



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE: INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TEMA:

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE NUGGETS DE PESCADO A ESPAÑA**

AUTOR (A):

PUGA CRIOLLO, KATHERINE DENISSE

TUTOR:

MSC. ALVAREZ ORDÓÑEZ, FELIPE

Guayaquil, Ecuador

2014



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Katherine Denisse, Puga Criollo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR (A)

MSC. Felipe, Álvarez Ordoñez.

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Econ. Teresa Alcívar Avilés

Guayaquil, a los 23 del mes de Junio del año 2014



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Katherine Denisse Puga Criollo

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Proyecto de inversión para la producción y comercialización de nuggets de pescado a España” previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 23 del mes de Junio del año 2014

EL AUTOR (A)

Katherine Denisse Puga Criollo



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Katherine Denisse Puga Criollo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Proyecto de inversión para la producción y comercialización de nuggets de pescado a España”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 23 del mes de Junio del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Katherine Denisse Puga Criollo

DEDICATORIA

A mis padres Darwin Puga Calero y Martha Criollo Criollo por haberme apoyado desde mis inicios de estudio hasta la actualidad, por darme su amor y apoyo en cada decisión y en cada paso que he tomado en mi vida, ya que sin ellos nada de mis logros sería posible.

A mi hermano Jonathan Puga por haberme ayudado en cualquier necesidad durante todo este proceso de estudio.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por mantenerme con salud y darme la oportunidad de terminar una de mis metas propuestas y terminar una de las etapas más importantes de la vida.

A mis familiares por darme el apoyo incondicional y sus palabras de aliento para esta etapa.

A mis padres por su amor y su gran esfuerzo en todo este trayecto de mis estudios ya que me han dado la mejor herencia que es el aprendizaje.

A mi hermano por su apoyo y motivación para poder alcanzar esta meta.

Resumen.

Ecuador es un país de pequeño territorio pero ofrece una gran cantidad y variedad de recursos naturales y materia prima no explotada para la comercialización de productos fabricados.

Con el fin de impulsar a la explotación de materia prima ecuatoriana se presenta este proyecto en el cual el elemento importante son las especies no tradicionales para la exportación de pescado en el mar ecuatoriano, este alimento es reconocido por su exquisito sabor, textura y valor nutricional.

Con el desarrollo de este proyecto que se basa en la producción y comercialización de nuggets de pescado se pretende demostrar que el mercado meta es creciente y si existirá una aceptación para este nuevo producto, así también como las estrategias y el plan de marketing para lograr penetrar este producto.

Se podrá realizar la estructura de la empresa, los objetivos de la empresa, la maquinaria que se utilizara en el proceso de producción.

Este proyecto contiene el análisis del mercado meta como sus tendencias, estilo de vida además se podrá determinar el impacto económico y social que se genera al implementar este proyecto.

Se determinara los competidores existentes, los productos relacionados y sustitutos, las estrategias que se implementaran cuando existan nuevos entrantes, finalmente se mostrará el análisis financiero para identificar si el proyecto es rentable.

Abstract.

Ecuador is a small country that offers a great quantity and variety of raw material and natural resources for the marketing of manufactured products.

In order to promote the exploitation of Ecuadorian raw material present this project in which one of the most important elements is the non-traditional species to export the Ecuadorian fish.

This project is based in the production and selling of fish nuggets which pretends to show that the target market is going to increase and will have acceptance for this new product, although the strategies and the marketing plan to achieve the entry of this product.

This project will enable make the structure of the company, the objectives of the company, the machinery to be used in the process production.

This project contains an analysis of the target market and its trends, their lifestyle also may determine the economic and social impact that is generated to implement this project.

It may determine the competitors, substitutes and related products, strategies that were implemented when there are new competitors, finally show the financial analysis to identify if the project is profitable.

Contenido

1.1	Definición del tema.	14
1.2	Justificación del tema.....	14
1.3	Objetivo general de la investigación.....	15
1.4	Objetivos específicos de la investigación.....	15
1.5	Metodología de la investigación.....	15
1.6	Resultados esperados.	16
Capítulo 2	17
2.1	Antecedentes.....	17
2.2	Marco Teórico.....	18
2.3	Objetivos de la investigación de mercado.	27
2.4	Plan de muestreo.....	27
2.4.1	Definición de la población objetivo.	27
2.4.2	Tipo de muestreo	28
2.4.3	Tamaño de la muestra.....	28
2.4.4	Cálculo de la muestra para la encuesta.....	29
2.4.5	Diseño de la encuesta.	30
2.4.6	Presentación del análisis del resultado.....	33
2.5	Conclusiones de la investigación de mercado.	46
Capítulo 3	47
3.1	El producto.	47
3.1.1	Valor nutricional.	47
3.1.2	Consumo del nugget de pescado.	49
3.1.3	Composición del producto – Materia Prima.	49
3.1.4	Recursos.....	50
3.1.5	Maquinaria.	50
3.1.6	Flujo grama de proceso de producción.....	53
3.1.7	Descripción del proceso de producción.....	54
3.1.8	Empaque y Etiquetado.	58
3.1.9	Diseño de etiqueta.	59
3.2	Descripción de la empresa.	59

3.2.1 Misión.....	59
3.2.2 Visión.	60
3.2.3 Objetivos de la empresa.....	60
3.2.4 Ubicación Urbana.....	60
3.3 Aspectos legales de la empresa.....	61
3.3.1 Requerimientos legales para exportar desde Ecuador.	61
3.3.2 Trámites para exportar desde Ecuador.	63
3.3.3 Barreras comerciales, incentivas y requerimientos para entrar al mercado de España.	63
3.4 Estructura organizacional.	64
3.4.1 Organigrama.	64
3.4.2 Manual de Funciones	65
Capítulo 4	77
4.1 Ciclo de vida del producto.....	77
4.2 Matriz Ansoff.....	78
4.3 Matriz Boston Consulting Group (BCG)	79
4.4 Macro Segmentación.....	81
.....	81
4.5 Micro segmentación.....	83
4.6 Fuerzas de Porter.....	84
4.7 Marketing Mix. 4 P´s	87
4.7.1 Producto:.....	87
4.7.2 Precio:.....	88
4.7.3 Plaza:	89
4.7.3 Promoción:	91
4.8. Análisis PEST.....	93
4.9 Análisis FODA.	94
4.10 Tendencias del mercado en España.....	95
4.11 Productos sustitutos y relacionados.....	96
4.12 Sector industrial del Ecuador.	96
4.13 Análisis de la competencia.	98

4.14	Análisis de mercado potenciales.....	99
4.14.1	Mercado de Estados Unidos.	99
4.15	Impactos generados por la empresa.....	100
4.15.1	Impacto socioeconómico.	100
4.15.2	Impacto ambiental.	101
Capítulo 5	102
5.1	Antecedentes.	102
5.2	Inversión inicial.	102
5.3	Proyección de ingresos.	104
5.4	Proyección de gastos.....	106
5.5	Estructura de financiamiento.....	108
5.6	Estimación de capital de trabajo.	109
5.7	Valor de desecho.....	110
5.8	Estimación de la TMAR.	111
5.9	Criterios de rentabilidad.....	113
5.10	Análisis de escenario.....	115

Índice de cuadros

Cuadro 1 Sitios de desembarque en el Ecuador	19
Cuadro 2 Valor nutricional del pescado comparado con otros alimentos	20
Cuadro 3 Encuesta-Género.....	33
Cuadro 4 Encuesta - Edad.....	34
Cuadro 5 Encuesta Consumo de pescado	35
Cuadro 6 Encuesta - Frecuencia de consumo.....	36
Cuadro 7 Encuesta - Conocimiento del valor nutricional del pescado.....	37
Cuadro 8 Encuesta - consumo de comida rápida.....	38
Cuadro 9 Encuesta - Lugar de adquisición.....	39
Cuadro 10 Encuesta - conocedores de productos hechos de pescado	40
Cuadro 11 Encuesta - consumo de pescado	41
Cuadro 12 Encuesta - Factor en la decisión de compra.....	42
Cuadro 13 Encuesta - precio.....	43
Cuadro 14 Encuesta - preferencia de adquisición del producto.....	44
Cuadro 15 Encuesta - medio de comunicación	45
Cuadro 16 Materia Prima	49
Cuadro 17 Método cualitativo por puntos	60
Cuadro 18 Cálculo del precio	89
Cuadro 19 Canal de distribución.....	90
Cuadro 20 Primeros países de exportación	97
Cuadro 21 Total de exportaciones por valor FOB - dólar.....	97
Cuadro 22 Activos Fijos – inversión	103
Cuadro 23 participación del producto.....	104
Cuadro 24 Ingresos anuales.	105
Cuadro 25 Depreciación de activos.....	106
Cuadro 26 Detalle de gastos.....	107
Cuadro 27 Financiación del proyecto.....	108
Cuadro 28 Tabla de amortización.....	108
Cuadro 29 Capital de trabajo.....	109
Cuadro 30 Valor de desecho.....	111
Cuadro 31 Porcentaje Re.	112
Cuadro 32 Datos para el cálculo de la TMAR.....	112
Cuadro 33 Porcentaje de la TMAR.....	113
Cuadro 34 Flujo de caja proyectado.....	114
Cuadro 35 Total del TIR.....	114
Cuadro 36 Total del VAN	114
Cuadro 37 Total del VAN y TIR “optimista”	115
Cuadro 38 Total del VAN y TIR “pesimista”	116
Cuadro 39 Total del VAN y TIR “moderado”	116

Índice de figuras.

Figura 1 Ficha técnica del pescado cherna	23
Figura 2 Ficha técnica del pescado corvina	23
Figura 3 Ficha técnica del pescado dorado.....	24
Figura 4 Ficha técnica del pescado pez espada.....	24
Figura 5 Ficha técnica del pescado picuda	25
Figura 6 Ficha técnica del pescado sierra	25
Figura 7 Ficha técnica del pescado wahoo	26
Figura 8 Encuesta – Genero.....	33
Figura 9 Encuesta - Edad	34
Figura 10 Encuesta - Consumo de pescado	35
Figura 11 Encuesta – frecuencia de consumo.....	36
Figura 12 Encuesta - conocimiento del valor nutritivo del pescado	37
Figura 13 Encuesta - consumo de comida rápida	38
Figura 14 Encuesta - lugar de adquisición.....	39
Figura 15 Encuesta - conocedores de productos hechos de pescado	40
Figura 16 Encuesta - consumo del pescado	41
Figura 17 Encuesta - factor en la decisión de compra.....	42
Figura 18 Encuesta - precio.....	43
Figura 19 Encuesta - preferencia de adquisición de producto.....	44
Figura 20 Encuesta - medio de comunicación	45
Figura 21 Valor nutricional del pescado por especie	48
Figura 22 Descripción de moledora.....	50
Figura 23 Descripción de Cortador.....	51
Figura 24 Descripción de congelador.....	51
Figura 25 Descripción de balanza.....	52
Figura 26 Descripción de empaquetadora.....	52
Figura 27 Proceso de producción.....	53
Figura 28 Especies y aditivos.....	54
Figura 29 Pescado congelado.....	54
Figura 30 Pescado fileteado.....	55
Figura 31 Molido.....	55
Figura 32 Tripa plástica	56
Figura 33 Embutidor de pistón	56
Figura 34 Pescado en porciones	56
Figura 35 Nugget de pescado congelado	57
Figura 36 primer empaque.....	57
Figura 37 Diseño de etiqueta.....	59
Figura 38 Ubicación de la empresa	61
Figura 39 Organigrama de la empresa	65
Figura 40 Ciclo de vida.....	77

Figura 41 Matriz Ansoff	78
Figura 42 Matriz BCG Boston Consulting Group	79
Figura 43 Macro segmentación	81
Figura 44 Marfrio Deditos de pescado.	84
Figura 45 Marfrio Filete de pescado.	84
Figura 46 Hamburguesas de pescado	85
Figura 47 FODA	94
Figura 48 Escenarios VAN.....	116
Figura 49 Escenarios TIR.	117

CAPITULO 1.

Introducción.

1.1 Definición del tema.

Proyecto de inversión para la producción y comercialización de nuggets de pescado a España.

1.2 Justificación del tema.

La creación de nugget de pescado de especies no comunes de exportación: pez espada, miramelindo, pampano, carita, tiburón, sierra, merluza, melva, wahoo, macarela, picudo, pargo, cherna. Surge por la necesidad de dar a conocer al mercado internacional la gran variedad de productos de alta calidad que el Ecuador puede ofrecer y satisfacer la demanda de los que les gusta el marisco y que buscan una nueva forma y variedad para consumirlos. El pescado ecuatoriano es muy apetecido en el mercado internacional. De ahí es la idea de ofrecer nuevos productos derivados de la gran variedad de pescados que brinda la industria ecuatoriana y poder exportar nugget de pescado de gran variedad para así satisfacer el paladar del mundo.

La importancia de este proyecto es comprobar qué tan factible es la creación de una empresa productora de nugget de pescado y analizar un estudio de aceptación del nugget de pescado frente a la creciente demanda de ecuatorianos en España y a futuro llegar al mercado español así deleitando a los consumidores de pescado con este nuevo producto de gran variedad y calidad, de esta manera se podrá demostrar la aceptación del mercado frente a este producto hecho de pescado.

España es uno de los países conocidos por su gran consumo de pescado, y a pesar de la recesión económica que ha pasado este país durante los últimos 4 años, el consumo de pescado ha ido aumentando año a año,

durante el 2009 con un consumo de 1.580 millones de kilos, el mayor porcentaje de consumo está en los hogares con un 79,8 %.

Entre la preferencia de los consumidores de los tipos de pescado la demanda española consume en mayor cantidad las conservas de pescado y el pescado congelado este consumo ha ido evolucionando desde el 2007 hasta el 2011. (Martin Cerdeño, 2010)

El cliente meta son los ecuatorianos migrantes a España ya que son los mayores conocedores de la calidad, buen sabor y de la gran variedad de pescados que el Ecuador ofrece.

1.3 Objetivo general de la investigación.

Determinar la factibilidad económica de producir y comercializar nuggets de pescado al mercado Español.

1.4 Objetivos específicos de la investigación.

- Determinar la disponibilidad a pagar por parte del consumidor objetivo.
- Identificar las preferencias del cliente meta.
- Determinar la frecuencia de consumo por parte del cliente meta.
- Determinar la viabilidad técnica de producción de nugget de pescado.
- Determinar la viabilidad financiera del presente mercado.

1.5 Metodología de la investigación.

El método para este proyecto será el método deductivo, primero se va a estudiar el proyecto luego se sacará la conclusión. Este método se origina con la recopilación de datos identificando los antecedentes generales.

El enfoque del proyecto es mixto puesto que habrá un análisis cuantitativo mediante la recolección de datos y se realizará análisis estadístico para comprobar los objetivos propuestos en el proyecto también se hará un enfoque cualitativo ya que se realizara una investigación y análisis del mercado objetivo.

Los instrumentos de investigación a utilizar son las encuestas.

1.6 Resultados esperados.

Los resultados esperados en este proyecto son para comprobar que la creación de la empresa productora y exportadora de nugget de pescado de especies no tradicionales es factible y rentable mediante el análisis de la aceptación del mercado objetivo y comprobar que esta propuesta es viable para la economía ecuatoriana.

CAPITULO 2

Marco Referencial

2.1 Antecedentes.

El pescado es extraído del mar, río o lago como una actividad económica, de empleo, alimenticio y de subsistencia de la vida diaria del ser humano, la pesca es una actividad artesanal para después consumirlos y comercializarlos

Según la FAO (Food and Agriculture Organization) indica que un 37 % del total de pescado capturado es exportado y se comercializa internacionalmente, por estas razones el valor de la acuicultura superó los 70.000 millones de dólares, la mitad de las exportaciones provienen de países en desarrollo esta actividad es importante para los países como una fuente de ingreso y empleo. (Food and Agriculture Organization, 2013)

El consumo de pescado ha aumentado con el paso del tiempo por ser un alimento de menor precio y por su gran valor nutricional, evitando enfermedades y a la vez ayuda al buen desarrollo del ser humano.

Las tendencias en cuanto al consumo de pescado han ido cambiando con el paso del tiempo. Antes solo se consumían fritos o cocinados y con su aspecto físico normal, en cambio en la actualidad se buscan nuevas formas de presentación y preparación de este alimento con la finalidad de llamar la atención del consumidor haciendo que este alimento se considere como alimento vital del ser humano.

El pescado ecuatoriano es un alimento muy apetecido a nivel internacional. Es por esto que es uno de los productos de mayor exportación en el país, la pesca es una de las actividades económicas principales en el país, ya que se origina en las costas ecuatorianas. Según el banco central del Ecuador esta actividad es representada con el 9.19 % del 100 % en el producto interno bruto (PIB) del 2011. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Gran parte de los productos que Ecuador exporta son productos naturales es decir no procesados esto hace que estos productos se sometan a los bajos precios del mercado internacional. La entrada al mercado internacional debe ser con productos con valor agregado, es por esto que se ofrece este producto procesado favoreciendo a las exportaciones no habituales en Ecuador con el fin de incrementar las divisas del país.

El pescado es presentado y preparado en diferentes maneras es por esto que varias empresas ecuatorianas como PRONACA con su marca Mr. Fish, Fresh Fish y MARAMAR ofrecen entre sus productos varias maneras de presentación del pescado, tratando de lograr que este alimento sea de consumo diario entre las familias.

Existen alimentos pre cocidos a base del pescado en el mercado que se originan con la idea de crear nuevas maneras de consumir pescado como comida rápida ofreciendo un alimento saludable para el consumidor es así que con este proyecto de inversión se comprobara que tan factible es la producción y exportación de nuggets de pescado y si el producto es aceptado por la creciente demanda.

2.2 Marco Teórico

Internacionalmente Ecuador es conocido como uno de los países con grandes recursos naturales y con mayor diversidad de materia prima, todo esto es gracias a la zona geográfica que Ecuador posee, brindando una gran variedad de climas favorables en las distintas regiones del país ayudando al crecimiento de ciertos recursos naturales.

Uno de sus importantes productos primarios que se desarrolla en la costa Ecuatoriana es la gran variedad de pescado.

La exportación de pescado es uno de los principales rubros en el total de las exportaciones no petroleras del Ecuador, la calidad y la gran variedad de

peces hace que este alimento sea uno de las principales riquezas ecuatorianas, aportando a la exportación nacional en el año 2011 con 180,096 miles de dólares FOB y 166,242 miles de dólares FOB desde Enero hasta Septiembre del año 2012. (Banco Central del Ecuador, 2013)

La actividad pesquera se origina en toda las provincias de la costa ecuatoriana los principales sectores donde se desarrolla la actividad pesquera ecuatoriana es en El Oro, Guayas y Esmeralda, liderando en el número de des embarcaciones la ciudad de Manta.

Cuadro 1 Sitios de desembarque en el Ecuador

Desembarques		
Puerto	TM/año	%
Manta	250442	62
Guayaquil	84827	21
Posorja	40393	10
Monteverde	8078	2
Chanduy	4039	1
Esmeraldas	4039	1
Salango	4039	1
Pto. Lopez	1615	0.4
Machalilla	1615	0.4
Pto. Bolivar	4039	1
Galápagos	813	0.2
Total	403939	100

Fuente: Food and Agriculture Organization.

Elaborado por: autor

En estas ciudades mencionadas existen muelles pesqueros artesanales. La construcción de estos muelles ayuda a la comodidad de los pescadores artesanales y que briden un alimento de calidad y fresco. En Ecuador existen 5 muelles pesqueros artesanales:

- San Mateo – Pertenece a la provincia de Manabí.
- Jaramijó – Pertenece a la provincia de Manabí.
- Esmeraldas – Pertenece a la provincia de Esmeraldas.

- Anconcito – Pertenece a la provincia de Santa Elena.
- Santa rosa – Pertenece a la provincia de Santa Elena.

En estos muelles se consigue el pescado fresco en los que varias empresas acuden para la compra.

Valor nutricional del pescado.

El pescado es un alimento muy nutritivo de fácil digestión y es uno de los mariscos conocidos por su bajo contenido en calorías. Este alimento es saludable para la dieta diaria ya que proporciona una gran cantidad de proteínas y nutrientes que ayudan al crecimiento y desarrollo del ser humano como así también a prevenir enfermedades de corazón y de las arterias ya que consta con un principal elemento como es el EPA (ácido eicosa pentanoico) este elemento ayuda a que el colesterol no se adhiera a las paredes de las arterias.

Este alimento del mar también consta con un ácido importante como es el DHA (Ácido Docosa Hexanoico) que ayuda para la mejora de la capacidad intelectual, ayuda a recuperar la memoria y también previene los problemas cardiovasculares.

El pescado, a diferencia de otros alimentos, está lleno de minerales como el fosforo, proteínas y ácidos grasos como el omega 3.

A continuación se presenta una tabla del valor nutricional del pescado a comparación con otros alimentos.

Cuadro 2 Valor nutricional del pescado comparado con otros alimentos

Contenido	Pescado	Vacuno	Ovino	Pollo	Leche
Energia	94,0 Cal	244,0 Cal.	253,0 mg	170,0 Cal	79,0 Cal.
Proteinas	19,2 gr	18,7 gr.	18,2 gr	18,2 gr	3,8 gr
Grasas	1,3 gr.	18,2 gr	19,4 gr	10,2 gr	4,8 gr
Calcio	32,0 mg.	4,0 mg	7,0 mg	14,0 mg	143,0 mg
Fosforo	265,0 mg	207.0 mg	190,0 mg	200,0 mg	-
Hierro	0,9 mg	3,2 mg	2,5 mg	1,5 mg	0,2 mg
Vitamina A	5,0 mg	0,0 mg	0,0 mg	0,0 mg	130,0 mg

Fuente: Colegio de Ingenieros de Perú.

Elaborado por: autor.

El pescado provee a la alimentación en los diferentes estados funcionales del ser humano ya que es un complemento proteico para acaparar las necesidades alimenticias en la gestación, la lactancia, la edad escolar y en la adolescencia, esto nos indica que este alimento es apto para todas las edades. (Peña Garay, 2010)

Nugget de pescado.

