



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIA Y ARQUITECTURA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE
EMBUTIDO DE CAMARÓN”**

Autores:

Romero Bone Adriana Elizabeth

Tutor de Titulación:

Ing. Loor Mendoza Nestor Emilio.

Manta - Manabí - Ecuador

2025

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIA Y ARQUITECTURA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE EMBUTIDO DE
CAMARÓN”**

Sometida a consideración del Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ingeniería, Industria y Arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para obtener el título de:

INGENIERO INDUSTRIAL

Aprobado por el Tribunal Examinador:

DECANO DE LA FACULTAD
Arq. Héctor Cedeño Zambrano. PhD

DIRECTOR

JURADO EXAMINADOR

JURADO EXAMINADOR.

CERTIFICACIÓN.

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ingeniería, Industria y Arquitectura de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante **Romero Bone Adriana Elizabeth**, legalmente matriculado en la carrera de Ingeniería Industrial, período académico **2025-1**, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es **"Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la Elaboración de Embutido de Camarón"**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 05 de agosto del 2025

Lo certifico,



Ing. Loof-Mendoza Nestor Emilio.
Docente Tutor(a)
Área: Ingeniería Industria y Arquitectura.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS

Adriana Elizabeth Romero Bone, estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad de Ingeniería Industria y Arquitectura, Carrera de Ingeniería Industrial, libre y voluntariamente declaro que la responsabilidad del contenido del presente trabajo titulado "**Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la Elaboración de Embutido de Camarón.**" Es una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del tutor, Ing. Loor Mendoza Nestor Emilio y la propiedad intelectual de la misma pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.



Romero Bone Adriana Elizabeth

C.I. 0850188327



Ing. Loor Mendoza Nestor Emilio

C.I. 1309993804.

Dedicatoria

A Dios

Por ser la fuente de mi fortaleza, mi guía en los momentos oscuros y mi refugio en cada dificultad. Todo esto ha sido posible gracias a ti, mi gratitud eterna por tus bendiciones y por acompañarme siempre.

A mis padres, los cuales siempre han estado para mí, en mis mejores y peores momentos, les agradezco muchísimo por siempre inculcarme buenos valores, y por ayudarme a ser la persona que soy hoy en día. Este título también es de ellos. Con mi mamá (ñaña), la persona más importante para mí, gracias por día a día hacerme ver las realidades del mundo, Te amo. Tú y yo para siempre, una sola.

A mis abuelos, por sus palabras sabias, por confiar siempre en mí. Y a mis tíos, por estar presentes, alentándome y celebrando cada uno de mis logros como si fueran propios. A mi madrina por su ternura, por su apoyo incondicional y por ser una segunda madre que siempre me alentó con amor y orgullo. Tu compañía ha sido un regalo en este proceso. A mi mami Ange, por estar siempre y cuidarme como su hija.

A mi bisabuela, que partió mientras este sueño estaba aún en camino. Te llevo conmigo en cada palabra escrita. Gracias por cuidarme desde bebé, gracias por tu dulzura y tu legado que me acompaña aún hoy. Esta meta también es tuya.

A mi mejor amiga, que a pesar de la distancia, nunca dejó de estar conmigo. Gracias por escucharme, por sostenerme con tus palabras, y por celebrar mis pequeñas grandes victorias como si fueran tuyas. Tu amistad me recordó siempre que no estoy sola.

A mi perrito Max, mi compañero incondicional desde el 2020 que inicié mi carrera. Estuviste conmigo en cada desvelo, cada lagrima, cada momento de estrés. Aunque no hablas, tu compañía siempre me dio calma.

A mis amigas de toda la vida, que me han visto crecer, cambiar y persistir. Gracias por creer en mí, por animarme en cada paso, y por estar ahí celebrando mis logros como si fueran suyos. Saber que las tengo me da fuerza y seguridad.

Y a mis amigos de la carrera, con quienes compartí desvelos, colapsos emocionales y también risas inolvidables. Gracias por caminar conmigo en esta etapa, por ser mi apoyo. Y en especial a Eliana, quién ha estado conmigo desde el día uno. Gracias por ser más que una amiga de carrera, por abrirme las puertas de su casa y de su vida, por hacerme sentir en familia a pesar de estar lejos de la mía. Tu presencia fue y será siempre un regalo enorme en mi camino, mi cookie.

Y a cada una de las personas que me tienen cariño, esas que con un mensaje, un abrazo, una palabra de aliento o simplemente estando ahí sumaron a que hoy llegue hasta aquí, Sepan que su amor y apoyo viven en estas páginas.

Reconocimiento

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi tutor de tesis, el Ing. Emilio Loor, por su acompañamiento durante este proceso. Valoro profundamente su disposición, amabilidad y el respeto con el que siempre me trató. Su presencia como guía me dio tranquilidad y confianza para avanzar en este proyecto.

Ha sido un gusto contar con usted en esta etapa tan importante de mi información.

Al Ing. Mario Zambrano por su apoyo en el primer día de este proceso. Su ayuda fue clave al momento de elegir el tema de mi tesis, y su acompañamiento en los momentos finales ha sido fundamental.

Índice de Contenido.

Certificación del Tutor	iii
Declaración de Autoría	iv
Dedicatoria	v
Reconocimiento.....	vii
Resumen Ejecutivo.....	xviii
Executive Summary.....	xix
Introducción.....	1
Planteamiento del problema	2
Macro contexto	2
Meso contexto	2
Micro contexto	2
Formulación del problema	3
Preguntas directrices	3
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Justificación.....	5
Capítulo 1	6
1. Fundamentación Teórica.....	6
1.1 Antecedentes Investigativos	6
1.2 Bases Teóricas	6
1.2.1. El camarón en la industria alimentaria	6
1.2.2. Propiedades nutricionales del camarón.	7
1.2.3. Comercialización y exportación de productos de camarón..	¡Error!
Marcador no definido.	
1.2.4. Preferencia de consumo de alimentos procesados.....	7

