



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL**  
**TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA:**

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA**  
**EMPRESA PRODUCTORA DE TILAPIA EN EL CANTÓN**  
**QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2010.**

**AUTOR:**

**MERELLO LÓPEZ MICHEL CALIXTO**

**DIRECTOR:**

**DR. NAPOLEÓN GAVILÁNEZ, M.Sc.**

**GUARANDA – BOLÍVAR – ECUADOR**

**2010**

## **II. DEDICATORIA**

Con infinita ternura y amor:

- A mis padres quienes en todo momento me apoyaron moral y económicamente para culminar con mis estudios y obtener un título profesional que será la mejor herencia de mi vida.
- A mis hermanos que confiaron en mí y siempre me alentaron a seguir adelante con paciencia y amor.
- A Dios, por fortalecer mi espíritu para no flaquear ante las adversidades iluminando siempre mis pasos y conduciéndome por el camino del bien.

**MERELLO LÓPEZ MICHEL CALIXTO**

### **III. AGRADECIMIENTO**

**Con perenne gratitud:**

- **A la Universidad Estatal de Bolívar por acogerme en sus aulas para recibir las enseñanzas de mis Maestros y encaminarme por el sendero del conocimiento y la responsabilidad.**
- **A mis Maestros y Maestras por sus sabias enseñanzas, las mismas que serán la guía en mi carrera profesional. Siempre los recordaré y tendré en mi corazón.**
- **De manera especial al Dr. Napoleón Gavilanes, Director de Tesis, quien con paciencia y dedicación me ha guiado en el Trabajo de Investigación y ha sido un pilar fundamental en mis estudios universitarios.**

**MERELLO LÓPEZ MICHEL CALIXTO**

#### **IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

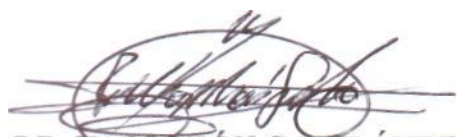
Dr. Napoleón Gavilanes, M.Sc. Director de Tesis,

#### **CERTIFICO:**

Que el Trabajo de Grado titulado **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TILAPIA EN EL CANTÓN QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2010**, cuyo autor es el señor Michel Calixto Merello López, ha sido elaborado bajo los lineamientos y disposiciones reglamentarias establecidas por la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, pudiendo continuar con los demás trámites legales.

Guaranda, agosto del 2010

Atentamente,



**DR. NAPOLEÓN GAVILÁNEZ, M. SC**

DIRECTOR



**DECLARACION JURAMENTADA**

**OTORGADO POR**

**MICHEL CALIXTO MERELLO LOPEZ**

**CUANTIA INDETERMINADA**

En la cabecera del Cantón Las Naves, Provincia Bolívar, República del Ecuador,  
hoy día jueves dieciocho de Noviembre del año dos mil diez, ante mi **LICENCIADA**

**IRMA ISABEL GUILLEN BAUS**, Notaria Pública de este Cantón, comparece:

**MICHEL CALIXTO MERELLO LOPEZ** ecuatoriano, mayor de edad, estado

civil soltero, portador de la cedula de ciudadanía número uno, dos, cero, cinco, cero,

siete, siete, siete, cero guión dos domiciliado en el Cantón Quinsaloma Provincia de

Los Ríos.-El compareciente es idóneo legalmente capaz para obligarse y contratar, a

quien de tenerlo presente doy fe y dice: Que de la manera más libre y voluntaria, sin

presión alguna y con pleno conocimiento del objeto y resultado de este instrumento

público de **DECLARACION JURAMENTADA**, al efecto juramento que fue en

legal y debida forma, previas a las explicaciones de la gravedad del juramento de las

penas del perjurio y las obligaciones que tienen de decir la verdad con claridad y

exactitud exponen en forma libre y voluntaria: **YO, MICHEL CALIXTO**

**MERELLO LOPEZ**, declaro bajo juramento y en honor a la verdad lo siguiente;

que el Trabajo de Graduación, previo a la obtención del título de **INGENIERIA**

**COMERCIAL**, manifestando, que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo

de investigación titulado“ **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN**

**DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TILAPIA EN EL CANTÓN**

**QUINSALOMA, PROVINCIA LOS RÍOS, AÑO 2010.**- es mía, por lo que soy

responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente

trabajo de investigación y los derechos de autoría me pertenece.- **HASTA AQUÍ LA**

**DECLARACION QUE QUEDA ELEVADA A ESCRITURA PÚBLICA** y para

constancia se ratifica en todo el contexto de esta declaración la misma que fue leída y  
firma en unidad de acto conmigo la Notaria. De la cual doy fe.



MICHEL CALIXTO MERELLO LOPEZ

No. C. C. 120507770 - 2

C. V. 096 - 0009

Se otorgó ante mí, **LICENCIADA IRMA ISABEL  
GUILLEN BAUS**, Notaria Pública de este Cantón, en fe de ello confiero esta  
**QUINTA COPIA**, sellada, signada y firmada en el mismo lugar y fecha de su  
celebración.- De la cual doy fe.-



NOTARIA PRIMERA DEL CANTON LAS NAVES  
PROVINCIA DE BOLIVAR  
RUC: 0601015860001  
Lcda. Irma Isabel Guillen Baus  
**NOTARIA**



## VI. TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	iv
AUTORÍA NOTARIZADA	v
TABLA DE CONTENIDOS	vi
LISTA DE CUADROS Y FIGURAS	ix
LISTA DE ANEXOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
<b>CAPÍTULO 1</b>	1
Tema	1
Antecedentes	1
Justificación	2
Objetivos	3
Metodología	4
Métodos	4
Tipo de investigación	4
Técnicas e instrumentos de investigación	5
Universo y muestra	5
Procesamiento de datos	6
<b>CAPÍTULO II</b>	7
Análisis e interpretación de resultados	7
Conclusiones	31
<b>CAPÍTULO III</b>	32
Estudio de mercado	32
Definición del producto	32
Análisis de demanda y proyecciones	32
Análisis de la oferta y proyecciones	34
Demanda insatisfecha y proyecciones	35
Análisis de precios	36
Análisis de la comercialización	36
	vii

Estudio técnico	37
Tamaño	37
Localización	37
Ingeniería o proceso productivo	40
Distribución de la planta	43
Estudio administrativo – organizacional	46
Nombre de la empresa	46
Accionistas	46
Slogan	47
Giro	47
Cuadro directivo	47
Orgánico estructural	49
Orgánico funcional	50
Estudio financiero	54
Costos	54
Inversiones	56
Financiamiento	57
Depreciaciones	59
Amortización de intangibles	60
Estructura de costos	61
Ingresos	62
Punto de equilibrio	63
Estado de pérdidas y ganancias	66
Estado de situación final	67
Flujo de fondos de efectivo proyectados	68
<b>CAPÍTULO IV</b>	70
Evaluación financiera	70
Tasa de rendimiento económico mínimo aceptable	70
Valor actual neto (VAN)	70
Tasa interna de retorno (TIR)	71
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	72
Relación beneficio / costo (R B/C)	73
Índices financieros	75



Evaluación Social	78
Evaluación Ambiental	79
Conclusiones	81
Recomendaciones	82
Bibliografía	83
Anexos	84

## VII. LISTA DE CUADROS Y FIGURAS

<b>No</b>	<b>CUADROS</b>	<b>Pág.</b>
1	GÈNERO DE CONSUMIDORES	7
2	TIPO DE CARNE CONSUMIDA	8
3	ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO PROTEICO	9
4	CRITERIO SOBRE LA TILAPIA	10
5	CONSUMO DE TILAPIA	11
6	FRECUENCIA DE CONSUMO	12
7	DECISIÓN DE COMPRA	13
8	ADQUISICIÓN DE TILAPIA	14
9	CONSUMO CON MEDIDAS SANITARIAS	15
10	CONSUMO CON CALIDAD	16
11	LOCALES COMERCIALES DEL CANTÓN QUINSALOMA	17
12	CARNE COMERCIALIZADA	18
13	OFERTA DE PRODUCTOS PROTEICOS	19
14	OFERTA DE PRODUCTOS DE CALIDAD	20
15	COMERCIALIZACIÓN DE TILAPIA	21
16	FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN	22
17	ADQUISICIÓN DE LA TILAPIA	23
18	VENTA DE TILAPIA	24
19	OFERTA DE PRODUCTOS SANITARIOS	25
20	UTILIDAD EN VENTA DE TILAPIAS	26
21	CONFIANZA EN LA PRODUCCIÓN	27

22	OPINIÓN PRODUCTIVA DE LA TILAPIA	27
23	CAMBIO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	28
24	CONDICIONES DE PRODUCCIÓN	28
25	FORMAS DE PRODUCCIÓN	29
26	MERCADO PARA PRODUCCIÓN	29
27	DEMANDA DE TILAPIAS. AÑO 2010	33
28	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	34
29	OFERTA DE LA TILAPIA. AÑO 2010	34
30	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	35
31	DEMANDA INSATISFECHA DE LA TILAPIA. AÑO 2010	35
32	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	36
33	TAMAÑO DEL PROYECTO	36
34	APORTE DE CAPITAL	46
35	CUADRO DIRECTIVO	47
36	COSTO TOTAL	55
37	INVERSIONES	57
38	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	58
39	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	59
40	DEPRECIACIONES	60
41	AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	61
42	ESTRUCTURA DE COSTOS	62
43	INGRESOS	63
44	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	66
45	BALANCE GENERAL PROYECTADO	67
46	FLUJO DEL EFECTIVO PROYECTADO	69
47	IMPACTO AMBIENTAL	79

<b>No</b>	<b>FIGURAS</b>	<b>Pág.</b>
1	GÈNERO DE CONSUMIDORES	7
2	TIPO DE CARNE CONSUMIDA	8
3	ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO PROTEICO	9
4	CRITERIO SOBRE LA TILAPIA	10
5	CONSUMO DE TILAPIA	11
6	FRECUENCIA DE CONSUMO	12
7	DECISIÓN DE COMPRA	13
8	ADQUISICIÓN DE TILAPIA	14
9	CONSUMO CON MEDIDAS SANITARIAS	15
10	CONSUMO CON CALIDAD	16
11	CARNE COMERCIALIZADA	18
12	OFERTA DE PRODUCTOS PROTEICOS	19
13	OFERTA DE PRODUCTOS DE CALIDAD	20
14	COMERCIALIZACIÓN DE TILAPIA	21
15	FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN	22
16	ADQUISICIÓN DE LA TILAPIA	23
17	VENTA DE TILAPIA	24
18	OFERTA DE PRODUCTOS SANITARIOS	25
19	UTILIDAD EN VENTA DE TILAPIAS	26
20	CADENA DE COMERCIALIZACIÓN	36
21	PROVINCIA DE LOS RÍOS	38
22	CANTÓN QUINSALOMA	38
23	MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	39
24	FORMACIÓN DE ESTANQUES	41
25	PRODUCCIÓN DE TILAPIAS	42
26	ESTANQUE DE TILAPIA	44
27	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	45
28	LOGOTIPO	47
29	ORGÁNICO ESTRUCTURAL	49
30	PUNTO DE EQUILIBRIO	65

## VIII. LISTA DE ANEXOS

No	ANEXOS	Pág.
1	FORMULARIO DE ENCUESTA (Consumidores)	84
2	FORMULARIO DE ENCUESTA (Comerciantes)	85
3	FORMULARIO DE ENTREVISTA (Productores)	86
4	CARACTERÍSTICAS DE LA TILAPIA	87
5	CUADROS ANEXOS AL ESTUDIO FINANCIERO	88

## IX. RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL

El objetivo general del proyecto se basó en : “Demostrar la factibilidad para instalar una empresa productora de tilapia de calidad que tenga aceptación en el mercado local” mediante la formulación de los objetivos específicos como: realizar el estudio del mercado potencial de los consumidores del producto para el mercado local; definir la demanda potencial de nuestro producto dentro del cantón; determinar los recursos tecnológicos, financieros y humanos necesarios para la producción de tilapia; determinar los aspectos técnicos administrativos y organizativos concernientes a la creación de la empresa de producción de tilapia y promover la acuicultura en la zona como alternativa de producción; se logre materializar un diseño estructurado de aspectos que viabilicen la instalación de la empresa, mediante los métodos deductivo, inductivo y descriptivo.

En el estudio de mercado se estableció la demanda, oferta y demanda insatisfecha caracterizando la viabilidad comercial, que sumado a ello se pretende ofrecer al mercado quinsalomense una tilapia fileteada, empaquetada higiénicamente en presentaciones de 1y 2 libras al precio de \$1,50 la libra. En el capítulo referente al estudio técnico comercial se detalla todos los elementos necesarios para efectuar la creación de la empresa productora de tilapia en cuanto a: tamaño, localización, proceso producto, distribución de la planta y requerimiento de maquinarias.

En la evaluación financiera efectuada se ha determinado los siguientes resultados:

<b>VAN</b>	73.735,64
<b>TIR</b>	31%
<b>R B/C</b>	1,18

Concluyendo que ante los parámetros presentados el proyecto es viable para disponerlo en marcha, dentro de la cual el monto necesario de inversión es de \$117.773,23.

## X. INTRODUCCIÓN

El proyecto de inversión faculta a una sociedad desarrollarse a través de iniciativas que promulguen las caracterizaciones, sobre la cual, permite crear o mejorar negocios, empresas y organizaciones a fin de ofrecer un producto o servicio.

De forma lógica y consecuente se diseña una serie de estudios que permita establecer la viabilidad de una iniciativa de desarrollo, entre ellos: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero y la evaluación financiera, social y ambiental dentro de la cual cada estudio se caracteriza por componentes específicos que permiten estructurar el proyecto de inversión.

Para la creación de una empresa productora de tilapias en presentaciones de 1 y 2 libras se procedió a establecer un mercado poblacional conformados por familias del cantón Quinsaloma, al que se adjuntó la oferta actual existente tomando en consideración los negocios del cantón ya mencionado. Luego, el estudio técnico se levantó con todos los requerimientos necesarios para la creación de la empresa productora acompañado del estudio administrativo, donde se presenta los lineamientos organizativos que pretende afianzar un nivel operacional óptimo en el momento de la puesta en marcha

Finalmente, el estudio financiero conformado por: costos, inversión, financiamiento, depreciación, amortización de intangibles, estructura del costo, ingresos, punto de equilibrio, estados financieros proyectados y el flujo del efectivo que determina montos para decidir la ejecución de la inversión.

Todo esto, se compromete en la factibilidad sobre el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio/costo y la evaluación social y ambiental bajo parámetros para determinar la factibilidad de decisión a invertir permitiendo la creación de la empresa.

## **CAPÍTULO 1**

### **1.1. TEMA**

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TILAPIA EN EL CANTÓN QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2010.**

### **1.2. ANTECEDENTES**

Se ha impulsado este proyecto para brindar a la población una motivación en la creación de empresas. Quinsaloma es un pequeño cantón de la Provincia de los Ríos, tiene una población de 15.000 habitantes aproximadamente, está rodeado por importantes ríos como el Chipe y el Umbe; la carretera de primer orden es la vía la Ercilia–Pangua que pasa por Quinsaloma caracterizado por su ímpetu de generar fuentes de ingresos a través de diversas actividades de producción agrícola y comercial destacando la agricultura los cultivos de ciclo cortos entre ellos: arroz, maíz, soya, entre otros en cultivos perennes como cacao, café, palma, banano, etc. En lo comercial existe gran movimiento y competitividad de varias mercaderías por lo que existe una gran factibilidad económica – financiera para la creación de una microempresa dedicada a la producción de tilapia siendo su mercado a nivel interno las tiendas, supermercados y consumidores.

Tilapia es el nombre genérico con el que se denomina a un grupo de peces de origen africano, que consta de varias especies, algunas con interés económico, pertenecientes al género *Oreochromis*. Las especies con interés comercial se cultivan en piscifactorias profesionales en diversas partes del mundo. Habitan mayoritariamente en regiones tropicales del mundo, donde se dan las condiciones favorables para su reproducción y crecimiento. Entre sus especies destacan la tilapia del Nilo (*Oreochromis niloticus*), la tilapia azul (*Oreochromis aureus*) y la tilapia de Mozambique (*Oreochromis mossambicus*).

Sus extraordinarias cualidades, como crecimiento acelerado, tolerancia a altas densidades poblacionales, adaptación al cautiverio, aceptación a una amplia gama de alimentos, resistencia a enfermedades, carne blanca de calidad y amplia aceptación, han despertado gran interés comercial en la acuicultura mundial.

Son peces de aguas cálidas, que viven tanto en agua dulce como salada e incluso pueden acostumbrarse a aguas poco oxigenadas. Se encuentra distribuida como especie exótica por América Central, sur del Caribe, sur de Norteamérica y el sudeste asiático. Antes considerado un pez de bajo valor comercial, hoy su consumo, precio y perspectivas futuras han aumentado significativamente.

Según informes de la Corporación de Promoción y Exportaciones (CORPEI) en los años 90, la tilapia ha ganado y sigue ganando aceptación en el mercado estadounidense, motivo por el cual ha sido catalogada como el pez de los años 90, por escritores estadounidenses expertos en SEAFOOD, calificación que ha sido el resultado del crecimiento del consumo norteamericano.

La tilapia puede alcanzar pesos de 1 a 1,5 libras en un período de 6 a 9 meses, según el sistema de cultivo empleado, posee alta tasa de desove, de fertilización y alta viabilidad; el inconveniente que tiene es que se reproduce antes de la talla de comercialización, por lo que, se debe tener cuidado en separar los sexos en el momento oportuno; sin embargo, lo más recomendable es que se engorden sólo machos. Son especies resistentes al manipuleo, a las enfermedades y a factores físicos y/o químicos, igualmente al manejo del sistema productivo, encallamiento, varias fertilizaciones, muestreos, biometría.

La acuicultura como actividad multidisciplinaria, constituye una empresa productiva que utiliza los conocimientos sobre biología, ingeniería y ecología, para ayudar a resolver el problema nutricional y según la clase de organismos que se cultivan, se ha dividido en varios tipos, siendo uno de los más desarrollados la piscicultura o cultivo de peces y dentro de éste, el pez más utilizado a nivel mundial, es la tilapia. Las tareas que motivan este estudio se sustentan en varios aspectos, en parte se ha venido trabajando empíricamente y se ve la necesidad de modificar los patrones de conducta en la gestión; la organización comunitaria aporta con la articulación de la puesta en práctica de la participación en la adquisición de los conocimientos en el proceso de estudio.



En nuestro país, una cantidad determinada de 100 tilapias arroja aproximadamente una ganancia de \$1.755,28 lo que la convierte en un producto de mercado a nivel nacional.

Desde el punto de vista nutricional se considera que el nivel de proteína de la tilapia es más elevado que el presentado por los productos de carnes rojas, la excelente calidad de su carne, su textura firme, coloración blanca, hace que sea apreciada y apetecida por los consumidores. Según Castillo (1994) cada 100 gramos de carne de tilapia, contienen: 19,6 gr de proteína, 172 calorías y 1,29 gr de lípidos. Los pesos vivos de 350 y 500 gr por lo tanto se convierten en un alimento esencial para la alimentación de sus moradores.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo práctico investigativo es un proceso continuo y sistémico que relaciona al futuro con las decisiones actuales en el contexto de cambios situacionales y que se expresa en la formulación de un conjunto de planes interrelacionado con el cultivo de tilapia.

La cultura empresarial, con una misión y visión a largo plazo, con proyección a futuro, permite el mejoramiento de la autoestima en los productores para su eficiente orientación en la gestión y ejecución de pequeños proyectos que motive a los comuneros y familiares de los mismos, además el proyecto de peces puede ocasionar confianza en los inversionistas siendo un aporte más para el desarrollo local sostenible.

