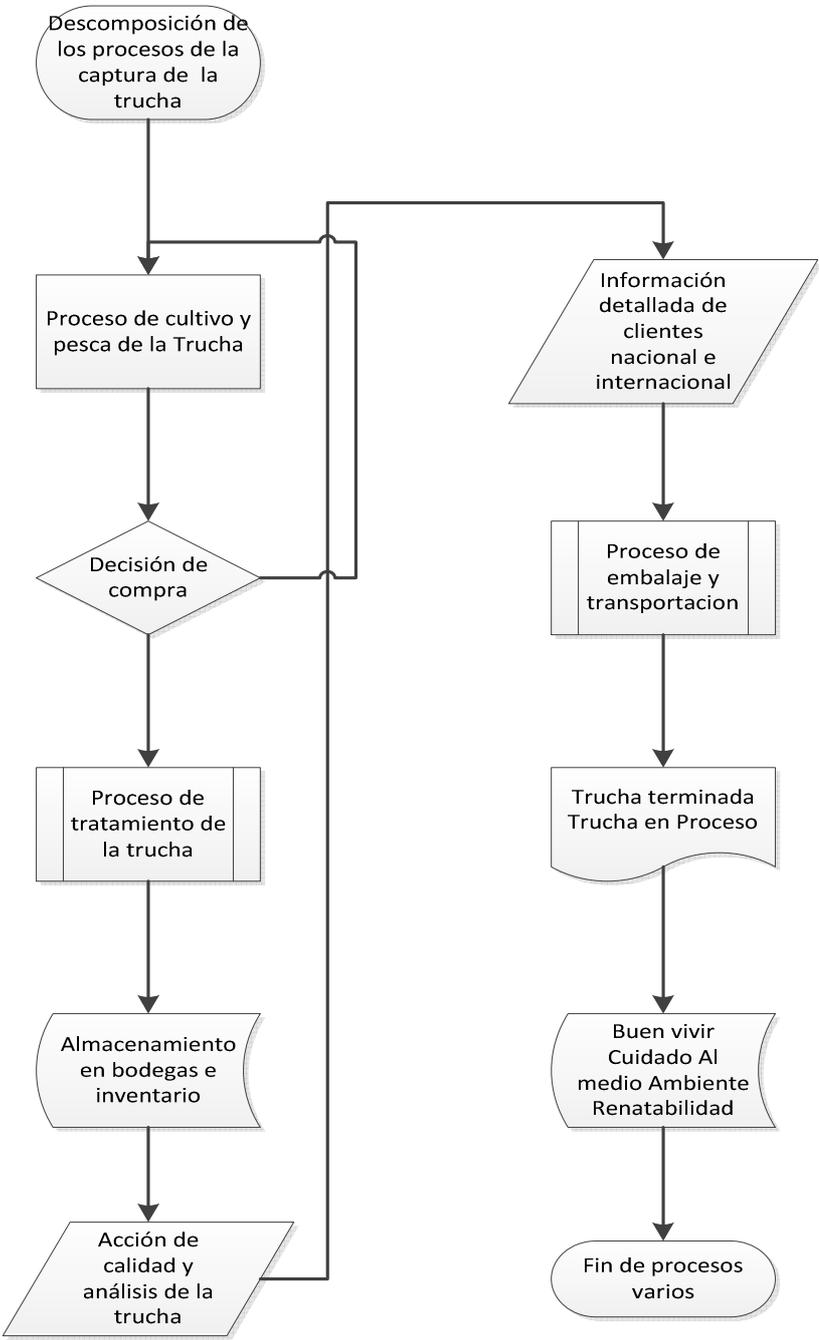
b. Compartir la responsabilidad de la comercialización a ejecutivos, siendo importante que la responsabilidad internacional no se le asigne a tercero.

c. Mejora en las exportaciones para crear nuevos proyectos vinculados en disminuir los riesgos y cambiar el objetivo del plan de negocio en beneficio de alcanzar la oportunidad enfatizando estrategias proactivas asumidas por los directivos claves para obtener un riesgo positivo.

