

# 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

| <b>CONTENIDOS</b>                               | <b>PÁGINA</b> |
|---|---------------|
| Dedicatorias                                    | I             |
| Agradecimientos                                 | IV            |
| Tribunal de Graduación                          | VII           |
| Declaración Expresa                             | VIII          |
| Índice General                                  | IX            |
| <br>  |               |
| <b>CAPÍTULOS</b>                                |               |
| <b>Capítulo 1: Introducción</b>                 |               |
| 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            |
| <br>  |               |
| <b>Capítulo 2: Investigación de Mercado</b>     |               |
| 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            |
| <br>  |               |
| <b>Capítulo 3: La Empresa</b>                   |               |
| 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 |
| <b>Capítulo 4: Plan de Marketing</b>   |    |
| 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 |
| <br>                                   |    |
| <b>Capítulo 5: Estudio Técnico</b>     |    |
| 5.1 Antecedentes                       | 69 |
| 5.2 Proceso de Producción              | 69 |
| 5.3 Requerimiento de Activos Fijos     | 73 |
| <br>                                   |    |
| <b>Capítulo 6: Estudio Financiero</b>  |    |
| 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 |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>  | 86 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>                    | 89 |
| <b>ANEXOS</b>                          | 92 |