La Constitución Política de la República del Ecuador, en su Art. 3 se refiere al Buen Vivir y los recursos naturales forman parte de él; en este caso, en la acuicultura tenemos entre los alimentos nutricionales y la tilapia se convierte en una fuente de alimentación básica y de ingresos económicos para la región, buscando la participación activa de todos los actores para el desarrollo integral dentro de un proceso de construcción social, en la búsqueda de un nuevo modelo de gestión, donde todos estén conscientes de que se presenta una nueva alternativa de

administración de los recursos acuáticos. Quinsaloma considera que la acuicultura es una de las formas tradicionales de alimentación de sus habitantes.

Para concretar lo anteriormente mencionado se debe realizar una apertura del mercado basado en los beneficios nutricionales de la tilapia permitiendo la aceptación masiva del producto, comprometiendo al proyecto en un impulso para brindar un ejemplo de motivación a los emprendedores del cantón y sus alrededores.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. GENERAL**

- Demostrar la factibilidad para instalar una Empresa Productora de Tilapia de calidad que tenga aceptación en el mercado local.

### **1.4.2. ESPECÍFICOS**

- Realizar el estudio del mercado potencial de los consumidores del producto para el mercado local.
- Definir la demanda potencial de nuestro producto dentro del cantón.
- Determinar los recursos técnicos, tecnológicos, financieros y humanos necesarios para la producción de tilapia.
- Promover la acuicultura en la zona como alternativa de producción.

## 1.5. METODOLOGÍA

Para el Trabajo de Investigación se estructuró una serie de actividades metodológicas sobre el hecho de la formulación relacionado a un proyecto de inversión, determinando la cantidad de producto que se requiere para poner en marcha la implementación del negocio.

### 1.5.1. MÉTODOS

Se aplicó los métodos inductivo y deductivo.

**Método inductivo.** Para efectivizar la construcción de la planta productora de tilapias, desde los componentes administrativos hasta las piscinas necesarias, asimismo, nos faculta conglomerar los recursos técnicos y teóricos para llevar a cabo lo expresado.

**Método deductivo.** Para conglomerar el presente estudio desde sus componentes comerciales, técnico, administrativo y financiero al fin del establecimiento de la factibilidad operacional y técnica de la empresa productora de tilapias.

### 1.5.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

**Investigación directa.** Se realizó mediante encuentros consecutivos con propietarios de piscinas, dedicada a la crianza de tilapias en la localidad.

**Investigación indirecta.** Son los medios de información teórica referencial sobre el proyecto propuesto para su ejecución como el internet, radio, televisión, revistas y afiches, los cuales sirven de guía para la estructuración del proyecto.

**Investigación de campo.** Para el entendimiento de una base prioritaria sobre la crianza y el consumo de las tilapias por los habitantes de las comunidades de nuestro cantón mediante las encuestas, observación directa y entrevista.

### **1.5.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS**

**Encuesta.** Se encuestó a las personas de nuestro cantón obteniendo información valiosa para estructurar el diseño del estudio de factibilidad hacia la creación de una empresa productora de tilapia.

**Entrevista.** Realizado a través de conversaciones en la que se identificó beneficios, costos y aspectos productivos para tener una idea concreta sobre la producción de tilapias.

**Observación directa.** Se visitó lugares donde se cultivan peces, como medio de orientación del proceso de cultivo de la especie sometida a estudio.

### **1.5.4. UNIVERSO Y MUESTRA**

**Universo.-** Para determinar el universo de estudio, de acuerdo al último censo realizado, se procede a la segmentación del mercado el mismo que está compuesto por 15.000 habitantes del cantón Quinsaloma.

**Muestra** - Para determinar el universo de estudio se procedió a la segmentación del mercado el mismo que está compuesto por:

- El número de familias existentes en el Cantón
- Censos de la comunidad
- Mercados de consumo
- Datos escolares.

De confiabilidad al estudio se aplicará la encuesta, las cuales, se las realizarán a las familias por la forma de consumo de nuestro producto, dirigido a los habitantes de la

ciudad de Quinsaloma, quienes según las estadísticas son 5 personas por familia, de 15.000 personas resultan 3.000 familias representando la muestra con fidelidad.

**Tamaño de la muestra.**- La cual se la determina mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{m}{m - 1 e^2 + 1}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

m = Universo de estudio

e = Margen de error. Aplicando:

$$n = \frac{3000}{3000-1 (0.05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3000}{2999 \ 0.0025 + 1}$$

$$n = \frac{3000}{8,4975} = 353$$

Se realizó 353 encuestas.

### 1.5.5. PROCESAMIENTO DE DATOS

En la creación de este proyecto hemos considerado técnicas que nos van a demostrar que mediante las encuesta a la comunidad del cantón Quinsaloma la viabilidad del presente proyecto, a través de la estadística descriptiva e inferencial se obtiene una variedad de datos que contribuyen a la construcción de este importante tema que será un aporte para el desarrollo del mismo, ya que durante el análisis cualitativo de la información de la metodología aplicada y el efecto de la tabulación de la información obtenida realizada a través del programa computacional Excel 2007, presenta los respectivos resultados del estudio.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 2.1. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

##### 2.1.1. RESULTADOS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A CONSUMIDORES

###### Pregunta 1.

¿Cuál es el género de la mayoría de consumidores de tilapias?

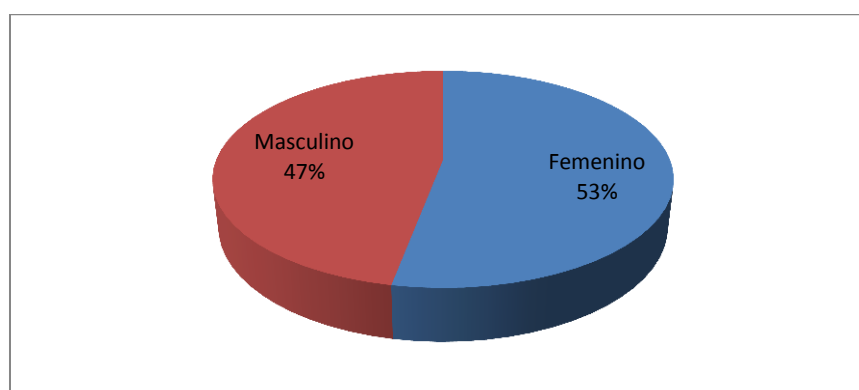
CUADRO No 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	188	53 %
Masculino	165	47 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

FIGURA No 1



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La mayor parte de consumidores de tilapia corresponden al género femenino, lo que nos indica que las mujeres son las impulsadoras del consumo de tilapias, así, la estrategia de mercado deberá dirigirse a ellas.

## Pregunta 2

. ¿Qué tipo de carne consume más?

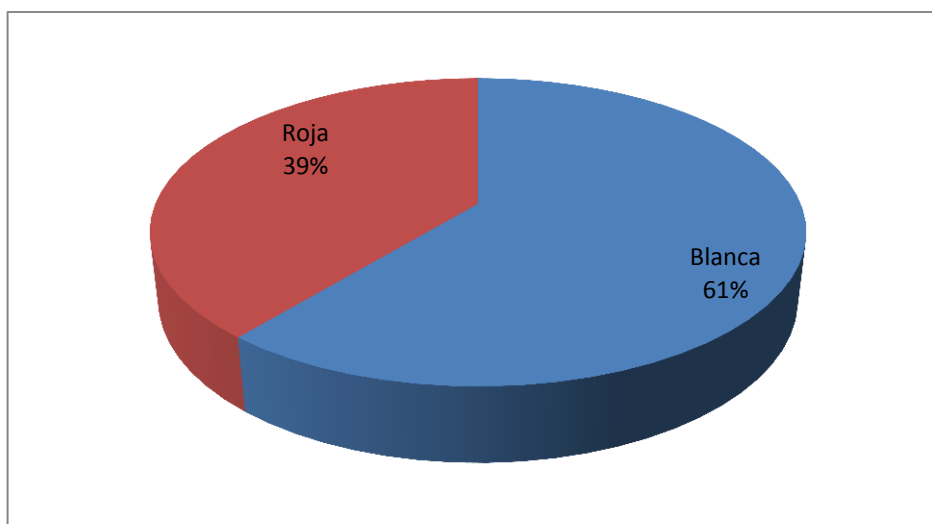
**CUADRO No 2**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Blanca	216	61 %
Roja	137	39 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 2**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La mayoría de personas consume carne blanca, lo cual faculta la factibilidad de crear la empresa productora de tilapia, por lo que ella representa el tipo de carne mencionada.

**Pregunta 3.**

**¿Estaría de acuerdo con un producto que brinde proteínas para su familia?**

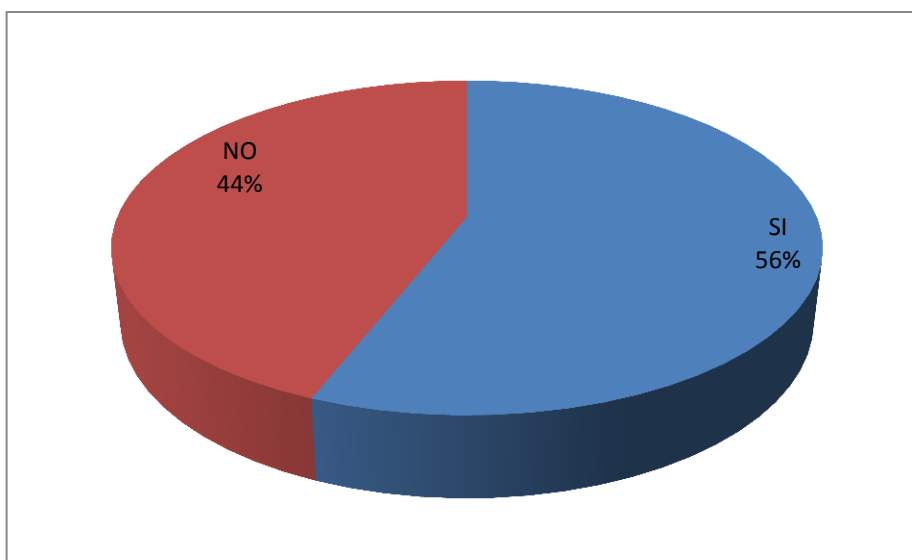
**CUADRO No 3**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	188	56 %
NO	165	44 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 3**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La tilapia al representar un producto alimenticio con alto contenido proteico, hace que la población quinsalomense sienta la necesidad de consumirla y por ello, está consciente de crear una empresa de este producto para beneficiar a sus habitantes



**Pregunta 4.**

**¿Cree usted que es sano consumir tilapia?**

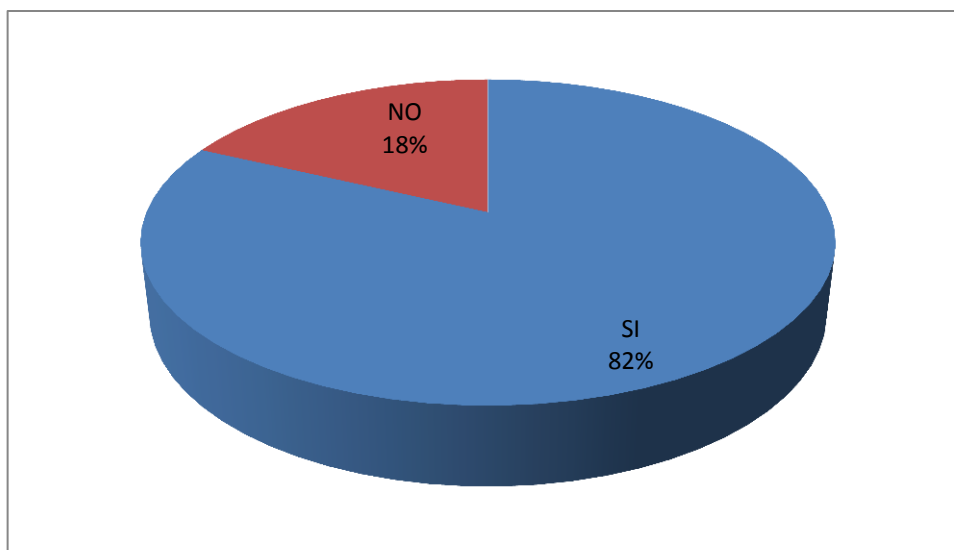
**CUADRO No 4**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	290	82 %
NO	63	18 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 4**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La población de Quinsaloma, en su mayoría, conocen que la tilapia es un recurso alimenticio seguro y saludable en el diario vivir, por lo cual, corrobora a la afirmación de la presente interrogante, lo que a su vez, viabiliza una vez más la instalación de la empresa productora de tilapias.

**Pregunta 5.**

**¿Usted consume carne de tilapia?**

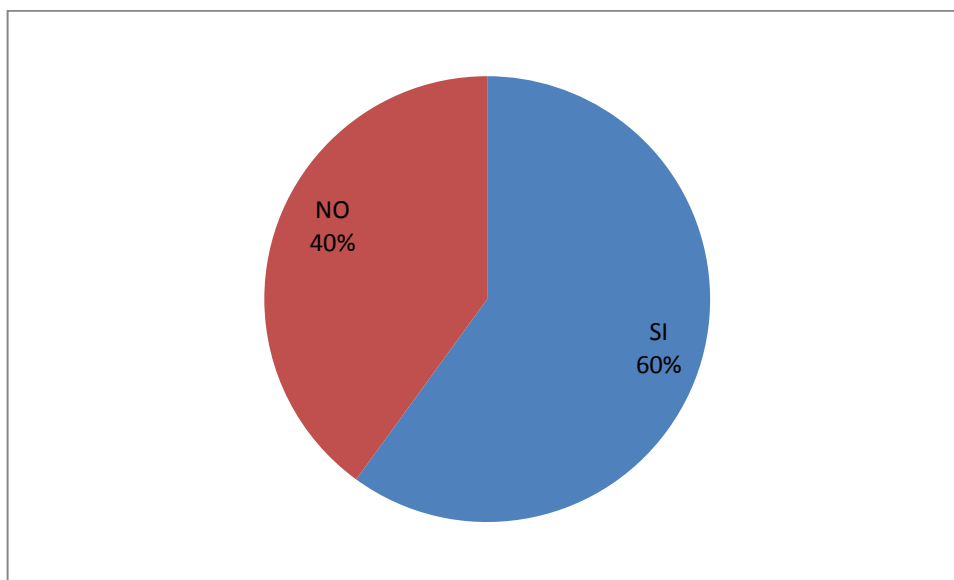
**CUADRO No 5**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	211	60 %
NO	142	40 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 5**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La población de Quinsaloma está de acuerdo con el consumo de la tilapia como alimento familiar, por lo cual, confirma la afirmación de la presente interrogante, lo que a su vez, viabiliza la instalación de la empresa productora de tilapias.

**Pregunta 6.**

**¿Con qué frecuencia consume la tilapia?**

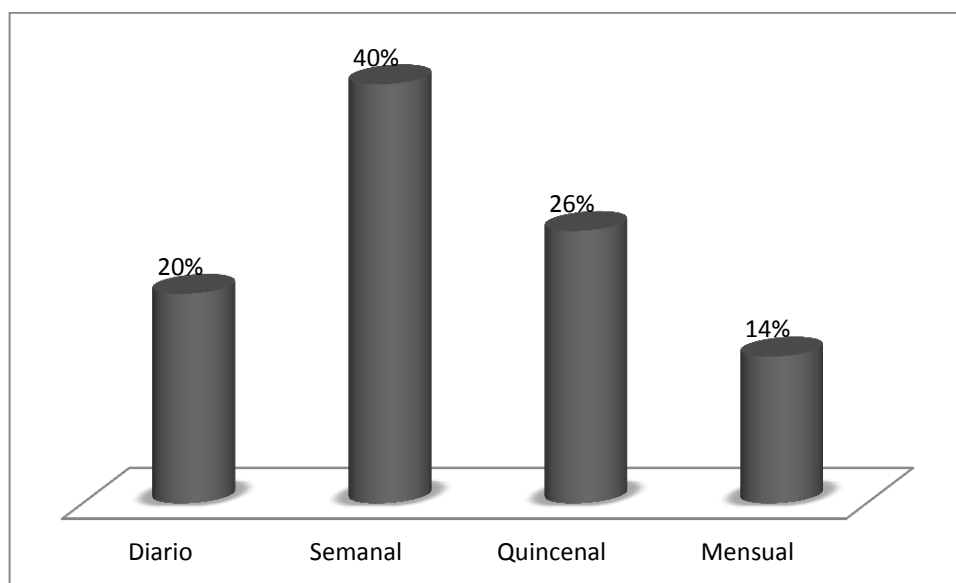
**CUADRO No 6**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Diario	70	20 %
Semanal	140	40 %
Quincenal	93	26 %
Mensual	50	14 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 6**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Las familias del cantón Quinsaloma adquieren la carne de tilapia semanalmente, como costumbre a sus actividades económicas dirigidas a la alimentación de sus integrantes

**Pregunta 7.**

**¿Estaría de acuerdo a comprar tilapia en nuestro mercado para consumo?**

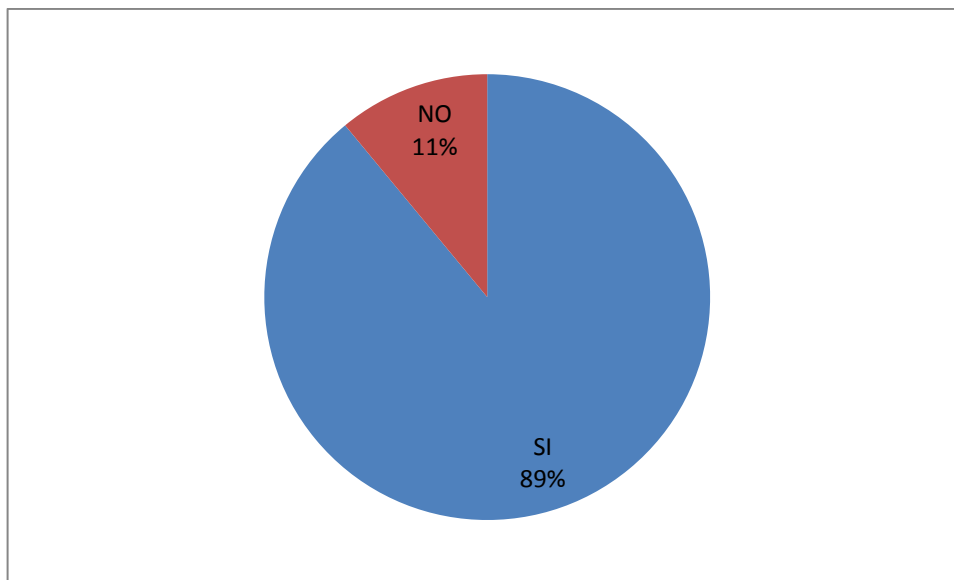
**CUADRO No 7**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	315	89%
NO	40	11 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 7**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La decisión de compra predomina en la opinión de la población, por lo que se constata que la tilapia es un recurso predominante de adquisición de las familias reafirmando el hecho de la instalación de la empresa.