El nugget es un alimento en pequeñas porciones de comida rápida se caracteriza porque es un alimento pre cocido se lo puede servir horneado o frito.

El nugget ha tomado un importante espacio en la alimentación diaria ya que es un alimento de rápida cocción y apetecible al paladar, nugget en español quiere decir pepita, desde la creación de esta nueva forma de consumir carnes, algunas empresas han tomado sus propias alternativas para satisfacer los gustos de los consumidores realizando este alimento con diferentes productos, como nugget de pollo, de carne, pescado hasta con vegetales. El más conocido y comercializado en el mercado es el nugget de pollo el cual algunos restaurantes reconocidos han hecho de este producto uno de sus platos principales y preferidos por el consumidor.

Las empresas que realizan alimentos pre cocidos a base del pescado lo realizan con especies tradicionales como tilapia y dorado, estas especies son las más comercializadas y preferidas por su rápido crecimiento, la calidad de la carne ya que es carne blanca de suave textura y por su buen sabor, estas especies son conocidas y comercializadas a nivel internacional. Es por esto que de la producción total de tilapia en el Ecuador en mayor porcentaje es destinada para la exportación. A nivel nacional la demanda de tilapia ha ido incrementando en un 8 % en el año 2004 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012) año tras año este tipo de pescado ha ido ganando la aceptación de los consumidores nacionales.

En el Ecuador existe gran variedad de especies de peces que no son tradicionales para realizar productos alimenticios fabricados con los mismos, pero de igual manera tiene un buen sabor y un alto nivel de calidad de carne como por ejemplo: dorado, corvina, cherna, pez espada, miramelindo, pampano, carita, tiburón, sierra, merluza, melva, wahoo , picudo, etc.

A pesar de sus altos contenidos de proteínas que es un elemento para la dieta diaria del ser humano, el consumo de pescado en ciertos países no es tan común como la carne o el pollo, los motivos pueden ser que el pescado no es tan apetecible al paladar porque contiene espinas, por su textura o por su sabor.

Por esta razón y con el fin de promover la industria ecuatoriana dándole un valor agregado al producto ecuatoriano y explotando una de las principales riquezas del Ecuador como es el pescado.

Se ha tomado en cuenta en este proyecto realizar un plan de negocios de elaboración de nugget de pescado que es un producto pre cocido de fácil consumo en el cual se tomará en cuenta la gran diversidad de peces que existen en el Ecuador para así ofrecer un producto de variedad y calidad.

A continuación se detallará la ficha técnica de las especies que se utilizarán en la producción de este alimento:

Figura 1 Ficha técnica del pescado cherna



Familia: Serranidae.

Distribucion geográfica: Se distribuye desde 32° 43' N hasta 06° 00' S en el Oceano Padfico Oriental.

Puertos principales de desembarque: Esmeraldas, Manta, Puerto Lopez, Santa Rosa, Anconcito y Puerto Bolivar.

Temporada de pesca: Todo el año.

Datos importantes: Buen precio en los mercados, carne exquisita, alta demanda en el mercado nacional e internacional.

Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor

Figura 2 Ficha técnica del pescado corvina



Familia: Serranidae.

Distribucion geográfica: Se distribuye desde 32° 43' N hasta 06° 00' S en el Oceano Pacifico Oriental.

Puertos principales de desembarque: Esmeraldas, Manta, Engabao, General Villamil Playas y Puerto Bolivar.

Temporada de pesca: Todo el año.

Datos importantes: Su carne es de excelente calidad. Existe una gran demanda a nivel local y se exporta en forma eventual.

Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor

Figura 3 Ficha técnica del pescado dorado



Familia: Coryphaenidae.

Distribucion geográfica: Se distribuye desde 32° 43' N hasta 37° OCT S en el Océano Pacífico Oriental. También se encuentra en los océanos Atlántico e Índico.

Puertos principales de desembarque: Esmeraldas, Tonchigue, Muisne, Manta, San Mateo, Puerto Lopez, Santa Rosa y Aconcito.

Temporada de pesca: De Diciembre a Marzo.

Datos importantes: Consumo masivo a nivel local, su carne cruda es de color blanco tendiendo a rosada de excelente calidad

Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor

Figura 4 Ficha técnica del pescado pez espada



Familia: Xiphidae.

Distribucion geográfica: Se distribuye desde 32° 43' N hasta 37° 00' S en el Océano Pacífico Oriental.

Puertos principales de desembarque: Esmeraldas, Manta, San Mateo, Puerto Lopez, Santa Rosa, Salinas y Aconcito.


Temporada de pesca: Todo el año durante los periodos de luna llena.

Datos importantes: Su carne es de excelente calidad. El 99% del desembarque se comercializa en el mercado internacional.

Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor.


Figura 5 Ficha técnica del pescado picuda

 <p>PICUDA</p>	<p>Familia: Sphyraenidae.</p> <p>Distribucion geográfica: Se distribuye desde 32° 43r N hasta 37° 00' S en el Oceano Pacifico Oriental.</p> <p>Puertos principales de desembarque: Esmeraldas, Manta, Machalilla, Puerto Lopez, Salango, Santa Rosa, Aconcito y Puerto Bolivar.</p> <p>Temporada de pesca: Todo el año.</p> <p>Datos importantes: Su carne es de color rosada es de buena calidad, consumo masivo a nivel nacional. Gran demanda en Estados Unidos y México.</p>
--	---

Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor

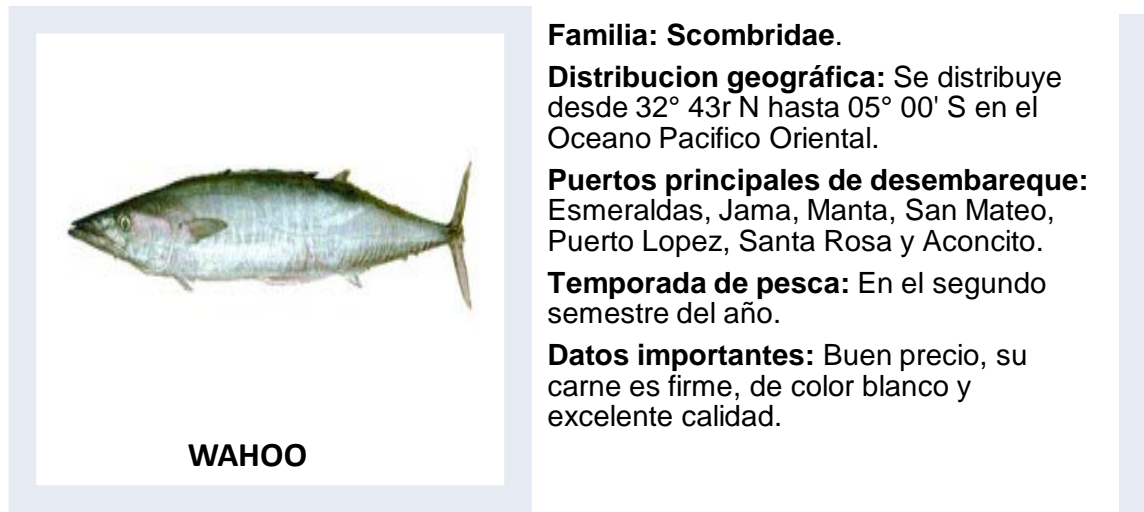
Figura 6 Ficha técnica del pescado sierra

 <p>SIERRA</p>	<p>Familia: Scombridae.</p> <p>Distribucion geográfica: Se distribuye desde 32° 43r N hasta 18° 207 S en el Oceano Pacifico Oriental.</p> <p>Puertos principales de desembarque: Esmeraldas, Manta, Santa Rosa, Aconcito, Engabao, Playas y Puerto Bolivar.</p> <p>Temporada de pesca: Todo el año principalmente en el segundo semestre.</p> <p>Datos importantes: Excelente calidad, consumo masivo a nivel nacional. Esta especie esta incursionando en el mercado internacional.</p>
--	---

Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor

Figura 7 Ficha técnica del pescado wahoo



Fuente: Catálogo Wholesale Fish

Elaborado por: autor

Aprovechando estas especies con la producción de nugget de pescado se podrá aumentar el consumo de pescado beneficiando la salud del consumidor.

Este proyecto se desarrollará con el estudio de las diferentes variables que componen el macro entorno: políticas, económicas, sociales, tecnológica, etc. Analizando los proveedores importantes, así como principales competidores y determinar la demanda potencial y real de este tipo de producto.

Investigación de mercado

2.3 Objetivos de la investigación de mercado.

- Identificar la disponibilidad a pagar por el consumidor.
- Identificar la frecuencia de consumo del cliente meta.
- Determinar la existencia del nicho de mercado.
- Reconocer el canal de distribución más adecuado del producto.
- Identificar la posible competencia directa o indirecta para el producto.
- Establecer el nivel de aceptación del consumidor.

2.4 Plan de muestreo.

2.4.1 Definición de la población objetivo.

Una parte muy importante para la investigación de mercado es definir de manera general la población objetivo.

Para el desarrollo de la investigación de mercado se tomó en cuenta los datos del último censo en julio 2013 realizado por el INE (Instituto nacional de estadística) de España a los hombres y mujeres ecuatorianos entre 10 a 70 años de edad, lo que arroja un total de 223.418 ecuatorianos residentes en España. (Instituto nacional de estadística, 2013)

De acuerdo al estudio realizado en la universidad de Complutense de Madrid de la evolución de los hábitos de compra y consumo de España, se puede estimar que el 80% de los ecuatorianos en España consumen pescado, este porcentaje arroja un total de: 178.734. El producto busca satisfacer el 70 % del total de la demanda de consumidores de pescado debido a que es un nuevo producto no se logrará en un corto plazo abarcar toda la demanda puesto que es complicado penetrar fácilmente en dicho mercado lo que nos da un total de la población objetiva de: 125.114 estos son posibles consumidores de este nuevo producto que son nuggets de pescado.

2.4.2 Tipo de muestreo

Para el tipo de muestra se estableció que la población es infinita y la técnica de muestreo utilizada será el método probabilístico ya que todas las personas tienen la probabilidad de ser elegidos para ser parte de esta muestra.

Existen varios tipos de muestreo probabilístico para este proyecto se ha seleccionado el muestreo aleatorio simple por ser uno de los métodos con mayor facilidad para la toma de la muestra ya que todos los individuos de la población tienen la posibilidad de ser incluidos en la investigación y porque nuestra población es infinita, además que nuggets de pescado es producto que puede ser consumido por todas las personas.

Con este método se espera obtener resultados generales acerca de las preferencias de los consumidores meta hacia el nugget de pescado.

2.4.3 Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra se decidió tomar la fórmula en la cual no se conoce con precisión el tamaño de la población, el mercado objetivo son los migrantes ecuatorianos en España, la fórmula es la siguiente.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

A continuación se detallara el significado y el valor que se le ha dado a cada uno de los elementos en la fórmula.

- **n**: es el tamaño de la muestra.
- **Z**: es el estadístico del nivel de confianza es utilizado en muestras mayor de 30 lo que al buscar en la tabla de distribución normal z es igual a 1.96.
- **P**: es la probabilidad de éxito determinándola como un 50 % de éxito en donde **p** es igual a 0,50.
- **q**: es la probabilidad de fracaso determinándolo junto la probabilidad de éxito, también en un 50 % de fracaso en donde **q** es igual a 0,50.
- **e**: es el margen de error es el máximo error permitido en los resultados que se quiere obtener para este proyecto se determinó como margen de error 5 %.

2.4.4 Cálculo de la muestra para la encuesta.

Datos:

n: ?

Z= 1.96

P= 0,50

q= 0,50

e= 0,05

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

El tamaño de la muestra es 384 esto quiere decir que se encuestaran a esta cantidad de personas.

2.4.5 Diseño de la encuesta.

Encuesta.

Encuesta para medir la viabilidad del proyecto de inversión para la producción y exportación de nuggets de pescado a España.

1. Género

Masculino

Femenino

2. ¿Qué edad tiene?

Entre 10 y 20 años

Entre 40 y 50 años

Entre 20 y 30 años

Entre 50 y 60 años

Entre 30 y 40 años

Entre 60 y 70 años

3. ¿Usted consume pescado?

Sí

No

Si su respuesta es sí pase a la siguiente pregunta, si su respuesta es no culmina la encuesta.

4. ¿Con que frecuencia, aproximadamente, consume pescado?

5 veces por semana

4 veces por semana

3 veces por semana

2 veces por semana

1 vez por semana

2 veces por mes

1 vez por mes

1 vez por trimestre

1 vez por semestre

1 vez al año

5. **¿Conoce usted las propiedades nutritivas que tiene el pescado? Como omega3, fosforo, proteínas, etc.**

Sí

No

6. **¿Usted es consumidor de comidas rápidas?**

Sí

No

7. **Indique el lugar donde usted adquiere estos alimentos conocidos como comida rápida.**

Hogar.

En la calle

Restaurantes.

Otros

8. **¿Conoce algún producto de comida rápida hecho de pescado?**

Sí

No

Si su respuesta es sí mencione cual -----

9. **Conociendo el valor nutricional del pescado que proporciona al ser humano ¿Estaría dispuesto a consumir el pescado como un producto de comida rápida presentado en pequeñas porciones (nuggets)?**

Sí

No

10. **Determine el mayor factor de incidencia en su decisión de compra de este nuevo producto (nuggets de pescado) del 1 al 4, donde 1 es muy importante y 4 es menos importante.**

Precio

Presentación

Calidad

Sabor

11. ¿Considerando una adecuada relación de precio y calidad, en promedio cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto? (nuggets de pescado) Presentado en 12 porciones por empaque.

De 1 \$ a 2 \$

De 2 \$ a 3 \$

De 3 \$ a 4 \$

12. Indique el lugar de preferencia para la adquisición de este producto.

Restaurantes.

Puesto de comida en la calle.

Supermercados.

Otros

Tiendas.

13. ¿Qué medio de comunicación es más efectivo para captar su atención?

Televisión

Radio

Vallas publicitarias

Redes sociales

Volantes

Prensa escrita

2.4.6 Presentación del análisis del resultado.

Pregunta 1

Género

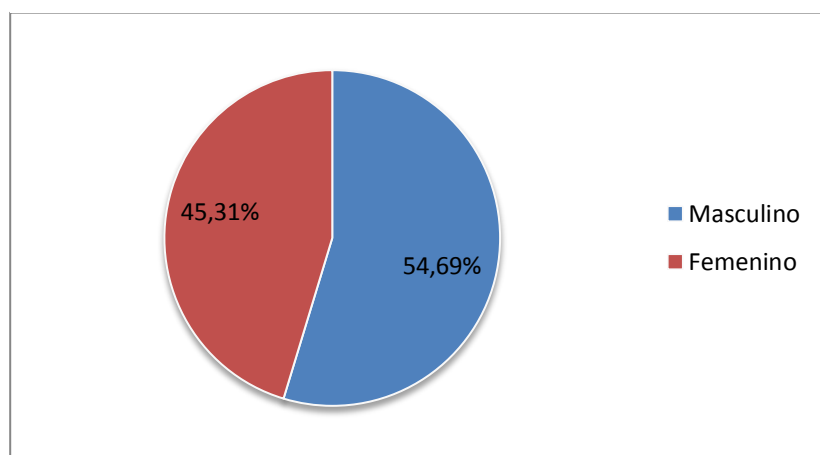
Cuadro 3 Encuesta-Género

Opciones	Total	Porcentaje
Masculino	210	54.69 %
Femenino	174	45.31 %
total encuestados	384	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor

Figura 8 Encuesta – Genero



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Del total de 384 personas encuestadas la mayoría fueron de género masculino como se representa en el gráfico, con un 54,69 por ciento y el 45,31 por ciento fueron de género femenino.

Pregunta 2

¿Qué edad tiene?

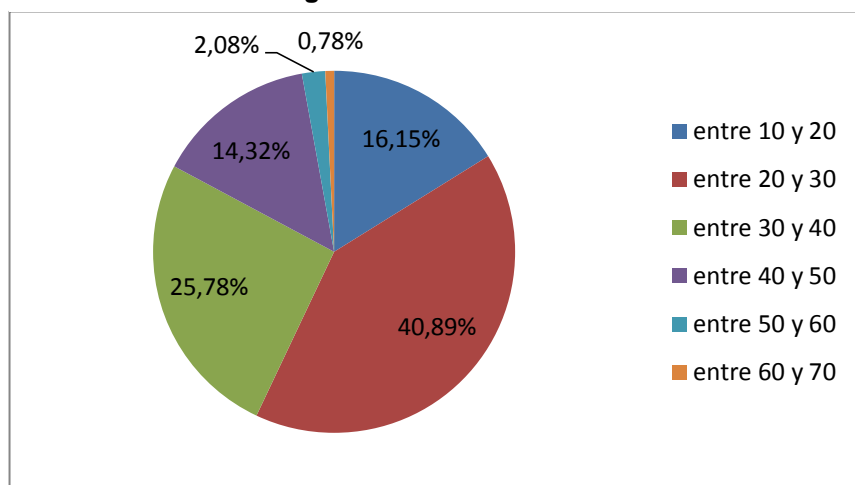
Cuadro 4 Encuesta - Edad

Opciones	Total	Porcentaje
entre 10 y 20	62	16.15 %
entre 20 y 30	157	40.89 %
entre 30 y 40	99	25.78 %
entre 40 y 50	55	14.32 %
entre 50 y 60	8	2.08 %
entre 60 y 70	3	0.78 %
Total encuestados	384	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autor.

Figura 9 Encuesta - Edad



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

La mayor cantidad de los encuestados oscilaron entre 20 y 30 años de edad representados en el gráfico con un 40,89 por ciento, y entre los 30 y 40 años con un 25,78 por ciento.

Pregunta 3

¿Usted consume pescado?

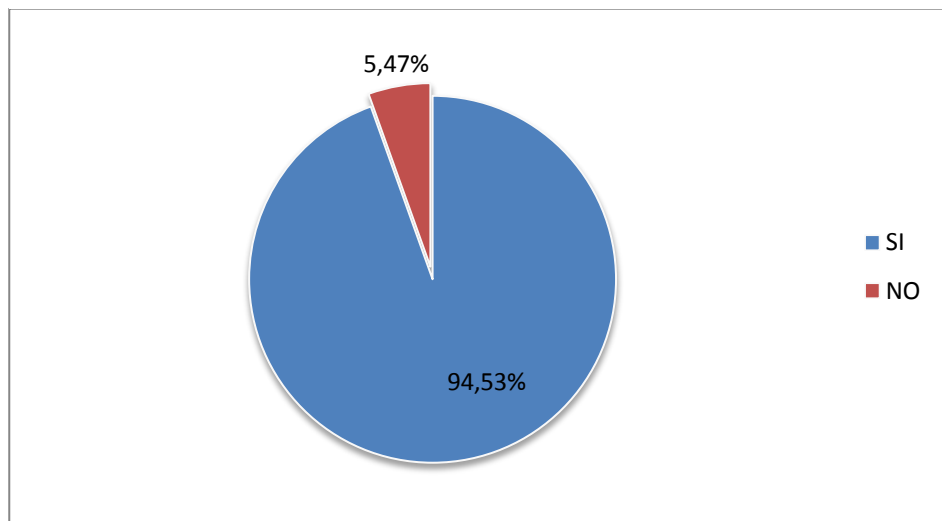
Cuadro 5 Encuesta Consumo de pescado

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
SI	363	94.53 %
NO	21	5.47 %
total encuestados	384	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor

Figura 10 Encuesta - Consumo de pescado



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Gran parte del total de encuestados contestaron que sí consumen pescado están representados por un 94.53 por ciento esto se debe a que el precio del pescado es más económico a comparación de los otros alimentos de origen animal, el resto de encuestados indicó que no consume pescado.

Cabe mencionar que en esta pregunta si el encuestado contesto que no culmina la encuesta.

Pregunta 4

¿Con que frecuencia, aproximadamente, consume pescado?

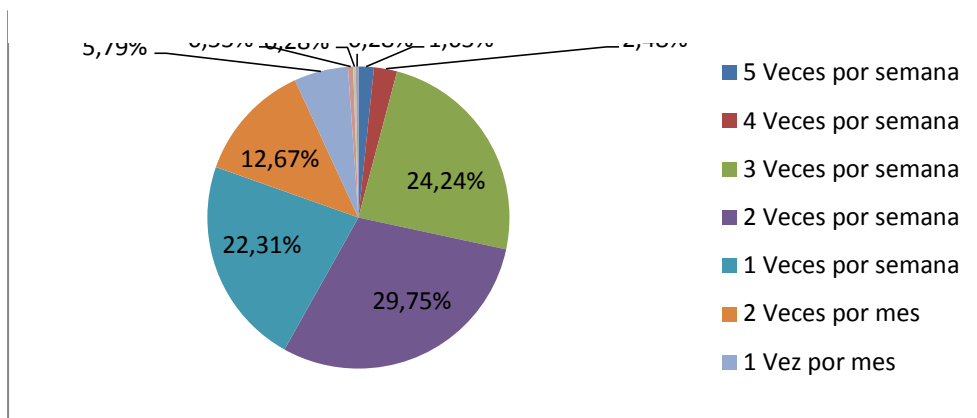
Cuadro 6 Encuesta - Frecuencia de consumo

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
5 Veces por semana	6	1.65 %
4 Veces por semana	9	2.48 %
3 Veces por semana	88	24.24 %
2 Veces por semana	108	29.75 %
1 Veces por semana	81	22.31 %
2 Veces por mes	46	12.67 %
1 Vez por mes	21	5.79 %
1 Vez por trimestre	2	0.55 %
1 Vez por semestre	1	0.28 %
1 Vez al año	1	0.28 %
total encuestados	363	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autor.

Figura 11 Encuesta – frecuencia de consumo



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

A partir de esta pregunta el total de encuestados son 363 ya que se resta las 21 personas encuestadas que contestaron que no consumen pescado. El 29,75 por ciento de encuestados indican que consumen pescado 2 veces por semana, esto podría ser a que el pescado es un alimento saludable para el ser humano.