1.2.5.	Crecimiento del mercado de productos del mar.....	8
1.2.6.	El Camarón como materia prima.....	8
1.2.6.1.	Características nutricionales del camarón.....	8
1.2.6.2.	Producción y Disponibilidad del camarón en la región.....	9
1.2.7.	Estudio de mercador del embutido de camarón.....	10
1.2.7.1.	Demanda y oferta del producto	10
1.3	Marco Conceptual	11
1.4	Marco Legal Y ambiental.....	11
1.5	Hipótesis y Variables	12
1.5.1	Hipótesis	12
1.5.2	Identificación de las Variables.....	12
1.5.3	Operacionalización de las Variables	13
1.6	Marco Metodológico	15
1.6.1	Modalidad Básica de la Investigación	15
1.6.2.	Enfoque.....	17
1.6.3.	Nivel de investigación.....	17
1.6.4.	Población de estudio.....	18
1.6.5.	Tamaño de la muestra	18
1.6.6.	Técnicas de recolección de datos	19
1.6.7.	Apéndice Encuesta	21
1.6.8.	Plan de recolección de datos.....	25
1.6.2	Procesamiento de la Información.....	27
Capítulo II	27
2.	Estudio de Mercado.....	27
2.1.	Análisis e interpretación de resultados	28
Capítulo III	42
3.	Resumen Ejecutivo	42

3.1. Definición Comercial del Producto.....	42
3.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	42
3.2.1. Misión	42
3.2.2. Visión	42
3.2.3. Valores.....	43
3.3. Objetivos de la Empresa	43
3.3.1. Metas a Corto Plazo (0 – 1 año)	43
3.3.2. Metas a Mediano Plazo (2- 4 años)	43
3.3.3. Metas a Largo Plazo (5 años)	44
3.4. Propuesta de Valor.	44
Nota. Canva. Elaborado por Adriana Romero.	45
3.4.1. Propuesta de Valor.	45
3.5. Estudio de Mercado.....	49
3.5.1. Análisis del Entorno (PESTEL)	49
3.5.2. Análisis de la Industria.....	50
3.5.2. Análisis de Competencia.....	52
3.5.3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	53
3.5.4. Análisis del Cliente.....	54
3.5.5. Análisis FODA.....	55
3.5.6. Marketing Mix (4Ps)	56
3.5.6.2. Beneficios del producto	56
3.6. Estudio Técnico.	58
3.6.1. Descripción del Producto o Servicio.....	58
3.6.1.2. Beneficios.....	59
3.6.1.3. Anatomía del Producto: Embutido de camarón.	60
3.6.2. Procesos Productivos.....	62
3.6.3. Localización.....	63

3.6.4. Infraestructura y Equipamiento.....	64
3.6.5. Plan de Operaciones.....	70
1.7 Estudio Organizacional	72
3.7.1. Estructura Organizacional	72
3.8. Estudio Financiero.....	73
3.8.1. Presupuesto Inicial	73
3.8.2. Gastos de Investigación y Desarrollo	74
3.8.3. Gastos de Infraestructura	75
3.8.4. Gastos Operativos.....	76
3.8.4.2. Servicios Básicos y Mantenimiento	77
3.8.5. Gastos del Personal	77
3.8.6. Gastos Administrativos y Legales.....	77
3.8.7. Gastos de Comercialización	77
3.8.8. Inversión Inicial.....	78
3.8.9. Ingreso por Ventas.....	79
3.8.10. Costo de Producción	80
3.8.12. Gastos de Ventas.....	89
3.8.13. Capital de trabajo.....	90
3.8.14. Gastos Financieros.....	91
3.8.15. Estados de Resultados Integrales proyectados.....	95
3.8.16. Cálculo de Tir y Van	96
3.8.17. Flujo de Caja Proyectado	97
3.8.19. P.E	99
3.8.20. Análisis de Sensibilidad.....	102
3.8.21. Índice de Rentabilidad	104
3.8.22. Análisis Conservador.....	104
3.9. Conclusiones y Recomendaciones	107

3.9.1. Conclusión.....	107
3.9.2. Recomendaciones	107
1. Bibliografía	109
Anexos	111

Índice de tablas.

Table 1 <i>Operacionalización De Variable Independiente</i>	13
Table 2 <i>Operacionalización de las variables dependientes</i>	15
Table 3 <i>Plan de Recolección de Datos</i>	26
Table 4 <i>Resultados de pregunta 1</i>	28
Table 5 <i>Resultados de pregunta 2</i>	29
Table 6 <i>Resultados de pregunta 3</i>	30
Table 7 <i>Resultados de pregunta 4</i>	32
Table 8 <i>Resultados de pregunta 5</i>	33
Table 9 <i>Resultados de pregunta 6</i>	34
Table 10 <i>Resultados de pregunta 7</i>	35
Table 11 <i>Resultados de pregunta 8</i>	36
Table 12 <i>Resultados de pregunta 9</i>	37
Table 13 <i>Resultados de pregunta 10</i>	38
Table 14. <i>Resultados de pregunta 11</i>	39
Table 15 <i>Resultados de pregunta 12</i>	40
Table 16 <i>Recursos Claves</i>	46
Table 17 <i>Estructura de Costos</i>	48
Table 18 <i>Unidades Demandadas</i>	52
Table 19 <i>Fase de crecimiento</i>	60
Table 20 <i>Materias Primas y Proveedores</i>	62
Table 21 <i>Inversión Inicial</i>	78
Table 22 <i>Gastos Pre – operativos</i>	79

Table 23 <i>Inversión Inicial</i>	79
Table 24 <i>Ingreso por ventas</i>	79
Table 25 <i>Evolución de la inflación en Ecuador</i>	80
Table 26 <i>MATERIAL DIRECTO PARA PRODUCIR 1 LB DE EMBUTIDO DE CAMARÓN</i>	80
Table 27 <i>Costo Total de Materiales Directos</i>	81
Table 28 <i>Mano de Obra Directa</i>	81
Table 29 <i>Costo Total</i>	82
Table 30 <i>Presupuesto en Costo Indirectos de Fabricación</i>	83
Table 31 <i>Costo de Producción Total</i>	83
Table 32 <i>Sueldos y Salarios</i>	84
Table 33 <i>Presupuestos de Suelos y Salarios</i>	85
Table 34 <i>Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración</i>	85
Table 35 <i>Presupuesto de Suministros de Oficina</i>	86
Table 36 <i>Presupuesto de Asesorías Contables y Legales</i>	86
Table 37 <i>Presupuesto de Internet y Celular</i>	86
Table 38 <i>Presupuesto de Permisos</i>	87
Table 39 <i>Presupuesto de Depreciación Área Administrativa</i>	87
Table 40 <i>Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo</i>	87
Table 41 <i>Amortización de Gastos de Pre-Operacionales</i>	88
Table 42 <i>Gastos Administrativos</i>	88
Table 43 <i>Presupuesto de Transporte para Comercialización</i>	89
Table 44 <i>Presupuesto de Comisión en Ventas</i>	89
Table 45 <i>Presupuesto de Publicidad</i>	89
Table 46 <i>Gastos en Ventas</i>	90