**Pregunta 8.**

**¿Usted adquiriría carne de tilapia a un precio módico?**

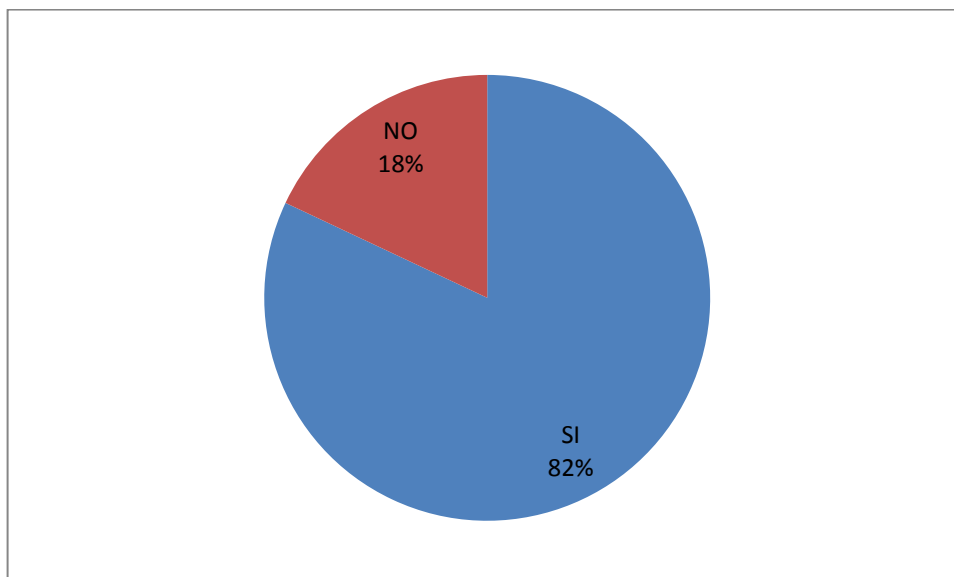
**CUADRO No 8**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	289	82 %
NO	64	18 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 8**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La población, en su mayoría, demuestra su preferencia por adquirir la tilapia por su valor económico, lo que ayuda también a impulsar la instalación de la empresa.

### Pregunta 9

¿Consumiría un producto con todas las medidas sanitarias?

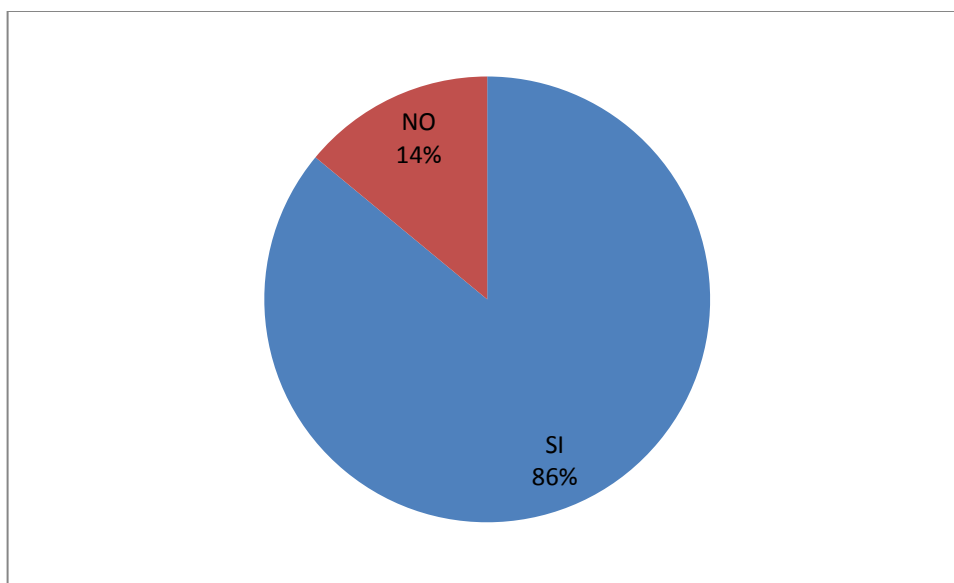
**CUADRO No 9**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	302	86%
NO	51	14 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 9**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Obviamente la población está presta a adquirir productos tratados higiénicamente, su aceptación mayoritaria, induce a un estudio técnico que debe incorporar procesos que garanticen la calidad del producto.

**Pregunta 10.**

**¿Desearía que le brinden un producto de excelente calidad nutritiva?**

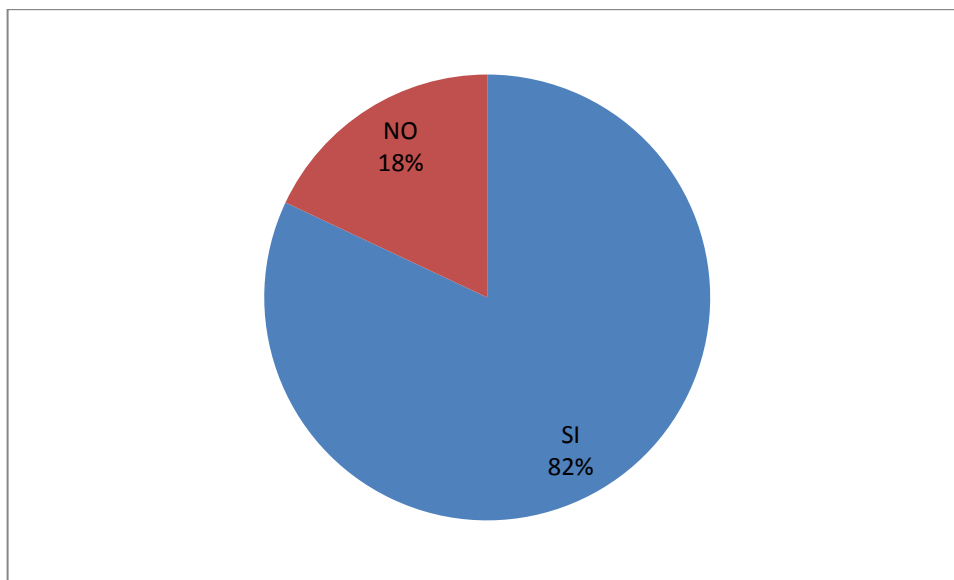
**CUADRO No 10**  
**CONSUMO CON CALIDAD**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	288	82 %
<b>NO</b>	65	18 %
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 10**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La calidad, asimismo, es un factor preponderante ante la pretensión de oferta de cualquier producto, por lo que en la actualidad, se debe comercializar la tilapia y determinar en términos productivos.

## 2.1.2. RESULTADOS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOCALES COMERCIALES

### Pregunta 1.

¿Cuál es el nombre de empresa?

**CUADRO No 11**  
**LOCALES COMERCIALES DEL CANTÓN QUINSALOMA**

<b>EMPRESAS</b>	<b>ENCUESTA</b>
SÚPER –TIENDA- QUINSALOMA	1
COMERCIAL VILMITA	1
COMISARIATO EL AHORRO	1
VÍVERES BOSSUET	1
COMERCIAL ANDRADE	1
VÍVERES CECILIA	1
DESPENSA MARICELA	1
COMERCIAL NUGAR	1
DESPENSA SAUN-WONG	1
ABARROTOS AGRICONQUI	1
TIENDA JAMILET	1
FRIGORÍFICO EL CISNE	1
FRIGORÍFICO DON FRESCO	1
DESPENSA DOS HERMANOS	1

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Como se nota en el cuadro anterior, en total suman 14 locales comerciales de víveres de primera necesidad, en el cantón Quinsaloma definido como la toma de muestra para el levantamiento de información respectivo, en donde se propuso una serie de interrogantes estratégicas sobre la cual se basará el estudio de mercado que será presentado posteriormente.



**Pregunta 2.**

**¿Qué tipo de carne comercializa más?**

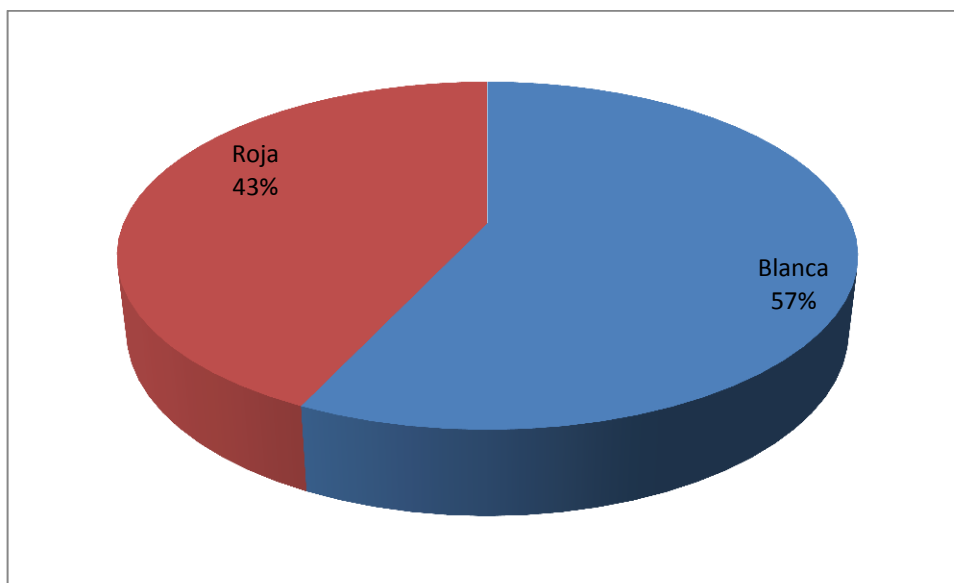
**CUADRO No 12**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Blanca	8	57 %
Roja	6	43 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 11**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Los ocales comerciales conocedores de que existe una elevada demanda de carne blanca, deberán proveerse de este producto, o que confirma la implementación de la Empresa.

**Pregunta 3.**

**¿Estaría de acuerdo con un producto que brinde proteínas a sus clientes?**

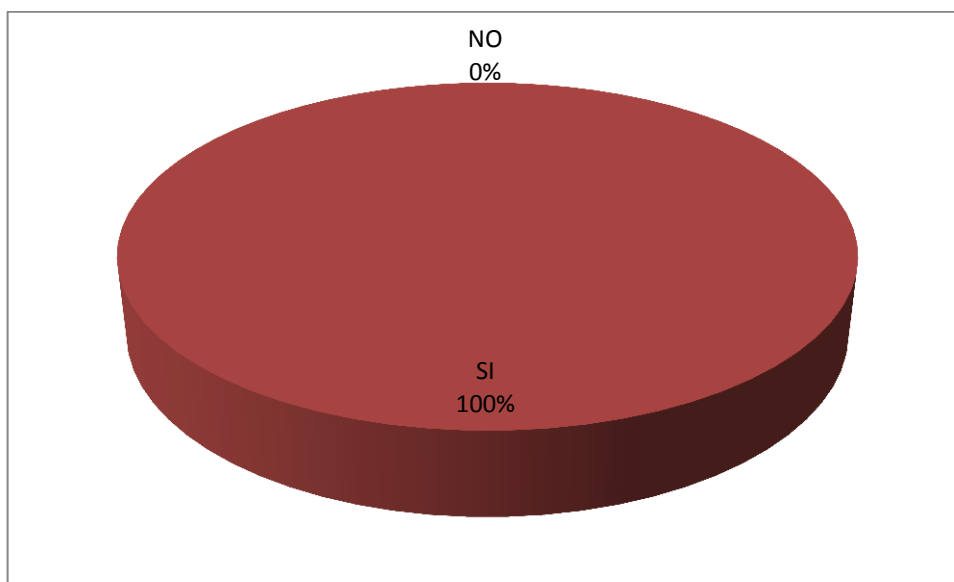
**CUADRO No 13**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	14	100 %
NO	0	0 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 12**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La totalidad de los encuestados afirman que brindarían a sus clientes el consumo de proteínas, lo que permite verificar que ofrecer la tilapia a sus clientes es la mejor oferta.

**Pregunta 4.**

**¿Desearía brindar un producto de excelente calidad nutritiva a la población?**

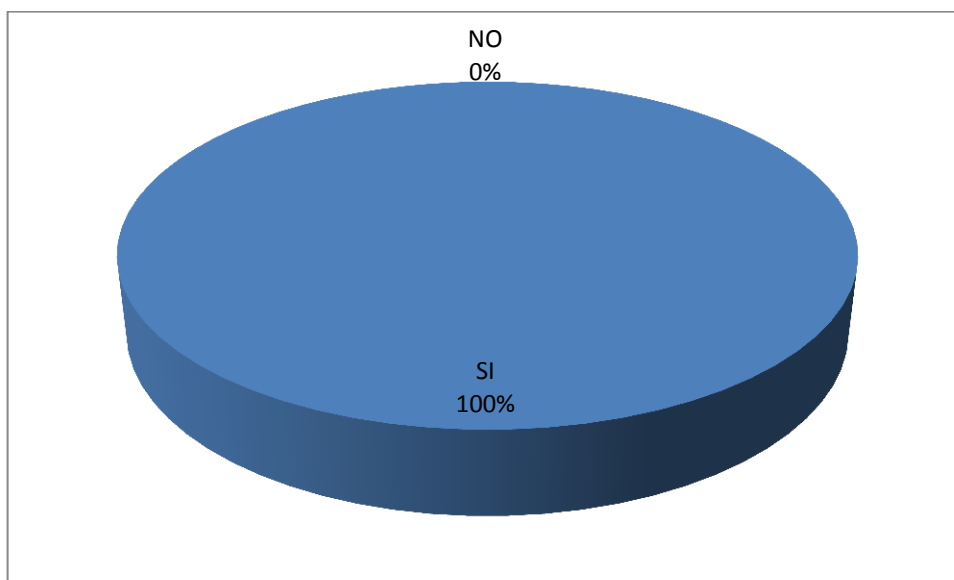
**CUADRO No 14**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	14	100 %
NO	0	0 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 13**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

De forma totalitaria, la locales comerciales de la ciudad de Quinsaloma desearían ofertar a sus clientes productos con calidad proteica por lo que es importante incurrir en procesos técnicos minuciosos para proveer de carne de tilapia satisfactoriamente consumible.

**Pregunta 5.**

**¿Usted comercializa frecuentemente carne de tilapia?**

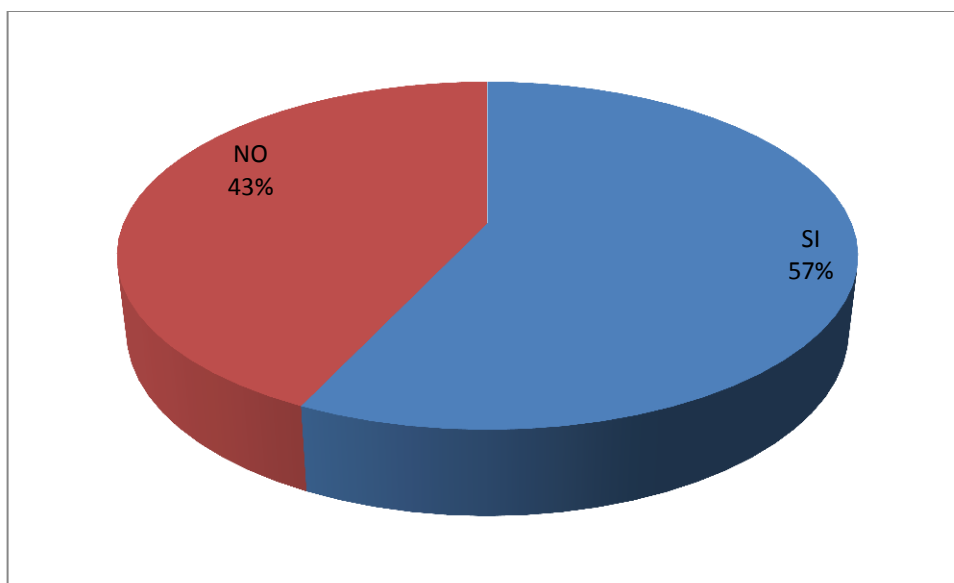
**CUADRO No 15**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCETAJE</b>
<b>SI</b>	8	57 %
<b>NO</b>	6	43 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 14**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Los locales comerciales dentro de su oferta hacia la población de Quinsaloma sí toman en cuenta la comercialización de tilapia, lo que facultan la oferta de la misma a la población recurriendo a la viabilidad de la producción de la especie descrita.

**Pregunta 6.**

**¿Con qué frecuencia comercializa carne de tilapias?**

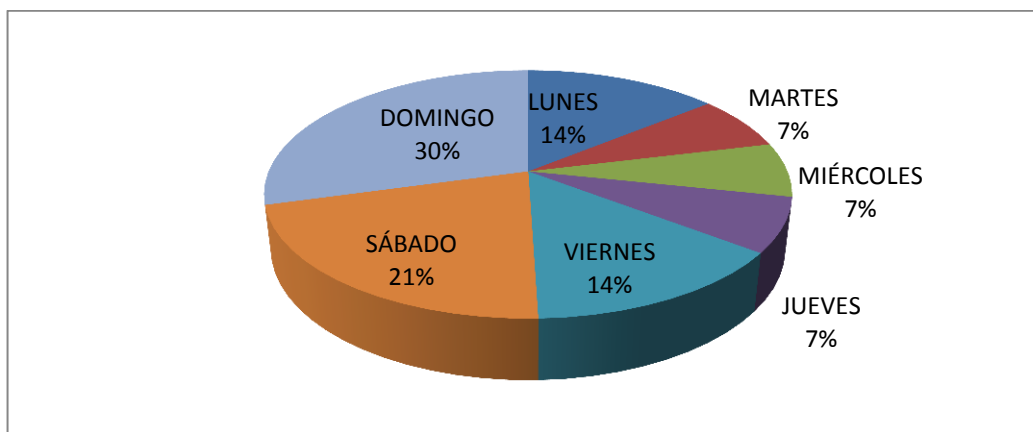
**CUADRO No 16**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
LUNES	2	14%
MARTES	1	7%
MIÉRCOLES	1	7%
JUEVES	1	7%
VIERNES	2	14%
SÁBADO	3	21%
DOMINGO	4	29%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 15**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

La frecuencia de comercialización masiva en los locales comerciales mayoritariamente se lo realiza el día domingo, en aprovechamiento a la masiva visita de pobladores rurales y foráneos al cantón, por lo que se deduce que la tilapia deberá ser entregada al mercado, en su mayoría, los fines de semana.

**Pregunta 7.**

**¿Los clientes estarían de acuerdo en comprar carne de tilapia?**

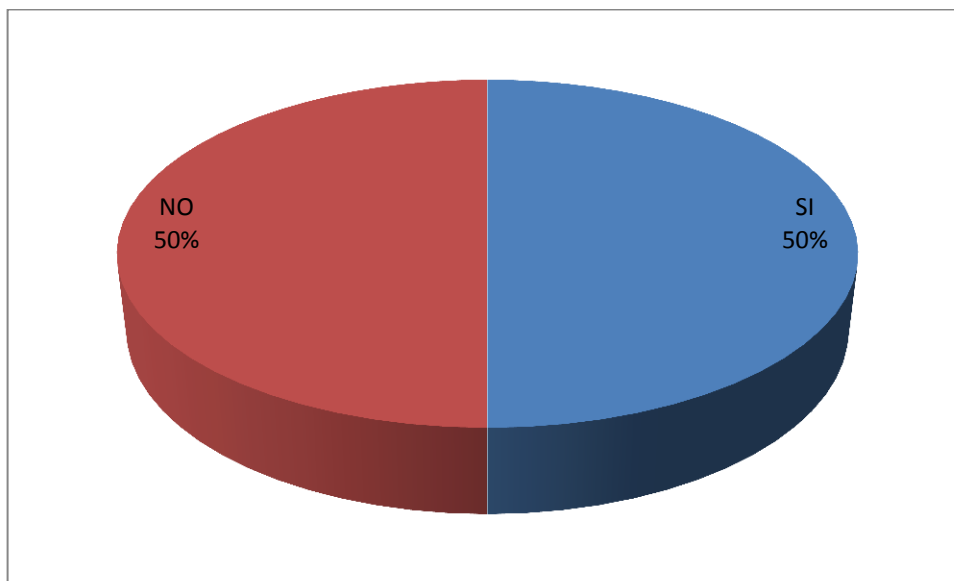
**CUADRO No 17**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	50 %
NO	7	50 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 16**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Las opiniones están divididas equitativamente afirmando que los clientes no adquirirían la tilapia si se lo oferta en cantidades considerables, por lo que el tamaño del proyecto debe tomar en cuenta tal consideración.