Pregunta 5

¿Conoce usted las propiedades nutritivas que tiene el pescado? Como omega3, fosforo, proteínas, etc.

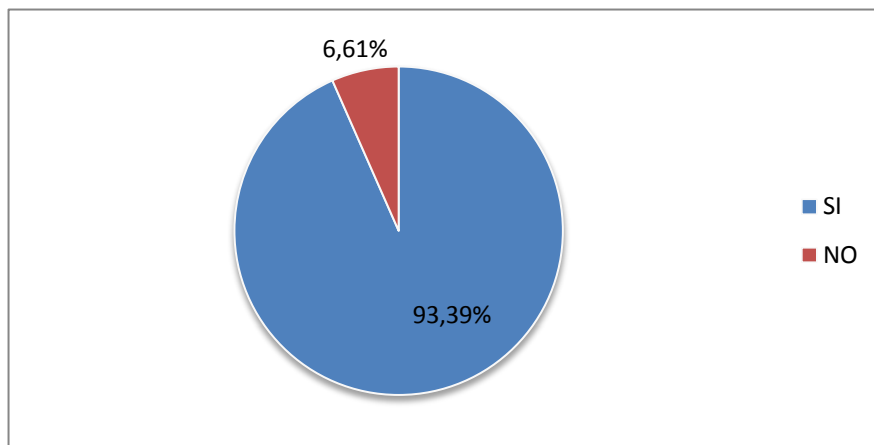
Cuadro 7 Encuesta - Conocimiento del valor nutricional del pescado

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
SI	339	93.39 %
NO	24	6.61 %
total encuestados	363	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 12 Encuesta - conocimiento del valor nutritivo del pescado



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Se podría decir que la mayoría de los encuestados conocen las propiedades nutritivas que tiene el pescado al momento de consumirlo y aprovechar sus

beneficios. En total 339 personas contestaron que sí equivalente a un 93.39 por ciento.

Pregunta 6

¿Usted es consumidor de comidas rápidas?

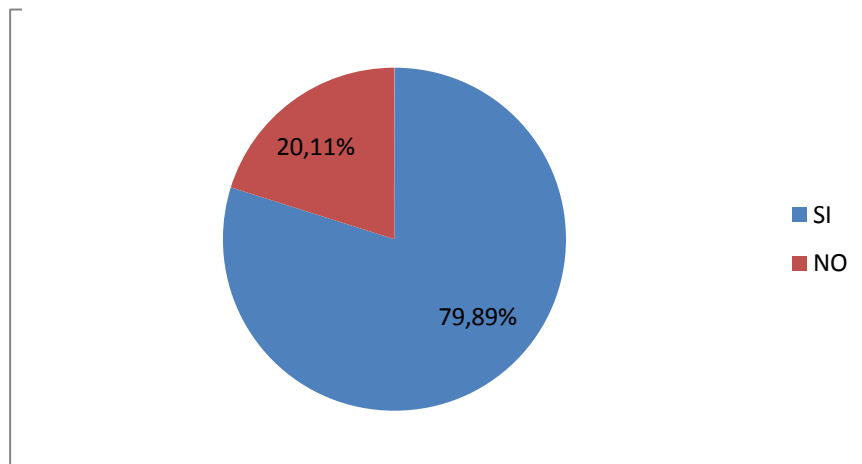
Cuadro 8 Encuesta - consumo de comida rápida

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
SI	290	79.89 %
NO	73	20.11 %
total encuestados	363	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 13 Encuesta - consumo de comida rápida



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Algunos de los encuestados manifestaron que si consumen los alimentos conocidos como “comida rápida” lo cual está representado con un 79.89 por ciento.

El 20.11 por ciento de los encuestados contestaron que no consumen estos alimentos debido a las pocas alternativas de consumo y sus elevados costos.

Pregunta 7

Indique el lugar donde usted adquiere estos alimentos conocidos como comida rápida.

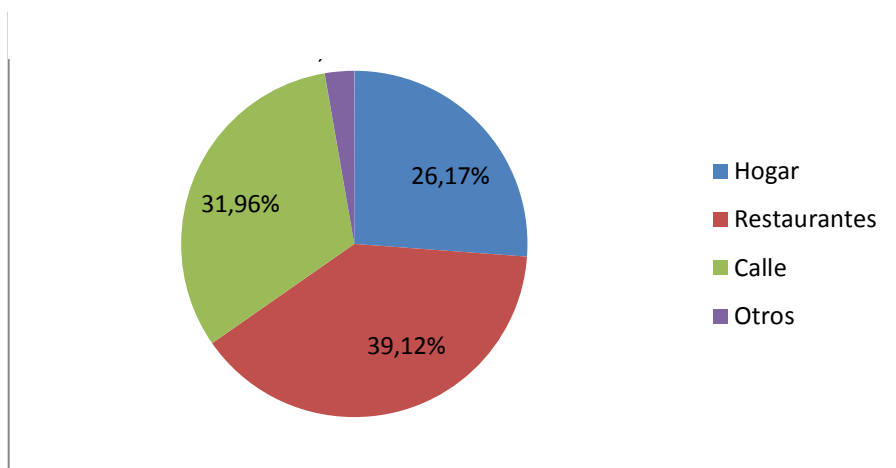
Cuadro 9 Encuesta - Lugar de adquisición

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
Hogar	95	26.17 %
Restaurantes	142	39.12 %
Calle	116	31.96 %
Otros	10	2.75 %
total encuestados	363	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 14 Encuesta - lugar de adquisición



Fuente: Encuestas. Elaborado por autor

Del total de encuestados el 39.12 por ciento contestó que ellos adquieren estos alimentos conocidos como “comida rápida” en los restaurantes, donde comúnmente ofrecen esta presentación seguido con un 31.96 por ciento indicando los encuestados que consumen estos alimentos en la calle, debido a que son alimentos de fácil preparación e informalidad en su oferta.

Pregunta 8

¿Conoce algún producto de comida rápida hecho de pescado?

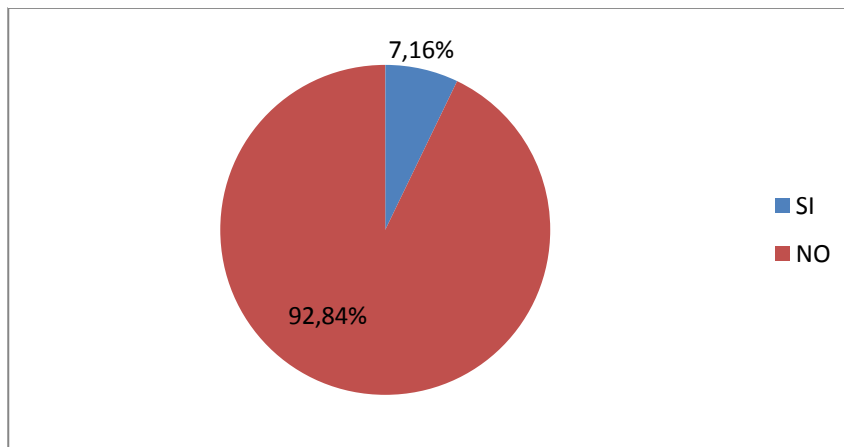
Cuadro 10 Encuesta - conocedores de productos hechos de pescado

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
SI	26	7.16 %
NO	337	92.84 %
total encuestados	363	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 15 Encuesta - conocedores de productos hechos de pescado



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

El 92,84 por ciento indica que no conocen productos hechos de comida rápida el resto de los encuestados que son 26 personas que equivale al 7,16 por ciento indica que si conocen productos de comida rápida hechos de pescado. En esta pregunta se indicó que si la respuesta era si indique cual es el producto que los encuestados conocen. De las 26 personas que dijeron que si 12 de ellos dicen conocer el producto que ofrece la cadena de restaurantes de KFC el cual es un sandwich con pescado apanado, las otras

14 personas indicaron que conocen las croquetas de pescado que ofrece la empresa ecuatoriana Pronaca.

Pregunta 9

Conociendo el valor nutricional del pescado que proporciona al ser humano ¿Estaría dispuesto a consumir el pescado como un producto de comida rápida presentado en pequeñas porciones (nuggets)?

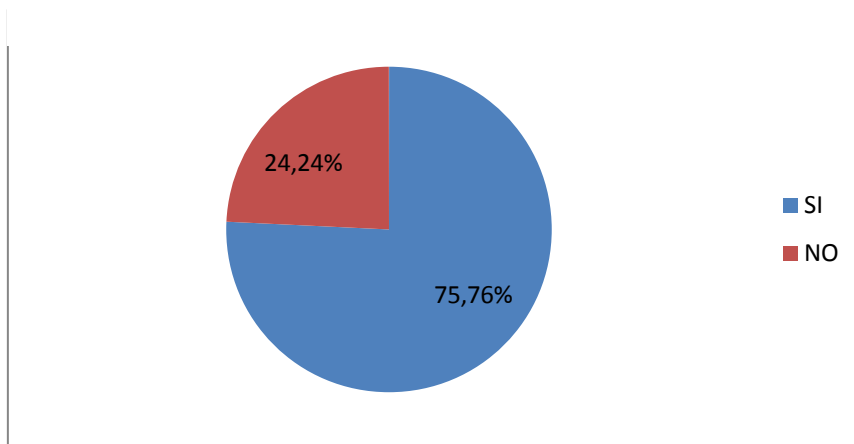
Cuadro 11 Encuesta - consumo de pescado

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
SI	275	75.76 %
NO	88	24.24 %
total encuestados	363	100.00 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 16 Encuesta - consumo del pescado



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Del total de encuestados 275 personas indicaron que sí consumirían nuggets de pescado como una nueva alternativa y fácil preparación, esto equivale al 75,76 por ciento de encuestados.

El 24,24 por ciento contestaron que no estarían dispuestos a consumir nuggets de pescado a pesar del valor nutricional que este producto tiene.

Pregunta 10

Determine el mayor factor de incidencia en su decisión de compra de este nuevo producto (nuggets de pescado) del 1 al 4, donde 1 es muy importante y 4 es menos importante.

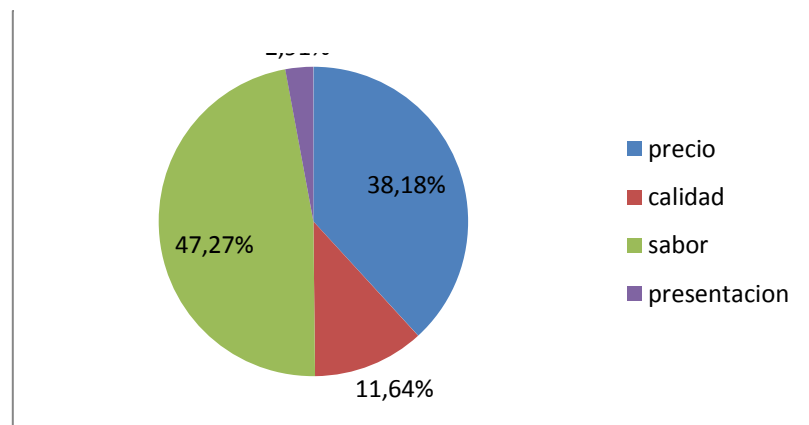
Cuadro 12 Encuesta - Factor en la decisión de compra

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
precio	105	38.18 %
calidad	32	11.64 %
sabor	130	47.27 %
presentación	8	2.91 %
total encuestados	275	100 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 17 Encuesta - factor en la decisión de compra



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

A partir de esta pregunta se encuestaron a 275 personas ya que de las 363 personas se restó las 88 personas que indicaron que no estarían dispuestos a consumir nuggets de pescado.

El 47,27 por ciento de los encuestados indicaron que el mayor factor de incidencia en su decisión de compra es el sabor, por supuesto seguido por el precio que dio como resultado un 38,18 por ciento del total de encuestados.

Pregunta 11

¿Considerando una adecuada relación de precio y calidad, en promedio cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto? (nuggets de pescado) Presentado en 12 porciones por empaque.

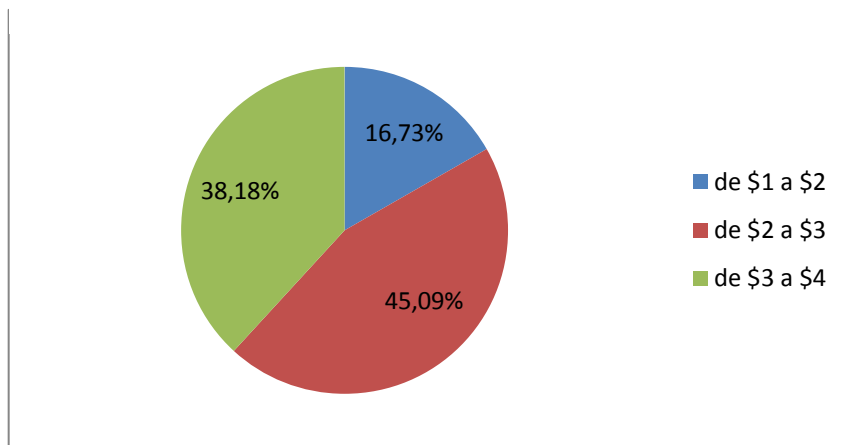
Cuadro 13 Encuesta - precio

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
de \$1 a \$2	46	16.73 %
de \$2 a \$3	124	45.09 %
de \$3 a \$4	105	38.18 %
total encuestados	275	100 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 18 Encuesta - precio



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

El 45,09 por ciento de los encuestados indicaron que ellos estarían dispuestos a pagar por el producto por un precio comprendido entre \$ 2 a \$ 3.

Seguido con un 38,18 por ciento que estarían dispuestos a pagar por el producto entre \$ 3 a \$ 4.

Pregunta 12

Indique el lugar de preferencia para la adquisición de este producto.

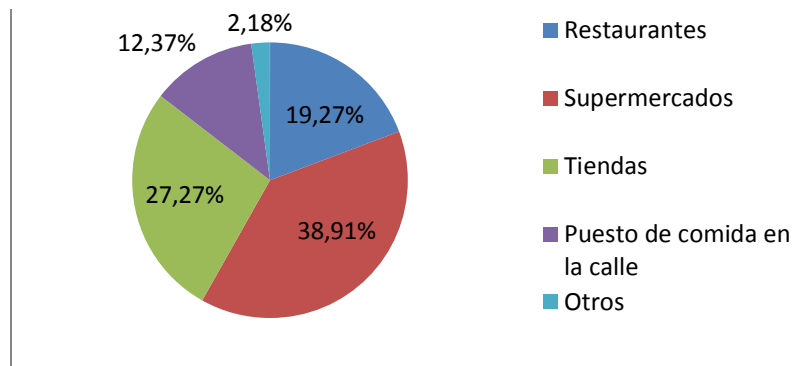
Cuadro 14 Encuesta - preferencia de adquisición del producto

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
Restaurantes	53	19.27 %
Supermercados	107	38.91 %
Tiendas	75	27.27 %
Puesto de comida en la calle	34	12.37 %
Otros	6	2.18 %
total de encuestados	275	100 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

Figura 19 Encuesta - preferencia de adquisición de producto



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

La mayoría de los encuestados que es el 38,91 por ciento indican que el lugar de preferencia para la adquisición de este producto es en los supermercados.

Pregunta 13

¿Qué medio de comunicación es más efectivo para captar su atención?

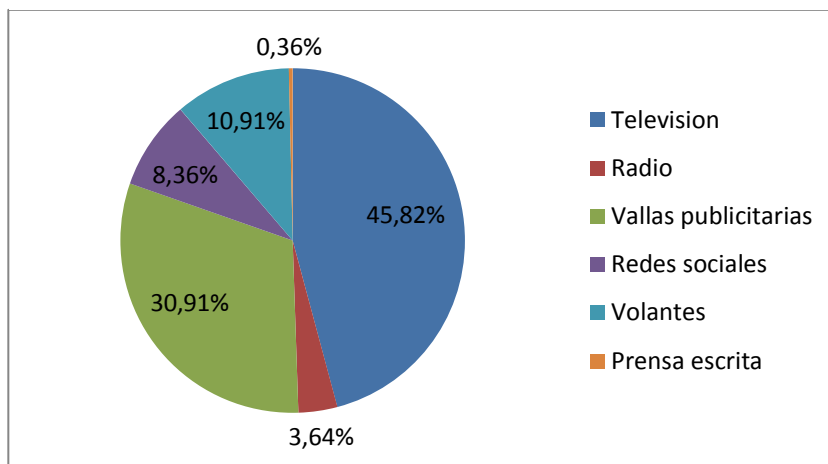
Cuadro 15 Encuesta - medio de comunicación

Opciones	TOTAL	PORCENTAJE
Televisión	126	45.82 %
Radio	10	3.64 %
Vallas publicitarias	85	30.91 %
Redes sociales	23	8.36 %
Volantes	30	10.91 %
Prensa escrita	1	0.36 %
total de encuestados	275	100 %

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor

Figura 20 Encuesta - medio de comunicación



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: autor.

La mayoría de los encuestados, sin distinción de edad, indicaron que el medio de comunicación que capta su atención es la televisión ya que dio como resultado un 45,82 por ciento del total de encuestados.

2.5 Conclusiones de la investigación de mercado.

Después de haber realizado el estudio de campo mediante las encuestas y haber obtenido los resultados mencionados anteriormente se puede resumir lo siguiente:

- Que gran parte de las personas encuestadas representadas por el 94,53 % han consumido en algún momento pescado y la frecuencia de consumo de este alimento es de 2 a 3 veces por semana.
- La mayoría de los encuestados que son el 93,39 % sí son conocedores de las propiedades nutritivas que contiene el pescado como Omega 3, fosforo, proteínas, etc.
- Así también el 79,89 % que es la gran parte de los encuestados han consumido los alimentos conocidos como comida rápida en algún momento.
- Por medio de la encuesta se pudo conocer un nuevo competidor el producto que ofrece la empresa KFC.
- Existe una gran aceptación por parte de los encuestados para la creación de una empresa productora de este alimento nuggets de pescado ya que el 75,76 % de los encuestados contesto que si consumirían este producto.
- El factor de incidencia en la decisión de compra de los encuestados es primero el sabor y por supuesto el precio.
- El precio que las personas estarían dispuestos a pagar por el producto oscila entre \$ 2 a \$ 3, cabe mencionar que el 38,38 % del total de encuestados también estarían dispuestos a pagar por un precio que oscila entre \$ 3 a \$ 4.
- El lugar que los encuestados prefieren para la adquisición de este producto es en los supermercados y también les gustaría encontrar este producto en las tiendas.
- Los medios de comunicación que prefieren los encuestados para captar su atención sobre este producto son la televisión y las vallas publicitarias.

Capítulo 3

Estudio técnico y planificación de la empresa.

3.1 El producto.

El nugget de pescado es un alimento considerado como “comida rápida”. Su ingrediente principal son las variedades de pescado que brinda la industria pesquera ecuatoriana elaborado con otros ingredientes básicos como harina, apanadura, huevos y aceite.

Este producto ofrece al consumidor la facilidad de preparar un alimento nutritivo y de rápida cocción para el hogar, facilitando la vida diaria a los consumidores.

Este producto es un alimento el cual se lo puede combinar con varias salsas o arroz u otras guarniciones.

3.1.1 Valor nutricional.

El principal ingrediente de este producto es el pescado y este alimento es uno de los mariscos conocidos por su alto valor nutricional que proporciona. El pescado es un alimento lleno de minerales como el fósforo, proteínas y ácidos grasos como el omega 3, todos estos elementos luchan contra los efectos del colesterol y de esta manera ayuda al sistema circulatorio.

Este alimento ayuda a la fácil digestión del organismo ya que es un alimento bajo en calorías tiene proteínas y nutrientes que ayuda a las enfermedades del ser humano y principalmente a enfermedades del corazón.

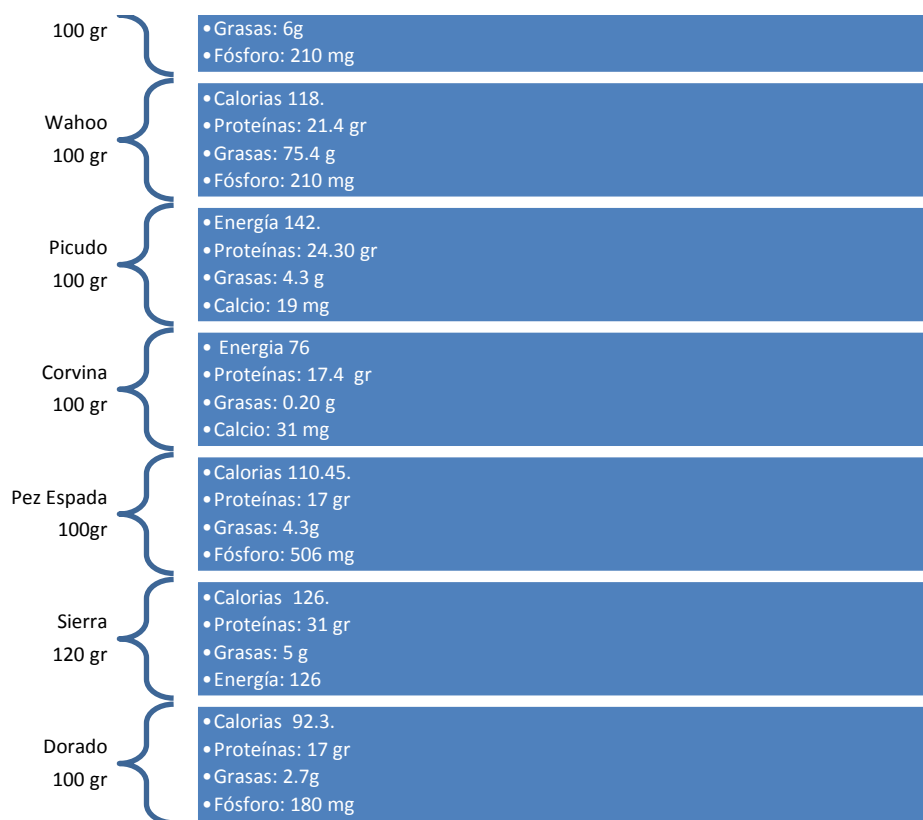
Según la nutricionista Sara Abu Sabbah indica que consumiendo 100 gramos de pescado contribuye en promedio 18 gramos de proteína de alto valor biológico, esto hace que este alimento sea de fácil digestión.