Table 47 <i>Capital de Trabajo</i>	90
Table 48 <i>Ciclo de Efectivo</i>	91
Table 49 <i>Inversión Total</i>	91
Table 50 <i>Condiciones del Crédito</i>	92
Table 51 <i>Tabla de amortización del crédito requerido</i>	92
Table 52 <i>Tabla de intereses totales anuales</i>	95
Table 53 <i>Estados de Resultados Integrales Proyectados</i>	95
Table 54 <i>Cálculo Tir y Van</i>	96
Table 55 <i>Tabla de Flujo de caja Proyectada</i>	97
Table 56 <i>Estados de Situación Financiera Proyectados</i>	98
Table 57 <i>Costos Fijos</i>	99
Table 58 <i>Costo Variable</i>	101
Table 59 <i>Análisis de Sensibilidad</i>	102
Table 60 <i>Índice de Rentabilidad</i>	104
Table 61 <i>Análisis Sensibilidad</i>	104

Índice de Figuras.

Figure 1 <i>El Camarón Litopenaeus Vannamei</i>	8
Figure 2 <i>Resultado gráfico de la pregunta 1 de la encuesta</i>	28
Figure 3 <i>Resultado gráfico de la pregunta 2 de la encuesta</i>	30
Figure 4 <i>Resultados gráficos de la pregunta 3 de la encuesta.</i>	31
Figure 5 <i>Resultado gráfico de la pregunta 4 de la encuesta</i>	32
Figure 6 <i>Resultado gráfico de la pregunta 5 de la encuesta</i>	33
Figure 7 <i>Resultado gráfico de la pregunta 6 de la encuesta</i>	34
Figure 8 <i>Resultado gráfico de la pregunta 7 en la encuesta</i>	35
Figure 9 <i>Resultado gráfico de la pregunta 8 de la encuesta</i>	36
Figure 10 <i>Resultado gráfico de la pregunta 9 de la encuesta.</i>	37
Figure 11 <i>Resultado gráfico de la pregunta 10 de la encuesta</i>	38
Figure 12 <i>Resultado gráfico de la pregunta 11 en la encuesta</i>	39
Figure 13 <i>Resulto gráfico de la pregunta 12 en la encuesta</i>	40
Figure 14 <i>Modelo Canva</i>	45
Figure 15 <i>Las fuerzas de Porter.</i>	53
Figure 16 <i>FODA</i>	55
Figure 17 <i>Presentación del Embutido de Camarón</i>	59
Figure 18 <i>Mapa de Ubicación</i>	64
Figure 19 <i>Infraestructura del área</i>	65
Figure 20 <i>Infraestructura del plano</i>	67
Figure 21 <i>Cámara de Refrigeración</i>	67

Figure 22 <i>Diseño de Cocina Industrial 3D</i>.....	68
Figure 23 <i>Mezcladora Industrial</i>.....	69
Figure 24 <i>área de trabajo industrial</i>.....	70
Figure 25 <i>Diagrama de Flujo</i>.....	70
Figure 26 <i>Organigrama</i>.....	72
Figure 27 <i>Punto de Equilibrio</i>.....	100
Figure 28 <i>Punto de equilibrio de Costos Variables</i>.....	102

Resumen Ejecutivo

Este estudio de factibilidad tiene como objetivo evaluar la viabilidad de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, aprovechando la creciente demanda de productos alimenticios saludables e innovadores. El análisis incluye un diagnóstico del mercado, identificación y segmentación de la demanda, análisis financiero y evaluación de los costos de producción. Se proyectan las inversiones necesarias en equipos, insumos y adecuación del espacio de producción.

Se contemplan tanto recursos propios como externos para el financiamiento, así como medidas orientadas a reducir los riesgos asociados a variaciones de precios, competencia y fluctuaciones en la demanda. Además, se plantean acciones de marketing que resaltan las fortalezas del producto. Esto se plantea con una perspectiva de crecimiento sostenido en el tiempo, como buscamos ampliar la oferta de productos y extender la presencia en el mercado, con esto buscamos que la microempresa destaque en el sector.

Palabras clave: Microempresa, embutidos de camarón, viabilidad, producción, calidad, mercado.

Executive Summary

This feasibility study aims to evaluate the viability of a microenterprise dedicated to the production of shrimp sausages, taking advantage of the growing demand for healthy and innovative food products. The analysis includes a market assessment, demand identification and segmentation, financial analysis, and evaluation of production costs. The necessary investments in equipment, supplies, and adaptation of the production space are projected.

Both internal and external resources are considered for financing, as well as measures aimed at reducing the risks associated with price fluctuations, competition, and demand fluctuations. In addition, marketing actions that highlight the product's strengths are proposed. This is done with a perspective of sustained growth over time, as we seek to expand the product offering and expand our market presence, thereby helping the microenterprise stand out in the sector.

Keywords: Microenterprise, shrimp sausages, feasibility, production, quality, market.

Introducción

El crecimiento sostenido de la industria alimentaria en Ecuador, especialmente en el sector de productos derivados del mar, ofrece una oportunidad para el desarrollo de nuevos productos con valor agregado. En este contexto, los embutidos de camarón se presentan como una alternativa innovadora y saludable que combina el sabor y los beneficios nutricionales del camarón con la versatilidad de un producto listo para el consumo.

En la importancia del camarón como uno de los principales productos marítimos de exportación del país, este no es reconocido como tal, ya que en el mercado local existe una escasa oferta de presentaciones de este crustáceo, no tiene un mayor valor agregado a más de ser exportado como tal, fresco o congelado. Esto nos ayuda para la creación de una microempresa en donde se realice la producción de embutidos de camarón, dando a ofrecer al mercado un producto diferente e innovador.

Este estudio de factibilidad, nos ayuda a encontrar y evaluar condiciones del mercado, así mismo su viabilidad técnica, económica, y financiera al momento de emprender, buscando obtener una microempresa rentable.

Planteamiento del problema

Macro contexto

La creciente demanda de productos alimenticios innovadores, saludables y sostenibles ha impulsado el desarrollo de alternativas a los embutidos tradicionales, los cuales suelen estar asociados a altos niveles de grasas saturadas y conservantes. El camarón, reconocido por sus propiedades nutricionales, bajo contenido en grasas y su alto nivel de proteínas, presenta una oportunidad interesante como ingrediente principal para la elaboración de embutidos.