**Pregunta 8.**

**¿Usted vendería carne de tilapia?**

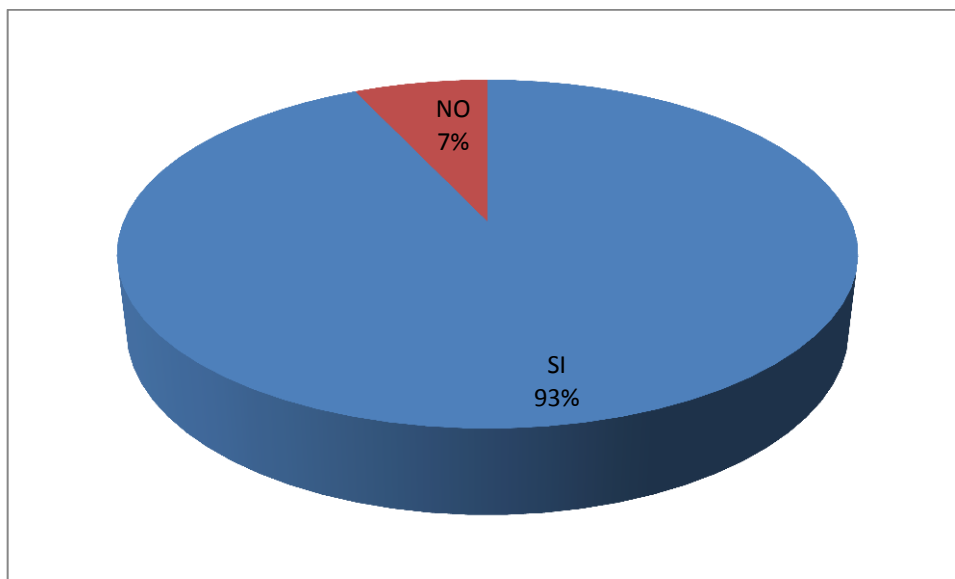
**CUADRO No 18**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	13	93%
NO	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 17**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Los locales comerciales casi en su totalidad tienen la predisposición de vender tilapias, o que justifica la instalación de la Empresa.

**Pregunta 9.**

**¿Ofertaría usted un producto con las medidas sanitarias?**

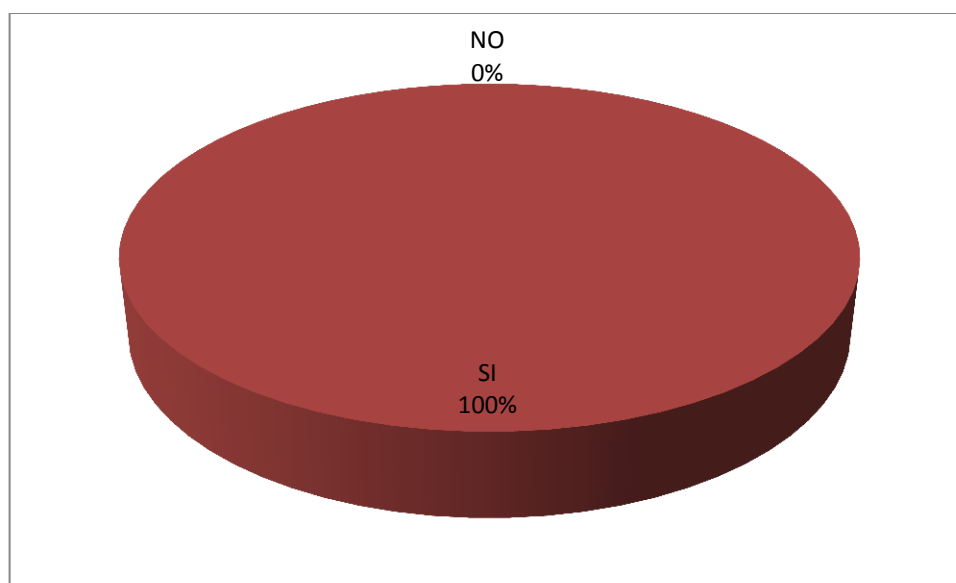
**CUADRO No 19**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	14	100%
<b>NO</b>	0	0 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 18**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Los locales comerciales en su totalidad están de acuerdo en expender un producto al consumidor que reúna las condiciones sanitarias e higiénicas, puesto que garantiza la credibilidad de los productos ofertados, como es el caso de la carne de tilapia.



**Pregunta 10.**

**¿Considera usted que existe ganancias en la venta de tilapias?**

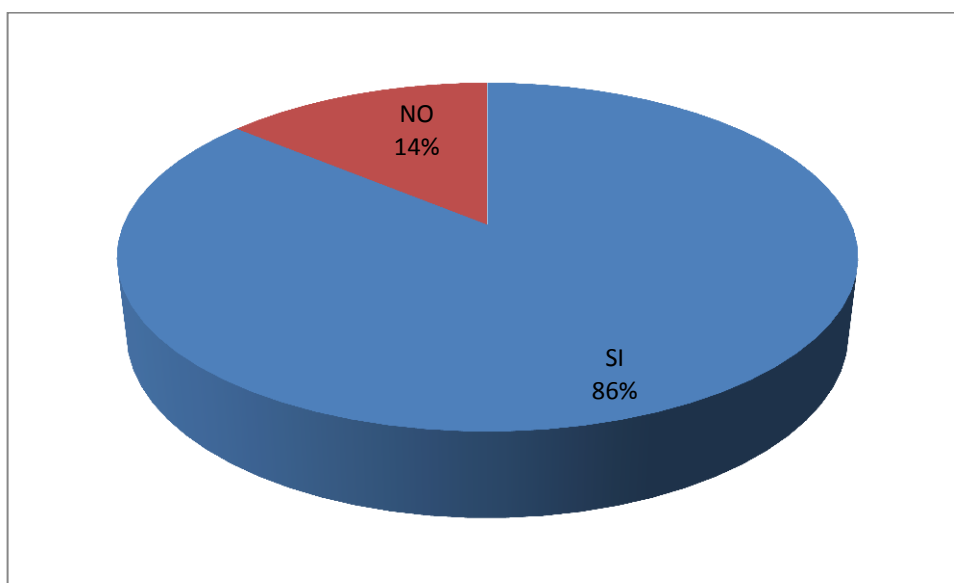
**CUADRO No 20**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	86 %
NO	2	14 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

**FIGURA No 19**



**Fuente:** Encuestas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 06)

Los locales comerciales opinaron, en su mayoría, que sí se obtendría utilidad en la venta de tilapias por tratarse de un alimento nutritivo corroborando el hecho de que el producto es altamente rentable, siempre y cuando, se preserve la calidad, higiene y sabor del mismo.

### 2.1.3. RESULTADOS A TRAVÉS DE LA ENTREVISTA EFECTUADA A LOS PRODUCTORES DE TILAPIAS

Se entrevistó a 14 productores de tilapias existentes en la zona y fuera de ella en la que se visitó a los cantones aledaños de Quevedo y Ventanas, de los cuales se desprende el siguiente levantamiento de información:

#### Pregunta 1.

**¿Por qué prefiere trabajar en la comercialización de carne de tilapias?**

- *Por tradición familiar.*
- *Por trabajar con peces resistente al medio.*
- *Por fácil manejo del este pez en los estanques o piscinas.*

#### Pregunta 2.

**¿Confía, en general, en la eficacia de la producción de tilapia?**

**CUADRO No 21**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	71 %
NO	4	29 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 08)

#### Pregunta 3.

**¿Qué opina de la producción de tilapia?**

**CUADRO No 22**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	8	57%
Regular	5	36%
Malo	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 08)

**Pregunta 4.**

**¿Cuáles son sus objetivos a corto, medio y largo plazo en la producción de tilapias?**

- ✓ *Obtener ingresos económicos.*
- ✓ *Realizar una actividad artesanal.*
- ✓ *Utilizar recursos renovables con el cultivo de tilapias.*

**Pregunta 5.**

**¿Qué ventajas le pueden proporcionar el cultivo de tilapia?**

- *Tener alimentos constantemente.*
- *Que es de fácil mantención.*
- *Ingreso s económicos.*

**Pregunta 6.**

**¿Está dispuesto a cambiar de actividad económica, productiva, administración de propiedades, cultivo de tierras?**

**CUADRO No 23**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	50 %
NO	7	50 %
<b>Total</b>	14	100 %

**Fuente:** Entrevistas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 08)

**Pregunta 7.**

**¿Qué condiciones deberían darse para que usted tenga éxito en el cultivo de tilapia?**

**CUADRO No 24**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	11	79%
Regular	2	14%
Malo	1	7%
<b>Total</b>	14	100 %

**Fuente:** Entrevistas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 08)

**Pregunta 8.**

**Los pequeños productores de tilapias la realizan en forma:**

**CUADRO No 25**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Artesanal	12	86 %
Tecnificada	2	14 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 08)

**Pregunta 9.**

**¿Cree usted que existe mercado para la producción de tilapia?**

**CUADRO No 26**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	13	93 %
NO	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 08)

**Análisis.-** El nivel productivo de las tilapias ofrece resultados promisorios sobre la rentabilidad para el promotor de esta actividad, puesto que reúne condiciones idóneas de alimentación, sus características son: es carne blanca, nutritiva y de buen sabor. Los productores consideran que el hecho más importante, que radica en la perseverancia, el cuidado y meticulosidad en el trato a esta especie, en el proceso de crianza y alimentación para ofrecer al consumidor un producto de calidad.

Aspectos como: condiciones de producción, mercado de tilapia, ventajas, objetivos y confianza sobre la producción del pez sometido a estudio se pretendió establecer su viabilidad desde el punto de vista del levantamiento de información, en donde, se podría concluir de que efectivamente es una actividad promisoriosa para el desarrollo local del cantón Quinsaloma.

## **2.1.4. RESULTADOS A TRAVÉS DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN EFECTUADA**

### **A. OBJETIVO:**

Conocer la realidad de los pequeños emprendedores que se dedican a la producción de tilapias cuidando la calidad de producto para brindar al consumidor y las consecuencias que conlleva la implementación de una Empresa, generando recursos económicos para la población de Quinsaloma.

### **B. DATOS INFORMATIVOS:**

**Lugar:** Cantón Quinsaloma - Provincia de Los Ríos.

**Fecha:** Desde 15 de febrero hasta el 1 de marzo del 2010.

**Hora:** Desde las 13h00 hasta 17h00.

**Observador:** Michel Merello López.

### **C. CASOS A OBSERVAR:**

- Disponibilidad de recursos humanos
- Disponibilidad de recursos materiales y espacio físico
- Tecnología cuidado y mantenimiento

### **D. ACONTECIMIENTO:**

Es las piscinas de tilapias, al cultivar en forma tradicional se ha demostrado que es una especie resistente al manipuleo, a las enfermedades y a factores físicos y/o químicos, igualmente al manejo del sistema productivo, encallamiento, fertilizaciones varias, muestreos, biometría, control de parámetros.

Esta característica le permite mostrar mayor sobrevivencia y por lo tanto mayor rentabilidad. La tilapia es fácil de cultivar y da buen rendimiento si se sigue un plan de manejo adecuado.

## 2.2. CONCLUSIONES

Mediante la realización de encuestas se ha obtenido una información de los consumidores que mediante las técnicas de levantamiento de información se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se observa que este producto tiene aceptación por los probables consumidores, o que justifica la implementación de esta Empresa.
- Que la tilapia es un producto de vital importancia para la familia quinsalomeña, ya que este pez posee calidad nutritiva, buen sabor y rentabilidad productiva.
- Los consumidores desean el producto ya que cuenta con la higiene, confianza y seguridad alimentaria.
- Este producto tiene un nivel de balance entre calidad, precio y credibilidad ante los consumidores, por lo que la propuesta de crear una Empresa se convierte en una alternativa relevante

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

Este producto se expenderá al cliente en forma higiénica, es decir, descamado, destripado y empaquetado mediante una base tipo bandeja hecha de material plástico en función de la conservación del producto. El empaquetado se garantizará mediante embalaje, lo cual llevará impreso: el logotipo, slogan, peso, precio de venta, dirección y contactos telefónicos.

El producto se mantendrá refrigerado con el fin de ofrecer al cliente en buenas condiciones, cuidando la calidad del producto y sus características naturales para la alimentación. Las presentación para su expendio será dispuesto en empaquetados de 1 y 2 libras.

#### **3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES**

##### **3.2.2.1. DEMANDA ACTUAL**

De acuerdo a la demanda de la población, que se convierte en la necesidad de consumir un alimento en condiciones higiénicas, saludables, de buena calidad, con valor proteico, es necesario que os moradores apoyen la creación de la Empresa ya que semanalmente frecuentan el mercado para la adquisición de este producto – la tilapia - con bajo un promedio de 1,5 libras mínimo, y basado en la información brindada por 353 familias, queda establecida como muestra por lo que se ha obtenido la frecuencia y la aceptación de consumo, resultado en el 60% de las familias que proyectado al universo se establece un total de 1.800 familias, demostrado en el cuadro presentado a continuación:

**CUADRO No 27**  
**DEMANDA DE TILAPIAS. AÑO 2010**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>FAMILIA</b>	<b>%</b>	<b>UNIVERSO</b>	<b>DEMANDA SEMANAL</b>	<b>DEMANDA ANUAL</b>
Diario	70	20%	360	3.780	196.560
Semanal	140	40%	720	1.080	56.160
Quincenal	93	26%	468	351	18.252
Mensual	50	14%	252	95	4.914
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100%</b>	<b>1.800</b>	<b>5.306</b>	<b>275.886</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

### 3.1.2.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para efectuar la proyección de la demanda, se toma a criterio de que a medida de que crece la población, crece la demanda, por lo tanto, existe una fórmula estadística para el efecto denominada proyección del monto a través de la siguiente fórmula:

$$P_t = P_o(1 + r)^t$$

P<sub>t</sub> = Demanda futura

P<sub>o</sub> = Demanda en el año base (actual)

r = Tasa de crecimiento poblacional

t = Número de año entre el “año base” (año cero) y el año “t”

Aplicando la fórmula, resulta la proyección de la demanda de la tilapia asumiendo la tasa de crecimiento poblacional del 1,44% anual correspondiente al cantón Quinsaloma según la INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), como se muestra a continuación:



**CUADRO No 28**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>
CARNE DE TILAPIA	279.859	283.889	287.977	292.124	296.330

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

### 3.1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y PROYECCIONES

#### 3.1.3.1. OFERTA ACTUAL

Sobre la existencia de locales comerciales en el cantón y ante una oferta relativa del producto (tilapia) el proyectista responsable del presente estudio establece que la cobertura del mercado por parte de estos negocios es del 30% sobre la demanda poblacional de todo el cantón, el cual ante lo referido el cuadro se muestra a continuación:

**CUADRO No 29**  
**OFERTA DE TILAPIA. AÑO 2010**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2010</b>
CARNE DE TILAPIA	82.766

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

### 3.1.3.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta, se procede de igual forma mediante el referente dado en la proyección de la demanda a través de la misma fórmula, el cual se describe a continuación:

**CUADRO No 30**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>
CARNE DE TILAPIA	83.958	85.167	86.393	87.637	88.899

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

### 3.1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

#### 3.1.4.1. DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

La demanda insatisfecha de un estudio de factibilidad es la parte esencial de la viabilidad desde el punto de vista del mercado, ya que ésta se establece sobre la diferencia de la demanda menos la oferta existente asumida por aquellos consumidores que no han podido obtener el producto cuando su necesidad lo ha requerido. En el caso del presente proyecto se presenta a continuación:

**CUADRO No 31**  
**DEMANDA INSATISFECHA DE LA TILAPIA. AÑO 2010**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
CARNE DE TILAPIA	275.886	82.766	193.120

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

### 3.1.4.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para proceder a efectuar la cantidad de consumidores que no han sido atendidos en el consumo de tilapias en el mercado por desconocer su existencia como alimento nutritivo, el presente referente se calcula sencillamente tomando la demanda proyectada, restando de la oferta proyectada se obtiene la proyección de la demanda insatisfecha, mostrada a continuación:

**CUADRO No 32**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2011	279.859	83.958	195.901
2012	283.889	85.167	198.722
2013	287.977	86.393	201.584
2014	292.124	87.637	204.487
2015	296.330	88.899	207.431

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

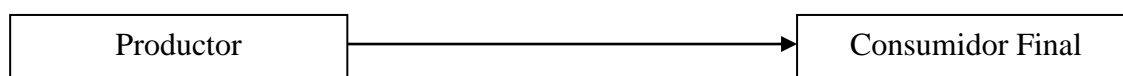
### 3.1.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

Dentro del establecimiento de levantamiento de información, la población se dispuso adquirir la tilapia, siempre y cuando se dé a un precio módico por lo que se determina que el producto será ofrecido a \$1,50 la libra, con las características descritas en el inciso descripción del producto.

### 3.1.6. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Para la entrega del producto al consumidor se establece una forma de comercialización directa, es decir, se expendería a los consumidores del cantón Quinsaloma, para que a su vez, éstos se alimenten de forma nutritiva. La figura se muestra a continuación:

**FIGURA No 20**  
CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Junio – 26)

## 3.2. ESTUDIO TÉCNICO

### 3.2.1. TAMAÑO

Para mayor referencia, el tamaño se lo establece a partir de la demanda insatisfecha por cada año proyectado; de esto, se desprende que bajo la naturaleza del presente estudio se pretende atender al 80% del consumo insatisfecho en todos los años de proyección, como se detalla a continuación:

**CUADRO No 33**  
**TAMAÑO DEL PROYECTO**  
**(EXPRESADO EN LIBRAS)**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>%</b>	<b>TAMAÑO</b>
2011	195.901	80%	<b>156.721</b>
2012	198.722	80%	<b>158.978</b>
2013	201.584	80%	<b>161.267</b>
2014	204.487	80%	<b>163.590</b>
2015	207.431	80%	<b>165.945</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

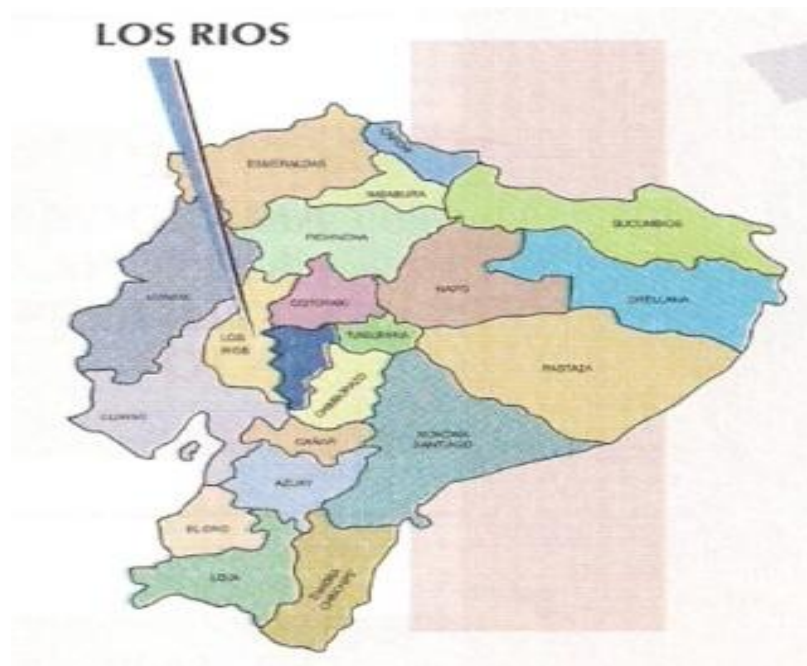
**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

### 3.2.2. LOCALIZACIÓN

#### 3.2.2.1. MACROLOCALIZACIÓN

El presente estudio se lo establece en la República del Ecuador, provincia Los Ríos, cantón Quinsaloma como se ilustra a continuación:

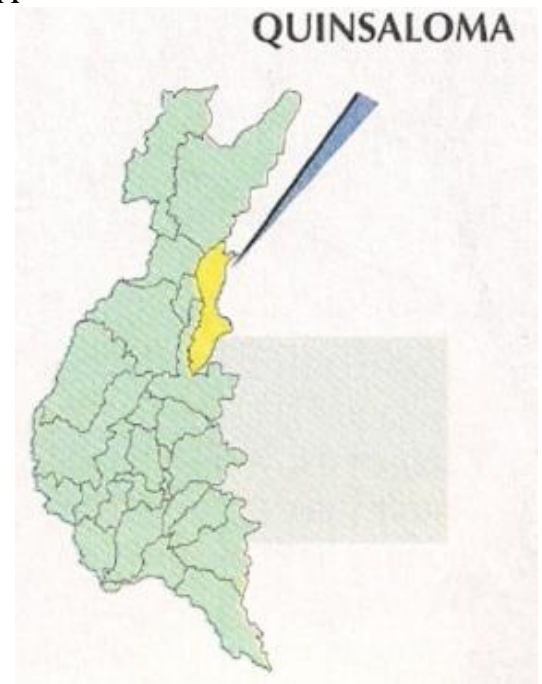
**FIGURA No 21**  
**PROVINCIA DE LOS RÍOS**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

**FIGURA No22**  
**CANTÓN QUINSALOMA**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

### 3.2.2.2. MICROLOCALIZACIÓN

Para la creación de la empresa productora de tilapias se determinó que el asentamiento será en la calle Progreso en el kilómetro 1 vía a Moraspungo frente a la familia Secaría Barragán, junto al río Umbe.