El pescado puede aportar al ser humano de 2 % a 10 % de grasas insaturadas y contiene un principal elemento que es el omega 3 este ácido

graso es importante para la salud diaria del ser humano ya que reduce el colesterol y evita varios tipos de enfermedades como el cáncer. (Abu Sabbah , 2009)

A continuación se presenta un cuadro en el cual indica el valor nutricional del pescado de cada una de las especies que se utilizaran para la producción y exportación del producto.

Figura 21 Valor nutricional del pescado por especie



Fuente: Eroski consumer.

Elaborado por: autor.

Los nuggets de pescado se ofrecerán al consumidor en paquetes en la cual incluirá 12 porciones por paquete, este alimento se lo puede preparar frito o al horno. Si se lo prepara al horno no afectaría a los nutrientes del pescado y esto ayuda a la salud del consumidor meta.

A parte del pescado, este producto es elaborado como ingredientes como el huevo este alimento también tiene elementos nutricionales que ayudan a la buena digestión del ser humano como por ejemplo proteínas como el albúmina y lípidos también tiene fosforo y vitaminas.

3.1.2 Consumo del nugget de pescado.

El nugget de pescado es un alimento que se lo puede consumir como comida rápida acompañado de papas fritas, ensaladas, arroz u otras guarniciones para un almuerzo diario o cena, se lo puede ofrecer como piqueo con diferentes salsas o alimento para el lunch en la escuela de los niños. La preparación de nuggets de pescado puede ser frita o al horno.

3.1.3 Composición del producto – Materia Prima.

Para la elaboración del producto nuggets de pescado se utilizarán los siguientes ingredientes:

Cuadro 16 Materia Prima

MATERIA PRIMA	
Materia Prima	Cantidad (kg)
Pescado	380
Agua	160
Soya	32
Sal	6
Pimienta	0.9
Ajo	0.9
Aditivos	2.8
Total	582.6
Cobertura	
Miga	94
Polvo batido	35
Agua	12
Total	141
Total	723.6

Fuente: autor.

Elaborado por: autor.

3.1.4 Recursos

Los recursos utilizados para la elaboración de este producto son:

- Mano de obra.
- Maquinaria.
- Infraestructura.
- Muebles de oficina.
- Equipos de computación.
- Vehículos
- Equipos de operación.

3.1.5 Maquinaria.

Figura 22 Descripción de moledora.

- Motor de eficiencia energética y transmisión con engranaje de precisión.
- Interruptor de avance y reserva.
- Viene con placas de moler de 1/8" (32 mm) y 5/16" (79 mm).
- Incluye accesorios de rellenador de salchichas y vara alimentadora.
- La cabeza de moledora, la fuente y los aditamentos son aptos para lavavajillas.
- Unidad No. 22 incluye motor de 1.5 HP que permite moler 528 lb (240 kg) de carne por hora.
- Bandeja de grueso calibre para productos, tubo para alimentos con diámetro de 2 1/4" (5.7 cm).
- Cuerpo, cilindro, engranaje sin fin y anillo de acero inoxidable.



Fuente: Equindecá.

Elaborado por: Autor.

Figura 23 Descripción de Cortador.

- Disponible en tamaño "14" y "18" del tazón.
- Motores fuertes para gran cantidad de contenido.
- Reduce los alimentos a un tamaño de partícula uniforme pequeños.
- 1 H.P motor con lubricado permanente
- 15 puntos de capacidad.
- 1725 RPM rotación cuchilla de acero inoxidable.
- 20 RPM rotación tazón.
- 3 patas de acero con goma.



Fuente: EquinECA.

Elaborado por: autor.

Figura 24 Descripción de congelador.

- 2 puertas, 4 niveles de acero inoxidable.
- 254 kg peso aproximado.
- Parrillas de acero inoxidable del tamaño de una charola ajustable y paredes gruesas con poliuretano de alta densidad, sus puertas se cierran automáticamente para reducir el esfuerzo del compresor.
- Ahorra hasta un 70% en energía e incluye control de temperatura y sistema de descongelamiento automático.
- Se controla la temperatura según el rango deseado, ya que se puede usar para una gran variedad de aplicaciones.
- Rango de operación -2°C -- -24°C
- Lámpara de 32 watts.



Fuente: EquinECA.

Elaborado por: Autor.

Figura 25 Descripción de balanza

- Funciones de pesaje en kg/lb/oz, alarma de peso programable y pantalla iluminada.
- Soporta el rudo uso diario de una cocina industrial, una empacadora o un comercio.
- Fabricada en Acero inoxidable grado alimenticio, la hace higiénica y fácil de limpiar.
- Conexión rs-232 para conectar a computadora o impresora.
- Capacidad 10kg/20lb/320oz.
- Cuenta con una batería de respaldo recargable con una duración de hasta 100 horas de trabajo continuo por 8 horas de recarga.
- Se puede colocar cada uno de los ingredientes uno a uno.



Fuente: Equindecá.

Elaborado por: Autor.

Figura 26 Descripción de empacadora

- Construida en acero inoxidable y aluminio.
- Barra de sellado 40,64 cm de longitud.
- Tiempo de ciclo de 5 segundos.
- 110v/60hz. 8 amps. 880 watts.
- Mantiene la frescura de la comida con su sabor y aroma original.
- Prolonga el tiempo de durabilidad de los productos antes de la venta.

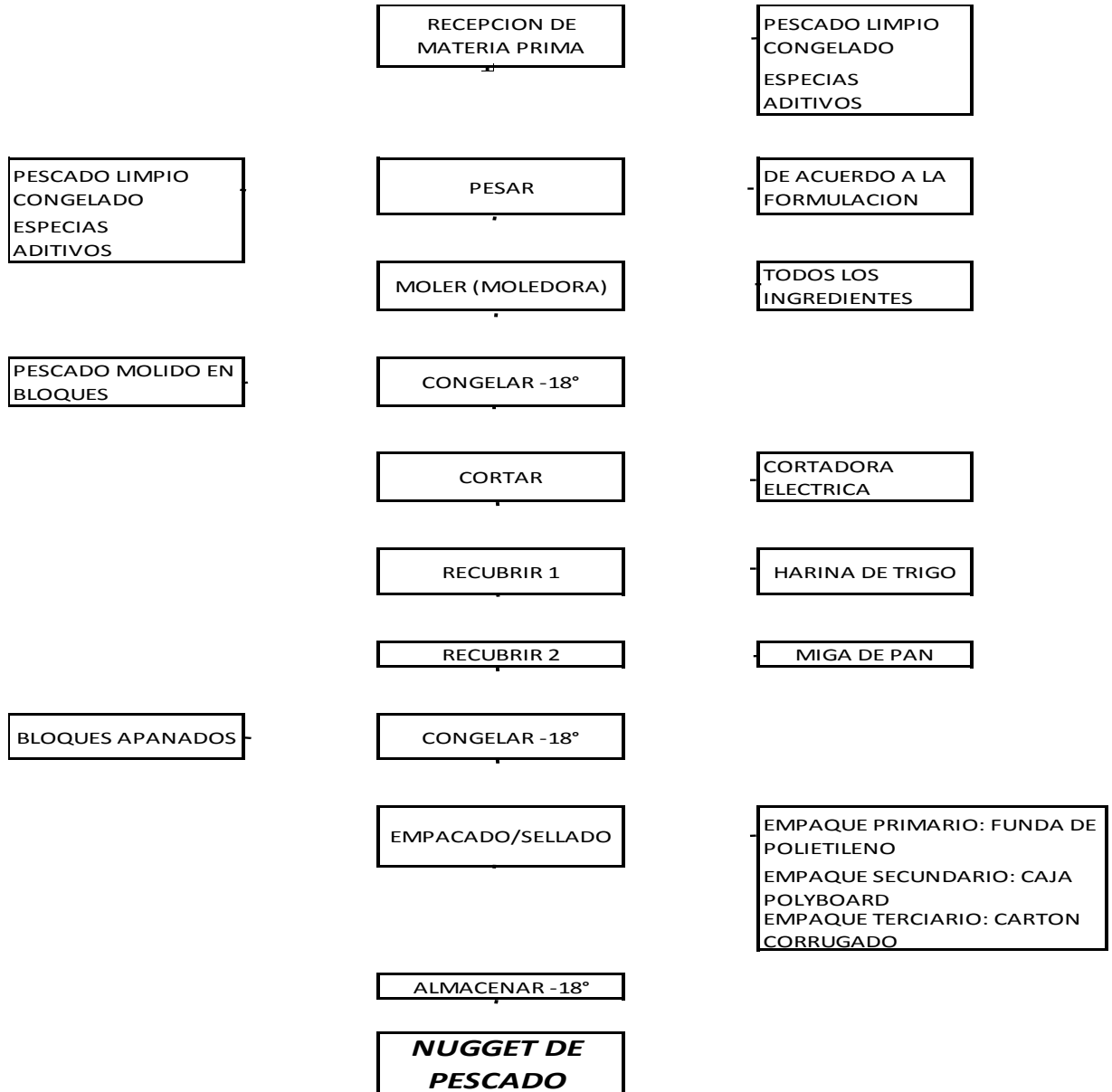


Fuente: Equindecá.

Elaborado por: Autor.

Figura 27 Proceso de producción.

3.1.6 Flujo grama de proceso de producción.



Fuente: Tesis nuggets de camarón Jane Calderón-Lucia Mendieta.

Elaborado por: autor

3.1.7 Descripción del proceso de producción.

1) Recepción de materia prima:

La materia prima principal que es el pescado, se recibe en el centro de acopio que se encuentra en Santa Rosa en la provincia de Santa Elena. Es aquí donde se recibe el pescado entero, desvicerado y limpio. Aquí se comprueba la calidad del pescado y es llevado congelado en gavetas a la fábrica que se encuentra Guayaquil. Las especias y aditivos son receptados por la empresa El Sabor directamente en la planta, estas especias y aditivos son comprados al granel.

Figura 29 Pescado congelado



Fuente: Centrum al día.
Elaborado por: Centrum al día.
España

Figura 28 Especias y aditivos.



Fuente: Dietas equilibradas España.
Elaborado por: Dietas equilibradas

2) Fileteado.

Una vez que se recibe el pescado congelado en la fábrica se procede a clasificar y filetear el pescado para que quede solo la carne para poder seguir con el proceso.

Figura 30 Pescado fileteado.



Fuente: Preciolandia.

Elaborado por: Preciolandia.

3) Moler

Una vez que el pescado está fileteado se lo coloca en el cutter o moledora para obtener una masa homogénea a esta masa se le añade las especias y aditivos.

Figura 31 Molido



Fuente: Estevez S.A.

Elaborado por: Estevez S.A.

4) Embutido y congelado.

La masa homogénea obtenida se la coloca en el embutidor de pistón y se procede a embutir en la tripa plástica, después de esto las tripas son congeladas a una temperatura de -18°C

Figura 33 Embutidor de pistón



Fuente: Industrias Gaser.

Elaborado por: Industrias Gaser.

Figura 32 Tripa plástica



Fuente: Euro S.A.

Elaborado por: Euro S.A.

5) Cortar.

Se retira la tripa plástica y la masa congelada pasa por la cortadora eléctrica para que sea cortado en porciones

Figura 34 Pescado en porciones



Fuente: Delirando en la cocina.

Elaborado por: Delirando en la cocina.

6) Recubrimientos y congelado.

Cuando el pescado molido ya está en las porciones se procede a encubrir el pescado, cada porción de pescado pasa por el batido de ahí se encubre con la miga de pan o apanadura. Después se sitúa los nuggets de pescado en bandejas para congelarlos a una temperatura de -18°C .

Figura 35 Nugget de pescado congelado



Fuente: Quien da la vez.

Elaborado por: Quien da la vez.

7) Empacado y Sellado.

Una vez que el nugget de pescado está congelado se procede a empacar el producto en fundas de polietileno 12 porciones por empaque, este empaque se los coloca en cajas de polyboard y por ultimo las cajas serán colocadas en cartón corrugado para la comercialización y exportación del producto. (Calderón Noblecilla & Mendieta Jara , 2007)

Figura 36 primer empaque



Fuente: elaborado por autor.

3.1.8 Empaque y Etiquetado.

La calidad del empaque del producto nugget de Pescado para exportación debe garantizar principalmente la protección, preservación y seguridad con características organolépticas durante la distribución, almacenaje y manipulación para así brindar al consumidor un producto confiable y a la vez que sirva como identificación, promoción e información del nuevo producto.

Empaque Primario

Funda de polietileno transparente para que sea posible la observación del producto. Sus dimensiones serán de 20 x 25 cm.

Empaque Secundario

Caja de polyboard ya que garantiza la resistencia a la humedad durante la congelación del producto. En la caja deberá ir impreso a full color y con todas las especificaciones necesarias para la información al consumidor. Sus dimensiones serán 25x20x2.5

Empaque Terciario

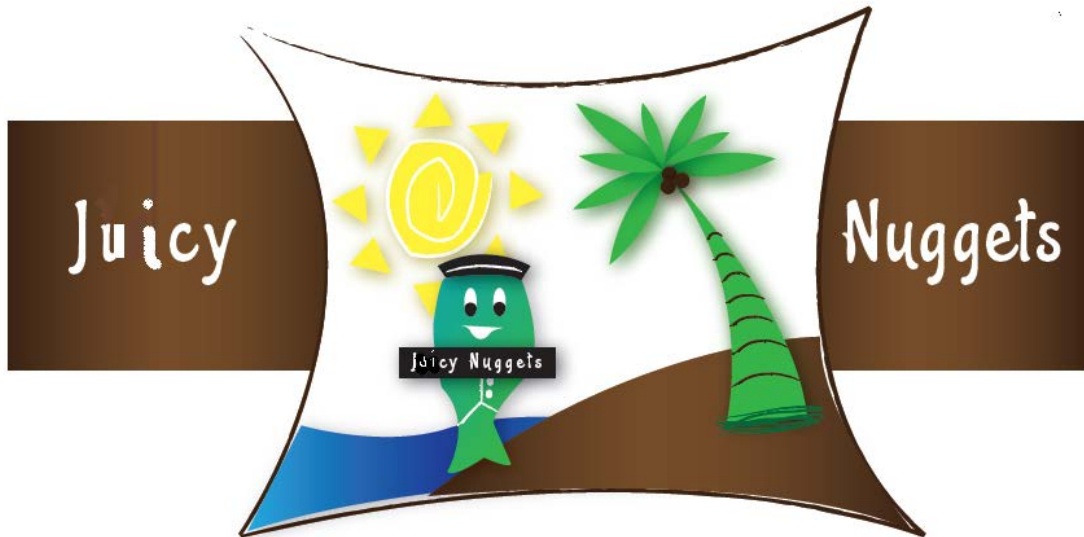
Para la distribución y exportación será necesario empaquetar en cartón corrugado, de esta manera se preservará la calidad hasta su destino de venta. Las especificaciones deberán ser monocolor: nombre de la empresa, nombre del producto, lote, peso, manipulación y destino. Sus dimensiones serán 40x30x30 cm.

En el empaque deberá ir prescrito la siguiente información la cual brindará la información necesaria al consumidor:

- Denominación de venta
- Nombre de la empresa
- Nombre del producto
- Lista de ingredientes
- Cantidad neta
- Fecha de elaboración y caducidad y lote de fabricación.

3.1.9 Diseño de etiqueta.

Figura 37 Diseño de etiqueta



Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

3.2 Descripción de la empresa.

3.2.1 Misión.

Producir, comercializar y exportar un alimento de variedad, nutritivo y sabroso. Superando las expectativas y gustos de nuestros consumidores mediante el esfuerzo por cumplir lo más altos estándares de calidad y de esta manera dando un gran impulso al sector pesquero ecuatoriano.

3.2.2 Visión.

Ser una empresa reconocida en el mercado Europeo por brindar nuggets de pescado de calidad y buen sabor.

3.2.3 Objetivos de la empresa.

- Mantener el nugget de pescado como un producto de menor precio pero con mayor calidad.
- Capacitar constantemente a nuestros empleados.
- Incrementar la rentabilidad.
- Mejorar el procedimiento de la elaboración del producto mediante la compra de maquinarias de última tecnología.
- Formar alianzas estratégicas con restaurantes de comida rápida.
- Desarrollar los factores de producción como tecnología, capital, mano de obra de acuerdo al crecimiento de la demanda.
- Realizar constantemente nuevas estrategias competitivas.

3.2.4 Ubicación Urbana.

Para seleccionar la ubicación de la empresa se tomó en cuenta tres opciones las cuales fueron Duran, Guayaquil y Playas.

Mediante el método cualitativo por puntos se pudo determinar que el lugar de ubicación de la empresa será en Guayaquil.

Cuadro 17 Método cualitativo por puntos

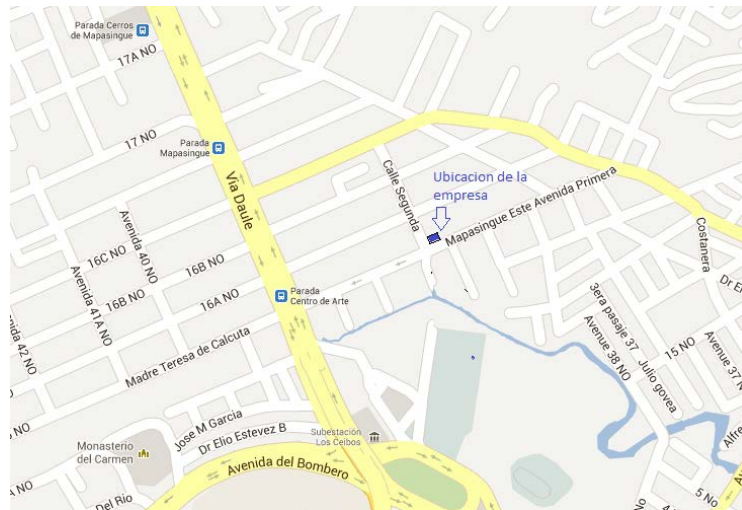
Variables	Puntuación	Ubicación					
		Duran		Guayaquil		Playas	
		Calificación	Porcentaje	Calificación	Porcentaje	Calificación	Porcentaje
Cercanía de la materia prima	0.25	6	1.5	7	1.75	8	2
Cercanía del puerto para exportar	0.35	6	2.1	9	3.15	5	1.75
Mano de obra	0.2	8	1.6	9	1.8	7	1.4
Clima	0.1	7	0.7	7	0.7	6	0.6
Imagen comercial de la zona	0.1	6	0.6	6	0.6	7	0.7
TOTAL	1		6.5		8		6.45

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

La empresa estará ubicada en uno de los principales sectores industriales de la ciudad de Guayaquil en el sector de Mapasingue este en Calle 2da y Avenida 1era.

Figura 38 Ubicación de la empresa



Fuente: Autor.

Elaborado por: autor

3.3 Aspectos legales de la empresa.

3.3.1 Requerimientos legales para exportar desde Ecuador.

Los requisitos legales para exportar desde Ecuador son los siguientes:

- Ruc de exportador.
- Factura comercial autorizada por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Lista de empaque (packing list).
- Certificado de origen.

- Registrarse como exportador en la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Llenar la Declaración Aduanera Simplificada (DAS).
- Documentos de transporte.
- Autorizaciones que depende del producto si se requiere.

El nugget de pescado entra en la partida arancelaria 1604.20, además de los requisitos mencionados anteriormente para exportar el nugget de pescado también se necesita lo siguientes requisitos:

- Autorización del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (MAGAP).
 1. Acuerdo ministerial, esto es una autorización para exportar otorgada por la subsecretaría de pesca o acuacultura.
 2. Acta de producción efectiva, esto es la inspección de la empresa por parte de la subsecretaría de pesca o acuacultura.
- Aprobación de la verificación. Se necesitan varios documentos para la aprobación de la verificación: formulario de inscripción, acuerdo ministerial, acta de producción efectiva y todo documento que requiere el Instituto Nacional de Pesca (INP). La inspección incluye en una inspección y el proceso técnico de revisión.
- Certificación: la empresa exportadora debe acercarse al INP para obtener:
 - Certificado sanitario: Este certificado indica que el producto está apto para el consumo.
 - Certificado de calidad: Este certificado se da mediante la inspección del producto realizada por la subsecretaria de recursos pesqueros y el instituto nacional de pesca.
 - Y los demás certificados según las exigencias del país importador.

3.3.2 Trámites para exportar desde Ecuador.

Para exportar productos desde Ecuador se necesita realizar los siguientes trámites:

- Para exportar desde Ecuador se necesita obtener el visto bueno del Formulario Único de Exportación (FUE) esto se obtiene en los bancos corresponsales, se debe presentar en el departamento de comercio exterior del banco corresponsal la declaración de exportación.
- En cuanto a la aduana y el embarque:
Los trámites para la aduana se encargara el agente de aduana contratado, y para la realización del aforo se necesita lo siguiente:
 - Factura comercial.
 - Certificación y registro de la aduana.
 - Formulario único de exportación.
 - La mercadería se entregara a las bodegas de la aduana.

Se contratará una empresa de transporte encargada del embarque, la cual será la encargada de presentar el documento de embarque a la aduana que lo define el transportista, se encargará de la carga y vigilancia de la mercadería, así también de la verificación del pago de los gravámenes arancelarios.

3.3.3 Barreras comerciales, incentivas y requerimientos para entrar al mercado de España.

La Unión Europea es uno de los grandes importadores de pescado, la comisión europea establece para los países que forman la unión europea reglas y normas para los terceros países que deseen exportar pescados y mariscos,

países que deben cumplir con los altos estándares de calidad en cuanto a higiene, salud, etc.

La comisión europea otorga al país exportador un certificado oficial.