A pesar de los beneficios potenciales que tenga este el embutido, la creación de una microempresa dedicada a la producción va a enfrentar una serie de retos importantes. Destacando en sí la falta de estudios sobre la aceptación del producto en el mercado, además los costos asociados a la adquisición y procesamiento de materia prima.

Meso contexto

En este apartado la microempresa deberá de aprovechar el creciente interés que tienen los consumidores, que se van más por el lado innovador y saludable a la hora de ingerir alimentos nuevos. Ya que la percepción del consumidor es muy importante, debido a que con esto observamos la rentabilidad de nuestro emprendimiento.

La industria alimentaria en el Ecuador está sujeta a regulaciones rigurosas, normas sanitarias, en donde todas las empresas o microempresas deben de cumplir con las normativas de inocuidad y etiquetado para garantizar la calidad del producto.

Micro contexto

La disponibilidad de materias primas es un aspecto crítico.

Sabemos que el Ecuador cuenta con una abundante producción de crustáceo como lo es el camarón, lo que nos va garantizar un suministro constante de ingredientes de calidad. Ecuador de ha mantenido estable, con una producción

anual que supera las 4000,000 toneladas. En donde esta no solo facilita el abastecimiento, sino que también permite a la empresa competir en términos de frescura y calidad.

La identificación del mercado objeto es fundamental, ya que la población ecuatoriana, en particular los consumidores vienen siendo jóvenes y las familias buscan opciones saludables, dando a presentar a este embutido como un nicho atractivo.

Si este se comunica adecuadamente a su valor nutricional y sabor, podría captar con más facilidad la atención de un segmento significativo dentro del mercado.

Formulación del problema

¿Es factible desde el punto de vista técnico, comercial, financiero y operativo, la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón?

Preguntas directrices

- ¿Cuál es la demanda potencial de embutidos de camarón en el mercado objetivo y cuáles son las preferencias de los consumidores?
- ¿Cuáles son los procesos de producción, materias primas necesarias, equipos y tecnologías requeridas para la elaboración de embutidos de camarón?
- ¿Cuál es el impacto ambiental y la sostenibilidad de la microempresa en términos de manejo de residuos y uso eficiente de recursos en la producción del embutido de camarón?
- ¿Cuáles son las estrategias de promoción, distribución y precios más efectivas para posicionar el producto en el mercado y alcanzar a la competencia?

Objetivos

Objetivo General

Evaluar la viabilidad técnica, comercial, financiera y operativa para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, con el fin de ofrecer un producto innovador y de alta calidad que satisfaga la demanda del mercado y contribuya al desarrollo económico local.

Objetivos Específicos

- Analizar el mercado objetivo para identificar la demanda potencial de embutidos de camarón y las preferencias de los consumidores, así como la competencia en el sector.
- Realizar un análisis técnico para determinar los procesos de producción, materias primas necesarias, equipos y tecnologías requeridas para la elaboración de embutidos de camarón.
- Evaluar la sostenibilidad de la microempresa, considerando el manejo de residuos y el uso eficiente de recursos en la producción.
- Desarrollar un plan de comercialización que defina las estrategias de promoción, distribución y precios para posicionar el producto en el mercado.

Justificación

La producción de embutidos a base de camarón representa una alternativa innovadora y rentable dentro del mercado de alimentos procesados. Este tipo de producto responde a la necesidad de diversificación y a la búsqueda de opciones más saludables y sostenibles. La oferta de embutidos en la actualidad se centra principalmente en carnes rojas (como la de res y cerdo) y algunas carnes blancas, especialmente el pollo (López y Vargas, 2019). Esta tendencia de consumo ha limitado la variedad de productos embutidos, lo que motiva la creación de nuevas alternativas para satisfacer un mercado cada vez más orientado hacia opciones diferenciadas y novedosas.

Sabemos que los intereses por productos a base de mariscos en la actualidad han crecido significativamente debido a su valor nutricional favorable, debido a que estos cuentan con altos contenidos de proteínas y niveles muy bajos de grasas saturadas.

Además, el camarón es un recurso con alto valor comercial y nutricional. Donde existen ya estudios que resaltan al camarón como una fuente de proteínas de alta calidad, los cuales contienen los ácidos grasos de omega 3, los cuales son beneficiosos para la salud cardiovascular.

Capítulo 1

1. Fundamentación Teórica

1.1 Antecedentes Investigativos

El origen de los embutidos surgió en el Norte de Europa, donde el clima era lo suficientemente frío, como para permitir la durabilidad y conservación de este producto. Este tuvo buena aceptación, ya que sus sabores eran peculiares para ese entonces, era algo nuevo que las personas estaban empezando a probar.

Arias Neyra et al. (2021), en Lima, Perú, realizaron una investigación titulada “Embutidos de camarón con potenciadores de sabor”. El objetivo general fue proponer un producto innovador para el camarón. La conclusión principal del estudio fue dar un mayor producto innovador al camarón, ya que siempre que es exportado nunca se le da una mayor presentación.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1. El Camarón en la Industria Alimentaria

Ecuador es uno de los principales productores y exportadores de camarón a nivel mundial, siendo esta industria clave para la economía del país. En los últimos años, el sector camaronero ha mostrado un crecimiento sostenido, gracias a la demanda internacional y a las mejoras en los sistemas de producción. El camarón representa una de las mayores fuentes de ingresos no petroleros, con un aporte significativo al Producto Interno Bruto (PIB) del país. Además, el camarón es una fuente importante de empleo en Ecuador, generando miles de trabajos directos e indirectos, tanto en las zonas costeras como en las áreas urbanas donde se concentra el procesamiento y comercialización. La industria ha sido una de las más resilientes frente a las fluctuaciones económicas globales, adaptándose a cambios en las regulaciones internacionales y en las condiciones climáticas (Banco Central del Ecuador, 2021; Cáceres & Morales, 2022; FAO, 2020).

1.2.2. Propiedades Nutricionales del Camarón.

El camarón es un crustáceo de alto valor nutricional, bajo en calorías y rico en proteínas. Bien sabemos que aproximadamente una porción de 100 gramos de camarón aporta en proteínas 20 gramos, lo que ayuda mucho a las personas que buscan aumentar su consumo proteico sin exagerar en las calorías. Además este ayuda a reducir los niveles de colesterol y previene enfermedades al corazón. El camarón cuenta con una excelente fuente de minerales como el selenio, zinc, y yodo, los cuales son esenciales para el funcionamiento del sistema inmunológico y en el metabolismo de las personas. Este también contiene antioxidantes como la astaxantina, que ayuda en la protección celular y previene la inflamación.