**FIGURA No 23**  
**MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

### 3.2.3. INGENIERÍA O PROCESO PRODUCTIVO

Para describir el proceso productivo de las tilapias, se propone la producción por estanques y para su formación los pasos a seguir se describen a continuación:

**Desinfección.-** La apropiada desinfección del estanque, entre los ciclos de cultivo, reduce la probabilidad de que se transmitan tóxicos metabólicos o patógenos a la subsiguiente población de peces.

**Secado.-** Después de cada cosecha, debe permitirse que el fondo del estanque se seque y se resquebraje para oxidar el material orgánico que se ha sedimentado a través del ciclo de cultivo anterior.

*Razones:*

- La mineralización de la materia orgánica libera más nutrientes, lo que acrecienta la productividad primaria para el siguiente ciclo.
- Eliminar cualquier tipo de huevos de pescado y potenciales depredadores.

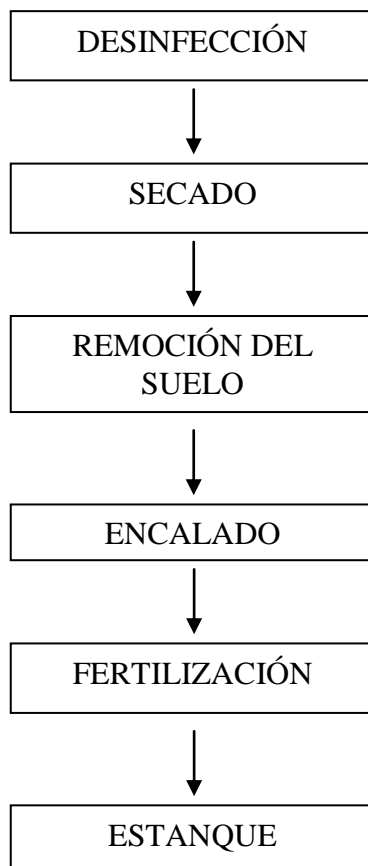
**Remoción del suelo.-** Utilizando un rastrillo se deberá remover la capa superficial hacia abajo y levantar el lodo inferior hacia arriba, para efectuar la oxidación completa de la capa inferior del fango anaeróbico.

**Encalado.-** Es una medida de conservación de los estanques y tiene una acción muy variada y beneficiosa sobre el estado sanitario de los peces, por otro lado favorece la producción y sus factores biológicos. El encalado, efectuado con cal viva, tiene una acción antiparasitaria, actúa destruyendo todo tipo de parásitos de los peces. La dosis a emplear es de 800 kg/ha.

**Fertilización.-** Fertilizando el agua con abono orgánico o fertilizantes químicos, se puede subir la producción de fitoplancton y zooplancton. La cantidad que se debe aplicar en el estanque dependerá del tipo de tilapia. Una vez fertilizado el estanque se debe controlar, mediante la coloración del agua que debe ser verde esmeralda; también se utiliza el método artesanal de introducción del codo para determinar en qué punto se pierde la visibilidad de la mano que está relacionada con la turbidez del agua.



**FIGURA No 24**  
**FORMACIÓN DE ESTANQUES**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

De ahí, dentro del proceso productivo para obtener el producto, éste debe reunir caracterizaciones especiales de producción como se detalla a continuación:

**Siembra.-** Es importante tener en cuenta para la siembra de cría los siguientes aspectos:

- Conteo preciso de una muestra o del total de la cría (volumétrico, por peso o manual, es decir conteo individuo por individuo).
- Aclimatación de temperatura: el agua de las bolsas de transporte de alevines se debe mezclar por lo menos durante 30 minutos con el agua del estanque que se va a sembrar.

**Crianza.-** Esta fase comprende la crianza de alevines con pesos entre 1 a 5 gramos. Generalmente, se realiza en estanques con densidad de 100 a 150 peces por m<sup>3</sup>, buen porcentaje de recambio de agua (del 10 al 15% día) y con aireación, mientras que para esta misma fase pero sin aireación, se sugiere densidades de 50 a 60 peces por m<sup>3</sup> y recubrimiento total del estanque con malla anti pájaros para controlar la depredación. Los alevines son nutridos con alimento balanceado conteniendo 45% de proteína, a razón de 10 a 12% de la biomasa distribuido entre 8 a 10 veces al día.

**Pre-engorda.-** Esta comprendido entre los 5 y 80 gramos. Generalmente se realiza en estanques con densidad de 20 a 50 peces por m<sup>3</sup>, buen porcentaje de recambio de agua (5 a 10% día) y recubrimiento total de malla para controlar la depredación (en caso de que sean exteriores). Los peces son nutridos con alimento balanceado cuyo contenido en proteína es de 30 o 32%, dependiendo de la temperatura y el manejo de la explotación. Se debe suministrar la cantidad de alimento equivalente del 3% al 6% de la biomasa, distribuidos entre 4 y 6 raciones al día.

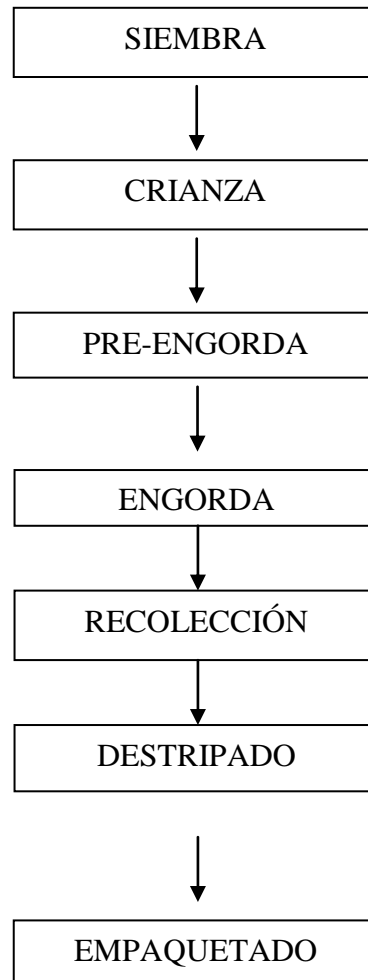
**Engorda.-** Esta fase comprende la crianza de la tilapia desde entre los 80 gramos hasta el peso de cosecha. Generalmente se realiza en estanques con densidades entre 1 a 30 peces por m<sup>3</sup>. En densidades mayores de 12 animales por m<sup>3</sup> es necesario contar con sistemas de aireación o con alto porcentaje de recambio de agua (40 a 50%). En esta etapa, por el tamaño del animal, ya no es necesario el uso de sistemas de protección anti pájaros. Los peces son nutridos con alimentos balanceados de 30 o 28% de contenido de proteína, dependiendo de la clase de cultivo (extensivo, semi-intensivo o intensivo), temperatura del agua y manejo de la explotación. Se sugiere suministrar entre el 1.2% y el 3% de la biomasa distribuida entre 2 y 4 dosis al día.

**Recolección.-** Cuando el pez esté listo para su cosecha, éste es recolectado a través del secado del estanque y de ahí se dispone del pez para su proceso de empaque y entrega al consumidor.

**Destripado.-** Se procede a sacrificar al animal, se destripa y se realiza filetes para su posterior empaque.

**Empaquetado.**- Se procede a empaquetar el producto bajo las presentaciones de 1 y 2 libras y efectuar su respectiva venta al consumidor.

**FIGURA No 25**  
**PRODUCCIÓN DE TILAPIAS**



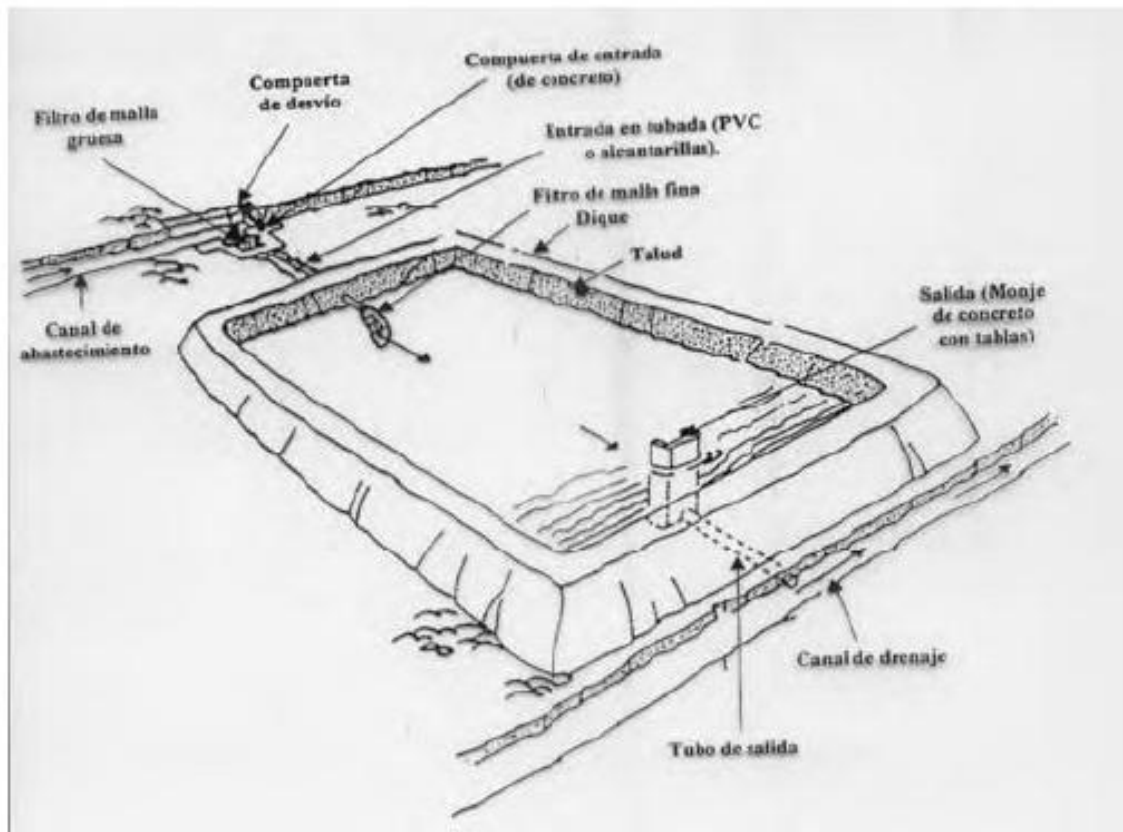
**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

### 3.2.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para el efecto se presenta el modelo de estanque necesario para la producción de tilapias:

**FIGURA No 26**  
**ESTANQUE DE TILAPIA**



**Fuente:** Investigación de campo.

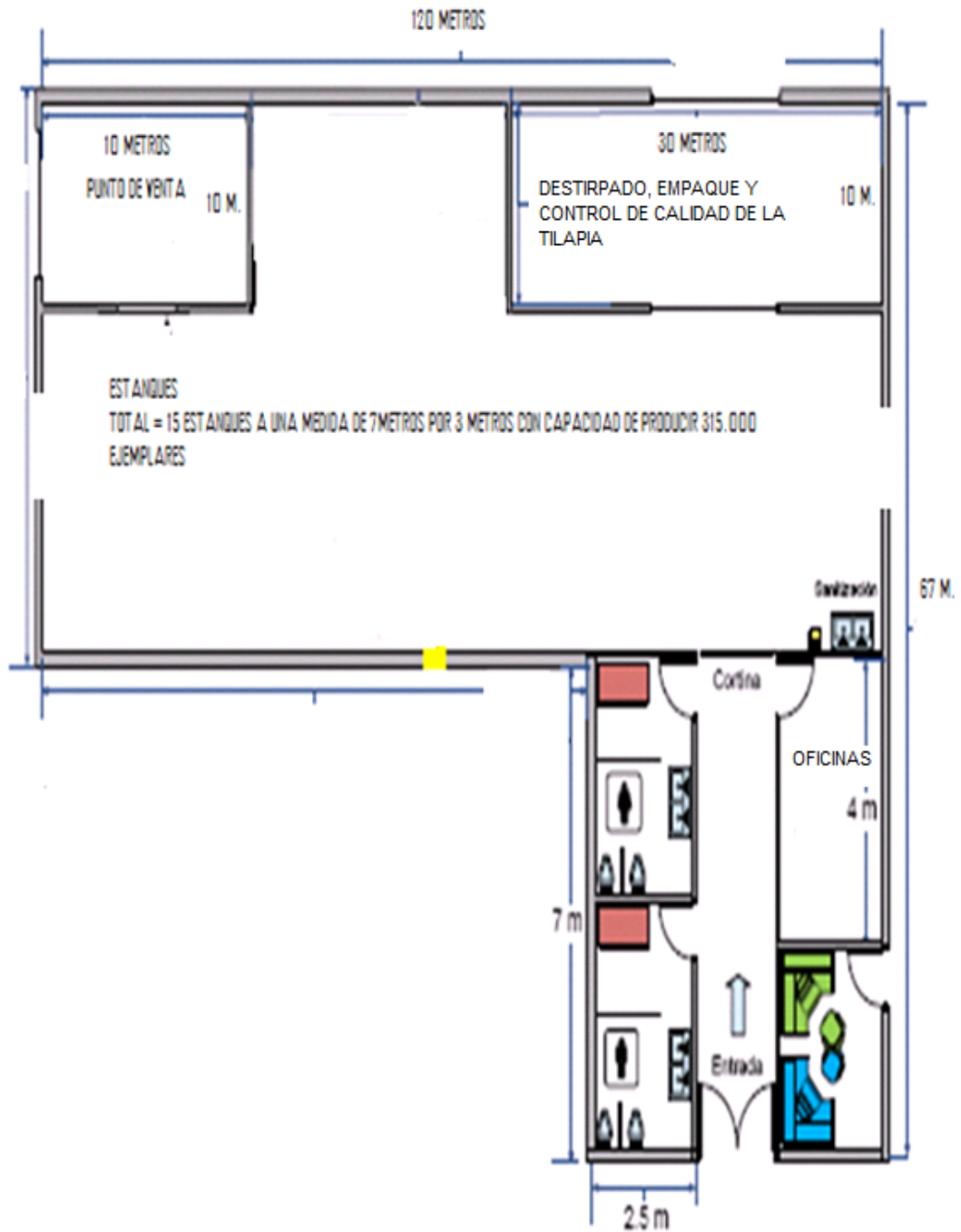
**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

Como se presenta, el estanque está construido con una medidas adecuadas para efectuar una productiva semi-intensiva (7 metros por 3 metros), en donde se debe disponer de un canal de abastecimiento, filtro de malla gruesa, compuerta de desvío, compuerta de entrada, entrada de tubo PVC, filtro de malla final, talud, salida de concreto, tubo de salida y canal de drenaje para efectuar el cambio de agua.

Dentro del contexto general para la producción de tilapias se ha dispuesto la siguiente distribución de planta:

**FIGURA No 27**  
**DISTRIBUCIÓN DE PLANTA**

Cada estanques posee una capacidad de producir de 21000 tilapias



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Julio – 24)

### 3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL

#### 3.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

La Empresa Productora de Carne de Tilapia “DON ALEJO”, por cuanto, representa un nombre popular dentro de la zona de residencia y, a su vez, en honor al pez que nos brinda un nutritivo y buen sabor.

#### 3.3.2. ACCIONISTAS

Para el efecto se presenta el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 34**  
**APORTE DE CAPITAL**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

Apellidos y Nombres	Aportes		Total	%
	Bienes	Efectivo		
Merello López Michel		11.386,62	<b>11.386,62</b>	
Manobanda Cedeño Luz Edelmira		11.386,61	<b>11.386,61</b>	
Palomino Castro Rubén Aníbal		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Segura Borja Leoncio Rogelio		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Ulloa Gonzales Betty Elizabeth		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Borja Barragán Hefles Filadelfo		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Castillo Castro Oswaldo Liborio		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Arana Sánchez Víctor Manuel		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Montoya Rosero Edwin Alfredo		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
Quinaloa Peña Javier Elías		10.000,00	<b>10.000,00</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>102.773,23</b>	<b>102.773,23</b>	

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 12)

### 3.3.3. SLOGAN

La Empresa Productora de Carne de Tilapia “DON ALEJO” tendrá el siguiente slogan: **“PURA TILAPIA, CON SABOR DE LA MEJOR CALIDAD”**

#### 3.3.3.1. LOGOTIPO

**FIGURA No 28**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 12)

#### 3.3.4. GIRO

La Empresa Productora de Carne de Tilapia “DON ALEJO” se dedica a la producción y comercialización de carne fileteada de tilapia en presentaciones de 1 y 2 libras para ser vendido a los consumidores del cantón Quinsaloma, provincia Los Ríos.

#### 3.3.5. CUADRO DIRECTIVO

Para el efecto, la Empresa Productora de tilapias “DON ALEJO” tendrá el siguiente esquema:

**CUADRO N° 33**  
**CUADRO DIRECTIVO**

<b>CARGO</b>	<b>ACCIONISTA</b>
Presidente	Merello López Michel
Vicepresidenta	Manobanda Cedeño Luz Edelmira
Jefe de Producción	Palomino Castro Rubén Aníbal
Tesorero	Segura Borja Leoncio Rogelio

**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsible:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 12)

**Presidente.-** Cumplirá las siguientes actividades:

- Presidir las reuniones de la Junta de Accionistas.
- Representar administrativa y reglamentariamente a la Junta de Accionistas de la Empresa Productora de Carne de Tilapia “DON ALEJO”
- Otorgar el visto bueno a todas las disposiciones, propuestas o soluciones brindadas de entre los socios accionistas concerniente a la actividad de la empresa.
- Promover la gestión de financiamiento necesaria para la solvencia económica de la empresa.
- Convocar junto con el Secretario a las reuniones de carácter ordinario o extraordinario a los socios accionistas, con 48 horas de anticipación (ordinario) y, cuando el caso lo amerite (extraordinario).
- Las demás que la Junta de Accionistas dispongan en común acuerdo.