Entre los certificados para que un producto pueda entrar a España se encuentra el certificado sanitario, en el caso para la exportación del nugget de pescado España realiza una inspección de sanidad, para exportar al mercado español se necesita también una certificación del producto.

Acuerdos comerciales

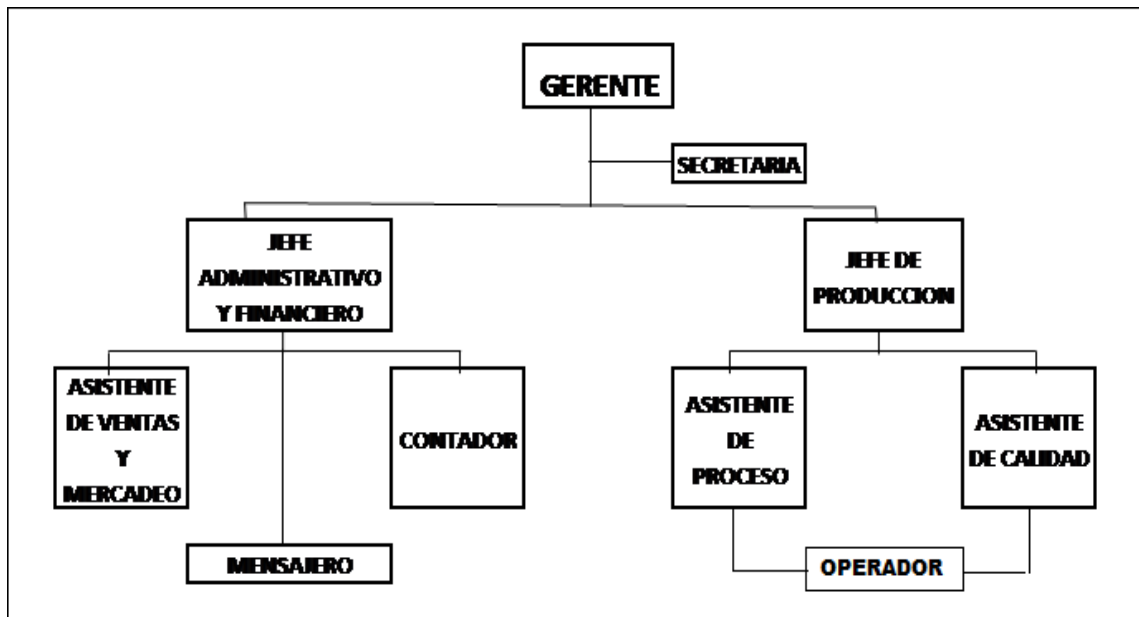
España tiene varios acuerdos comerciales con varios países alrededor del mundo entre ellos está la unión europea que es uno de sus principales acuerdos comerciales, Ecuador se beneficia del Sistema de Preferencias Generalizadas Plus (SGP +), este es un apoyo a países en desarrollo como Ecuador, en este sistema solo pueden acceder 16 países y estos países integran en el sistema ya que son países considerados vulnerables por la poca diversidad en sus exportaciones.

3.4 Estructura organizacional.

3.4.1 Organigrama.

El organigrama de la empresa se dividirá en 2 áreas encabezadas por el gerente general, cada uno de ellos debe tener en claro sus funciones y determinar cuáles serán las funciones de cada área.

Figura 39 Organigrama de la empresa



Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor

3.4.2 Manual de Funciones

NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE GENERAL
AREA A QUIEN PERTENECE:	Administración
A QUIEN SE REPORTA:	Junta general de accionistas
A QUIEN SUPERVISA:	Jefes de Área

Requisitos del personal:

Grado de preparación formal: Licenciatura relacionada con algo de Administración.

Diplomado

Preferentemente Maestría en Administración

Experiencia: 2 años mínimos en el área técnica de la empresa.

Comunicación: Relaciones Comerciales

ASPECTOS DEL DESEMPEÑO LABORAL

Esfuerzo Físico: No existe

Esfuerzo Mental: Capacidad de análisis y síntesis.

Nivel de inteligencia práctico funcional.

Condiciones de Trabajo:

Ambiente de trabajo profesional agradable.

Requisición en horario fuera de oficina

Función principal

Es el representante legal de la empresa, además se encarga de tomar todas las decisiones. Elaborar y controlar de forma eficaz los requerimientos de cada departamento de acuerdo a los presupuestos de ventas y compras trazados a principio de año para cumplir las metas establecidas.

Funciones específicas:

- Autorizar los permisos de operación.
- Establecer normas y procedimientos de gestión y control de las funciones operativas en los sistemas verificando que se cumplan las metas y programas de trabajo establecidos.
- Dirigir y administrar los recursos económicos asignados a la operación y mantenimiento, funcionamiento de las instalaciones y equipos de la empresa para verificar que se mantengan en óptimas condiciones de mantenimiento, seguridad, limpieza y eficiencia operativa.
- Dirigir y administrar los recursos materiales y humanos de su dirección atendiendo y motivando al personal a su cargo, sus condiciones de trabajo y fomentando la capacitación.
- Cumplir y hacer cumplir las normas de calidad en el servicio.

NOMBRE DEL CARGO:	JEFE FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO
AREA A QUIEN PERTENECE:	Administración
A QUIEN SE REPORTA:	Gerente General
A QUIEN SUPERVISA:	Contador, Asistente de ventas y mercadeo

Requisitos del personal

Título Profesional en Finanzas y comercio exterior o carreras afines

Cursos especializados en inversiones y planeación financiera

Experiencia de 3 años en el desempeño de cargos de dirección superior en el área

Espíritu crítico; Alta capacidad de análisis y síntesis; Agudeza visual; Fluidez verbal; Capacidad de prevenir y adaptarse a varias situaciones.

Función principal

Administrar de manera eficiente los bienes, recursos materiales y servicios de la empresa y elaborar el presupuesto anual de la empresa, que responda a los objetivos estratégicos definidos por la administración además de buscar alternativas de negociación e interrelaciones comerciales internas y externas.

Funciones específicas.

- Procurar el equilibrio entre los activos y pasivos, optimizando el uso de los mismos. Analizar, mantener e informar la contabilidad de las transacciones económicas y financieras de la empresa.
- Contribuir en la definición de las políticas financieras, inversiones, etc.
- Asegurar el cumplimiento de la ley, reglamentos y demás disposiciones de los órganos de gobierno.

- Entregar informes del dinero que ingresa y egresa de la empresa.
- Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores. Recibe informes de los jefes de cada área. Realizar seguimientos a los pagos para su cancelación oportuna.
- Controla los pagos efectuados al personal administrativo u obrero por diversos beneficios.
- Elabora los factores de justificación de los avances a justificar y de los fondos fijos y caja chica

NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR
AREA A QUIEN PERTENECE:	Administrativa
A QUIEN SE REPORTA:	Jefe administrativo y financiero

Requisitos del personal:

Intelectuales

Título superior en Contabilidad y Auditoría (CPA)

Experiencia 2 años cargos similares

Alto conocimiento de la Ley Tributaria Labora, Seguro Social; Ley Societaria, Ley de Compañías

Agilidad numérica; Agudeza visual;

Aptitudes

Carácter muy discreto y exigente deserción acentuada en asuntos confidenciales

Destreza para la utilización de equipo informático

Responsabilidad

Manejo de documentos confidenciales de alta prioridad para la empresa

Condiciones de trabajo

Lugar alejado del ruido, con alta luminosidad

Función principal

Cooperar con el Jefe Financiero ayudándole a llevar un control de estados financieros y cuentas de la empresa y controlar la contabilidad de la empresa e intervenir todos los documentos de cobro y pago correspondientes.

Funciones específica

- Realizar notas de contabilidad, recibos, cupones, asientos de ajuste y otros.
- Realizar análisis de cuenta y establecer saldos y/o preparar ajuste.
- Interpretar cuadros estadísticos del movimiento contable y cuadro de costos.
- Preparar informes técnicos sobre el movimiento contable y efectuar conciliaciones bancarias.
- Ordena y clasifica comprobantes contables.
- Formula declaraciones e impuestos.
- Archiva documentos contables.
- Ayuda a la preparación de presupuestos.
- Lleva el control de cuentas bancarias

NOMBRE DEL CARGO:	JEFE DE PRODUCCION
AREA A QUIEN PERTENECE:	Producción
A QUIEN SE REPORTA:	Gerente General
A QUIEN SUPERVISA:	Asistente de proceso, Asistente de Calidad

Requisitos del personal:

Título: Profesional en Ingeniería Industrial o Ingeniería de Procesos

Experiencia mínima 4 años en áreas similares.

Capacidad para analizar, organizar y presentar datos numéricos, por ejemplo, datos porcentuales y manejo de indicadores.

Función Principal

Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, Controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.

Funciones específicas

- Responsable del mantenimiento del clima laboral adecuado.
- Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que implican nuevos proyectos de producción.
- Mantener una comunicación interdepartamental fluida, con el fin de informar sobre el desarrollo de la producción, productos y cantidades fabricadas, plantear las mejoras que tengan lugar; mejorando así la calidad de los productos, los tiempos de producción y la disminución de los costos.
- Garantizar en colaboración con los responsables de los departamentos de Recursos Humanos y Aseguramiento de Calidad, que se imparta una formación inicial y continuada, adecuada al personal de Producción.
- Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa.
- Proponer a su jefe inmediato la adquisición de nueva maquinaria a fin de mejorar la productividad, según las necesidades del departamento.
- Programar las actividades de su departamento de acuerdo al plan de producción
- suministrado por la Gerencia de Planeación, a fin de optimizar las entregas de producto terminado a tiempo.

- Presentar a la Gerencia reportes de tiempos de producción, horas hábiles laboradas, permisos y ausentismos, que permitirán medir la realidad del rendimiento horas hombres.
- Velar por la aplicación periódica de la evaluación de desempeño de su personal operario, garantizando así la adecuada aplicación del adiestramiento suministrado en relación a las Normas de Buenas Prácticas de Manufactura, Higiene y Seguridad Industrial y cualquier otra información impartida a través de los programas de capacitación, y necesaria para alcanzar los niveles de calidad y productividad esperados.
- Optimizar el espacio industrial, mejorando el flujo de los procesos productivos
- realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra.
- Colaborar con sus conocimientos cuando se requiera remodelar o implementar un área en la compañía.

CARGO:	ASISTENTE DE VENTAS Y MERCADEO
AREA A QUIEN PERTENECE:	Ventas
A QUIEN SE REPORTA:	Jefe Administrativo

Requisitos del personal

Título Ingeniero en Marketing o carreras afines

Experiencia de 2 años en cargos similares

Cursos de especialización en ventas y negociación

Don de mando y liderazgo participativo; Fluidez verbal; Introversión equilibrada;

Espíritu crítico y creador; Personalidad atrayente y cortés

Condiciones de trabajo

Computadora adecuada para manejo de bases de datos

Teléfono Internacional

Función principal

Realiza el control de la gestión de ventas, se encarga de la formación del personal del departamento, este reporta sus actividades a su inmediato superior, además elabora informes cuantitativos y cualitativos con respecto a las ventas. Analiza el material soporte para las ventas, y ejecuta estrategias de marketing.

Funciones específicas

- Registrar y monitorear las transacciones derivadas de las ventas.
- Revisar y mantener actualizados los registros contables utilizados para el control de las ventas.
- Verificar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los clientes en relación a los pedidos y entregas de los productos y servicios.
- Verificar los registros contables y administrativos del departamento de ventas, e informar las novedades y resultados de los mismos.
- Revisar la aplicación correcta de precios y procesos de cálculo aplicados a las ventas, productos y servicios.
- Cuando se detecten fluctuaciones anormales en el proceso de facturación, investigar las causas que lo generan e informar al jefe del área para su corrección y verificación.
- Validar y evaluar la información contable y administrativa recibida por cualquier medio.

- Corregir los errores detectados o rechazar e informar a los responsables para su corrección según aplicación contable y las políticas y procedimientos de la empresa.
- Vigilar permanentemente la caja menor y hacer las debidas reposiciones de dinero cuando se necesite para los gastos de menor cuantía.
- Atender al cliente

NOMBRE DEL CARGO:	ASISTENTE DE PROCESO
AREA A QUIEN PERTENECE:	Producción
A QUIEN SE REPORTA:	Jefe de Producción

Requisitos del personal

Estudios: Titulo de tercer nivel en la especialidad de Ing. Industrial o en Alimentos en universidad de prestigio.

Programas Informáticos: Entorno Windows, Outlook, Internet explorer.

Experiencia laboral: Mínimo de 3 años en producción de productos del mar.

Conocimientos generales: Conocimiento de un sistema de Calidad ISO: 9000, manejo de personal.

Aptitudes

Capacidad de planificación y organización, liderazgo, orientación a resultados, comunicación, razonamiento lógico.

Función principal

Asistir a la Gerencia de Producción en la supervisión y coordinación de las actividades orientadas a mejorar los indicadores de producción, como asegurar la calidad del producto.

Funciones específicas

- Administrar, supervisar y capacitar a los operadores en función al desarrollo óptimo de la producción.
- Proponer mejoras en los diferentes procesos productivos de la empresa.
- Actualizar la documentación asignada bajo su responsabilidad (Planes, instructivos, procedimientos).
- Ejecutar actividades relacionadas a labores de orden y limpieza.
- Proveer, supervisa e inspecciona el uso de implementos de seguridad del personal; así como el cumplimiento de las normativas de seguridad.
- Supervisar las normas de higiene y conducta personal.
- Ejecutar actividades relacionadas con el cierre de productos no conformes y reclamos (ISO 9001).
- Coordinar la labor inherente al mantenimiento correctivo, preventivo y predictivo de los equipos.
- Asistir en todas las labores que le delegue el Gerente de Producción.

NOMBRE DEL CARGO:	ASISTENTE DE CALIDAD
AREA A QUIEN PERTENECE:	Producción
A QUIEN SE REPORTA:	Jefe de Producción

Requisitos del personal

Estudios: Título de tercer nivel en la especialidad de Ing. Industrial o en Alimentos en universidad de prestigio.

Programas Informáticos: Entorno Windows, Outlook, Internet explorer.

Experiencia laboral: Experiencia en elaboración y diseño de Documentación, Procedimientos y Métodos,

Conocimientos generales: Conocimiento de un sistema de Calidad ISO: 9000, manejo de personal.

Aptitudes

Capacidad de planificación y organización, liderazgo, orientación a resultados, comunicación, razonamiento lógico.

Función principal

Apoyar, Asesorar y Dirigir las actividades relativas al proceso de Calidad e Innovación (ISO 9001). Reporta directamente al jefe de producción, dando seguimiento, supervisión y guía al correcto desarrollo del producto, el aseguramiento del satisfactorio proceso de auditoría del cumplimiento de la norma y su constante y permanente actualización.

Funciones específicas.

- Velar por el cumplimiento de cada etapa del proceso de implantación de las normas y estándares de calidad.
- Supervisar el desarrollo de todos los aspectos de las normas y estándares de calidad.
- Estudiar e Investigar el diseño oportuno de procedimientos, su documentación e implantación, en todas las áreas administrativas.
- Asesorar y Recomendar las medidas pertinentes para la elaboración de toda la documentación de cada unidad administrativa.
- Armonizar la documentación según cada unidad administrativa y cada capítulo correspondiente de las normas y estándares de calidad.
- Velar por la correspondiente capacitación y conocimiento sobre el uso y manejo de los procedimientos, documentación y actividades propias de cada unidad administrativa con respecto a las normas y estándares de calidad.

NOMBRE DEL CARGO:	OPERADOR
AREA A QUIEN PERTENECE:	Producción
A QUIEN SE REPORTA:	Jefe de Producción y asistente de proceso

Requisitos del personal

Estudios: Título de segundo nivel o estudios de tercer nivel.

Programas Informáticos: Entorno Windows, Outlook, Internet explorer.

Experiencia laboral: Mínimo de 3 años en producción de productos del mar.

Conocimientos generales: Conocimiento de un sistema de Calidad ISO: 9000, y conocimientos de la maquinaria que se utilizan en el proceso.

Aptitudes

Capacidad de planificación, organización, orientación a resultados, comunicación, razonamiento lógico.

Función principal.

Asistir al jefe de producción y al asistente de proceso, coordinar y ejecutar el proceso de producción de acuerdo al manual establecido.

Funciones específicas.

- Cumplir con las normas de limpieza y orden.
- Asistir en todas las labores que delegue el jefe de producción y asistente de proceso.
- Cumplir con las normas ISO 9001.
- Ejecutar el manual del proceso de producción.
- Cumplir con las normas de limpieza e higiene para las maquinarias.

Capítulo 4

Plan de marketing y análisis del entorno.

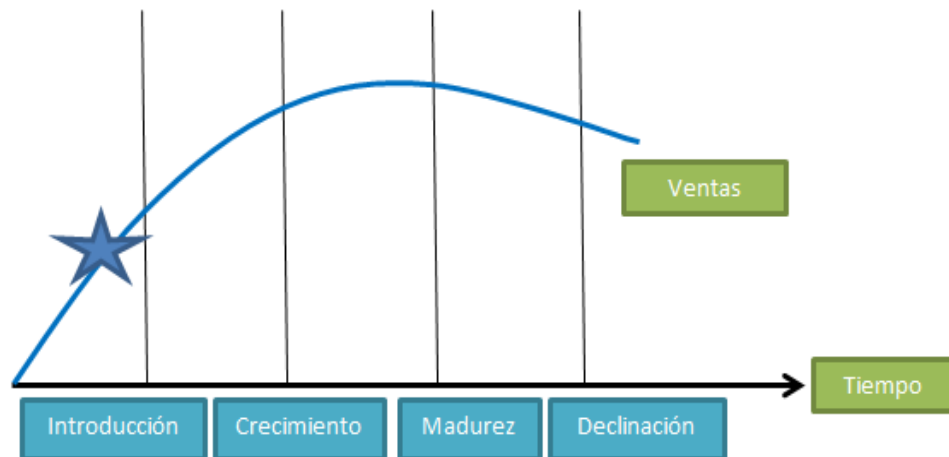
4.1 Ciclo de vida del producto.

Ciclo de vida del producto se llama a la evolución en ventas que tiene el producto en el mercado lo cual está constituida por cuatro etapas: Introducción, crecimiento, madurez y declinación.

Nuggets de pescado es un producto nuevo en el mercado de España por lo que se pudo determinar que el producto se va a ubicar en la etapa de introducción, en esta etapa los primeros meses serán bajo en ventas, pero existe la oportunidad de empezar con un precio medio alto en el mercado ya que hasta el momento no existen competidores directos para el producto.

Los ingresos para esta etapa podrían ser bajos o negativos por lo que se tiene que realizar varios gastos de distribución y promoción para dar a conocer el producto, lo que se espera recuperar con los meses cuando el producto este en la etapa de crecimiento y por consiguiente en madurez de acuerdo a la aceptación de la demanda.

Figura 40 Ciclo de vida



Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

4.2 Matriz Ansoff.

La matriz Ansoff es un modelo estratégico que permite medir las oportunidades de crecimiento de la empresa, existen cuatro estrategias de crecimiento del producto.

Figura 41 Matriz Ansoff

		Productos	
		Actuales	Nuevos
Mercados	Actuales	Penetración de mercado	Lanzamiento de nuevos productos
	Nuevos	Desarrollo del mercado	Diversificación

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

- Penetración en el mercado:

Se refiere a un producto o servicio actuales en un mercado actual las estrategias son:

- ◆ Aumento de venta del mercado actual.
- ◆ Atraer nuevos consumidores.
- ◆ Atraer a los clientes de la competencia.

- Desarrollo del producto:

Consiste en la venta de nuevos productos en mercados actuales.

- ◆ Impulso de nuevos tamaños o modelos.
- ◆ Establecer un valor agregado a los productos ya existentes.
- ◆ Desarrollo de variedades del producto.

- Desarrollo del mercado.

Se trata de la venta de productos actuales en mercados nuevos.

- ◆ Estrategias de nuevos canales distribución y posicionamiento.
- ◆ Atracción de otros sectores del mercado.
- ◆ Nuevos usos para el producto.
- Diversificación.

Consiste en la venta de un nuevo producto en un nuevo mercado. Esta es la estrategia que utilizará la empresa por no existir competidores directos para el producto de acuerdo a esto podemos penetrar en este mercado con un precio alto pero guiándonos por la línea de precios de los competidores indirectos.

4.3 Matriz Boston Consulting Group (BCG)

La matriz es un método de análisis estratégico de cartera de negocios en el cual implica la participación relativa del producto en el mercado y del crecimiento del mercado.

Esta matriz ayuda a decidir prioridades para los distintos tipos de negocios o empresa, decisiones como invertir, desinvertir o abandonar el negocio.

Esta matriz tiene cuatro segmentaciones:

Figura 42 Matriz BCG Boston Consulting Group



Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor

- **Estrellas.**

Se refiere a productos con un rápido crecimiento y alta participación en el mercado lo que quiere decir que la empresa ha tenido una alta inversión y por consiguiente tiene una alta rentabilidad convirtiéndose en el líder en un mercado de crecimiento.

- **Vacas de efectivo.**

Este segmento se dirige a los productos de crecimiento bajo pero con alta participación en el mercado, lo que se refiera a una alta rentabilidad pero con una baja inversión, este método puede ser para los productos que no son nuevos pero ingresan en el mercado y tienen una buena rentabilidad ya que el producto ingresa al mercado en una etapa de madurez, es cuando la estrella no puede invertir más entonces la empresa se convierte en vaca de efectivo.

- **Interrogantes.**

Este indicador corresponde al gran crecimiento y poca participación del producto en el de mercado lo cual se interpreta que la empresa tiene una baja rentabilidad o nula pero con una alta inversión, en este método ingresan la mayoría de los nuevos productos ya que se encuentran en la etapa de introducción del ciclo de vida del producto, es donde la empresa invierte más pero los primeros meses de la empresa su rentabilidad es baja.