1.2.3. Comercialización y Exportación de Productos de Camarón.

Nuestro país exporta camarón a más de 50 países, en donde China, Estados Unidos, y la Unión Europea, son sus principales destinos. El exportar camarón ha mostrado un crecimiento anual, en donde esta ha alcanzado cifras récord en los últimos años. Así mismo la comercialización de este crustáceo no solo se limita a su venta en fresco, ya que en los últimos años se ha observado una tendencia hacia la diversificación de productos procesados, como camarones enlatados, empanizados y precocinados, lo cual ha permitido que las empresas ecuatorianas accedan a nuevos nichos de mercado, haciendo que estos se adapten a la preferencia del consumidor.

1.2.4. Preferencia de Consumo de Alimentos Procesados.

Se ha mostrado que en el Ecuador el consumo de alimentos procesados ha ido de incremento, debido a que está siendo impulsado por el estilo de vida moderno, lo cual favorece a productos convenientes y fáciles de preparar.

Así mismo las cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia han facilitado el acceso a nuevos productos, esto ha hecho incrementar la presencia en la canasta básica de los hogares ecuatorianos. Igual se observa una preferencia por los alimentos procesados que conservan características tradicionales o autóctonas, haciendo que esto resalte por el interés de innovación de los sabores locales.

1.2.5. Crecimiento del Mercado de Productos del Mar

En nuestro país, en el mercado de productos del mar, estos han obtenido con crecimiento notable, ya que es impulsado por el aumento de consumo de productos del mar, y gracias a esto se ha podido aumentar el número de exportaciones de este crustáceo.

En la industria acuícola ha sido uno de los principales pilares de este crecimiento, pero también se ha observado un incremento en el consumo de otras especies como la tilapia y el atún. La diversificación de productos del mar procesados y la innovación en las formas de presentación han permitido a los productores acceder a nuevos segmentos del mercado, tanto a nivel local como internacional. (FAO, 2021; Fernández & Salinas, 2022).

1.2.6. El Camarón como Materia Primera.

1.2.6.1. Características Nutricionales del Camarón.

Este crustáceo es reconocido por su valor nutricional. Ya que cuenta con una excelente fuente de proteínas de alta calidad, con un perfil de aminoácidos esencial que lo convierte en un alimento clave para la dieta humana. Contiene pocas calorías y grasas totales, lo que es adecuado para dietas.

Destaca su contenido en ácidos grasos omega-3, esenciales para la salud cardiovascular, y su aporte en minerales como el yodo, zinc, calcio y fósforo amínicos. También contiene pequeñas cantidades de vitamina E y D, importantes para el sistema inmune y la salud ósea, respectivamente. (Castrillón, Navarro & García-Arias, 2004)

Figure 1

El Camarón Litopenaeus Vannamei



Nota. Camarones congelados, listos para ser procesados y utilizados en la elaboración de productos alimenticios como embutidos y otros derivados marinos.

1.2.6.2. Producción y Disponibilidad del Camarón en la Región.

Esto ha crecido significativamente en varias regionales costeras del mundo, particularmente en América Latina y Asia, haciendo que en Ecuador la industria camaronesa experimente un crecimiento notable. La producción se concentra en muchas zonas costeras.

En términos de disponible camarón es producido tanto a través de la pesca como de la acuicultura. Sin embargo, la acuicultura ha ganado protagonismo debido a la creciente demanda global y a la presión sobre las poblaciones silvestres. Este modelo productivo asegura una disponibilidad constante a lo largo del año y facilita la trazabilidad y control de calidad del producto. (FAO, 2021).

1.2.6.3. Tipos de Camarón en la Industria Alimentaria.

El camarón blanco (*Litopenaeus vannamei*) uno de los más comunes utilizados.

También se emplean otros tipos como el:

- Camarón tigre (*Penaeus monodon*).
- Camarón rosa (*Farfantepenaeus duorarum*), aunque en menor medida.
- *Litopenaeus vannamei*, en particular es destacado por su adaptación a una amplia gama de condiciones ambientales y su capacidad de sobrevivir en diferentes niveles de salinidad, lo que lo hace ideal para la producción intensiva. (Martos-Sitcha et al., 2019).

1.2.7. Estudio de Mercado del Embutido de Camarón.

1.2.7.1. Demanda y Oferta del producto.

En el mercado la demanda de productos del mar, incluyendo el camarón, este ha mostrado un crecimiento constante en las últimas décadas, debido al aumento del consumo de alimentos saludables y ricos en proteínas.

En cuanto a la oferta, la producción de embutidos de camarón está limitada por la disponibilidad de camarón de alta calidad y por los costos asociados con la transformación del camarón en productos procesados. Sin embargo, con la expansión de la acuicultura y el desarrollo tecnológico en el procesamiento de alimentos, la oferta de este tipo de productos ha mostrado signos de crecimiento sostenido en mercados especializados" (Vieira & Aramyan, 2021).

1.2.7.2. Competencia en el Mercado

En el mercado, a diario se observa lo que son los embutidos de carne, bien sea de cerdo, res o pollo. Sin embargo no ha existido algo más innovador como esta presentación el embutido de camarón, o un embutido de marisco. Entonces esto puede tener una excelente aceptación en el mercado, ya que este embutido cuenta con muchas propiedades beneficiarias para el consumo, ya que es con menos grasas saturadas, y están enriquecidos con omega 3.

Sin embargo, el enfoque en la calidad y la frescura del producto, junto con certificaciones de sostenibilidad, puede ser un diferenciador clave para competir en este mercado

1.3 Marco Conceptual

Los embutidos de mariscos, como los de camarón se han comenzado a considerar como una alternativa saludable, ya que siempre vemos los tradicionales que son de carne de cerdo o res. Estos productos no solo ofrecen un perfil nutricional más favorable, sino que también tienden a ayudar en dietas y también es alto en proteínas.