d. Aceptar el riesgo también se aplica a los riesgos positivos cuando el equipo del proyecto no puede o escoge no tomar ninguna acción para enfrentar el riesgo.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 5 Aplicación de los métodos EDT en el riesgo



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Organigrama que plantea la descomposición de los procesos que podrían acumular riesgo al no respetar las políticas y normas sugeridas, además señala la importancia de que los procesos tengan una continuidad y así disminuir los riesgos suscitados al no establecerse una acción de continuidad controlada y de paso a paso.

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Las reuniones de directivo son fundamentales para analizar el desarrollo de las operaciones en el manejo y comercialización de la trucha, sin embargo una reunión vinculante es la de optar por mejorar los procesos de control de las actividades, en base a la evaluación a los operarios y a la calidad de la trucha transformada, se establecerá un proceso de monitoreo y control para responder a las situaciones eventuales de riesgo y desarrollo de la empresa “ARCUARCOIRIS SA”. dando reconocimiento a una acción que es permanente, ejecutada por todo el equipo que conforma la empresa y la magnitud del proyecto.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Con el objetivo de que haya una buena participación y compromiso en la solución de problemas del personal en relación de dependencia se realizarán reuniones de brainstorming, donde cada uno de los directivos de la empresa dará soluciones a los problemas principales.

Se manejará periódicamente un control y verificación de cumplimiento de procesos, con el objetivo de evaluar los índices de calidad de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

El monitoreo es la causa fundamental de prevención de los accidentes laborales, acciones de auditora forense, inconveniente en la calidad, e incluso disminución de la rentabilidad, creando riesgo financieros, por el simple hecho de no establecer un control directo de las operaciones que se desarrollan en la producción y venta de trucha en la empresa ARCOIRIS.

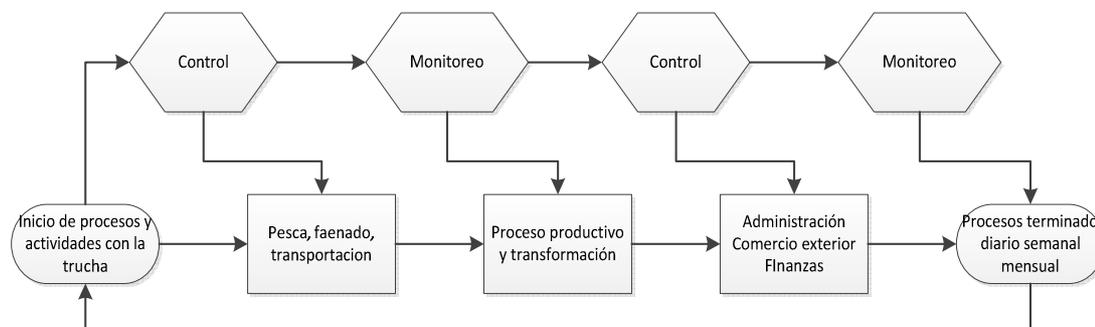
Las acciones de monitoreo consisten en controlar en base a información detallada de los procesos, acciones, inconvenientes que se presente, además auditar las áreas que se establecen como contingencia urgente y quienes buscan prever acciones de riesgo a presentarse si no se realizan las innovaciones o medidas precisas que garanticen el buen desenvolvimiento de la transformación de la trucha. La continuidad y control involucra al tiempo que es el principal factor determinante en la producción.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Las evaluaciones de riesgo se las mide en base al control y monitoreo que se le da a cada proceso optimizando los recursos y evitando los daños que podría suscitarse, esto implica que el control se lo establece en cada área, más aun cuando en ellas se vincula maquinarias y transformación de materia prima, estableciendo el método acorde a la siguiente ilustración

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 6 Monitorio y control de las actividades operativas de ARCOIRIS



8.2.3. Reporte del riesgo

Se lo mide por parte de los supervisores a la dependencia de su área y se lo transfiere al director principal o jefe superior, este detalla la información utilizando los medios digitales de comunicación y además estableciendo las políticas de contingencias de la empresa Arcoíris. Las organizaciones diariamente aplican políticas de riesgos en base a una matriz que mantiene las siguientes características.