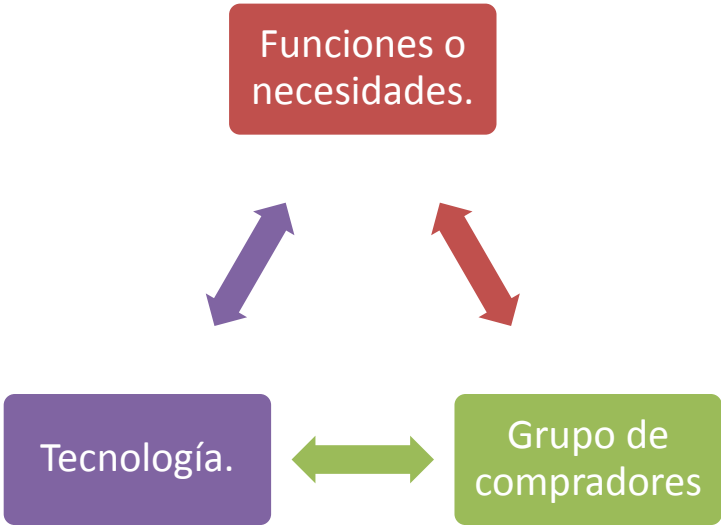
- **Perro**

Son productos de un bajo crecimiento y una baja participación en el mercado es decir que tienen una baja rentabilidad y poca inversión, estas empresas son las que se mantienen por ellas mismas, pero no genera expectativas de crecimiento o rentabilidad.

De acuerdo a lo antes expuesto se determinó que el producto nuggets de pescado estará en el segmento de **interrogante** ya que el producto es nuevo en el mercado y no tiene competidores directos además la empresa empieza con una alta inversión en el mercado por lo que la empresa a su vez puede tener en sus primeros meses una pérdida, se espera que a medida que pasa el tiempo la empresa se convierta en una vaca de efectivo es decir tener una alta participación en el mercado pero con una baja inversión para de esta manera tener una rentabilidad.

4.4 Macro Segmentación.

Figura 43 Macro segmentación



Fuente: Autor.
Elaborado por: Autor.

La macro segmentación ayuda a la empresa a distinguir el campo o mercado en el cual la empresa se pondrá en marcha además ayuda a identificar los factores claves para controlar y precisar el mercado de referencia.

El esquema de la macro segmentación está compuesto por tres enfoques:

- **Funciones o necesidades:**

Aquí se enfoca en las necesidades que se va a satisfacer, las necesidades que el producto va a satisfacer al mercado meta es ofrecer un nuevo producto saludable y de rápida cocción se busca satisfacer a hombres y mujeres que disfrutan del entorno social que le gusta realizar reuniones en casa.

y por eso consumen productos de fácil preparación. Niños, jóvenes y adultos que gustan de las "comidas rápidas". El nicho de mercado son hombres y mujeres de clase media que carecen de tiempo para preparar productos complicados y con largo tiempo de preparación, estas características forman parte del grupo de consumidores de nugget de pescado.

- **Tecnología:**

Para satisfacer las necesidades que se mencionaron anteriormente se utilizara el uso de maquinaria de última generación como la moladora, la mezcladora que son de acero inoxidable, se contara también con congeladores industriales para mantener en buen estado el producto.

Además la empresa contara con la tecnología adecuada para estar en contacto tanto con los proveedores y con nuestros clientes, mediante el internet que ahora ofrece aplicaciones y servicios que ayuda a tener un contacto más rápido con las personas.

- **Grupo de compradores:**

El país escogido para la exportación de este producto es España con una población de 46.609.652 según el INE indica que existen 240.735 ecuatorianos residentes en España, hombres y mujeres conocedores de las diferentes especies de pescado que existen en nuestro país. En España la mayor población está entre la edad de 15 y 29 años, jóvenes que consumen este tipos de productos de comida rápida.

España es uno de los principales importadores de productos hechos de pescado el principal punto de distribución del producto de los nugget de pescado es en Madrid ya que es ahí donde se encuentra gran parte de la población de España y a su vez gran parte de los migrantes ecuatorianos.

4.5 Micro segmentación.

Una vez realizada la macro segmentación podemos determinar la micro segmentación en la cual podemos establecer las características de los compradores mediante los siguientes parámetros:

- Género: Hombres y mujeres ecuatorianos residentes en España.
- Edad: De 10 años en adelante.
- Intereses: Eventos sociales, estilo de vida muy agitada.
- Actividad: Niños que están en escuelas, hombres y mujeres con trabajo estable.

El cliente se caracteriza por ser un persona muy sociable que gustan realizar reuniones en casa y poder ofrecer el producto nugget de pescado como piqueo, también se caracteriza por llevar una vida cotidiana muy acelerada por el trabajo o estudios, hoy en día la mujer se caracteriza por realizar el mismo tiempo de trabajo que el hombre es por esto que ya no tiene tiempo suficiente

para preparar productos con bastante tiempo de elaboración y complicados. La mujer de hoy se caracteriza por comprar alimentos pre elaborados lo cual facilitan la preparación de alimentos.

Los niños también forman parte de nuestra clientela ellos se caracterizan por consumir alimentos creativos que los entretengan al momento de consumirlos es por esto que los nugget se los suele comercializar en restaurantes de comida rápida preferidos por los niños.

4.6 Fuerzas de Porter.

❖ Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación de los clientes o consumidores es medio alto ya que en el mercado de España si existe productos elaborados con pescado similares como son los deditos y filetes apanados fabricados por varias empresas españolas, Marfrio e Idesur son empresas dedicadas a la elaboración de distintos productos a base de mariscos. Una de las ventajas de este producto es que es de fácil preparación lo cual puede ser consumido también en los hogares, pero no existe una marca específica posesionada en el país de nuggets de pescado, ya que este producto no es muy comercializado.

Figura 45 Marfrio Filete de pescado.



Fuente: Empresa Marfrio
Elaborado: Empresa Marfrio

Figura 44 Marfrio Deditos de pescado.



Fuente: Empresa Marfrio
Elaborado: Empresa Marfrio

Figura 46 Hamburguesas de pescado



Fuente: Empresa Idesur.
Elaborado por: Idesur.

❖ Poder de negociación de los proveedores:

El poder de negociación entre los proveedores es alto ya que el ingrediente principal de este producto es el pescado, el pescado es una de las principales materias primas en el Ecuador es decir que no existe un índice de escasez de este alimento, es por esto que se podría negociar a buen precio este alimento por ser un producto que se comprará a los proveedores con mayor frecuencia.

❖ Amenaza de nuevos entrantes:

La entrada de empresas que ofrezcan este mismo producto es media alta porque existen nuevos sistemas por parte del Estado que apoyan e impulsan a los nuevos emprendedores, pero cabe mencionar que mientras más rápida sea la realidad de este proyecto se ganará mayor experiencia en la industria y mayor aceptación del cliente meta lo que podríamos ser una verdadera amenaza para los nuevos entrantes.

❖ Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de la existencia de productos sustitutos es alta ya que este es un producto considerado como comida rápida o de piqueo, en el mercado existen una gran cantidad de productos como estos por ejemplo nuggets de pollo brindado por la empresa Mc Donalds, deditos de queso, tiras de pollo, palitos de

pollo, por lo tanto el consumidor puede cambiar rápidamente el nugget de pescado con algún producto sustituto del mercado.

❖ Rivalidad entre competidores.

En el mercado español existen productos de comida rápida hechos con pescado, pero no existe una empresa que produzca y exporte nuggets de pescado con los apetecibles pescados y variedad existentes en el Ecuador. En Ecuador no existe empresa productora y exportadora de nuggets de pescado, por lo tanto la rivalidad entre los competidores es baja ya que este producto es un nuevo para el consumidor.

Conclusión y análisis de las fuerzas de Porter.

Tomando en cuenta los aspectos antes mencionados podríamos indicar que el producto nuggets de pescado tiene a favor la mayoría de las 5 fuerzas de Porter por ser un producto no muy comercializado y además por presentar un valor agregado a este alimento como es el de la variedad del producto, es por esto que en el aspecto de los competidores el producto nuggets de pescado no tiene un competidor directo, este factor no preocupa mucho a la empresa siempre y cuando la empresa mantenga un alto nivel de marketing y publicidad y a la vez ofreciendo un producto de calidad y buen precio, para que el producto pueda posicionarse en el mercado meta, estos factores también ayudan a la amenaza de nuevos entrantes ya que si se logra llamar la atención del cliente se puede alcanzar un alto nivel de fidelidad del consumidor haciendo que la empresa gane experiencia y reconocimiento en el mercado, de esta manera se contrarresta que los nuevos entrantes llamen la atención de nuestros clientes.

Entre las fuerzas de Porter el aspecto que es una debilidad para la empresa es la amenaza de productos sustitutos, ya que en el mercado español existen productos los cuales puedan reemplazar fácilmente a nuestro producto como por ejemplo los nuggets de pollo este es un alimento que se lo puede encontrar en

cualquier supermercado o restaurante, pero este aspecto es inevitable ya que depende de los gustos y preferencias del consumidor a pesar de que la empresa tenga un alto posicionamiento en el mercado y haya alcanzado un alto nivel de fidelidad del consumidor los consumidores podrían buscar otras alternativas de productos de diferente elaboración, es por esto que se define la amenaza de productos sustitutos a un nivel alto.

En cuanto a la negociación con los proveedores el poder de negociación es alto ya que la principal materia prima es el pescado.

La pesca en el Ecuador es una de las principales actividades del país, existe un alto índice de variedad y cantidad de pescados en las costas ecuatorianas, es por esto que existen varias piscifactorías en el país con las cuales la empresa podría negociar buscando un buen precio para el producto y como el pescado es un alimento que se comprará masivamente se podría negociar el precio con los proveedores obteniendo un precio asequible, esto conlleva a que el producto final tenga un costo y precio final positivo para la empresa ya que se podría ofrecer un alimento económico para el consumidor.

En cuanto a la negociación del cliente a este factor lo consideramos medio alto ya que como se mencionó anteriormente no existe nuggets de pescado en el mercado pero si existen productos sustitutos, además este alimento se lo puede preparar con facilidad en el hogar por lo que se debe mantener el precio de acuerdo al mercado.

4.7 Marketing Mix. 4 P's

4.7.1 Producto:

El producto nuggets de pescado es un alimento saludable de rápida cocción, su ingrediente principal es el pescado un alimento de consumo diario con altos nutrientes para el ser humano, este alimento se ofrecerá en una caja en el cual contiene 12 porciones de nuggets de pescado congelados.

Para llamar la atención de los consumidores hacia el producto se utilizaran estrategias como:

- Un empaque moderno con colores llamativos para que el cliente se sienta identificado con el producto.
- En el empaque contara los valores nutritivos que tiene el producto de acuerdo a sus componentes.
- A medida que pase el tiempo se tomará los parámetros adecuados para que el sabor del producto sea el mismo.
- Una vez que el producto este introducido en el mercado se ofrecerá el producto en otras presentaciones y tamaños.

4.7.2 **Precio:**

Para determinar el precio del producto se toma en cuenta la información de las encuestas realizadas que se demostró anteriormente, en la cual se pudo observar que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto por un precio entre \$2 a \$3 por una caja de 12 porciones de nuggets de pescado.

A continuación se muestra los datos recolectados en las encuestas en la cual se obtiene un precio promedio, de acuerdo a la ponderación o el porcentaje de la frecuencia relativa por lo que se obtuvo los siguientes datos.

Cuadro 18 Cálculo del precio

Opciones	promedio	porcentaje	Ponderado
de \$ 1 a \$ 2	1.5	16.73 %	0.25095
de \$ 2 a \$ 3	2.5	45.09 %	1.12725
de \$ 3 a \$ 4	3.5	38.18 %	1.3363
			2.7145

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor

De acuerdo a las respuestas de los 275 encuestados los cuales indicaron que si consumirían nuggets de pescado se calcula el precio mediante la siguiente formula.

$$\bar{x} = (\$1.5 \times 16.73\%) + (\$2.5 \times 45.09\%) + (\$3.5 \times 38.18\%)$$

$$\bar{x} = 2.71$$

Con los resultados obtenidos se obtuvo que el costo de venta del producto por caja sea de \$ 2.71.

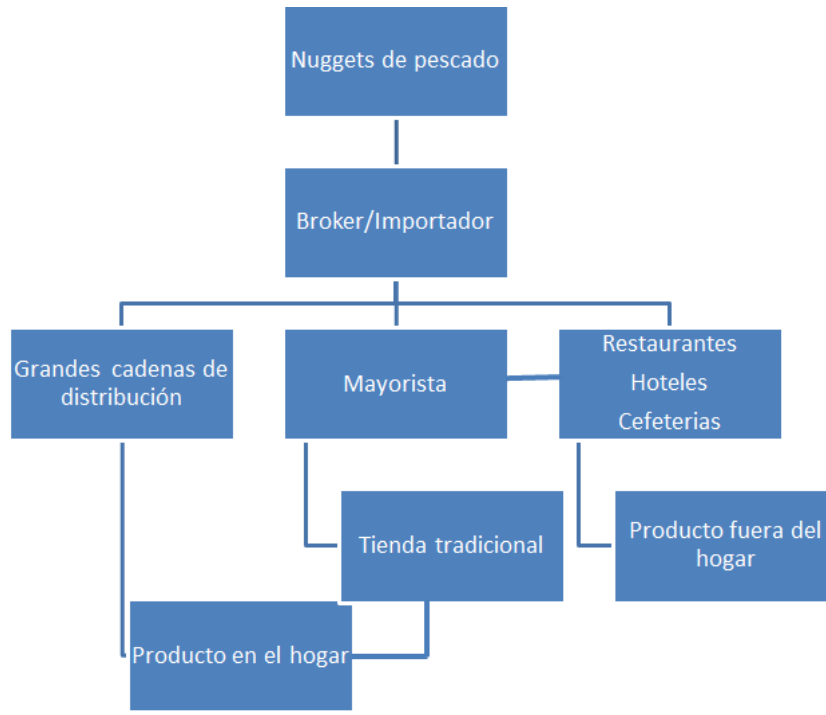
4.7.3 Plaza:

El producto será comercializado en el exterior el primer país meta es España, por lo tanto el producto se comercializará en las 4 principales ciudades de España como Barcelona, Madrid, Valencia y Sevilla donde existe una gran cantidad de ecuatorianos residentes en España ya que son conocedores de los pescados ecuatorianos.

Para que el producto llegue a los consumidores meta, Nuggets de pescado será comercializado en los supermercados, restaurantes de España, para llegar a ellos se buscará un Broker o Importadores.

A continuación se mostrará el canal de distribución del producto para llegar a los consumidores meta.

Cuadro 19 Canal de distribución.



Fuente: Pro Ecuador.

Elaborado por: Autor.

El broker o importador seleccionado para la distribución del producto es la empresa Lap Brokers Aviatio es una empresa dedicada a la importación y distribución de pescado congelado la persona de contacto es el señor José Luis López López, dirección de contacto: Arturo Soria 330 11 A 28033 – Madrid España.

Se espera que el broker o importador comercialice el producto en los mercados de abastos más importantes en España entre estos se tiene a:

- Mercamadrid.
- Mercabarna.

Y en los principales supermercados como:

- Mercadona.
- Carrefour.
- Dia.
- Eroski.

4.7.3 Promoción:

Mediante la promoción se busca comunicar del producto a los consumidores meta, para realizar la estrategia promocional se destacaran los siguientes elementos:

4.7.3.1 Publicidad.

Con la publicidad se espera que el producto se dé a conocer y los instrumentos de ayuda son los medios de comunicación, el medio de comunicación en el cual el producto será promocionado es en la televisión entre los principales canales de televisión de España se tiene a:

- Antena 3.
- RTVE tv.
- La Sexta.
- Neox tv.
- Cuatro tv.

El canal elegido para comercializar el producto es La Sexta por tener uno de los precios más económicos en el mercado, el comercial se transmitirá en una franja horaria de 08:00 am a 12:00 am ya que es el horario determinado en el cual las madres de familia se dirigen al supermercado o están pensando que almuerzo van a consumir en el día, el costo de la transmisión del comercial es de 390 euros que sería 540 dólares mensual.

Además, se creará una página web en la cual incluirá la variedad de pescados con la que se realiza el nugget, el consumidor podrá conocer las características de estos pescados con la finalidad de que sepan los nutrientes que este tiene, existirá un foro para que los consumidores puedan emitir sus comentarios en la página web de esta manera se puede conocer la satisfacción o insatisfacción del cliente, también incluirá un menú de distintas maneras y distintos platos en los que se puede preparar el producto.

Para la promoción también se va a utilizar las redes sociales como Facebook y Twitter e Instagram ya que son las principales redes sociales a nivel mundial por lo tanto se puede dar a conocer en distintos países.

4.7.3.2 **Promoción en ventas.**

Para incentivar a la compra de nuggets de pescado de nuestros clientes metas se tomara los siguientes tipos de promoción de ventas como:

- A futuro se incluirá un tipo de salsa o aderezo para los nuggets de pescado como; salsa de queso, salsa golf, salsa BBQ y salsa agridulce.
- Otra manera de promocionar el producto es ofrecer una degustación en las principales cadenas de supermercados.

4.7.3.3 **Merchandising.**

Con esta técnica se busca seguir influyendo en el consumidor. La técnica de Merchandising permite que se ofrezca el producto con mejor calidad reuniendo todas las herramientas y técnicas para que el producto llame la atención al mercado objetivo, se buscara que el cliente meta este cerca del producto para que pueda probarlo, olerlo y saborear este alimento, se dará a degustar el producto en congresos realizados en España o a través de las diferentes ferias o exposiciones realizadas en Ecuador.

4.8. Análisis PEST.

Aspectos políticos

- Presidente: Mariano Rajoy
- Periodo gubernamental: 21 de Diciembre del 2011
- Vicepresidente: Soraya Saenz de Santamaría.
- Perfil del gobierno: parlamentarismo, estado unitario, monarquía constitucional.
- Estabilidad política: estable.
- Acuerdos comerciales: Unión europea,
- Deuda externa: 1, 750,268 millones de euros.
- Miembro de acuerdos: Organización del Tratado Atlántico Norte (OTAN), Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización de Estados Iberoamericanos OEI, grupo de los 20 (G20).

Aspectos económicos.

- Unidad monetaria: Euro.
- Inflación interanual: 1,2 % abril 2013
- Inflación mensual: 0,4 %
- Tasa de desempleo: 12,1 %
- Productividad laboral: -0,2 %
- Balanza de cuenta corriente: 2,45 %
- P.I.B (producto interno bruto): 1.072.212 millones euros – 1.340.266 millones dólares.
- Costo laboral unitario: 1

Aspectos Sociales.

- Población: 47,27 millones habitantes en el 2012.
- Pobreza: 27.31 %
- Religión dominante: Católica.
- Idioma oficial: español.

- Índice de desarrollo humano: 0,88 en el 2012
- Inmigración: Un 12 % de la población residente en España son extranjeros con un número mayor de rumanos (796.576 personas), marroquíes (710.401 personas) y ecuatorianos (413.715 personas)

Aspectos tecnológicos.

- Energía eólica: España es uno de los principales productores de energía eólica.
- Desalinización: España tiene un sistema avanzado de desalinización brindando agua sostenible para millones de personas.
- Infraestructura: Las empresas españolas lideran en el desarrollo de infraestructuras.
- Operadoras de teléfono móvil: 3 operadoras.

4.9 Análisis FODA.

Figura 47 FODA



Parte Externa

Oportunidades

- Ser líder en el mercado por no existir competidores.
- Atracción de una nueva segmentación de mercado.
- Entrar a un nuevo mercado internacional.
- Acuerdos comerciales con el país de exportación para la existencia de preferencias arancelarias.

Amenazas

- La continuidad de la crisis económica en España provocará una demanda baja para el producto.
- Fragilidad ante la entrada de nuevos competidores.
- Crecientes barreras comerciales del país al que se exporta.
- Impuestos que afecten al producto.
- Existencia de productos sustitutos en el mercado.

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor

4.10 Tendencias del mercado en España.

El mayor consumo de pescado se concentra en los hogares con un 79.8% según una investigación del consumo de pescado en España realizada por Víctor Martín Cerdeño de la Universidad Complutense de Madrid, estos consumidores prefieren el pescado congelado y el lugar de preferencia para comprar productos elaborados con pescado es en los supermercados. (Cerdeño, 2007)

El pescado con el paso del tiempo ha ganado un espacio significativo en la lista alimentaria de los consumidores de pescado en España. Esto se ha dado ya que la tendencia es de consumir alimentos que ofrezcan un gran valor nutricional por salud y cuidado alimenticio.

Por causa de la crisis económica en España este alimento (el pescado) ha aumentado su demanda por ser un alimento económico para el consumidor.

Según estudios realizados por el Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana indica que la tendencia de los jóvenes de la unión europea tiene una gran capacidad adquisitiva y están dispuestos a las nuevas tendencias alimenticias que sean rápidos y fáciles de preparar y por esto los productos congelados y de alto valor agregado están en constante crecimiento. (Instituto de la Amazonia Peruana, 2008)

4.11 Productos sustitutos y relacionados.

Como productos sustitutos existen los nugget pollo en Ecuador existen de la marca Pronaca y la cadena de restaurantes Mc Donalds también ofrece este producto, nugget de camarón producido por la empresa ecuatoriana Escalnob S.A. que son productos que también se comercializan en el mercado y se los puede encontrar fácilmente en cualquier restaurante o supermercado.

Como productos relacionados existen los siguientes: deditos de pescado, filetes de pescado, dedos de queso, estos productos los ofrecen las empresas Facundo y Pronaca conocidas a nivel nacional, todos estos alimentos también son de fácil preparación y se caracterizan por ser comida rápida, también se las encuentra fácilmente en los restaurantes de comida rápida y supermercados.

4.12 Sector industrial del Ecuador.

Una empresa dedicada a la elaboración de nugget de pescado cumplirá un gran espacio en la industria ecuatoriana ya que la industria manufacturera es el sector que más contribuye a la economía del país, La rama de los alimentos y las bebidas es el que más influye para la aportación del producto interno bruto PIB, los productos de mar están dentro de los alimentos más exportados en el Ecuador representando un 21 % de las exportaciones industriales. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2009)

El producto aporta a la economía ecuatoriana no solo porque es un producto manufacturero sino también porque es un producto de exportación. Los lugares de destinos principales a los que se exporta los productos de pescado son: España, Italia y Argentina.