Además, el consumo de mariscos ha ido en aumento debido a su alto contenido de ácidos grasos omega-3, los cuales tienen beneficios comprobados para la salud cardiovascular. (Gómez, 2020)

Valor Nutricional del Camarón: El camarón es un alimento de alto valor proteico y bajo en calorías. Su perfil nutricional, que incluye una cantidad significativa de ácidos grasos omega-3, lo convierte en una excelente opción para quienes buscan una dieta saludable. Este producto también es rico en minerales esenciales como el selenio, yodo, etc. Los cuales son cruciales para el funcionamiento del sistema inmunológico y la salud en general. (Ordóñez, 2023)

Crecimiento del Mercado de Productos Marinos: El mercado de productos marinos en Ecuador ha experimentado un crecimiento notable. Esto ha sido impulsado por un aumento en la conciencia sobre los beneficios nutricionales de los mariscos, como el camarón. (FAO, La industria pesquera en América Latina y su potencial de crecimiento, 2021)

1.4 Marco Legal y Ambiental.

La constitución establece que el estado promoverá el uso de tecnologías ambientales limpias y de energía no contaminante, lo que implica que cualquier empresa debe garantizar que los procesos no van a generar daños ambientales.

Normas tributarias que se encuentran en la “Ley de microempresas”

- **Regulación Sanitaria (ARCSA - Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria):** Todo alimento procesado, incluidos los embutidos de camarón, debe cumplir con las normativas sanitarias nacionales.

Lo cual tiene que incluir en la obtención de permisos y licencias sanitarias, así como las certificaciones del establecimiento en donde se van a procesar estos productos.

- **Código de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010):** Regula las actividades productivas, y entre otras disposiciones, establece incentivos para actividades relacionadas con la innovación y transformación productiva, como la creación de microempresas dedicadas a productos alimenticios innovadores como los embutidos de camarón.

Normativa de Etiquetado de los Alimentos: los alimentos deben de cumplir con normas de etiquetado las cuales deben de indicar la información sobre los ingredientes, valor nutricional y otros aspectos relevantes para los consumidores.

Ley de Gestión Ambiental. Esta establece las disposiciones generales para la protección del medio ambiente en el Ecuador, esta ayuda a exigir a todas las actividades productivas con la elaboración de embutidos de camarón, incluyan las medidas para prevenir la contaminación del agua, suelo y aire.

1.5 Hipótesis y Variables

1.5.1 Hipótesis

Mediante la realización del estudio se determinará la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutido de camarón.

1.5.2 Identificación de las Variables

- **Variable Independiente:** Realización de un estudio de mercado.

Variable Dependiente: Viabilidad del proyecto de microempresa dedicada a la producción de embutidos de camarón.

1.5.3 Operacionalización de las Variables

1.5.3.1 Operacionalización de la Variable Independiente.

Desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, la cual está destinada a la elaboración de un embutido de camarón.

Se realizará un estudio de mercado enfocado en comprender la demanda actual y potencial del embutido de camarón, en el cantón de Manta, provincia de Manabí.

- **Variable Independiente:**

Table 1
Operacionalización De Variable Independiente

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítem
Realización del estudio de Factibilidad	Se plantea como una alternativa de negocio y una oportunidad de inversión la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, un producto que aprovecha las cualidades únicas del camarón, conocido	Personal capacitado	Número de trabajadores que se requieren. Normativas sanitarias y regulaciones a cumplir.	Se realizará mediante entrevistas a profesionales capacitados en el área.

	<p>por su alto valor nutricional y su sabor apreciado. Dado el creciente interés por alimentos innovadores y saludables, este producto podría representar.</p>		
--	--	--	--

Nota: Elaboración propia

1.5.3.2 Operacionalización de la Variables Dependientes.

Viabilidad económica y rentabilidad del proyecto se van a determinar mediante la evaluación de indicadores financieros y económicos clave.

Entre estos se encuentran el rendimiento de la inversión (ROI), el período de recuperación de la inversión (PRI), la tasa interna de retorno (IRR), el margen de ganancia neta y la relación costo-beneficio. Asimismo, resulta esencial estimar la capacidad de producción proyectada de embutidos de camarón, realizar un análisis del mercado local para identificar la demanda potencial y los precios de venta, y evaluar los costos operativos.

- **Variable Dependiente:**

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítem
	El esfuerzo realizado por una persona o		Frecuencia de consumo de	Se aplica

<p>Determina la viabilidad de La comercialización de un embutido de camarón.</p>	<p>grupo para desarrollar e impulsar una idea o proyecto de negocio, como la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, Constituye un emprendimiento que no solo busca generar ingresos económicos, sino también ofrecer una alternativa de comercio innovadora. de crear nuevas oportunidades de Empleo.</p>	<p>Estudio de mercado</p>	<p>mariscos. Atractivos del consumo de camarón. Experiencia previa con embutidos de mariscos. Percepción nutricional del camarón. Preferencia de lugar de compra.</p>	<p>encuesta a los consumidores</p>
--	--	---------------------------	---	------------------------------------

Table 2
Operacionalización de las variables dependientes.

Nota. Elaboración Propia.

1.6 Marco Metodológico

1.6.1 Modalidad Básica de la Investigación

1.6.1.1. Investigación de Campo.

Realizar la investigación de campo va a ser una herramienta clave para evaluar la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón. Dando como enfoque obtener información directa del entorno en el que se operará nuestro proyecto, ayudando a proporcionar datos relevantes y actualizados sobre las condiciones del mercado, ya que se van a aplicar encuestas a consumidores potenciales en zonas urbanas y rurales, con

el fin de determinar su interés por el producto, y disposición a pagar y sus preferencias en cuanto a sabor.

1.6.1.2. Bibliografía o Documental.

Es un proceso que consiste en la revisión, análisis y recopilación de información contenida en fuentes escritas o digitales, como libros, artículos, tesis o documentos especializados. Estos tipos de investigaciones son esenciales para fundamentar teóricamente un estudio, y ayuda a identificar antecedentes.

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, va a permitir explorar diversos aspectos claves. En donde en primer lugar se van a revisar los estudios relacionados a la industria alimentaria, y el procesamiento de productos del mar, analizando las tendencias del mercado, los hábitos de consumo y la aceptación de productos innovadores como el embutido de camarón.