**Vicepresidente.-** Cumplirá las siguientes actividades:

- Representar a la presidencia, en caso de ausencia del mismo.
- Apoyar la labor de la Directiva en todos sus aspectos establecidos en común acuerdo.
- Promover la responsabilidad social de la empresa.
- Las demás que la Junta de Accionistas dispongan en común acuerdo.

**Jefe de Producción.-** Cumplirá las siguientes actividades:



- Llevar el registro de la salud de los peces en los estanques realizados en forma directa.
- Realizar el control permanente, junto con el Presidente, así como la redacción de informes técnicos que describan el estado de las tilapias.
- Ordenar cronológicamente las etapas de crecimiento para estar a la vanguardia con la competencia.
- Coordinar junto con la Directiva, la realización de los informes de gestión llevada a cabo, de forma anual.
- Las demás que la Junta de Accionistas dispongan en común acuerdo.

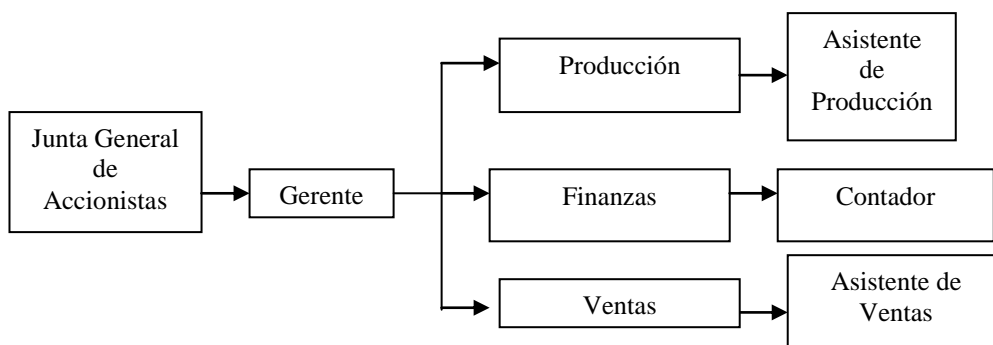
**Tesorero.-** Cumplirá las siguientes actividades:

- Administrar con responsabilidad los dineros recaudados por la Junta de Accionistas.
- Llevar un registro de ingresos y gastos efectuados dentro de la labor de la Junta de Accionistas.
- Presentar justificativos contables de la acción administrativa realizada.
- Realizar el informe financiero respectivo a la gestión efectuada por la Directiva, de forma anual.
- Las demás que la Junta de Accionistas dispongan en común acuerdo

### **3.3.6. ORGÁNICO ESTRUCTURAL**

La Empresa Productora de Carne de Tilapia “DON ALEJO” tendrá el siguiente esquema administrativo:

**FIGURA No 29**  
**ORGÁNICO ESTRUCTURAL**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 12)

### 3.3.7. ORGÁNICO FUNCIONAL

Según el esquema administrativo cada puesto tendrá las siguientes funciones:

**Junta general de accionistas.-** Desempeñará las siguientes acciones:

- Reunirse mensualmente para el control de las tareas y tomar decisiones en beneficio de la Empresa.
- Solventar las decisiones a través de un financiamiento adecuado a las necesidades de la Empresa, en consenso con el Gerente General.
- En contrataciones del personal, elegir al aspirante concordando perfil versus el puesto vacante junto con el Gerente General.
- En último término; motivar, mantener o despedir al personal junto con el Gerente General.
- Contratar al Gerente de la Empresa, y a su vez, motivarlo, mantenerlo o despedirlo acorde al cumplimiento de sus funciones.
- Aprobar el informe consensuado de la actividad general de Empresa presentado por el Gerente General.

- Decidir en último término, la ampliación o cesión de la actividad económica de la Empresa.

**Gerente.-** Cumplirá las siguientes actividades:

- Planificar y organizar las actividades concernientes al desarrollo empresarial
- Otorgar autorización a comunicaciones, permisos, presupuestos, informe, pagos y adquisiciones dentro del accionar de la Empresa.
- Controlar y evaluar, de manera adecuada, las acciones ejecutadas por el personal.
- Mantener reuniones mensuales con la Junta General de Accionistas en pro de rendir cuentas de las labores realizadas justificándose mediante la presentación de un informe consensuado de labores.
- Aprobar el presupuesto general de la empresa en conjunto con los Gerentes Departamentales.
- Delegar funciones acorde a las necesidades y urgencias de la Empresa.
- Aprobar en consenso con la Junta General de Accionistas las contrataciones del personal, así como, la motivación, preservación y despido del mismo.
- Otras que resulten, en consenso, de la Junta General de Accionistas.

**Producción.-** Cumplirá con las siguientes actividades.

- Diseñar y operar de manera acertada el proceso productivo establecido en la Empresa.
- Identificar los agentes internos y externos (entorno, patógenos, ambientales, desechos e infraestructura) para preservar el equilibrio productivo necesario para alcanzar el éxito empresarial.
- Acordar con el Gerente General las propuestas de aprobación, en cuanto, a las adquisiciones requeridas, como al contexto general del departamento de producción.
- Coordinar junto con su asistente los faltantes y/o sobrantes de la materia prima, materiales y equipos de la Empresa y demás actividades.

- Determinar decisiones adecuadas para el buen funcionamiento del departamento.
- Elaborar el presupuesto general del departamento de producción.
- Presentar informe mensual de labores.
- Otras que resulten, en consenso, de la Gerencia General.

**Finanzas.-** Cumplirá con las siguientes actividades:

- Efectuar el proceso contable respectivo a la contabilidad general de la empresa.
- Coordinar con su asistente las tareas de facturación, registro y elaboración de los respectivos sustentos contables y tributarios, así como, los pagos pertinentes.
- Elaborar los estados financieros respectivos (balance general y balance de resultados).
- Asesorar de manera adecuada al Gerente General en respecto al movimiento financiero.
- Firmar y aprobar junto con el gerente los presupuestos departamentales y generales de la empresa, así como, los estados financieros.
- Receptar y consolidar los presupuestos departamentales al presupuesto general de la empresa.
- Presentar el informe mensual de labores.
- Otras que resulten, en consenso, de la Gerencia General.

**Ventas.-** Cumplirá con las siguientes actividades:

- Diseñar la presentación de los productos de forma creativa e impactante para el cliente.
- Escoger los medios publicitarios adecuados en función de alcanzar niveles de ventas satisfactorios.
- Mantener el punto de venta en criterio de un merchandising innovador, creativo y llamativo al cliente.
- Coordinar con su asistente la recaudación y detalles de las ventas realizadas.
- Elaborar el presupuesto general del departamento de ventas.

- Presentar el informe mensual de labores.
- Otras que resulten, en consenso, de la Gerencia General.

**Asistente de producción.-** Cumplirá con las siguientes actividades:

- Llevar de forma ordenada las entradas y salidas de las adquisiciones efectuadas (materia prima, materiales y equipos de la granja).
- Emitir las facturas de compra al departamento financiero solventado en un informe escrito.
- Manejar las tarjetas kárdex al fin de ejecutar y consolidar el inventario de producción.
- Mantener la empresa de forma aseada, así como, responsabilizarse de la alimentación de la producción pecuaria, manejo de los cultivos y desechos originados de las mismas.
- Presentar el inventario de manera mensual al Gerente de Producción.
- Coordinar con el Gerente de Producción la elaboración del informe departamental.
- Otras que en consenso, se derive de la gerencia de producción.

**Contador.-** Cumplirá con las siguientes actividades:

- Efectuar las declaraciones tributarias respectivas a la actividad económica de la empresa.
- Llevar el inventario general de la empresa.
- Realizar los pagos respectivos de la actividad empresarial Registrar los documentos contables de forma cronológica y legible.
- Llevar los libros y registros contables acorde a los principios de la contabilidad de costos.
- Presentar el arqueo de caja de forma diaria al Gerente Financiero.
- Establecer y registrar las conciliaciones bancarias.
- Receptar las recaudaciones efectuadas por el Asistente de Ventas, de forma diaria.
- Coordinar con el Gerente Financiero la elaboración del informe departamental.
- Otras que en consenso, se derive de la gerencia financiera.

**Asistente de ventas.-** Cumplirá con las siguientes actividades:

- Mantenerse en el punto de venta en horarios y días establecidos por la empresa.
- Recaudar y llevar un registro diario de las ventas realizadas, por producto.
- Mantener el punto de venta de forma aseada, todos los días.
- Salvaguardar las recaudaciones efectuadas por las ventas.
- Presentar un inventario diario de los productos vendidos.
- Coordinar con el Gerente de Ventas la elaboración del informe departamental.
- Otras que en consenso, se derive de la gerencia de ventas.

### **3.4. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **3.4.1. COSTOS**

Los costos determinados para la ejecución del presente estudio se deriva de una serie de análisis y estudios efectuados que a la suma de los requerimientos resulta en valores establecidos vistos como los costos de operación o costo del bien vendido, así; los costos son montos dinerarios recuperables con la actividad económica de la empresa, la cual se divide en costos de producción, costos de administración, costos de ventas y costos financieros.

**Costos de producción.-** Son los recursos que se requieren para la oferta de los productos sometidos a estudio (tilapia), la cual se ha determinado: materia prima, materiales, insumos, servicios básicos y mano de obra como costos directos resultando en \$135.665,00, y a su suma están los costos indirectos de mantenimiento, depreciación de la inversión fija y amortización de la inversión intangible, estos dos últimos derivados de la inversión requerida suma el valor de \$5.382,38. El costo de producción del proyecto asciende a \$141.047,38 (costos directos más costos indirectos) representando el 80% del costo total.

**Costos de administración.-** Son aquellos que representan los rubros necesarios para la operación de la empresa productora de tilapia desde el aspecto eminentemente administrativo, en donde, incurren: sueldos y salarios, útiles de aseo, papelería y servicios básicos sumando el valor de \$30.768,18 como costos de administración representando el 17% del costo total.

**Costos de ventas.-** Son aquellos rubros necesarios para motivar al cliente potencial del proyecto en que haga uso del servicio ofertado, en este caso lo conforma la publicidad ascendiendo el valor de \$3.080,00 representando el 2% del costo total.

**Costo financiero.-** Es el valor de los intereses a pagarse originados del crédito solicitado, asciende a \$1.800,00 representando el 1% del costo total.

**Costo total.-** El costo total del proyecto originado a partir de la suma de los costos de producción más los costos de administración más costos de ventas y más costos financieros resulta en \$176.695,56.

**CUADRO No 36**  
**COSTO TOTAL**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

CONCEPTO	REF.	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
<b>Costos de Producción</b>				141.047,38
<i>Costos Directos</i>			135.665,00	
Materia Prima	Anexo 01	56.000,00		
Materiales	Anexo 02	24.225,00		
Insumos	Anexo 03	35.880,00		
Servicios Básicos	Anexo 04	6.360,00		
Mano de Obra Directa	Anexo 05	13.200,00		
<i>Costos Indirectos</i>			5.382,38	
Depreciación	Cuadro 31	2.442,38		
Mantenimiento	Anexo 06	2.400,00		
Amortización	Cuadro 30	540,00		
<b>Costos de Administración</b>				30.768,18
Sueldos y Salarios	Anexo 07	28.800,00		
Útiles de Aseo	Anexo 08	742,10		
Papelería	Anexo 09	278,08		
Servicios Básicos	Anexo 10	948,00		
<b>Costos de Ventas</b>				3.080,00
Publicidad	Anexo 11	3.080,00		
<b>Costos Financieros</b>				1.800,00
Intereses	Cuadro 30	1.800,00		
<b><i>COSTO TOTAL</i></b>				<b>\$176.695,56</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)



### 3.4.2. INVERSIONES

Son los recursos necesarios para la implementación y operación de la empresa productora de tilapias, en el caso del presente proyecto la inversión ascienda a \$117.773,23 clasificado en:

**Inversión fija.-** Parte de la inversión destinada a la adquisición de los activos referidos a la propiedad, planta y equipo de la empresa para su respectiva operación. La inversión fija del proyecto asciende a \$45.340,45 representando el 39% de la inversión total.

**Inversión intangible.-** Parte de la inversión destinado a la adquisición de activos intangibles o inmateriales representados en los gastos que se realizan para la puesta en marcha de la empresa productora de tilapias. La inversión intangible del proyecto asciende a \$2.700,00 representando el 2% de la inversión total.

**Capital de trabajo.-** Parte de la inversión que se destina a la operación circulante del proceso productivo de la tilapia, en donde se ha destinado que el capital va a operacionalizar de forma semestral (tiempo de producción de la tilapia) desglosado en los siguientes rubros: materia, prima, mano de obra, materiales, gastos generales, costos de administración y costos de ventas. El capital de trabajo del proyecto asciende a \$69.732,78 representando el 59% de la inversión total.

**CUADRO No 37**  
**INVERSIONES**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>RUBRO</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>			45.340,45
Terrenos		15.000,00	
Construcciones	Anexo 12	20.949,45	
Maquinarias - Equipos	Anexo 13	1.538,00	
Muebles y Enseres	Anexo 14	3.130,00	
Equipo de Oficina	Anexo 15	1.323,00	
Equipo de Cómputo	Anexo 16	3.400,00	
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			2.700,00
Estudios	Anexo 17	1.200,00	
Gastos de Organización	Anexo 18	1.000,00	
Capacitación del Personal	Anexo 19	500,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			69.732,78
Materia Prima		28.000,00	
Materiales		12.112,50	
Mano de Obra		6.600,00	
Gastos Generales		6.096,19	
Costos de Administración		15.384,09	
Costo de Ventas		1.540,00	
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>\$ 117.773,23</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### 3.4.3. FINANCIAMIENTO

La fuentes de financiamiento se originan a partir del aporte de los accionistas en base a la inversión requerida, si éste no cubre dicha inversión se necesitará de financiamiento para garantizar la puesta en marcha de la empresa.

**Estructura del financiamiento.-** La inversión total asciende a \$117.773,23, de la cual, como aporte propio se ha destinado la cantidad de \$102.773,23 representando el

87% de la inversión total y la diferencia establecida como crédito asciende al valor de \$15.000,00 representando el 13% de la inversión requerida.

**CUADRO No 38**  
**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>APORTES</b>	<b>INVERSIÓN FIJA</b>	<b>%</b>	<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>%</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Accionistas	33.040,45	73			69732,78	100	102.773,23	87
Préstamo	12.300,00	27	2.700,00	100			15.000,00	13
<b>TOTAL</b>	<b>45.340,45</b>	<b>100</b>	<b>2.700,00</b>	<b>100</b>	<b>69.732,78</b>	<b>100</b>	<b>\$ 117.773,23</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

Para determinar el costo incurrido en la solicitud de crédito descrito anteriormente, éste se obtendrá en la tasa de interés del 12% anual a cinco años plazo, de la cual, se pagará cuotas fijas, el mismo que se lo establece mediante la siguiente fórmula:

$$Cf = D \times \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

En donde:

- Cf = Cuota fija
- D = Deuda contraída
- i = Interés de la deuda
- n = Número de años (plazo del préstamo)

Aplicando:

$$Cf = 15.000 \times \frac{0,12(1 + 0,12)^5}{(1 + 0,12)^5 - 1}$$

$$Cf = 15.000x \frac{0,12(1,12)^5}{(1,12)^5 - 1}$$

$$Cf = 15.000x \frac{0,12*1,762341683}{1,762341683 - 1}$$

$$Cf = 15.000 x \frac{0,211481002}{0,762341683}$$

$$Cf = 15.000 x 0,2707409732$$

$$Cf = 4.161,14$$

Con este referente se procede a presentar el reembolso de la deuda o amortización del crédito obtenido por la Empresa Productora de Tilapia, a saber

**CUADRO No 39**  
**AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

DEUDA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA FIJA
15.000,00			
12.638,86	1.800,00	2.361,14	4.161,14
9.994,38	1.516,66	2.644,48	4.161,14
7.032,57	1.199,33	2.961,81	4.161,14
3.715,34	843,91	3.317,23	4.161,14
- 0,00	445,80	3.715,34	4.161,14
<b>TOTAL</b>	<b>5.805,70</b>	<b>15.000,00</b>	<b>\$20.805,70</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### 3.4.4. DEPRECIACIÓN

Es la pérdida del valor del activo fijo adquirido derivada del uso realizado por el proceso productivo, a la que, al presente se destina el método de línea recta, por lo que a partir del valor del activo fijo, se divide para el número de años de vida útil al porcentaje destinado de pérdida de valor de cada año, a la suma de estos resultado el valor de depreciación, la cual, a su diferencia del número de años restantes resulta en el valor residual, en este caso del 10%. El cuadro se muestra a continuación:

**CUADRO No 40**  
**DEPRECIACIONES**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

RUBRO	AÑOS	VALOR	%	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL
Construcciones	20	20.949,45	5	942,73	942,73	942,73	942,73	942,73	16.235,82
Maquinaria	10	1.538,00	10	138,42	138,42	138,42	138,42	138,42	845,90
Muebles y Enseres	10	3.130,00	10	281,70	281,70	281,70	281,70	281,70	1.721,50
Equipo de Oficina	10	1.323,00	10	132,30	132,30	132,30	132,30	132,30	661,50
Equipo de Cómputo	3	3.400,00	33	1.020,00	1.020,00	1.020,00			340,00
<b>TOTAL</b>		<b>30.340,45</b>		<b>2.515,15</b>	<b>2.515,15</b>	<b>2.515,15</b>	<b>1.495,15</b>	<b>1.495,15</b>	<b>\$ 19.804,72</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### 3.4.5. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

Es la aplicación de un valor de desgaste de los activos intangibles incurridos en el desarrollo del proyecto para la creación de la empresa productora de tilapias durante cinco años. En el presente proyecto existe: estudios, gastos de organización y capacitación del personal. El cuadro se presenta a continuación.

**CUADRO No 41**  
**AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>RUBRO</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Estudios	5	1.200,00	20	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Organización	5	1.000,00	20	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Capacitación	5	500,00	20	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.700,00</b>		<b>540,00</b>	<b>540,00</b>	<b>540,00</b>	<b>540,00</b>	<b>\$540,00</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

**3.4.6. ESTRUCTURA DE COSTOS**

El costo se clasifica en fijos y variables, las cuales sirven para determinar el punto de equilibrio del proyecto. Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes a cualquier cantidad de producción, en el caso del presente proyecto asciende al valor de \$44.310,56. Los costos variables son aquellos que varían acorde al volumen de producción, en el caso del presente proyecto asciende al valor de \$132.385,00, sumados los dos tipos de costos resulta en el costo total que asciende a \$176.695,56.