Este producto nugget de pescado pertenece a la partida arancelaria 1604.20.00.00 la descripción NANDINA es: las demás preparaciones y conservas de pescado.

A continuación se muestra el total de exportaciones por valor FOB – dólar de esta partida arancelaria a los 6 primeros países de exportación durante los tres últimos años.

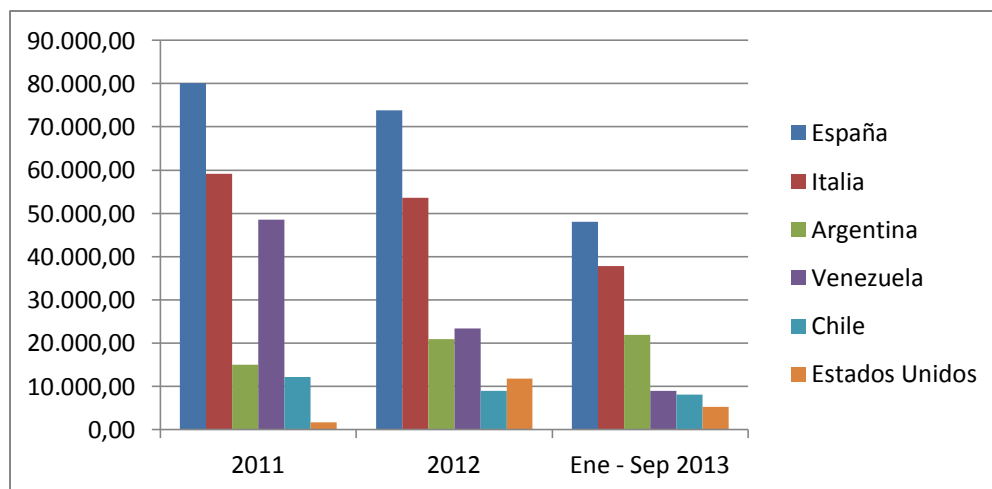
Cuadro 20 Primeros países de exportación

	España	Italia	Argentina	Venezuela	Chile	Estados Unidos
2011	80,132.83	59,090.67	14,983.46	48,501.01	12,232.65	1,672.74
2012	73,763.96	53,610.47	20,931.00	23,447.33	9,050.17	11,788.78
Ene. – Sep. 2013	47,994.44	37,869.21	21,870.48	8,936.78	8,183.94	5,338.83

.Fuente: Banco central del Ecuador.

Elaborado por: Autor.

Cuadro 21 Total de exportaciones por valor FOB - dólar.



Fuente: Banco central del Ecuador.

Elaborado por: Autor.

4.13 Análisis de la competencia.

El mercado ecuatoriano en la exportación de pescado es muy extenso ya que es un país que cuenta con una gran variedad de pescado para consumo nacional y para la exportación es por esto que la industria pesquera es uno de los principales aportadores a la economía ecuatoriana.

A pesar de que existe una gran cantidad de empresas nacionales exportadoras de pescado existen en menor cantidad las que elaboran productos pre fabricados a base del pescado.

Una de las empresas competentes en este mercado es la empresa Fresh Fish donde se origina en Manta – Ecuador, es una empresa procesadora de pescado fresco y congelado, empacados al vacío en diferentes presentaciones y tamaños, esta empresa exporta a países como Estados Unidos, Europa, Asia y países del caribe, entre los productos elaborados con el pescado ofrecen deditos de pescado, bolitas de pescado y pescado apanado, todos estos son productos relacionados con el nugget de pescado.

MARAMAR es una empresa comercializadora de productos acuícolas ofreciendo con su marca ecuatics productos del mar como el nuggets de tilapia y filetes apanados de tilapia, su buena presencia ha permitido posicionarse en el mercado Ecuatoriano, Colombiano y Peruano.

Otra de las empresas competidoras es una de las más representativas del Ecuador PRONACA es una empresa agropecuaria la cual con el trascurso del tiempo ingreso con su marca Mr. Fish ofreciendo productos de pescado desde el 2002 como el Chunk de pescado es un piqueo de dorado en trocitos.

Todas estas empresas antes mencionadas ofrecen productos de calidad y exportación la cual las hace muy representativas en el Ecuador, pero todos sus productos los hacen con pescado dorado y tilapia ya que tienen un valor internacional representativo pero son de alto de costo.

Lo cual da a este proyecto una ventaja competitiva ya que el producto que se ofrece es un alimento elaborado con las diferentes variedades de pescado que existen en el Ecuador y a menor costo.

En España también existen ciertas empresas que ofrecen productos precocidos hechos de pescado tales como las empresas de Sempere y Fuentes congelados que ofrece entre sus productos croquetas de pescado, otra de las empresas es SERPESKA que ofrece un producto llamado figuritas de pescado apanado. Estas dos empresas son muy conocidas por los consumidores españoles.

4.14 Análisis de mercado potenciales.

4.14.1 Mercado de Estados Unidos.

La propuesta para la exportación de nuggets de pescado va dirigida hacia la población de España donde existen gran cantidad de migrantes ecuatorianos conocedores de la riqueza fauna marítima con la que cuenta el Ecuador, siendo también que España se ha convertido en uno de los mayores consumidores de productos derivados del pescado.

Pero además uno de los países escogidos como mercado potencial para este producto es Estados Unidos por ser un país con una gran población de 313, 847,465, con un crecimiento poblacional del 0,9 % y con un PIB de 14.83 billones.

La tendencia de consumo de este país es que este país es conocido por su alto consumo de comidas rápidas y por llevar un estilo de vida muy agitado es por esto que el consumidor estadounidense se caracteriza por consumir productos que no le compliquen la vida ya que prefiere la comodidad, el consumidor estadounidense día a día se preocupa por consumir productos nutritivos.

Este país es el segundo mercado de mayor importación de productos marinos y la tendencia de consumo de pescado es creciente según estudios realizados por la FAO.

El instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PRO ECUADOR) incluye entre los productos potenciales de exportación a estados unidos el pescado refrigerado y congelado con una valoración estrella es decir que este producto tiene un mejor rentabilidad y crecimiento a largo plazo así como también representa una tasa creciente para la industria ecuatoriana. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012)

En este país es donde también existe una gran cantidad de migrantes ecuatorianos, existen aproximadamente 523.108 ecuatorianos, estos nos indica que estos serán nuestros próximos clientes meta.

4.15 Impactos generados por la empresa.

4.15.1 Impacto socioeconómico.

La creación de la empresa productora de nuggets puede ocasionar impactos positivos y negativos a la sociedad.

❖ Impactos sociales positivos.

- Brindar empleo a cierta cantidad de personas ecuatorianas.
- Aumento de divisas para el país.
- Aporte a la industria ecuatoriana.
- Mejorar el estilo de vida de las familias ecuatorianas.

❖ Impactos sociales negativos.

- Probable reducción de los materiales del proceso de producción por causa de la competencia.
- Posible escasez de la materia prima.

4.15.2 Impacto ambiental.

- Contaminación de la tierra por causa de los desechos de la fábrica, para evitar esta contaminación los desechos serán recolectados diariamente por el recolector de basura.
- La producción de nuggets de pescado podría ocasionar malos olores en la fábrica por causa de la evisceración del pescado, esto podría causar molestias a la comunidad.

La solución de este problema es que la empresa comprará el pescado ya eviscerado, evitando la contaminación en la comunidad y los malos olores.

Capítulo 5

Estudio financiero.

5.1 Antecedentes.

Una vez realizado el estudio técnico del proyecto en este capítulo se podrá demostrar si el proyecto es viable económicamente mediante el análisis proyectado de variables como gastos, ingresos, costo de producción, con esta información recolectada se podrá obtener las siguientes herramientas financieras como TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento), TIR (tasa interna de retorno) y el VAN (valor actual neto), mediante estos métodos podemos analizar si el proyecto es rentable.

5.2 Inversión inicial.

En la inversión inicial se encuentran los activos fijos para empezar este proyecto como el edificio para la producción de nuggets de pescado, el vehículo refrigerado para la distribución del producto al puerto, muebles y enseres para el área de administrativa, como este es un alimento procesado se necesita la maquinaria adecuada para la elaboración de este alimento los cuales se detallaron anteriormente en proceso de producción. En la siguiente tabla se demuestra los activos fijos que se va a utilizar, la cantidad, el precio por unidad de cada activo el precio total.

Cuadro 22 Activos Fijos – inversión

ACTIVOS FIJOS				
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			
3	ESCRITORIOS	70.00	210.00	10
2	SILLAS EJECUTIVAS	35.00	70.00	10
2	ACONDICIONADORES DE AIRE	600.00	1,200.00	10
3	SILLAS DE ESPERA	30.00	90.00	10
2	ARCHIVADORES	60.00	120.00	10
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1,690.00	
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>			
2	CALCULADORAS/SUMADORAS	30.00	60.00	3
1	MESA EJECUTIVA	150.00	150.00	10
1	TELEFAX	100.00	100.00	3
2	TELEFONOS	30.00	60.00	3
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		3,750.00	
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>			
6	COMPUTADORAS	500.00	3,000.00	3
3	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300.00	900.00	3
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		3,900.00	
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>			
2	ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	500.00	1,000.00	10
2	MOLEDORAS	2,000.00	4,000.00	7
2	MEZCLADORAS	3,000.00	6,000.00	7
2	CONGELADORES INDUSTRIALES	5,000.00	10,000.00	10
1	CORTADOR INDUSTRIAL	100.00	100.00	7
1	EMPAQUETADORA	15,000.00	15,000.00	7
1	BALANZA ANALITICA	5,000.00	5,000.00	7
1	BALANZA GRANERA	700.00	700.00	7
2	MESAS DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	1,000.00	2,000.00	10
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		43,800.00	
	<u>VEHICULOS</u>			
1	CAMION PEQUEÑO REFRIGERADO	30,000.00	30,000.00	5
	TOTAL VEHICULOS		30,000.00	
	<u>EDIFICIOS</u>			
1	LOCAL	30,000.00	30,000.00	50
	TOTAL EDIFICIO		30,000.00	
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			113,140.00	

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Recolectando los totales de cada activo fijo da un total de inversión de \$ 113,140.00, estos activos serán utilizados para empezar el proyecto.

5.3 Proyección de ingresos.

Para poder sacar la proyección de ingresos del proyecto se necesita el precio del producto y la cantidad que se va a producir o la que se espera vender.

El cálculo del precio fue presentado con anterioridad en el cuadro 4.2.

Para el establecimiento de la demanda en primer lugar se la determinó de acuerdo a la tasa de crecimiento (anexo 5.3) de la población de ecuatorianos en España, como en las páginas anteriores se estimó que el 80 % de los ecuatorianos en España consumirán pescado lo que dio un total de: 178.734 consumidores de mercado objetivo.

La participación del pescado en España es del 14 % en las 4 principales ciudades sacando la media o el promedio nos da un 3,5 % para cada ciudad, se estima que el producto como es nuevo en el mercado abarque las 4 principales ciudades de acuerdo a los objetivos planteados en el inicio y tenga una participación en el mercado del 2 % relacionándolo también con la tasa de crecimiento de la población de ecuatorianos en España puesto que esto será la mínima referencia de consumidores en este país, es decir que se utilizará el 75 % de la participación del pescado en el mercado.

Cuadro 23 participación del producto

	% de participación total	% de participación por ciudades
Pescado	14%	3.5%
Producto	75% de nuggets de pescado	2%

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

El total de la participación en el mercado del producto es del 8 % en España, este valor se lo multiplico por la población objetiva encontrada anteriormente que dio un total de 14.298,72.

Una vez encontrada el número de demanda de la población objetiva se multiplico por la tasa de crecimiento y se tiene una proyección de la demanda

de mercado dentro de los 5 años, también para esto se utilizó el porcentaje de frecuencia de consumo encontrado previamente en las encuestas, ya que este dato es necesario para encontrar la participación real de la empresa dentro del mercado (anexo 5.3.1)

Cabe mencionar que el producto es nuevo en el mercado por lo tanto los ingresos serán mínimos en los primeros meses hasta que se posicione en el mercado, para la cantidad de producción de nuggets de pescado se estimó porcentajes de asistencia del producto en el mercado, la frecuencia de compra y la tasa de crecimiento del mercado objetivo.

La variable para el cálculo de las proyecciones anuales en los estados financieros es del 5 % este porcentaje se tomó como referencia la inflación anual.

Cuadro 24 Ingresos anuales.

INGRESOS VENTAS ANUALES					
Ingresos	2014	2015	2016	2017	2018
Demanda	74,103	75,680	77,291	78,935	80,615
Precio nuggets	2.715	2.850	2.993	3.142	3.299
Ingresos nuggets de pescado	\$ 201,152.37	\$ 215,704.90	\$ 231,310.24	\$ 248,044.57	\$ 265,989.55
INGRESOS ANUALES	\$ 201,152.37	\$ 215,704.90	\$ 231,310.24	\$ 248,044.57	\$ 265,989.55

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

5.4 Proyección de gastos.

En la proyección de gastos se tomará en cuenta los gastos administrativos, gastos generales, gastos de ventas y los gastos de constitución.

En gastos administrativos se encuentran los sueldos y salarios de los empleados de la empresa (anexo 5.4), en los gastos generales se detalla el gasto por los servicios básicos para la empresa, en los gastos de venta consta el gasto por la publicidad, mano de obra indirecta y materiales directos (anexo 5.4.1), en los gastos de constitución se hace constar los gastos necesarios para empezar el proyecto como los gastos legales, gastos de aranceles e impuestos (anexo 5.4.2).

En el detalle de gastos también se va a incluir los gastos de depreciación para esto se va a calcular el detalle de depreciación por activo como se muestra a continuación.

Cuadro 25 Depreciación de activos

ACTIVOS FIJOS					
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL	Depreciacion
MUEBLES Y ENSERES					
3	ESCRITORIOS	70.00	210.00	10	21.00
2	SILLAS EJECUTIVAS	35.00	70.00	10	7.00
2	ACONDICIONADORES DE AIRE	600.00	1,200.00	10	120.00
3	SILLAS DE ESPERA	30.00	90.00	10	9.00
2	ARCHIVADORES	60.00	120.00	10	12.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1,690.00		
EQUIPOS DE OFICINA					
2	CALCULADORAS/SUMADORAS	30.00	60.00	3	20.00
1	MESA EJECUTIVA	150.00	150.00	10	15.00
1	TELEFAX	100.00	100.00	3	33.33
2	TELEFONOS	30.00	60.00	3	20.00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			3,750.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
6	COMPUTADORAS	500.00	3,000.00	3	1,000.00
3	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300.00	900.00	3	300.00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			3,900.00		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
2	ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	500.00	1,000.00	10	100.00
2	MOLEDORAS	2,000.00	4,000.00	7	571.43
2	MEZCLADORAS	3,000.00	6,000.00	7	857.14
2	CONGELADORES INDUSTRIALES	5,000.00	10,000.00	10	1,000.00
1	CORTADOR INDUSTRIAL	100.00	100.00	7	14.29
1	EMPAQUETADORA	15,000.00	15,000.00	7	2,142.86
1	BALANZA ANALITICA	5,000.00	5,000.00	7	714.29
1	BALANZA GRANERA	700.00	700.00	7	100.00
2	MESAS DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	1,000.00	2,000.00	10	200.00
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS			43,800.00		
VEHICULOS					
1	CAMION PEQUENO REFRIGERADO	30,000.00	30,000.00	5	6,000.00
TOTAL VEHICULOS			30,000.00		
EDIFICIOS					
1	LOCAL	30,000.00	30,000.00	50	600.00
TOTAL EDIFICIO			30,000.00		
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			113,140.00		
					13,857.33
					TOTAL DE DEPRECIACION

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Una vez detallado todos los costos del proyecto se obtiene el total de gastos en los que incurrirá la empresa durante los próximos 5 años como se muestra a continuación.

Cuadro 26 Detalle de gastos.

DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE	18,000.00	18,900.00	19,845.00	20,837.25	21,879.11
1	SECRETARIA	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
1	JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	12,000.00	12,600.00	13,230.00	13,891.50	14,586.08
1	JEFE DE PRODUCCION	12,000.00	12,600.00	13,230.00	13,891.50	14,586.08
1	ASISTENTE DE VENTAS Y MERCADEO	8,400.00	8,820.00	9,261.00	9,724.05	10,210.25
1	CONTADOR	9,600.00	10,080.00	10,584.00	11,113.20	11,668.86
1	MENSAJERO	4,080.00	4,284.00	4,498.20	4,723.11	4,959.27
1	ASISTENTE DE PROCESO	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65
1	ASISTENTE DE CALIDAD	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65
2	OPERADORES	10,800.00	11,340.00	11,907.00	12,502.35	13,127.47
	APORTE PATRONAL	11,290.68	11,855.21	12,447.97	13,070.37	13,723.89
	DECIMO CUARTO	1,460.00	1,533.00	1,609.65	1,690.13	1,774.64
	DECIMO TERCERO	7,040.00	7,392.00	7,761.60	8,149.68	8,557.16
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	115,070.68	120,824.21	126,865.42	133,208.70	139,869.13
GASTOS DE GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
	ENERGIA ELECTRICA	4,200.00	4,410.00	4,630.50	4,862.03	5,105.13
	TELEFONO	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
	SERVICIOS DE INTERNET	720.00	756.00	793.80	833.49	875.16
	UTILES DE OFICINA	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
	TOTAL GASTOS GENERALES	8,160.00	8,568.00	8,996.40	9,446.22	9,918.53
GASTO DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	6,480.00	6,804.00	7,128.00	7,452.00	7,776.00
	MANO DE OBRA INDIRECTA	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65
	MATERIALES DIRECTOS	28,398.96	29,818.91	31,309.85	32,875.35	34,519.11
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	42,078.96	44,182.91	46,375.85	48,662.25	51,046.76
GASTO DE CONSTITUCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	GASTO LEGALES Y CONSTITUCIÓN					
	PERMISO MSP					
	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO TASA HABILITACION Y CONTROL					
	PERMISO CUERPO DE BOMBEROS					
	ADQUISICIÓN MEDIDOR DE LUZ					
	ARANCELES E IMPUESTOS	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
	TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
	GASTOS DE DEPRECIACION	2,750.13	2,750.13	2,750.13	2,750.13	2,750.13
EGRESOS						
	TOTAL DE GASTOS	171,310	179,575	188,238	197,317	206,834

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

5.5 Estructura de financiamiento.

Para llevar a cabo el proyecto se va a necesitar una gran cantidad de activos fijos con el fin de obtener toda la maquinaria y artículos para la producción de nuggets de pescado, como se presentó anteriormente la inversión inicial para el producto es numeroso por lo tanto se ha decidido que se hará un préstamo del 73 % al Banco Guayaquil y el 27 % será de capital propio ya que es un solo inversionista en esta empresa, por lo tanto nos da lo siguiente:

Cuadro 27 Financiación del proyecto.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		113,140.00
Financiado	73%	83,140.00
Aporte Propio	27%	30,000.00
		113,140.00

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

La deuda que utilizará la empresa para financiarse será mediante préstamo bancario al “Banco de Guayaquil” con una tasa anual de interés de 17 % por un periodo de 5 años.

Cuadro 28 Tabla de amortización.

FINANCIAMIENTO					
TABLA DE AMORTIZACIÓN					
PERIODO	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	PAGO	SALDO
					83,140.00
1	16,628.00	14,133.80	2,494.20	2,494.20	66,512.00
2	16,628.00	11,307.04	5,320.96	7,815.16	49,884.00
3	16,628.00	8,480.28	8,147.72	15,962.88	33,256.00
4	16,628.00	5,653.52	10,974.48	26,937.36	16,628.00
5	16,628.00	2,826.76	13,801.24	40,738.60	-

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

5.6 Estimación de capital de trabajo.

Para calcular el capital de trabajo, que es el monto con el que la empresa puede contar para afrontar los gastos en relación de la producción de nuggets de pescado, se tomó en cuenta los ingresos mensuales del primer año de la empresa de acuerdo a las ventas originadas en ese lapso de tiempo.

Para el cálculo de los ingresos mensuales se utiliza la demanda establecida mensual y a esto se le multiplica por el nivel de participación mensual establecidos de acuerdo a la tendencia de consumo y a la mayor temporada de pesca. (Anexo 5.6), luego de esto se procedió a proyectar los ingresos de la empresa con el 5 % establecido multiplicándolo por el precio para hallar los ingresos mensuales. (Anexo 5.6.1).

Con los ingresos y los egresos se puede obtener el saldo de caja mensual en el cual vamos a escoger el mes con mayor déficit o con menor ingreso entre los ingresos y egresos de ese año.

Realizando la resta de estos 2 rubros se pudo obtener que el mes con menor rentabilidad en el año será el mes de Enero con un flujo de caja de \$ 1957,54 esto se debe a que los egresos son mayores que los ingresos por lo que es el mes donde se va a tener mayor gastos para la producción de nuggets de pescado. Tal como se demuestra a continuación.

Cuadro 29 Capital de trabajo.

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos	16763	17601	18481	19405	20375	21394	22464	23587	24766	26004	27305	28670
Total de ingresos	16763	17601	18481	19405	20375	21394	22464	23587	24766	26004	27305	28670
Gastos												
Gastos Administrativos	9709	9709	9709	9709	9709	9709	9709	9709	9709	9709	9709	9709
Gastos Generales	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910
Gastos de venta	3507	3507	3507	3507	3507	3507	3507	3507	3507	3507	3507	3507
Gastos de construcción	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17	679.17
Total de egresos	14805	14805	14805	14805	14805	14805	14805	14805	14805	14805	14805	14805
total I-E	1957.54	2795.68	3675.72	4599.76	5570.01	6588.77	7658.46	8781.65	9960.99	11199.29	12499.51	13864.75

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

5.7 Valor de desecho.

Para poder calcular el valor de desecho se tuvo que sacar la depreciación de los activos fijos que es el desgaste de los activos fijos debido al uso o al tiempo de vida útil del bien, de acuerdo a la producción de nuggets de pescado. La depreciación se calculó entre la división del costo inicial del activo fijo y los años de vida útil del mismo.