Ilustración 7 Matriz de riesgo aplicable a Arco Iris

Matriz de Riesgo Cualitativo - Nivel de riesgo

Probabilidad	Consecuencias				
	Insignificantes 1	Menores 2	Moderados 3	Mayores 4	Catastróficos 5
A (casi certeza)	H	H	E	E	E
B (probable)	M	H	H	E	E
C (Moderado)	L	M	H	E	E
D (Bajo)	L	L	M	H	E
C (Muy Bajo)	L	L	M	H	H

E: riesgo extremo; requiere acción inmediata

H: riesgo alto; necesita atención de la alta gerencia

M: riesgo moderado; debe especificarse responsabilidad gerencial

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.2.4. Estrategias de Salida

Son las estrategias que permitirá que los riesgos acontecido y presentados sean evaluados para su eliminación o disminución en base directa a la aplicación inmediata, este método se aplica con la agrupación de todos los directivos para tomar acciones para la determinación directa de presupuesto que amerita cada estrategia e incluso la elaboración de un cronograma de aplicación del plan de contingencia que se desarrolla para solventar el requerimiento ante el acontecimiento presentado

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Arcoíris está preparada en base a la táctica si se establece que las estrategias implementadas en los proceso de transformación y comercialización de la trucha no dan resultado esperado, se realiza la aplicación inmediata de planes de contingencia desarrollados con el fin de auxiliar a los procesos sometidos en riesgo para que con su aplicación logren incrementar los resultados o disminuir el riesgo, de no sensibilizar las opciones que da las estrategias. Se aplica los planes de contingencia los que están dispuestos a servir y a aplicarse.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 8 “Pasos para la aplicación de un plan de Contingencia



Las empresa Arco Iris mantendrá las estrategia de contingencia el tener nuevo mercado a donde derivar la trucha en el mercado internacional, además de gestionar la comercialización en el mercado internacional a los grandes proveedores de abasto que existe en el país .Esto con el fin de preparar un Plan de Contingente que permita prever los riesgosuscitado y equipare la rentabilidad promedio en base a los objetivosplanteados en el presente proyecto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

9. CONCLUSIONES

La pesca y la logística de la trucha ahumada es un producto nutricional que beneficia el consumo en los habitantes de Guayaquil, tendría una aceptación considerable en los diferentes hogares, además de relacionarla con la variedad de platos tradicionales.

En la investigación de mercado se pudo corroborar que hay un mercado potencial que estaría dispuesto a incluir la trucha ahumada como parte de su dieta alimenticia y que aprecia la facilidad de uso del producto y valor nutricional del mismo, ya que las encuestas demostraron que los potenciales consumidores estarían dispuestos a pagar un precio de \$4,50 a \$6,00 por 250 gr de trucha ahumada.

Dentro de las preferencias alimenticias de productos del mar del mercado Guayaquileño, está la corvina, sin embargo la trucha representa en los mercados populares un importante rubro en los negocios informales ya que la distribuyen en un estatus social medio y bajo, sin embargo se puede lograr una muy buena aceptación de mercado dándole un valor agregado procesándola y entregándola como trucha ahumada.

En el estudio económico financiero realizado se observa una VAN equivalente a \$205.717,79. Acompañado de una TIR de 64,12, estos resultados obtenidos permiten concluir que el proyecto es rentable, más aun considerando que adicional a estos indicadores existe una recuperación de la inversión en menos de dos años. La venta de trucha arcoíris ahumada mantendrá una sensibilidad optimista de incremento anual del 15% en las ventas.