Además, se investigarán normativas y regulaciones sanitarias aplicables a la manipulación y comercialización de productos alimenticios en Ecuador, garantizando el cumplimiento de estándares de calidad e inocuidad. También se analizarán publicaciones sobre análisis financieros y de mercado para diseñar proyecciones económicas realistas. (Hernández, 2014)

1.6.1.3. Investigación no Experimental

La investigación no experimental se utiliza cuando el investigador no manipula variables ni controla el entorno en el que se desarrollan los fenómenos, sino que observa, analiza y describe las condiciones tal como se presentan en su estado natural. En el contexto de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, este enfoque resulta apropiado ya que el investigador no estará interviniendo directamente en la creación del producto, sino que se concentrará en la recopilación de datos sobre el mercado, la viabilidad económica, las preferencias de los consumidores y otros factores externos. Los métodos no experimentales incluyen estudios descriptivos, correlacionales y causales-comparativos. (Hernández et al., 2014; López et al., 2019). Los diseños no experimentales son

más naturales y cercanos a la realidad cotidiana. En ellos observamos los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

1.6.2. Enfoque

Este aspecto involucra la investigación sobre la demanda potencial de embutidos de camarón. Se debe evaluar si los consumidores están dispuestos a adoptar un producto innovador, cómo perciben el camarón como base para embutidos y qué tan competitivos son los productos similares en el mercado. Además, se deben identificar los canales de distribución más efectivos, ya sea a través de minoristas, restaurantes, o ventas en línea (González et al., 2018).

1.6.2.1. Enfoque cuantitativo

Se pueden aplicar encuestas estructuradas a una muestra representativa de consumidores para conocer sus preferencias y disposición a comprar embutidos de camarón. Las preguntas cuantitativas podrían incluir la frecuencia de compra, el precio que estarían dispuestos a pagar, y la aceptación de este tipo de producto en comparación con embutidos tradicionales. Este enfoque se utiliza para predecir la demanda futura y estimar el volumen de ventas proyectado (Creswell, 2015; Hernández et al., 2014).

1.6.3. Nivel de Investigación

En nuestro proyecto el nivel de investigación es descriptivo.

El método descriptivo será empleado para analizar la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón. Este enfoque permitirá recopilar, organizar y evaluar información sobre las condiciones actuales del mercado, la disponibilidad de materias primas, los costos de producción, y la aceptación del producto en el mercado objetivo. A través de este método, se obtendrá un panorama claro y detallado de las variables que intervienen en el desarrollo del proyecto.

El enfoque descriptivo también facilitará la identificación de riesgos y limitaciones asociados al proyecto, ofreciendo una base sólida para la toma de decisiones. De esta manera, se podrán formular estrategias que maximicen las

oportunidades de éxito del emprendimiento, asegurando que este cumpla con las expectativas del mercado y sea viable tanto técnica como financieramente.

1.6.4. Población de Estudio

La población de estudio se refiere al grupo total de individuos o entidades que comparten características específicas y son objeto de análisis en una investigación. En este caso, la población está conformada por consumidores potenciales interesados en productos alimenticios innovadores, específicamente embutidos de camarón, en la región de Manta, Ecuador. Este grupo incluye personas de distintos perfiles demográficos, como hogares, restaurantes y comerciantes locales, que desempeñan un papel relevante en las preferencias alimentarias y el comportamiento de consumo en la zona.

La población de estudio para un proyecto de factibilidad sobre la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón puede definirse considerando varios grupos clave involucrados en el consumo y distribución del producto. Estos incluyen:

Consumidores Finales:

•**Hogares:** Personas que residen en áreas urbanas y periurbanas de Manta, Ecuador, con un interés potencial en productos innovadores y saludables como los embutidos de camarón.

•**Restaurantes y hoteles:** Establecimientos de alimentos y bebidas que buscan diversificar su menú con productos basados en mariscos, característicos de la región.

1.6.5. Tamaño de la Muestra

Para la presente investigación, se ha determinado el tamaño de muestra utilizando la fórmula correspondiente al muestreo probabilístico para poblaciones finitas, que permite estimar de manera confiable las preferencias de los consumidores del cantón Manta respecto a un nuevo producto como el embutido de camarón. La fórmula empleada es la siguiente:

Donde:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n : Tamaño de la muestra

N : Tamaño de la población (cantón Manta): **271.145 habitantes**

Z^2 : Valor correspondiente al nivel de confianza del 90%: **$1.28^2 = 1.6384$**

e : Margen de error máximo permitido: **5% (0.05)**

p : Probabilidad de éxito estimada (aceptación del embutido de camarón): **70% (0.70)**

q : Probabilidad de fracaso (1 - p): **30% (0.30)**

$$n = \frac{271145 \cdot 1.6384 \cdot 0.70 \cdot 0.30}{0.0025 \cdot (271145 - 1) + 1.6384 \cdot 0.70 \cdot 0.30}$$

$$n = \frac{271145 \cdot 0.344064}{677.8625 + 0.344064} = \frac{93313.30}{678.2066} = 137.6$$

Resultado:

El tamaño de muestra estimado para esta investigación es de 138 personas, cifra que representa un grupo adecuado y estadísticamente significativo de la población del cantón Manta, considerando el nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%.

1.6.6. Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección de datos comprenden un conjunto diverso de herramientas destinadas a adquirir información de manera habilidosa y eficiente para propósitos de investigación y análisis (Narváez, 2024).

Como técnicas para la recolección de datos, se usarán:

- **Observación Directa e Indirecta:**

Se realizaron visitas a pequeños centros de procesamiento artesanal de productos del mar en Manabí y se revisaron videos y reportajes en línea sobre

empresas ecuatorianas dedicadas al procesamiento de mariscos. Estas observaciones permitieron identificar los procesos empleados en la manipulación del camarón, las condiciones sanitarias necesarias, el equipamiento requerido y los sistemas de conservación más comunes para productos cárnicos derivados del mar.

- **Encuestas:**

Con el fin de conocer el nivel de aceptación del producto y las preferencias del consumidor, se diseñó y aplicó una encuesta estructurada dirigida a residentes del cantón Manta. La encuesta incluyó preguntas relacionadas con el consumo de productos del mar, disposición a probar embutido de camarón, percepción de calidad, frecuencia de compra y rangos de precios aceptables.

- **Métodos Cuantitativos – Encuesta**

Periodo de aplicación:

La encuesta se aplicó de septiembre a diciembre en el cantón Manta, provincia de Manabí. Recoger información cuantitativa sobre la aceptación del embutido de camarón como producto innovador, identificar el perfil del consumidor potencial y validar aspectos clave para el modelo de negocio. El cuestionario fue estructurado con preguntas cerradas de opción múltiple y escalas tipo Likert para medir nivel de interés, hábitos de consumo, frecuencia de compra de productos similares (como embutidos y mariscos), así como la disposición de pago. Se incluyeron también preguntas de control sociodemográfico.

- **Método de Muestreo:**

Se utilizó un muestreo aleatorio simple, dirigido a personas mayores de 18 años residentes en Manta. La selección se realizó a través de redes sociales y contactos presenciales en ferias, mercados y zonas residenciales con alta densidad poblacional.

