**DEDICATORIA**

A DIOS, por ser el dador del aliento de vida, sin el cual nada de lo que he alcanzado sería posible.

A mis padres y familiares, por el respaldo incansable que me han brindado en el transcurso de mi carrera seglar.

**Ricardo Fernández Enríquez**

**DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico como reconocimiento a todos y todas las personas que formamos parte del mercado del camarón.

**Néstor Macías Meza**

**DEDICATORIA**

A las y los estudiantes politécnicos que necesiten información de este proyecto, la cual sirva de inspiración para el desarrollo de alternativas productivas que mejoren el nivel de vida de las y los ecuatorianos.

**Rodrigo Contero Mejía**

**AGRADECIMIENTO**

A DIOS por darme la oportunidad de cumplir una etapa más de mis objetivos y poder compartir el gozo con mis familiares y amigos

A mis padres por inculcarme buenos principios y así saber llevar una vida equilibrada.

A mi hermana y hermanos por su respaldo incondicional en todas las etapas de mi vida

A amigos Fernando Gavilánez, Dennis Sisalema, los cuales mediante su apoyo desinteresado me permitieron aportar sus conocimientos para la elaboración de este estudio.

A mis compañeros de proyecto por la aportación de sus conocimientos e ideas y culminar con el objetivo propuesto

**Ricardo Fernández Enríquez**

**AGRADECIMIENTO**

A mi Señor Jesús por mostrarme una vida diferente.

A mi esposa y mis hijos por su amor y cuidado.

A mi madre y hermanas por su apoyo incondicional.

A mi padre que ya partió a la presencia del Señor.

**Néstor Macías Meza**

**AGRADECIMIENTO**

A mis amigos Fernando Gavilánez, William Cabezas, Dennis Sisalema, Juan Carlos Fernández, que aportaron con sus conocimientos para el desarrollo del presente estudio.

A mis compañeros del proyecto, por su paciencia, tenacidad y espíritu de superación.

Agradezco a la vida que me dió la oportunidad de superarme, a Dios por nunca quitarme la confianza, a mis padres por apoyarme siempre, a mi esposa e hijos por ser fuente de inspiración constante y al espíritu indomable que corre por mis venas, que nunca se doblega hasta lograr mis objetivos.

**Rodrigo Contero Mejía**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

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

Econ. Leonardo Estrada

Presidente Tribunal

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

Econ. Geovanny Bastidas

Director del Proyecto

**DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto nos corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

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

Ricardo Fernández

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

Néstor Macías

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

Rodrigo Contero

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ÍNDICE GENERAL** | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CONTENIDOS** |  |  |  | **PÁGINA** |  |
| Dedicatorias |  |  |  | I |  |
| Agradecimientos |  |  |  | IV |  |
| Tribunal de Graduación |  |  |  | VII |  |
| Declaración Expresa |  |  |  | VIII |  |
| Índice General |  |  |  | IX |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CAPÍTULOS** |  |  |  |  |  |
| **Capítulo 1: Introducción** |  |  |  |  |  |
| 1.1 Generalidades |  |  |  | 1 |  |
| 1.2 Antecedentes |  |  |  | 3 |  |
| 1.3 Importancia del Estudio |  |  |  | 5 |  |
| 1.4 Marco Teórico |  |  |  | 6 |  |
| 1.4.1 Ciclo de Producción del Camarón | |  |  | 6 |  |
| 1.4.2 Industrialización |  |  |  | 9 |  |
| 1.5 Objetivos |  |  |  | 10 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Capítulo 2: Investigación de Mercado** |  |  |  |  |  |
| 2.1. Perspectivas de la Investigación |  |  |  | 11 |  |
| 2.2. Planteamiento del Problema |  |  |  | 12 |  |
| 2.3. Objetivos de la Investigación de Mercado | |  |  | 12 |  |
| 2.3.1. Objetivo General |  |  |  | 12 |  |
| 2.3.2. Objetivos Específicos |  |  |  | 13 |  |
| 2.4. Plan de Muestreo |  |  |  | 13 |  |
| 2.4.1. Definición de la Población Objetivo | |  |  | 13 |  |
| 2.4.2. Definición de la Muestra |  |  |  | 14 |  |
| 2.5 Diseño de Encuestas |  |  |  | 16 |  |
| 2.6 Presentación e Interpretación de Resultados | |  |  | 19 |  |
| 2.7 Conclusiones |  |  |  | 41 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Capítulo 3: La Empresa** |  |  |  |  |  |
| 3.1 Filosofía Organizacional de la Empresa | |  |  | 44 |  |
| 3.1.1. Misión |  |  |  | 44 |  |
| 3.1.2. Visión |  |  |  | 44 |  |
| 3.1.3. Valores Institucionales |  |  |  | 44 |  |
| 3.1.4. Objetivos Institucionales |  |  |  | 45 |  |
| 3.2 Estructura Orgánica de la Empresa |  |  |  | 45 |  |
| 3.3 Organigrama de la Empresa |  |  |  | 47 |  |
| **Capítulo 4: Plan de Marketing** |  |  |  |  |  |
| 4.1 Antecedentes |  |  |  | 48 |  |
| 4.2 Objetivos del Plan de Marketing |  |  |  | 48 |  |
| 4.3 Análisis Estratégico del Mercado |  |  |  | 49 |  |
| 4.3.1 Diagrama de Porter |  |  |  | 49 |  |
| 4.3.2 Análisis FODA |  |  |  | 50 |  |
| 4.3.3 Mercado Meta |  |  |  | 52 |  |
| 4.3.3.1 Microsegmentación |  |  |  | 52 |  |
| 4.3.3.2 Macrosegmentación |  |  |  | 53 |  |
| 4.4 Matrices de Importancia Resultados |  |  |  | 56 |  |
| 4.5 Marketing Mix |  |  |  | 58 |  |
| 4.5.1 Producto |  |  |  | 58 |  |
| 4.5.1.1 Marca del Producto |  |  |  | 59 |  |
| 4.5.1.2 Diseño de la Marca |  |  |  | 60 |  |
| 4.5.2 Precio |  |  |  | 61 |  |
| 4.5.2.1 Precio del Mercado |  |  |  | 61 |  |
| 4.5.3 Plaza o Distribución |  |  |  | 62 |  |
| 4.5.4 Promoción |  |  |  | 63 |  |
| 4.5.5 Posicionamiento |  |  |  | 65 |  |
| 4.5.6 Modelo de Negocio |  |  |  | 65 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Capítulo 5: Estudio Técnico** |  |  |  |  |  |
| 5.1 Antecedentes |  |  |  | 69 |  |
| 5.2 Proceso de Producción |  |  |  | 69 |  |
| 5.3 Requerimiento de Activos Fijos |  |  |  | 73 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Capítulo 6: Estudio Financiero** |  |  |  |  |  |
| 6.1 Capital de Trabajo |  |  |  | 76 |  |
| 6.2 Inversiones en Activos Fijos |  |  |  | 77 |  |
| 6.3 Egresos por Gastos de Publicidad |  |  |  | 78 |  |
| 6.4 Gastos Operativos |  |  |  | 79 |  |
| 6.5 Flujo de Caja |  |  |  | 81 |  |
| 6.6 Valor Actual Neto |  |  |  | 84 |  |
| 6.7 Tasa Interna de Retorno |  |  |  | 84 |  |
| 6.8 Estado de Pérdidas y Ganancias |  |  |  | 85 |  |
| **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** | |  |  | 86 |  |
| **BIBLIOGRAFÍA** |  |  |  | 89 |  |
| **ANEXOS** |  |  |  | 92 |  |