En cuanto a la parte administrativa está representada con un personal debidamente calificado y que está sometido al monitoreo y control constante

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para garantizar la calidad y el éxito de la comercialización nacional e internacional.

Por todo lo expuesto se concluye que sería viable la comercialización de trucha ahumada en el mercado guayaquileño y que existe potencial para exportar.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

10. RECOMENDACIONES

Impulsar el consumo de la trucha ahumada por parte de los agentes de acopio de la ciudad de Guayaquil para despertar el interés y la comercialización de un producto que crea fuente de trabajo y contribuye al cuidado de la fauna marítima, estableciendo actividades acuícolas creando un impacto social y económico.

Distribuir en los centros de abasto principales la trucha ahumada con el fin de distribuir al mercado y plazas de la ciudad un producto saludable al consumo del mercado nacional dotado de un buen precio y calidad para que se distribuya a todos los estatus sociales.

El plan de negocio mantiene resultados aceptables y considerable para la puesta en marcha de la cultura de consumo de trucha ahumada generara una rentabilidad aceptable, además la sensibilidad de la comercialización de la trucha ahumada a pesar de disminuir las proyecciones de venta mantiene la sensibilidad intacta dando también una rentabilidad aceptable.

Se sugiere la aplicación inmediata del proyecto por ser factible su puesta en marcha en el mercado de Guayaquil y la exportación a mercados internacionales, además de impulsar a los comedores y tiendas de la calidad, la distribución de un alimento relacionada con la trucha

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 11

FUENTES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

11. Fuentes

Antezana, I. J. (11 de 05 de 2012). *Promonegocios*. Recuperado el 05 de 04 de 2013, de <http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>

Asamblea Nacional del Ecuador. (4 de Abril de 2008). *Constitucion Politica del Ecuador 2008*. Obtenido de <http://biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2013). *La exportacion de trucha en el Ecuador*. Quito Ecuador: BCE.

Briones, G. (1996). *Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior*. Recuperado el 16 de 02 de 2013, de <http://biblioteca.ucn.edu.co/repositorio/Maestria/SemInvestg2/documentos/Doc12%20-%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cuantitativa%20en%20C.S.pdf>

Cámaras, A. d. (17 de 02 de 2013). Ingeniero Comercial. (S. Pizarro, Entrevistador)

CENIAC. (2013). *Produccion de la Trucha en el Ecuador*. Guayaquil : CENIAC.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ecuador, B. C. (07 de 2012). Recuperado el 26 de 02 de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201207.pdf>

Ecuador, B. C. (20142). Recuperado el 25 de 02 de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCo yuntura/EstMacro062011.pdf>

Hoy, D. (24 de Junio de 2010). *Diario Hoy*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-alternativa-light-crece-poco-a-poco-415144.html>

INEC, I. N. (2012). *Estilo de Vida*. Inec.

Kotler, & Armstrong. (2008). *Precios y estrategias*. NY: KA.

MAGAP (Ministerio de Agricultura, G. A. (2014). *Programa Propescar*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/muelles-pesqueros-artesanales/>

MAGAP. (2014). *Pesca Artesanal en el Ecuador*. Gauayquil Ecuador: Magap.

Productividad, M. d. (2014). *Ministerio de Industria y Productividad*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/producepyme/>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PROECUADOR. (2014). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/pesca-y-acuacultura/>

Publica, M. d. (2011). Recuperado el 05 de 02 de 2013, de <http://www.minsal.cl/portal/url/item/c4034eddbc96ca6de0400101640159b8.pdf>

SENPLADES (Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo). (2014). *SENPLADES*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>

SENPLADES, (. N. (2014). *SENPLADES*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion#tabs2>

Trabajo, C. d. (2012). Recuperado el 15 de 02 de 2013, de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/biblioteca/>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 12

ANEXOS

"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
 COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
 EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