Para calcular el valor en libros primero se calculará la depreciación acumulada que se obtiene de la multiplicación de la depreciación por los años en los que se deprecia el bien, dependiendo de estos años variara el valor en libros o valor de desechos, el total de valor de desecho proviene de la suma de valor en libro de cada activo fijo.

El total de valor en desechos que es el total de valor en libros de todos los activos fijos dio un total de \$ 1448.333333

Cuadro 30 Valor de desecho.

ACTIVOS FIJOS				VIDA UTIL	Depreciacion	Años de depreciacion	Valor de reposición	Depreciacion acumulada	Valor en libros final 5 años
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL						
MUEBLES Y ENSERES									
3	ESCRITORIOS	70.00	210.00	10	21.00	5		105.00	105.00
2	SILLAS EJECUTIVAS	35.00	70.00	10	7.00	5		35.00	35.00
2	ACONDICIONADORES DE AIRE	600.00	1,200.00	10	120.00	5		600.00	600.00
3	SILLAS DE ESPERA	30.00	90.00	10	9.00	5		45.00	45.00
2	ARCHIVADORES	60.00	120.00	10	12.00	5		60.00	60.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1,690.00						
EQUIPOS DE OFICINA									
2	CALCULADORAS/SUMADORAS	30.00	60.00	3	20.00	2	57.00	40.00	20.00
1	MESA EJECUTIVA	150.00	150.00	10	15.00	5		75.00	75.00
1	TELEFAX	100.00	100.00	3	33.33	2	95.00	66.67	33.33
2	TELEFONOS	30.00	60.00	3	20.00	2	57.00	40.00	20.00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			3,750.00						
EQUIPO DE COMPUTACIÓN									
6	COMPUTADORAS	500.00	3,000.00	3	1,000.00	2	2,850.00	2,000.00	1,000.00
3	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300.00	900.00	3	300.00	2	855.00	600.00	300.00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			3,900.00						
MAQUINARIAS Y EQUIPOS									
2	ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	500.00	1,000.00	10	100.00	5		500.00	500.00
2	MOLEDORAS	2,000.00	4,000.00	7	571.43	5		2,857.14	1,142.86
2	MEZCLADORAS	3,000.00	6,000.00	7	857.14	5		4,285.71	1,714.29
2	CONGELADORES INDUSTRIALES	5,000.00	10,000.00	10	1,000.00	5		5,000.00	5,000.00
1	CORTADOR INDUSTRIAL	100.00	100.00	7	14.29	5		71.43	28.57
1	EMPAQUETADORA	15,000.00	15,000.00	7	2,142.86	5		10,714.29	4,285.71
1	BALANZA ANALITICA	5,000.00	5,000.00	7	714.29	5		3,571.43	1,428.57
1	BALANZA GRANERA	700.00	700.00	7	100.00	5		500.00	200.00
2	MESAS DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	1,000.00	2,000.00	10	200.00	5		1,000.00	1,000.00
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS			43,800.00						
VEHICULOS									
1	CAMION PEQUEÑO REFRIGERADO	30,000.00	30,000.00	5	6,000.00	5		30,000.00	-
TOTAL VEHICULOS			30,000.00						
EDIFICIOS									
1	LOCAL	30,000.00	30,000.00	50	600.00	5		3,000.00	27,000.00
TOTAL EDIFICIO			30,000.00						
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			113,140.00						
					13,857.33				
					TOTAL DE DEPRECIACION		3914		
									1448.333333
									valor de desecho

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

5.8 Estimación de la TMAR.

La TMAR es la tasa mínima aceptable de rendimiento, para calcular la TMAR se utilizara el método de valuación de activos de capital CAPM este método se basa en que la inversión obtendrá una rentabilidad adicional a la esperada si se toma algún tipo de riesgo adicional.

La ecuación es la siguiente:

$$r_e = r_f + \beta(r_m - r_f) + r_{ecuador}$$

A continuación se detallara el significado y el valor que se le ha dado a cada uno de los elementos en la formula.

Datos:

R_f: Es el tesoro americano que va acuerdo al plazo de financiamiento que es de 5 años es el 2 % a la fecha del 17 de febrero.

β : Es el beta desapalancado esto se lo obtuvo del beta de acuerdo al sector de comida procesada que es el 0.85%.

R_m: Es el rendimiento del mercado esto se lo obtuvo de la bolsa de valores de Guayaquil que da el 12.40 %.

REcuador: Es el riesgo país se lo obtuvo en la página del Banco Central del Ecuador que da el 6.16 % al 16 de febrero.

Remplazando los valores se obtuvo que la Re es igual a 16.92500 %.

Aplicando estos datos a la formula presentada anteriormente se obtiene como Re.

Cuadro 31 Porcentaje Re.

COSTO PATRIMONIAL (Re)	16.92500%
------------------------	-----------

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Para el cálculo de la TMAR se necesitara los siguientes datos:

Cuadro 32 Datos para el cálculo de la TMAR

COSTO DE LA DEUDA	17%
TOTAL DEUDA	\$ 83,140.00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 30,000.00
TOTAL INVERSION	\$ 113,140.00
TMAR	16.98%

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

- La tasa de interés es el porcentaje de interés del préstamo bancario.
- Total de deuda es la cantidad en dólares de la deuda.
- Total de patrimonio es el aporte propio para el proyecto.
- Total de inversión es el dinero que se necesita para el proyecto.

La ecuación para el cálculo de la TMAR es la siguiente:

$$TMAR = \left[\left(\frac{Total\ Deuda}{Total\ Inversión} \right) + Tasa\ de\ interés \right] + \left[\left(\frac{Total\ Patrimonio}{Total\ Inversión} \right) + r_e \right]$$

Remplazando la formula con los datos obtenidos el resultado de la TMAR nos da lo siguiente:

Cuadro 33 Porcentaje de la TMAR

TMAR	16.98%
-------------	--------

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

5.9 Criterios de rentabilidad.

Una vez calculada la TMAR se va a calcular los criterios de rentabilidad que son la TIR que es la tasa interna de retorno esta tiene que ser mayor a la TMAR y el VAN que es el valor actual neto este tiene mayor a cero, con estos 2 factores se puede mostrar que el proyecto es factible.

La tasa interna de retorno TIR se obtuvo de los flujos netos de efectivo del flujo de caja proyectado a 5 años.

Cuadro 34 Flujo de caja proyectado.

FLUJO DE CAJA							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos		201,152.37	215,704.90	231,310.24	248,044.57	265,989.55	1,162,201.62
(-) COSTO DE VENTAS		42,078.96	44,182.91	46,375.85	48,662.25	51,046.76	232,346.73
UTILIDAD BRUTA		159,073.41	171,521.99	184,934.39	199,382.32	214,942.79	929,854.90
GASTOS OPERACIONALES							
Sueldos y salarios		115,070.68	120,824.21	126,865.42	133,208.70	139,869.13	635,838.15
Abono de capital		16,628.00	16,628.00	16,628.00	16,628.00	16,628.00	83,140.00
Gastos generales		8,160.00	8,568.00	8,996.40	9,446.22	9,918.53	45,089.15
Depreciacion		2,771.47	2,771.47	2,771.47	2,771.47	2,771.47	13,857.33
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES		142,630.15	148,791.68	155,261.29	162,054.38	169,187.13	777,924.63
UTILIDAD OPERACIONAL		16,443.26	22,730.31	29,673.10	37,327.94	45,755.66	151,930.27
PARTICIPACION EMPLEADOS	15%	2,466.49	3,409.55	4,450.96	5,599.19	6,863.35	22,789.54
IMPUESTO RENTA	22%	3,617.52	5,000.67	6,528.08	8,212.15	10,066.25	33,424.66
UTILIDAD NETA		10,359.26	14,320.10	18,694.05	23,516.60	28,826.07	95,716.07
DEPRECIACION		2,771.47	2,771.47	2,771.47	2,771.47	2,771.47	13,857.33
INVERSION	-\$ 113,140.00			3,914.00			3,914.00
GASTO DE CONSTITUCION	-\$ 8,150.00						-
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 1,957.54					1,957.54	1,957.54
PRESTAMO	83,140.00						-
AMORTIZACION		\$ -2,494.20	\$ -5,320.96	\$ -8,147.72	\$ -10,974.48	\$ -13,801.24	-40,738.60
VALOR DE DESECHO						1448.333333	1,448.33
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ -40,107.54	10,636.52	11,770.60	17,231.80	15,313.59	21,202.17	76,154.68

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Lo que la TIR da un total de:

Cuadro 35 Total del TIR.

TIR	23%
------------	------------

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

El VAN se obtuvo de los flujos neto de efectivo proyectados a 5 años con la TMAR.

Cuadro 36 Total del VAN

VAN	\$5,306.45
------------	-------------------

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

La TIR (23 %) dio mayor a la TMAR (16.98 %) y el VAN (\$ 5,306.45) es mayor a 0 esto quiere decir que el proyecto es viable.

5.10 Analisis de escenario.

Para el analisis de escenarios se tomara en cuenta 3 escenarios el optimista, moderado y pesimista.

El escenario optimista es el que se toman valores que mejoren lo previsto es aquí donde toda empresa espera estar a lo largo de su proyecto.

El escenario pesimista se parte desde el escenario moderado se toman valores que pueden empeorar la rentabilidad del proyecto.

En el primer escenario “optimista” se encuentra un aumento de materiales directos del 1 % debido al clima por un fuerte invierno hizo que exista una escases de harina de maíz y por lo tanto subió el precio de dicho ingrediente, este aumento del costo de la materia prima tuvo un fuerte impacto ya que influye directamente en el precio a un 2 %, si el riesgo país disminuye en 2 % cambia la TMAR a 16.95% realizando este escenario da como resultado una TIR de 30 % y VAN \$12,657.23. Este escenario es optimista ya que dio una TIR mayor a la TMAR y el VAN es mayor a 0.

Cuadro 37 Total del VAN y TIR “optimista”

VAN	\$12,657.23
TIR	30%

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Para el escenario “pesimista” se estimó que los materiales directos aumentarían en un 3 % debido a un fenómeno natural en los mares de la costa ecuatoriana por lo que provoco que exista peligro al momento de la pesca esto hace que se venda el pescado más caro, a pesar de que la materia prima aumento se va a disminuir el precio en un 1 % ya que existe

una entrada de nuevos competidores, además el riesgo país aumenta en un 2 % da una TMAR de 17.01 % a pesar de estos cambios igualmente dio como resultado una TIR mayor a la TMAR y un VAN mayor a 0.

Cuadro 38 Total del VAN y TIR “pesimista”

VAN	\$561.75
TIR	18%

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

El escenario moderado se realiza con los datos con el que se ha calculado el proyecto por lo que la variable será de 0 % este escenario es el que se ha planteado en el proyecto.

Cuadro 39 Total del VAN y TIR “moderado”

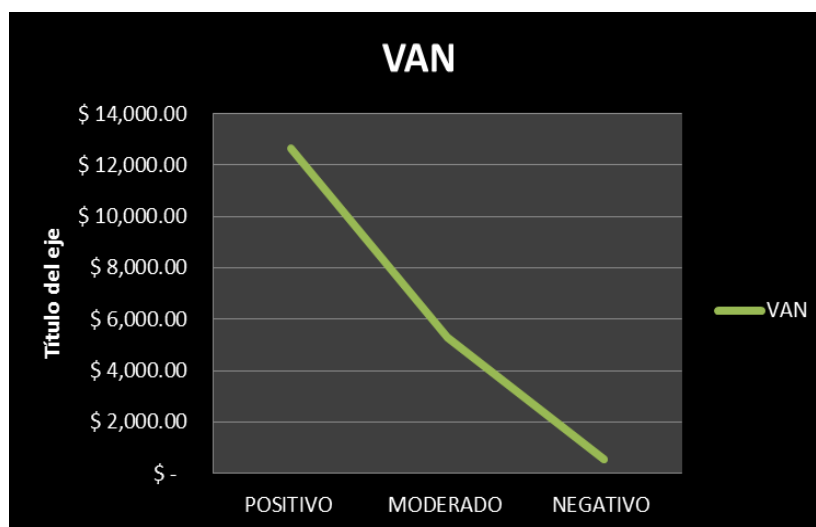
VAN	\$5,306.45
TIR	23%

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

A continuación se presenta el TIR Y VAN en los 3 escenarios expresados gráficamente.

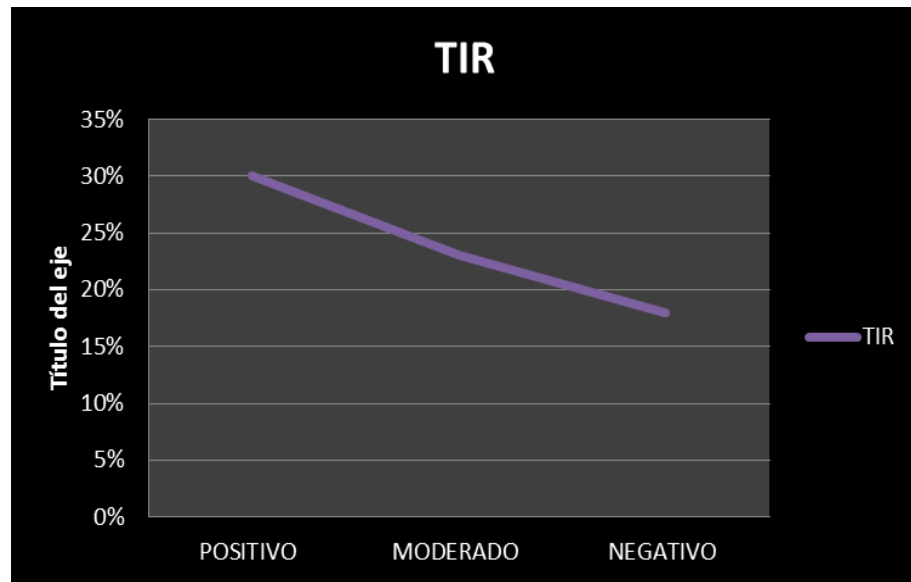
Figura 48 Escenarios VAN.



Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Figura 49 Escenarios TIR.



Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Conclusiones.

- Una vez realizado el estudio del proyecto se pudo determinar que producir y comercializar nuggets de pescado a España es factible.
- El mercado meta está dispuesto a consumir el nuggets de pescado por gustarles el pescado además por saber que el producto es nutritivo para el ser humano y se determinó que pagarían por un empaque de 12 porciones de nuggets de pescado a un precio de \$ 2.71.
- Se pudo descubrir que el cliente meta está dispuesto a consumir el producto cada 2 veces por semana.
- Se puede determinar que el proyecto es viable ya que la demanda del producto es creciente además se puede contar con la materia prima necesaria para la elaboración del producto.
- Gracias al estudio financiero realizado se puede determinar que el proyecto es factible ya que salió un valor actual neto mayor a cero. (\$ 5,306.45) es decir que es positivo.

Recomendaciones

- Por ser este producto nuevo en el mercado se recomienda realizar un plan de marketing con estrategias que impliquen dar a conocer al mercado meta el nuevo producto con la finalidad de cumplir con las ventas previstas y poder obtener la rentabilidad del proyecto.
- Para llamar la atención del producto hacia los consumidores se recomienda realizar una campaña masiva en las radios y televisión de España.
- Se recomienda implementar el proyecto ya que se pudo determinar que el proyecto es rentable a pesar de los distintos escenarios.

Bibliografía

- Abu Sabbah , S. (18 de Diciembre de 2009). *Salud en RPP*. Obtenido de <http://radio.rpp.com.pe/saludenrpp/el-pescado-y-su-valor-nutricional/>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *bce*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *bce*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Calderón Noblecilla , J. M., & Mendieta Jara , L. F. (Octubre de 2007). *Desarrollo de nuevo producto: nugget de camarón*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/709/1/86608.pdf>
- Cerdeño, V. J. (Octubre de 2007). *Consumo del pescado en España* . Obtenido de http://www.mercasa.es/files/multimedios/Consumo_de_pescado.pdf
- Food and Agriculture Organization. (2013). *FAO*. Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/FI/STAT/summary/inicio.htm>
- Instituto de la Amazonia Peruana. (2008). Obtenido de <http://www.iiap.org.pe/promamazonia/sbiocomercio/Upload%5CLineas%5CDocumentos/531.pdf>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2012). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/X-1205-PESCADO-CONGELADO-MUNDO.pdf>
- Instituto nacional de estadística. (julio de 2013). *ine*. Obtenido de <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Junio de 2009). *INEC*. Obtenido de http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/__sector_industrial_web.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *INEC*. Obtenido de http://200.110.88.35:8080/SIN/co_alimentos.php?id=21210.00.01

Martin Cerdeño, V. J. (Septiembre - Octubre de 2010). *Mercasa* . Obtenido de http://www.mercasa.es/files/multimedios/Consumo_de_pescado.pdf

Peña Garay, R. (09 de Enero de 2010). *Scribd* . Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/24965091/Valor-Nutritivo-Pescado>

Anexo 5.3

ECUATORIANOS A ESPAÑA						
Años	Est. Ingresos	tasa crec.	variaciones	Est. Egresos	tasa crec.	variaciones
2013	122175	1.00132773	0.068528021	100233	1.00025614	0.07391456
2012	122013	0.93279971	-0.06720029	100207	0.92634158	-0.07365842
2011	130803	1.15033111	0.150331108	108175	1.08755756	0.08755756
2010	113709	0.84249483	-0.15750517	99466	0.9005849	-0.0994151
2009	134967	1.22628155	0.22628155	110446	0.83124605	-0.16875395
2008	110062	0.85510287	-0.14489713	132868	0.89760513	-0.10239487
2007	128712			148025		
Total			0.151658836			0.08781369
3 ciudades meta			0.050552945			0.02927123
	TASA REAL CREC		0.021281714			

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Anexo 5.3.1

DEMANDA						
MERCADO	10009.104	10222	10440	10662	10889	11120
E. compran pescado	39.85%	4074	4161	4249	4339	4432
Part. Mercado pescado	17.0%	693	707	722	738	753
2014	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		
Nugget de pescado	693	2770	13851	74103		
2015	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		
Nugget de pescado	707	2829	14146	75680		
2016	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		
Nugget de pescado	722	2889	14447	77291		
2017	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		
Nugget de pescado	738	2951	14754	78935		
2018	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		
Nugget de pescado	753	3014	15068	80615		

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Anexo 5.4

GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 GERENTE	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
1 SECRETARIA	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
1 JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
1 JEFE DE PRODUCCION	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
1 ASISTENTE DE VENTAS Y MERCADEO	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
1 CONTADOR	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
1 MENSAJERO	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00
1 ASISTENTE DE PROCESO	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
1 ASISTENTE DE CALIDAD	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
2 OPERADORES	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
APORTE PATRONAL	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89	940.89
DECIMO CUARTO				1,460.00								
DECIMO TERCERO												7,040.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	8,880.89	8,880.89	8,880.89	10,340.89	8,880.89	8,880.89	8,880.89	8,880.89	8,880.89	8,880.89	8,880.89	15,920.89

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Anexo 5.4.1

Materia Prima	MATERIALES DIRECTOS		Precio por mes
	Cantidad (kg)	Precio	
Pescado	380	4.2	1596
Agua	160	0.6	96
Soya	32	3.15	100.8
Sal	6	0.22	1.32
Pimienta	0.9	4	3.6
Ajo	0.9	5	4.5
Aditivos	2.8	3.2	8.96
Total	582.6	20.37	1811.18
Cobertura			
Miga	94	2.5	235
Polvo batido	35	2.2	77
Agua	12	0.7	8.4
Total	141	5.4	320.4
Total	723.6	25.77	2131.58
Empaque			
Caja	10000	0.015	150
Funda	10000	0.002	20
Caja de carton corrugado	500	0.13	65
Total empaque			235
		Total	2366.58
		Total anual	28398.96
		100paquetes	107.5718182
			1.075718182
Gasto por publicidad			
costo publicidad canal La Sexta			\$540
costo publicidad anual			\$6,480

Anexo 5.4.2

Impuestos y aranceles	
Impuesto prediales	\$ 1,520.00
iva 12%	\$ 480.00
Arancel por exportacion	\$ 4,000.00
Total	\$ 6,000.00

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Anexo 5.6

Detalle:	Asistencia	2014	2015	2016	2017	2018
Enero	15%	2077.65	2121.87	2167.02	2213.14	2260.24
Febrero	20%	2770.20	2829.16	2889.37	2950.86	3013.66
Marzo	25%	3462.75	3536.45	3611.71	3688.57	3767.07
Abril	32%	4432.32	4526.65	4622.99	4721.37	4821.85
Mayo	40%	5540.41	5658.31	5778.73	5901.71	6027.31
Junio	45%	6232.96	6365.60	6501.07	6639.43	6780.73
Julio	50%	6925.51	7072.89	7223.42	7377.14	7534.14
Agosto	55%	7618.06	7780.18	7945.76	8114.86	8287.56
Septiembre	58%	8033.59	8204.56	8379.16	8557.49	8739.60
Octubre	62%	8587.63	8770.39	8957.04	9147.66	9342.34
Noviembre	65%	9003.16	9194.76	9390.44	9590.29	9794.38
Diciembre	68%	9418.69	9619.13	9823.85	10032.91	10246.43
		74102.92	75679.95	77290.55	78935.43	80615.31

Promedio de participacion 6175.24

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

Anexo 5.6.1

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
cantidad de nuggets	6175.24	6484.01	6808.21	7148.62	7506.05	7881.35	8275.42	8689.19	9123.65	9579.83	10058.82	10561.76
ingresos nuggets de pescado	16763	17601	18481	19405	20375	21394	22464	23587	24766	26004	27305	28670

Fuente: Autor.

Elaborado por: Autor.