El cuadro se muestra a continuación:

**CUADRO No 42**  
**ESTRUCTURA DE COSTOS**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

CONCEPTO	FIJO	VARIABLES	TOTAL
<b>Costos de Producción</b>			<b>141.047,38</b>
<i>Costos Directos</i>			
Materia Prima		56.000,00	
Materiales		24.225,00	
Insumos		35.880,00	
Servicios Básicos	6.360,00		
Mano de Obra Directa		13.200,00	
<i>Costos Indirectos</i>			
Depreciación	2.442,38		
Mantenimiento	2.400,00		
Amortización	540,00		<b>30.768,18</b>
<b>Costos de Administración</b>			
Sueldos y Salarios	28.800,00		
Útiles de Aseo	742,10		
Papelería	278,08		
Servicios Básicos	948,00		
<b>Costos de Ventas</b>			<b>3.080,00</b>
Publicidad		3.080,00	
<b>Costos Financieros</b>			<b>1.800,00</b>
Intereses	1.800,00		
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>44.310,56</b>	<b>132.385,00</b>	<b>\$ 176.695,56</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### **3.4.7. INGRESOS**

Los ingresos son la base primordial del proyecto, por cuanto, en ella se originan las entradas dinerarias del proyecto, se calcula multiplicando la cantidad de productos ofertados por el precio unitario determinado, y a partir de allí se proyecta un aumento anual del 4% sujetado la tasa de inflación. A continuación se presenta la proyección de los ingresos por la venta de tilapias:

**CUADRO No 43**  
**INGRESOS**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>INGRESO</b>
2011	Tilapia	156.721	1,50	235.081,50
2012	Tilapia	162.990	1,50	244.484,76
2013	Tilapia	169.509	1,50	254.264,15
2014	Tilapia	176.290	1,50	264.434,72
2015	Tilapia	183.341	1,50	\$275.012,11

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### 3.4.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la determinación de los valores tanto en unidades de producción como el dinero en ventas realizadas, en donde, ante la actividad económica no se obtiene ni pérdidas, ni ganancias, es decir, los ingresos permiten cubrir los costos.

Los datos para el punto de equilibrio se lo presentan a continuación:

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VENTAS</b>
\$44.310,56	\$132.385,00	\$235.081,50

El punto de equilibrio se lo establece mediante la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$



$$PE = \frac{\$44.310,56}{\frac{\$132.385,00}{1 - \frac{\$235.081,50}{\$44.310,56}}}$$

$$PE = \frac{\$44.310,56}{1 - 0,563145122}$$

$$PE = \frac{\$44.310,56}{0,436854878}$$

$$PE = \mathbf{\$ 101.430,85}$$

La cantidad de \$101.430,85 es el valor que va cubrir los costos sobre la producción de la empresa productora de tilapias “DON ALEJO”, es decir, bajo este valor la empresa no genera ni pérdida, ni ganancia.

**FIGURA No 30**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)**



**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### 3.4.9. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un documento contable formulado para determinar la utilidad o pérdida del ejercicio, lo cual, se inicia registrando el total de los ingresos generados a partir de las ventas realizadas a éste se le deduce los costos generados, los mismos que resulta de la suma de los costos de producción, más los costos administrativos, más los costos de ventas, más los costos financieros. A la diferencia de los ingresos menos los costos resulta la utilidad operacional, de éste se calcula el 15% de participación a trabajadores, resulta una diferencia de la cual se calcula el 25% del impuesto a la renta, la misma que a la diferencia con la cantidad anterior, finalmente resulta la utilidad neta de la actividad.

El cuadro se muestra a continuación:

**CUADRO No 44**  
**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>EMPRESA PRODUCTORA DE TILAPIAS "DON ALEJO"</b>			
<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>			
<b>DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011</b>			
<b>INGRESOS</b>		235.081,50	
<b>COSTOS</b>		176.695,56	
Costo de Producción	141.047,38		
Costo de Administración	30.768,18		
Costo de Venta	3.080,00		
Costos Financieros	1.800,00		
<b>UTILIDAD EN LA OPERACIÓN</b>			58.385,94
(-) 15% TRABAJADORES			8.757,89
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>			49.628,05
(-)25% DEL IMPUESTO A LA RENTA			12.407,01
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>\$37.221,04</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### 3.4.10. ESTADO DE SITUACIÓN FINAL

El balance general o estado de situación presenta el detalle de los activos, pasivos y patrimonio resultante de la actividad económica incurrida.

**CUADRO No 45**  
**BALANCE GENERAL PROYECTADO**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>EM EMPRESA PRODUCTORA DE TILAPIAS "DON ALEJO"</b>			
<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
ACTIVOS CORRIENTES		107.575,06	
Caja - Bancos	107.575,06		
ACTIVOS FIJOS		42.898,07	
Terrenos	15.000,00		
Construcciones	20.949,45		
Maquinarias - Equipos	1.538,00		
Muebles y Enseres	3.130,00		
Equipo de Oficina	1.323,00		
Equipo de Cómputo	3.400,00		
(-) Depreciación Acumulada Activos Fijos	- 2.442,38		
ACTIVOS INTANGIBLES		2.160,00	
Estudios	1.200,00		
Gastos de Organización	1.000,00		
Capacitación del Personal	500,00		
(-) Amortización Acumulada	- 540,00		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>			<b>152.633,13</b>
<b>PASIVOS</b>			
PASIVOS A LARGO PLAZO			
Crédito por Pagar	12.638,86		
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>12.638,86</b>	
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Accionistas	102.773,23		
Utilidad del Ejercicio	37.221,04		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>139.994,27</b>	
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>			<b>\$152.633,13</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

### **3.4.11. FLUJO DE FONDOS DEL EFECTIVO PROYECTADO**

El flujo de fondos del efectivo es el estado financiero que muestra el efectivo generado en las operaciones de financiamiento e inversión, éste a su vez, muestra las entradas, salidas y cambio neto del efectivo en las diferentes actividades de la empresa durante un período contable, es una forma de conciliación entre saldos iniciales y finales.

Se toma los valores tanto de los ingresos, como de los costos, a las que se restan entre sus totales para obtener la utilidad en operaciones, de ésta, se calcula el 25 por ciento correspondiente al Impuesto a la Renta de la cual se deduce resultando en la utilidad antes del 15% participación de trabajadores, sobre la que, se calcula dicho valor restándole a la utilidad y concluyendo en la utilidad neta.

Una vez obtenida la utilidad neta, se suman los valores de depreciación y amortización, de la que, se disminuye la amortización correspondiente al crédito requerido y, de esta forma se obtiene el flujo neto del efectivo por cada año de proyección, el cual se lo estableció bajo el criterio inflacionario, el mismo que es del 4% anual.

El cuadro respectivo se presenta a continuación:

**CUADRO No 46**  
**FLUJO DE FONDOS DEL EFECTIVO PROYECTADO**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>RUBROS</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>INGRESOS</b>		235.081,50	244.484,76	254.264,15	264.434,72	275.012,11
Valor Residual						19.804,72
<b>(-) COSTOS</b>		176.695,56	183.408,05	190.366,36	197.577,63	205.048,87
Producción		141.047,38	146.689,28	152.556,85	158.659,12	165.005,49
Administración		30.768,18	31.998,91	33.278,86	34.610,02	35.994,42
Ventas		3.080,00	3.203,20	3.331,33	3.464,58	3.603,16
Financieros		1.800,00	1.516,66	1.199,33	843,91	445,80
(=) Utilidad en Operaciones		58.385,94	61.076,71	63.897,79	66.857,09	90.131,79
(-) 15% Trabajadores		8.757,89	9.161,51	9.584,67	10.028,56	13.519,77
(=) Utilidad antes 25% Impuesto Renta		49.628,05	51.915,21	54.313,12	56.828,53	76.612,02
(-) 25% Impuesto a la Renta		12.407,01	12.978,80	13.578,28	14.207,13	19.153,00
<b>(=) Utilidad Neta</b>		37.221,04	38.936,41	40.734,84	42.621,39	57.459,01
(+) Depreciación		2.515,15	2.515,15	2.515,15	1.495,15	1.495,15
(+) Amortización		540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	-45.340,45					
<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	-2.700,00					
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	-69.732,78					
Recapitalización Capital de Trabajo						69.732,78
Amortización Crédito		2.361,14	2.644,48	2.961,81	3.317,23	3.715,34
<b>FLUJO EFECTIVO NETO</b>	<b>-117.773,23</b>	<b>37.842,28</b>	<b>39.274,31</b>	<b>40.755,41</b>	<b>41.266,54</b>	<b>\$125.438,83</b>

**Fuente:** Costos e inversiones.

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Agosto – 30)

## CAPITULO IV

### EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL

La evaluación financiera es el conjunto de cálculos efectuados sobre el estudio financiero expresado en cocientes para determinar la factibilidad del proyecto. Se lo debe hacer al tiempo de planificación del proyecto, en el lapso de cinco años, a partir de los resultados obtenidos se determinará las conclusiones relevantes del caso sobre invertir o rechazar el proyecto.

#### 4.1.1. TASA DE RENDIMIENTO ECONÓMICO MÍNIMO ACEPTABLE

La tasa de rendimiento aceptable es un promedio para el inversionista, la cual, consiste en un tasa de oportunidad aplicado sobre las distintas alternativas de inversión, en este caso será del 12%.

#### 4.1.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Son los valores del proyecto actualizados expresados en términos monetarios actuales representando el flujo de fondos neto en el período de evaluación sobre la tasa de oportunidad establecida (12%). Se calcula encontrando la sumatoria de los valores actualizados a la tasa de descuento menos la inversión inicial.

**Fórmula:**

**VAN** = (-) Inversión Inicial + Sumatoria FNE Actualizados / (1 + Tasa de oportunidad).

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= (-) \mathbf{I} + \frac{\mathbf{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\mathbf{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\mathbf{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\mathbf{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\mathbf{FNE5}}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -117.773,23 + \frac{37.842,28}{(1+0,12)^1} + \frac{39.274,31}{(1+0,12)^2} + \frac{40.755,41}{(1+0,12)^3} + \frac{41.266,54}{(1+0,12)^4} + \frac{125.438,83}{(1+0,12)^5} \\
 \text{VAN} &= -117.773,23 + \frac{37.842,28}{(1,12)^1} + \frac{39.274,31}{(1,12)^2} + \frac{40.755,41}{(1,12)^3} + \frac{41.266,54}{(1,12)^4} + \frac{125.438,83}{(1,12)^5} \\
 & \qquad \qquad \qquad 37.842,28 \qquad 39.274,31 \qquad 40.755,41 \qquad 41.266,54 \qquad 125.438,83
 \end{aligned}$$

$$\text{VAN} = -117.773,23 + \frac{\quad}{1,12} + \frac{\quad}{1,2544} + \frac{\quad}{1,404928} + \frac{\quad}{1,57351936} + \frac{\quad}{1,762341683}$$

$$\text{VAN} = -117.773,23 + 33.787,75 + 31.309,24 + 29.008,89 + 26.225,63 + 71.177,36$$

$$\text{VAN} = 73.735,64 \text{ dólares}$$

Esto significa que bajo la tasa de oportunidad del 12% nos resulta un valor adicional equivalente a 73.735,64 dólares.

#### 4.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO TIR

La tasa interna de retorno es el rendimiento total del proyecto derivado del cálculo del valor actual neto, en donde, se deberá obtener el valor actual neto negativo a una tasa de oportunidad determinada en contraste con el valor actual neto positivo mínimo para calcular la tasa interna de retorno, el mismo que es la representación porcentual del valor actual neto.

	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
$\text{VAN} = (-)I +$	$\frac{\quad}{(1+i)^1}$	$\frac{\quad}{(1+i)^2}$	$\frac{\quad}{(1+i)^3}$	$\frac{\quad}{(1+i)^4}$	$\frac{\quad}{(1+i)^5}$
$\text{VAN} = -117.773,23 +$	$\frac{37.842,28}{(1+0,32)^1}$	$\frac{39.274,31}{(1+0,32)^2}$	$\frac{40.755,41}{(1+0,32)^3}$	$\frac{41.266,54}{(1+0,32)^4}$	$\frac{125.438,83}{(1+0,32)^5}$
$\text{VAN} = -117.773,23 +$	$\frac{37.842,28}{(1,32)^1}$	$\frac{39.274,31}{(1,32)^2}$	$\frac{40.755,41}{(1,32)^3}$	$\frac{41.266,54}{(1,32)^4}$	$\frac{125.438,83}{(1,32)^5}$
$\text{VAN} = -117.773,23 +$	$\frac{37.842,28}{1,32}$	$\frac{39.274,31}{1,7424}$	$\frac{40.755,41}{2.299968}$	$\frac{41.266,54}{3,03595776}$	$\frac{125.438,83}{4,007464243}$

$$\text{VAN} = -122.142,71 + 28.668,39 + 22.540,35 + 17.719,99 + 13.592,59 + 31.301,30$$

$$\text{VAN} = -3.950,61 \text{ dólares}$$



Con esta referencia se calcula la tasa interna de retorno mediante la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = R1 + (R2 - R1) \times \frac{\text{VAN1}}{\text{VAN1} - \text{VAN2}}$$

$$\text{TIR} = 0,12 + (0,32 - 0,12) \times \frac{73.735,64}{73.735,64 - (-) 3.950,61}$$

$$\text{TIR} = 0,12 + (0,20) \times \frac{73.735,64}{77.686,25}$$

$$\text{TIR} = 0,12 + (0,20) \times 0,9491465993$$

$$\text{TIR} = 0,12 + 0,1898293199$$

$$\text{TIR} = 0,3098293199 * 100 = 31\%$$

Como se observa, la tasa interna de retorno alcanza a 31% superior a la tasa de oportunidad del 12%, por lo que el proyecto resulta viable.

#### 4.1.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN PRI

Estipula en cuánto tiempo se recupera la inversión inicial más el costo de capital introducido, es decir, es el plazo establecido para recuperar la inversión del proyecto.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión Neta}}{\text{Utilidad Promedio Anual}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$117.773,23}{\$43.394,54}$$

$$\text{PRI} = 2,71.$$

Es decir que la inversión se recuperará en el lapso de 2 años, 8 meses y 15 días después de operar o ejecutar la actividad económica de la empresa productora de tilapias.

#### 4.1.5. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO B/C

Define la rentabilidad del proyecto calculándose dividiendo los ingresos actualizados sobre los costos actualizados, sobre la cual se obtiene el costo que representa la inversión versus los ingresos. La fórmula es:

$$R B/C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados} + \text{Inversión}}$$

$$\begin{aligned}
 \text{ING} = (-) I + & \frac{\text{ING1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{ING2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{ING3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{ING4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{ING5}}{(1+i)^5} \\
 \text{ING} = -117.773,23 + & \frac{235.081,50}{(1+0,12)^1} + \frac{244.484,76}{(1+0,12)^2} + \frac{254.264,15}{(1+0,12)^3} + \frac{264.434,72}{(1+0,12)^4} + \frac{295.180,66}{(1+0,12)^5} \\
 \text{ING} = -117.773,23 + & \frac{235.081,50}{(1,12)^1} + \frac{244.484,76}{(1,12)^2} + \frac{254.264,15}{(1,12)^3} + \frac{264.434,72}{(1,12)^4} + \frac{295.180,66}{(1,12)^5} \\
 \text{ING} = -117.773,23 + & \frac{235.081,50}{1,12} + \frac{244.484,76}{1,2544} + \frac{254.264,15}{1,404928} + \frac{264.434,72}{1,57351936} + \frac{295.180,66}{1,762341683}
 \end{aligned}$$

$$\text{ING} = -117.773,23 + 209.894,20 + 194.901,75 + 180.980,20 + 168.053,05 + 167.493,43$$

**ING = \$ 803.531,40 dólares.** Ingresos actualizados.

$$\begin{aligned}
 \text{COS} &= (-) I + \frac{\text{COS 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{COS 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{COS 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{COS 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{COS 5}}{(1+i)^5} \\
 \text{COS} &= -117.773,23 + \frac{176.695,56}{(1+0,12)^1} + \frac{183.408,05}{(1+0,12)^2} + \frac{190.366,36}{(1+0,12)^3} + \frac{197.577,63}{(1+0,12)^4} + \frac{205.048,87}{(1+0,12)^5} \\
 \text{COS} &= -117.773,23 + \frac{176.695,56}{(1,12)^1} + \frac{183.408,05}{(1,12)^2} + \frac{190.366,36}{(1,12)^3} + \frac{197.577,63}{(1,12)^4} + \frac{205.048,87}{(1,12)^5} \\
 \text{COS} &= -117.773,23 + \frac{176.695,56}{1,12} + \frac{183.408,05}{1,2544} + \frac{190.366,36}{1,404928} + \frac{197.577,63}{1,57351936} + \frac{205.048,87}{1,762341683}
 \end{aligned}$$

$$\text{COS} = -117.773,23 + 157.763,89 + 146.211,77 + 135.499,01 + 125.564,16 + 116.350,24$$

**COS = \$ 563.615,84 dólares.** Costos actualizados.

Para calcular la relación beneficio – costo se toma los datos calculados anteriormente mediante la siguiente fórmula:

$$R B/C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados} + \text{Inversión}}$$

$$R B/C = \frac{803.531,40}{563.615,84 + 117.773,23}$$

$$R B/C = \frac{803.531,40}{681.389,07}$$

**R B/C = \$ 1,18 dólar**

Es decir que por cada dólar incurrido en el costo más inversión recibimos el valor de \$1,18 por concepto de ingresos a valores actualizados.

#### 4.1.6. ÍNDICES FINANCIEROS

##### 4.1.6.1. Actividad

$$\text{Rotación del activo total} = \frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación del activo total} = \frac{235.081,50}{152.633,13}$$

**Rotación del activo total = \$ 1,54 dólar.**

Es decir que por cada dólar que se tiene en activo, se genera \$1,54 en las ventas.

##### 4.1.6.2. Estructura financiera

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{12.638,86}{152.633,13}$$

**Endeudamiento = \$ 0,08 dólar.**

Es decir por cada dólar que se tiene en los activos se financia \$0,08 hacia las obligaciones contraídas.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{152.633,13}{139.994,27}$$

**Apalancamiento = \$ 1,09 dólar.**

Es decir que por cada dólar generado en patrimonio ha generado \$1,09 en los activos.

#### **4.1.6.3. Rentabilidad**

$$\text{Margen neto en ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen neto en ventas} = \frac{37.221,04}{235.081,50}$$

**Margen neto en ventas = \$ 0,16 dólar.**

Es decir que por cada dólar generado en ventas obtengo \$0,16 centavos de utilidad.

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{37.221,04}{139.994,27}$$

**Rentabilidad del patrimonio = \$ 0,27 dólar.**

Es decir que por cada dólar invertido en el patrimonio ha generado \$0,27 de utilidad.

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{37.221,04}{152.633,13}$$

**Rentabilidad del activo = \$ 0,24 dólar.**

Es decir que por cada dólar invertido en activos se genera \$0,24 de utilidad.

## **4.2. EVALUACIÓN SOCIAL**

Los beneficiarios directos son los pobladores del cantón Quinsaloma, provincia Los Ríos con la creación de la empresa productora de tilapias se garantiza a la sociedad salubridad y calidad en los productos, aportando a la seguridad alimentaria como componente primordial dentro de la actividad empresarial, ya que, el proyecto tiene visión familiar; en cuanto, la familia quinsalomense podría introducir en su digestión nutricional, la alimentación de la especie piscícola determinada, en este caso, la tilapia. La generación de empleo, otro componente que incurre priorizando la mano de obra local y así generar una actividad económica que resalte a la población de la provincia Los Ríos, cuya sede se determina en el cantón Quinsaloma.

El mejoramiento de la calidad de vida en equivalencia al desarrollo sustentable repercute sobre la disminución del nivel de pobreza a través de la generación de empleo, apoyo al sector social cumpliendo con las normas de responsabilidad social y, sobre todo, contribuyendo a la salud (seguridad alimentaria) y educación (ante mejores niveles de vida, mayor acceso a la educación).

Así mismo, para afianzar la actividad económica de la zona se adquirirá los materiales para la construcción en los locales comerciales del cantón Quinsaloma.