12. Anexos

Anexo # 1

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO				
Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	\$ 50.957,10	-	-	-
1	\$ 50.299,06	\$ 658,05	\$ 424,64	\$ 1.082,69
2	\$ 49.635,53	\$ 663,53	\$ 419,16	\$ 1.082,69
3	\$ 48.966,47	\$ 669,06	\$ 413,63	\$ 1.082,69
4	\$ 48.291,83	\$ 674,63	\$ 408,05	\$ 1.082,69
5	\$ 47.611,58	\$ 680,26	\$ 402,43	\$ 1.082,69
6	\$ 46.925,65	\$ 685,92	\$ 396,76	\$ 1.082,69
7	\$ 46.234,01	\$ 691,64	\$ 391,05	\$ 1.082,69
8	\$ 45.536,61	\$ 697,40	\$ 385,28	\$ 1.082,69
9	\$ 44.833,39	\$ 703,22	\$ 379,47	\$ 1.082,69
10	\$ 44.124,32	\$ 709,08	\$ 373,61	\$ 1.082,69
11	\$ 43.409,33	\$ 714,99	\$ 367,70	\$ 1.082,69
12	\$ 42.688,39	\$ 720,94	\$ 361,74	\$ 1.082,69
13	\$ 41.961,44	\$ 726,95	\$ 355,74	\$ 1.082,69
14	\$ 41.228,43	\$ 733,01	\$ 349,68	\$ 1.082,69
15	\$ 40.489,31	\$ 739,12	\$ 343,57	\$ 1.082,69
16	\$ 39.744,03	\$ 745,28	\$ 337,41	\$ 1.082,69
17	\$ 38.992,55	\$ 751,49	\$ 331,20	\$ 1.082,69
18	\$ 38.234,80	\$ 757,75	\$ 324,94	\$ 1.082,69
19	\$ 37.470,73	\$ 764,06	\$ 318,62	\$ 1.082,69
20	\$ 36.700,30	\$ 770,43	\$ 312,26	\$ 1.082,69
21	\$ 35.923,45	\$ 776,85	\$ 305,84	\$ 1.082,69
22	\$ 35.140,12	\$ 783,33	\$ 299,36	\$ 1.082,69
23	\$ 34.350,27	\$ 789,85	\$ 292,83	\$ 1.082,69
24	\$ 33.553,83	\$ 796,44	\$ 286,25	\$ 1.082,69
25	\$ 32.750,76	\$ 803,07	\$ 279,62	\$ 1.082,69
26	\$ 31.941,00	\$ 809,76	\$ 272,92	\$ 1.082,69
27	\$ 31.124,48	\$ 816,51	\$ 266,17	\$ 1.082,69
28	\$ 30.301,17	\$ 823,32	\$ 259,37	\$ 1.082,69
29	\$ 29.470,99	\$ 830,18	\$ 252,51	\$ 1.082,69

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Anexo # 2

Entrevista a un Experto en el Área de Alimentos

Entrevistado (R): Roy David Groenow

Chef Ejecutivo

(Restaurante Gourmet Maestro, Moscú – Rusia)

Entrevistador (P): Jossue Ramirez C.

Estudiante de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Lugar de Entrevista: Se realizó la entrevista por video conferencia vía Skype

Fecha: Viernes, 25 de Julio del 2014

Hora: 10h00

Tiempo: 7 min aprox.

Comienzo de la entrevista

P: Buenos días Chef. Roy Groenow.

R: Buenos días, pero acá ya es de tardé. Dime Roy con toda confianza

P: Ok. El motivo de mi video llamada es para que me colabores con una pequeña entrevista.

R: Ok. Dime

P: Actualmente estoy haciendo mi Trabajo de titulación y quisiera hacerte preguntas del tema de mi tesis que estoy desarrollando.

R: ¿De qué se trata tu tesis?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

P: El tema es Propuesta para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Trucha Arcoíris Ahumada y Empaquetada al Vacío en la Ciudad de Guayaquil.

R: Esta bien largo ese tema, pero es muy interesante tu tema.

P: Si... (Risa)

P: Has consumido trucha arcoíris alguna vez.

R: Claro compadre, mi familia por parte de madre es cuencana. Así que me alimentaron con trucha desde que era niño.

P: Que bien.

P: Has hecho algún preparado con trucha arcoíris y en que formas las has preparado.

R: Mira yo soy experto de la cocina fusión, mis años de experiencia y los diferentes países donde yo me eh desempeñado en mi rama, he hecho algunos preparados con trucha arcoíris. Aunque te comento que la trucha de esta especie es más consumida en la parte de Europa, ya que en este continente se la considera un pescado gourmet.

R: Yo eh preparado algunos platillos con trucha, te voy a describir en que tipos de platillos se la puede preparar la trucha arcoíris de forma ahumada que es la propuesta de tu tema de titulación.

R: Toma nota.

P: Ok. Dime

R: Bandejas de corte frio que es el mencionando carppaccio, canapés gourmets, sushi, plastos de maceración, platos principales con aderezos, una vez prepare trucha en salsa de alcaparras, en Ecuador. Por lo delicioso

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

del plato lo puse en mi menú durante un año en el Restaurante Sal y Pimienta del Hilton Colon.

P: Ah... Que tiempo trabajaste en el Restaurante Sal y Pimienta.

R: Aproximadamente, un año y medio. Salí de ahí porque tuve una propuesta por 6 meses trabajar para un crucero de la Línea Royal Caribbean.

P: Por tu experiencia en diferentes restaurantes aquí en Ecuador. ¿Cuánto es el consumo mensual de un restaurante, en su menú de pescados gourmets?

R: Aproximadamente un chef ejecutivo en su menú tiene aproximadamente de 3 a 4 tipos de peces. Y por semana de cada tipo de pez se elabora una lista que es dada al jefe de compra.

P: En una cantidad en kg. ¿Cuánto es el pesaje que compran por tipo de pez?

R: Dos a tres kg por cada tipo de pez.

P: Ok.

P: Si comparamos el salmón con la trucha arcoíris. ¿Con cuál de los dos tipos de pescado te quedas?

R: Con la trucha porque soy Made in Ecuador. Pero eso exactamente no te lo puedo decir, porque cada persona tiene gustos diferentes. Aunque hay que destacar que la trucha arcoíris es un pescado semigraso a comparación del salmón que es un pescado graso en su totalidad. A través de estudios los peces que no portan escamas como el bagre son más propensos a bacterias, pero los peces como la trucha arcoíris es un pez con escamas es saludable al consumo humano.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TRUCHA ARCOÍRIS AHUMADA Y EMPAQUETADA AL VACIO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

P: ¿Cómo consideras la propuesta de dar al mercado guayaquileño trucha de forma ahumada y empaquetada al vacío?

R: Es una muy buena idea. Estas dando un muy buen valor agregado al producto, ya que un filete de pescado en el refrigerador dura un aproximado de 4 a 6 días, si ese mismo filete lo empacas al vacío tiene un promedio de duración de 28 días que conserva su misma textura. Pero si a ese filete de pescado lo ahúmas y lo sellas al vacío tiene un promedio de duración de 5 a 6 meses.

P: ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un filete de trucha?

R: Por ejemplo acá en Rusia un filete que tiene un peso aproximado de 1 lb de forma ahumada oscila entre 10,50 euros a 12,50 euros. Pero Te puedo dar un precio aceptable referencial la libra de filete en los restaurantes te pagarían de \$9,00 a \$10, 00 dólares. Ya que el precio de la libra de salmón aproximadamente oscila en \$12 a \$15 dólares.

P: Correcto. Para concluir la entrevista, actualmente te encuentras en Rusia. ¿Qué tipo de comidas preparas en Moscú?

R: Acá yo soy chef corporativo del Restaurante Gourmet Maestro y me encargo de promover la comida fusión ecuatoriana.

P: Que bien. Bueno Roy, eso sería todo muchas gracias por unos minutos de tu tiempo.

R: Gracias a ti, Saludos.