### 4.3. EVALUACIÓN AMBIENTAL

**CUADRO N° 47**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

FACTORES		IMPACTOS	
Bióticos	Abióticos	Positivos	Negativos
Flora		Ante la cultivación de las tilapias genera alimentación del suelo y estética de la zona, manejados adecuadamente	Disminuiría las especies, en cuanto, obligatoriamente se debe adecuar la zona de construcción para la empresa.
Fauna		La producción piscícola sería un componente positivo, en cuanto, se introduce especies comestibles y las especies nativas se introducirían en relaciones ecológicas aprovechando sus beneficios entre sí.	
	Aire		Con la producción de la tilapia se detectan malos olores en el ambiente.
	Agua		El aprovechamiento del recurso hídrico es imprescindible, ante ello, el uso del agua produce el desgaste. El manejo debe ser



			adecuado
	Suelo	Ante la producción de la tilapia, el suelo acoge a las distintas producciones y con un manejo adecuado éste sería fértil y productivo.	
	Desechos	Con el manejo adecuado de los desechos se produce abonos orgánicos que sirve para la producción orgánica mejorando el ambiente y el enriquecimiento de la ecología de la zona implicada.	Los desechos originados, no manejados adecuadamente incurren en la contaminación ambiental originando elementos patógenos en el ambiente, factores bióticos y abióticos.

**Fuente:** Investigación de campo

**Responsable:** Merello Michel. (2010 – Septiembre – 02)

Desde la construcción hasta la puesta en marcha de la Empresa genera impactos sobre la naturaleza, las cuales se clasifican en impactos positivos generación de recursos alimenticios e ingresos económicos a los productores de mismo.

Impactos negativos. Se produce la fuga de tilapias, ésta se previene creando estrategias para minimizar el impacto en la fuga indeseada de este pes, con la construcción adecuada de la piscina de producción en fases, monitoreo del agua, en particular los filtros de salida del agua, adecuado manejo de estanques, colocar mallas de protección, cosecha eficiente. Eficiente manejo de alevines, clasificación y transferencia, avizorando posibles fenómenos climáticos y con la seguridad de factores externos pertinentes (robo, hurto o cualquier ilícito).

## CONCLUSIONES

- ❖ En base al análisis establecido de la oferta y demanda se pudo conocer la demanda insatisfecha del producto, en donde, a la diferencia de las necesidades (demanda) y lo ofrecido (oferta) resultó en una demanda insatisfecha bajo referentes significativos, ante la cual, el proyecto es viable desde el punto de vista del mercado.
- ❖ Los componentes del estudio técnico que son: tamaño, localización, ingeniería o proceso productivo, distribución de la planta y requerimiento de maquinarias brinda las pautas necesarias para poder ejecutar la empresa productora de tilapias en el cantón Quinsaloma, provincia Los Ríos.
- ❖ Los componentes administrativos generados a partir de la ejecución del presente proyecto se adecúa a las necesidades de operación de la empresa productora de tilapias.
- ❖ Según los resultados obtenidos en el estudio financiero y económico referidos al valor actual neto (VAN) con \$73.735,64, tasa interna de retorno (TIR) con el 31%, relación beneficio/costo (B/C,) con \$1,18 y el período de recuperación de la inversión (PRI) que resultó en 2 años, 8 meses y 15 días, se muestra el cumplimiento de los parámetros establecidos para tener la seguridad y convicción, que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero y económico.

## RECOMENDACIONES

- ❖ El estudio de mercado es necesario aplicarlo para el establecimiento de estrategias adecuadas a la creación de una empresa de cualquier índole.
- ❖ Los aspectos técnicos, especialmente de tecnología; los profesionales deben estar actualizados para afrontar el sometimiento de un estudio de viabilidad cualquiera que sea su naturaleza.
- ❖ La organización administrativa y operacional de una empresa es importante establecerla y situarla como política empresarial para que el talento seleccionado se comprometa hacia el éxito de la empresa.
- ❖ Basados en los resultados obtenidos desde los puntos de vista financiero se sugiere implementar la Empresa Productora de Tilapia en el cantón Quinsaloma, provincia Los Ríos.

## BIBLIOGRAFÍA

ANÓNIMO. La Granja Integral una Alternativa para Pequeños Productores. [www.scribd.com](http://www.scribd.com). Scribd. <http://www.scribd.com/doc/6800359/La-Granja-Integral-Una-Alternativa-Para-Pequeños-Product-Ores?autodown=doc>

Arboleda Vélez, G. 1999. Proyectos: formulación, evaluación y control. 3 ed. Cargraphics - Impresión Digital. Cali, Colombia. 60-404 p.

Barrientos, J. 2002. Estudio técnico. Tegucigalpa, Honduras. Consultado 15 sep 2007. Disponible en <http://empreendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm>

Castro, R. Mokate, K. 2003. Evaluación económica y social de proyectos de inversión- 2 ed. Bogotá, Colombia. 215 – 217 p.

Córdoba, M. 2006. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá, Colombia. ECOE. 379 P.

Manejo de Cultivos Limpios. Granja Integral Agroturística. [www.myomar.com](http://www.myomar.com). Blogdiario. <http://myomar.blogdiario.com/>

QUIRK, María. Qué es la granja integral autosuficiente?. Marietas y Adelitas. Adoos. <http://marietasyadelitas.blogspot.com/2009/04/granja-integral-autosuficiente.html>

SÁNCHEZ, Manuel. Potencial de las Especies Menores para los Pequeños Productores. [www.perucuy.com](http://www.perucuy.com). Dirección de Producción y Sanidad Animal. FAO, Roma. <http://www.perucuy.com/site/modules.php?name=News&file=article&sid=78>.

**ANEXOS**  
**ANEXO No 1 (Consumidores)**  
**FORMULARIO DE ENCUESTA**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL DE "BOLÍVAR"**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**OBJETIVO:** Para tener una perspectiva más clara y perfilar posibles desfases en la creación de una empresa de Producción de Tilapias dirigida a los consumidores.

- 1) ¿Cuál es el mayor número d género de los consumidores de tilapias?  
Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_
- 2) ¿Qué tipo de carne consume más?  
Blanca \_\_\_\_\_ Roja \_\_\_\_\_
- 3) ¿Estaría de acuerdo con un producto que brinde proteínas para su familia ¿  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 4) ¿Cree usted que es sano consumir tilapia?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 5) ¿Usted consume carne de tilapia?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 6) ¿Con qué frecuencia consume tilapia?  
Diario \_\_\_\_\_  
Semanal \_\_\_\_\_  
Quincenal \_\_\_\_\_  
Mensual \_\_\_\_\_
- 7) ¿Estaría de acuerdo en comprar tilapia en nuestro mercado para su consumo?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 8) ¿Usted adquiriría carne de tilapia a un precio módico?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 9) ¿Consumiría un producto con todas las medidas sanitarias?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 10) ¿Desearía que le brinden un producto de excelente calidad nutritiva?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**ANEXO No 2**  
**FORMULARIO DE ENCUESTA (Comerciantes)**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL DE "BOLÍVAR"**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**OBJETIVO:** Para tener una perspectiva más clara y perfilar posibles desfases en la creación de una Empresa de Producción de Tilapias en los comerciantes del cantón Quinsaloma.

1) ¿Cuál es el nombre de la Empresa?

\_\_\_\_\_

2) ¿Qué tipo de carne comercializa más?

Blanca \_\_\_\_\_

Roja \_\_\_\_\_

3) ¿Estaría de acuerdo con un producto que brinde proteínas a sus clientes?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

4) ¿Desearía brindar un producto de excelente calidad nutritiva a la población?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

5) ¿Usted comercializa carne de tilapia?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

6) ¿Con qué frecuencia comercializa carne de tilapias?

Lunes \_\_\_\_\_ Martes \_\_\_\_\_

Miércoles \_\_\_\_\_ Jueves \_\_\_\_\_

Viernes \_\_\_\_\_ Sábado \_\_\_\_\_

Domingo \_\_\_\_\_

7) ¿Los clientes estarían de acuerdo en comprar carne de tilapia?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

8) ¿Usted vendería carne de tilapia?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

9) ¿Ofertaría un producto con todas las medidas sanitarias?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

10) ¿Considera usted que existe ganancias en la venta de tilapias?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**ANEXO No 3**  
**FORMULARIO DE ENTREVISTA (Productores)**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL DE "BOLÍVAR"**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**OBJETIVO:** Para tener una perspectiva más clara y perfilar posibles desfases en la creación de una empresa de Producción de Tilapia dirigido a pequeños productores

1) ¿Por qué prefiere trabajar en la comercialización de carne tilapias?

\_\_\_\_\_

2) ¿Confía en general en la eficacia de producción de tilapia?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3) ¿Qué opina de la producción de tilapia?

Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_

4) ¿Cuáles son sus objetivos a corto, medio y largo plazo de Producción de Tilapia?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5) ¿Qué ventajas le pueden proporcionar el cultivo de Tilapia?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6) ¿Está dispuesto a cambiar de actividad económica en productiva, administración de propiedades, cultivo de tierras?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7) ¿Qué condiciones deberían darse para que usted tenga éxito en el cultivo de Tilapia?

Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_

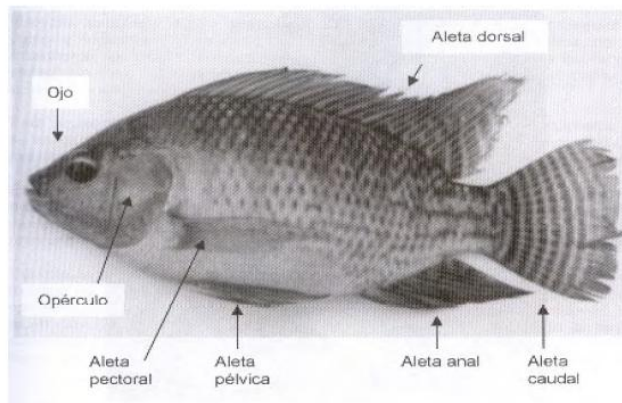
8) ¿Los pequeños productores de tilapias la realizan en forma?

Artesanal \_\_\_\_\_ Tecnificada \_\_\_\_\_

9) ¿Cree usted que existe mercado para la Producción de Tilapia

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**ANEXO No 4**  
**CARACTERÍSTICAS DE LA TILAPIA**



**Macho**



**Hembra**



**ANEXO No 5**  
**CUADROS ANEXOS AL ESTUDIO FINANCIERO**

**CUADRO ANEXO No 01**  
**MATERIA PRIMA**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Alevines	Unidad	160000	0,35	56.000,00
	<b>TOTAL</b>				<b>56.000,00</b>

**CUADRO ANEXO No 02**  
**MATERIALES**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Polipropileno	Unidad	160000	0,02	2.400,00
2	Cuchillos	Unidad	20	3,50	70,00
3	Mandiles	Unidad	25	40,00	1.000,00
4	Guantes	Unidad	25	5,00	125,00
5	Gorros	Unidad	25	15,00	375,00
6	Embalaje	Unidad	100	0,30	30,00
7	Etiquetas	Unidad	160000	0,02	3.200,00
8	Bandejas	Unidad	20	10,00	200,00
9	Platillos Plásticos	Llenada	160000	0,02	3.200,00
10	Cal	Saco	5	25,00	125,00
11	Malla	Metro	150	90,00	13.500,00
	<b>TOTAL</b>				<b>24.225,00</b>

**CUADRO ANEXO No 03**  
**INSUMOS**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Balanceado Tilapia	gr	1440	24,50	35.280,00
2	Abono orgánico	kg	20	30,00	600,00
	<b>TOTAL</b>				<b>35.880,00</b>

**CUADRO No 04**  
**SERVICIOS BÁSICOS**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Energía eléctrica	Mes	12	220,00	2.640,00
2	Agua potable	Mes	12	250,00	3.000,00
3	Teléfono	Mes	12	60,00	720,00
	<b>TOTAL</b>				<b>6.360,00</b>

**CUADRO ANEXO No 05**  
**MANO DE OBRA**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Ayudantes	12 Mes	4	275,00	13.200,00
	<b>TOTAL</b>				<b>13.200,00</b>

**CUADRO ANEXO No 06**  
**MANTENIMIENTO**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Mantenimiento	Labor	2	1.200,00	2.400,00
	<b>TOTAL</b>				<b>2.400,00</b>

**CUADRO No 07**

**SUELDOS Y SALARIOS  
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Gerente	Mes	12	450,00	5.400,00
2	Jefe Producción	Mes	12	350,00	4.200,00
3	Jefe Financiero	Mes	12	350,00	4.200,00
4	Jefe Ventas	Mes	12	350,00	4.200,00
5	Asistente Producción	Mes	12	300,00	3.600,00
6	Asistente Ventas	Mes	12	300,00	3.600,00
7	Contador	Mes	12	300,00	3.600,00
	<b>TOTAL</b>				<b>28.800,00</b>

**CUADRO ANEXO No 08**

**ÚTILES DE ASEO  
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Desinfectantes	Unidad	15	12,00	180,00
2	Trapeadores	Unidad	15	2,70	40,50
3	Escobas	Unidad	8	2,00	16,00
4	Baldes	Unidad	50	3,00	150,00
5	Tachos para basura	Unidad	15	3,00	45,00
6	Fundas para basura	Unidad	500	0,35	175,00
7	Ambientales	Frasco	24	3,50	84,00
8	Jabones	Unidad	24	0,70	16,80
9	Papel higiénico	Unidad	60	0,28	16,80
10	Toallas pequeñas	Unidad	12	1,50	18,00
	<b>TOTAL</b>				<b>742,10</b>

**CUADRO ANEXO No 09**

**PAPELERÍA  
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Hojas A4	Resma	10	4,50	45,00
2	Agendas	Unidad	10	15,00	150,00
3	Lápices	Unidad	20	0,17	3,40
4	Lapiceros	Unidad	25	0,22	5,50
5	Borradores	Unidad	20	0,08	1,60
6	Resaltadores	Unidad	20	0,75	15,00
7	Folders	Unidad	24	0,02	0,48
8	Carpetas	Unidad	100	0,10	10,00
9	Sobre manila	Unidad	50	0,02	1,00
10	Papel plegable	Unidad	25	0,20	5,00
11	Cintas	Unidad	1	1,00	1,00
12	Goma	Unidad	2	0,60	1,20
13	Tijeras	Unidad	2	0,45	0,90
14	Grapadoras	Unidad	5	2,25	11,25
15	Perforadoras	Unidad	5	2,25	11,25
16	Correctores	Unidad	5	0,60	3,00
17	Cuadernos	Unidad	10	1,25	12,50
	<b>TOTAL</b>				<b>278,08</b>

**CUADRO ANEXO No 10**

**SERVICIOS BÁSICOS  
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Energía eléctrica	Mes	12	18,00	216,00
2	Agua potable	Mes	12	6,00	72,00
3	Teléfono	Mes	12	10,00	120,00
4	Internet	Mes	12	45,00	540,00
	<b>TOTAL</b>				<b>948,00</b>

**CUADRO ANEXO No 11**  
**PUBLICIDAD**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Radio	Cuña	12	90,00	1.080,00
2	Gigantografía	Unidad	5	200,00	1.000,00
3	Afiches	Unidad	2000	0,50	1.000,00
	<b>TOTAL</b>				<b>3.080,00</b>

**CUADRO ANEXO No 12**  
**CONSTRUCCIONES**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cemento	Unidad	250	6,60	1.650,00
2	Lastre	Unidad	6	80,00	480,00
3	Piedra Bola	Unidad	4	50,00	200,00
4	Tablas	Unidad	100	2,00	200,00
5	Hierro 1/8	Unidad	5	25,50	127,50
6	Hierro 10'	Unidad	11	41,25	453,75
7	Varillas 10 líneas	Unidad	15	47,40	711,00
8	Cerámica	Unidad	17	9,80	166,60
9	Cañas	Unidad	510	1,50	765,00
10	Ladrillos	Unidad	759	0,20	151,80
11	Duratecho	Unidad	1	5.000,00	5.000,00
12	Malla	Unidad	12	29,25	351,00
13	Alambre Negro	Unidad	15	0,90	13,50
14	Alambre Dulce	Unidad	100	0,80	80,00
15	Clavos 2 1/2'	Unidad	5	0,38	1,90
16	Clavos 3'	Unidad	1	35,40	35,40
17	Cable	Unidad	600	0,30	180,00
18	Focos	Unidad	50	0,50	25,00
19	Boquillas	Unidad	50	0,25	12,50
20	Tomacorrientes	Unidad	18	1,50	27,00
21	Interruptores	Unidad	20	1,50	30,00
22	Tubos PVC de 4'	Unidad	60	3,00	180,00
23	Estacas	Unidad	400	0,10	40,00
24	Listones	Unidad	10	1,00	10,00
25	Letrinas	Unidad	6	170,00	1.020,00
26	Grampas	Unidad	25	1,50	37,50
27	Mano de Obra	Unidad	500	10,00	5.000,00
28	Sanitización	Unidad	2	2.000,00	4.000,00
	<b>TOTAL</b>				<b>20.949,45</b>

**CUADRO ANEXO No 13**

**MATERIALES Y EQUIPOS  
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Pala	Unidad	2	5,00	10,00
2	Carretilla	Unidad	1	25,00	25,00
3	Manguera	Unidad	7	2,50	17,50
4	Bomba de Aspersión	Unidad	1	75,00	75,00
5	Baldes	Unidad	3	2,50	7,50
6	Tinas	Unidad	4	10,00	40,00
7	Mesas	Unidad	3	20,00	60,00
8	Pesadora Digital	Unidad	2	150,00	300,00
9	Limas	Unidad	1	3,00	3,00
10	Empacadora	Unidad	2	500,00	1.000,00
	<b>TOTAL</b>				<b>1.538,00</b>

**CUADRO ANEXO No 14**

**MUEBLES DE OFICINA  
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Sillas	Unidad	30	8,00	240,00
2	Juego de Muebles	Unidad	2	450,00	900,00
3	Mesa	Unidad	5	135,00	675,00
4	Escritorios	Unidad	8	100,00	800,00
5	Sillas Giratorias	Unidad	8	25,00	200,00
6	Juegos de Comedor	Unidad	1	315,00	315,00
	<b>TOTAL</b>				<b>3.130,00</b>

**CUADRO ANEXO No 15**  
**EQUIPO DE OFICINA**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Mesas de Computadoras	Unidad	4	35,00	140,00
2	Ventiladores	Unidad	5	35,00	175,00
3	Teléfono	Unidad	1	15,00	15,00
4	Fax	Unidad	1	80,00	80,00
5	Archivadores	Unidad	6	80,00	480,00
6	Reloj	Unidad	4	3,50	14,00
7	Dispensador	Unidad	4	35,00	140,00
8	Motor de Energía	Unidad	1	250,00	250,00
9	Calculadoras	Unidad	2	14,50	29,00
	<b>TOTAL</b>				<b>1.323,00</b>

**CUADRO ANEXO No 16**  
**EQUIPO DE CÓMPUTO**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Computadoras	Unidad	4	850,00	3.400,00
	<b>TOTAL</b>				<b>3.400,00</b>

**CUADRO ANEXO No 17**  
**ESTUDIOS**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Mercado	Unidad	1	200,00	200,00
2	Técnico	Unidad	1	300,00	300,00
3	Financiero	Unidad	1	200,00	200,00
4	Evaluaciones	Unidad	1	500,00	500,00
	<b>TOTAL</b>				<b>1.200,00</b>

**CUADRO ANEXO No 18**  
**GASTOS DE ORGANIZACIÓN**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Permisos Legales	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
	<b>TOTAL</b>				<b>1.000,00</b>

**CUADRO ANEXO No 19**  
**CAPACITACIÓN**  
**(EXPRESADO EN DÓLARES)**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Capacitación al personal	Unidad	1	500,00	500,00
	<b>TOTAL</b>				<b>500,00</b>