- **Método de Aplicación:**

La encuesta se aplicó mediante formulario digital (Google Forms), lo que permitió abarcar un mayor número de personas en diferentes sectores del cantón. También se realizaron algunas encuestas en papel para adultos mayores o personas sin acceso a internet.

- **Tamaño de Muestra y Tasa de Respuesta.**

Se recopiló 154 encuestas válidas, con una tasa de respuesta del 83%.

1.6.7. Apéndice Encuesta:

Estudio de Factibilidad para la Elaboración de un Embutido de Camarón.

1. Correo Electrónico.

Datos Personales.

2. ¿Cuál es tu nombre?

3. ¿Cuál es tu rango de edad?

- Menos de 18 años
- 18 – 30 años
- 31 – 50 años
- 50 años.

Hábitos de Consumo.

4. ¿Consume productos del mar regularmente?

- Sí, varias veces por semana
- Sí, al menos una vez por semana
- Sí, ocasionalmente
- No, casi nunca

5. Consume embutidos (chorizos, salchichas, etc.)?

- Sí, frecuentemente.
- Sí, ocasionalmente.
- Rara vez.
- No consumo embutidos.

6. ¿Qué tipo de embutidos prefiere?

- Tradicionales (carne de res, cerdo, pollo)
- Alternativos (vegetarianos, de mariscos)
- Indiferente

Percepción de productos nuevos

7. ¿Ha probado embutidos de mariscos anteriormente?

- Si
- No

8. Si no los ha probado, ¿estaría dispuesto a probarlos?

- Si
- No
- No estoy seguro

9. ¿Qué tan atractivo le parece un embutido de camarón con potenciadores de sabor?

- Muy atractivo
- Poco atractivo

- Atractivo
- Nada atractivo

10. ¿Qué considera más importante al comprar un embutido

- Sabor
- Precio
- Calidad de los ingredientes
- Innovación

11. ¿Cuál sería un precio justo por un paquete de 250g de chorizo de camarón?

- Menos de \$3
- \$3 - \$5
- \$5- \$7
- Más de \$7

Preferencias de sabor.

12. ¿Qué sabores prefiere en un embutido?

- Suave y natural
- Picante
- Especiado
- Agridulce

13. ¿Qué tan importante es para usted que el producto sea elaborado con ingredientes locales?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

Opinión general y sugerencias

14. ¿Le preocuparía el uso de potenciadores de sabor en un embutido de camarón?

- Sí, mucho
- Sí, algo
- No me preocupa

Datos Existentes

Recolección y Selección del Material

Para sustentar el análisis de viabilidad del presente estudio, se recopilieron datos secundarios provenientes de fuentes confiables y verificadas, con el fin de complementar los resultados empíricos obtenidos. La información se obtuvo de distintas plataformas y medios especializados en la industria alimentaria, la pesca y el desarrollo productivo en Ecuador. Las fuentes empleadas incluyen:

Artículos Científicos: Consultados a través de bases de datos académicas como Google Scholar y Redalyc, donde se revisaron investigaciones sobre innovación alimentaria, embutidos no tradicionales y tendencias del consumo de mariscos.

Informes Institucionales y Gubernamentales: Emitidos por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (MPCEIP), el Instituto Nacional de Pesca (INP) y publicaciones técnicas de la FAO sobre el manejo postcosecha y transformación de camarón.

Tesis Universitarias: Recolectadas en repositorios digitales de instituciones como la ULEAM, la ESPOL y la Universidad Técnica de Manabí, que han abordado temas afines como procesamiento artesanal de mariscos, desarrollo de productos innovadores y comportamiento del consumidor ecuatoriano.

Producción Original de los Datos: Por medio de la aplicación de forms, se recopiló información primaria, las cuales estaban dirigidos para consumidores de embutidos, principalmente de la ciudad de Manta.

Relevancia Temática: Solo se consideraron documentos que abordaran directamente temas como: procesamiento de productos del mar, agregación de valor en el camarón, elaboración de embutidos no convencionales, análisis económico de microempresas alimentarias y hábitos de consumo de mariscos.

1.6.8. Plan de Recolección de Datos

Table 3

Plan de Recolección de Datos

N.º	Preguntas Frecuentes	Explicación
1	¿Para qué?	Determinar la viabilidad técnica, económica y comercial de una microempresa dedicada a la elaboración y venta de embutido de camarón en la ciudad de Manta.
2	¿De qué personas?	Ciudadanos del cantón Manta y alrededores, posibles consumidores del producto.
3	¿Sobre qué aspectos?	Preferencias de consumo, aceptación del producto, precio estimado, frecuencia de compra y canales de venta más convenientes.
4	¿Quién investiga?	Estudiante Adriana Romero, Facultad de Ingeniería Industrial – ULEAM.
5	¿Cuándo?	Julio 2024.
6	¿Dónde?	Cantón Manta, provincia de Manabí, Ecuador.
7	¿Cuántas veces?	Una sola vez, como parte del levantamiento de información primaria.
8	¿Qué técnica de recolección?	Encuesta estructurada dirigida a potenciales consumidores.
9	¿Con qué?	Formulario digital (Google Forms) difundido a través de redes sociales y entrevistas presenciales.
10	¿En qué situación?	En contexto de validación de mercado para la propuesta de emprendimiento productivo de embutido de camarón.

Fuente: Elaborada por Adriana Romero

1.6.2 Procesamiento de la Información

El procesamiento de la información es una fase esencial en cualquier estudio, ya que convierte los datos obtenidos en resultados útiles y significativos. En el contexto de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de embutidos de camarón, mientras que los datos de la encuesta y estudio de costos mediante el programa informático Excel.

2. Estudio de Mercado

Este apartado presenta los resultados obtenidos a partir de la recopilación de datos primarios en el área de estudio. El análisis realizado permite examinar las percepciones, actitudes y comportamientos de los participantes respecto al consumo y aceptación del embutido de camarón, proporcionando información relevante para cumplir con los objetivos planteados en esta investigación de factibilidad. Esta información es clave para determinar el potencial de mercado, las preferencias del consumidor y la viabilidad del producto en el entorno local.

2.1. Análisis e interpretación de resultados.

Para llevar a cabo la encuesta, se seleccionó una muestra de personas a nivel región costa, para conocer gustos.

ENCUESTA:

1. Edad

Table 4

Resultados de pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	163	48,5	48,5	48,5
Menos de 18 años	13	3,9	3,9	52,4
18- 30 años.	144	42,9	42,9	95,2
31 - 50 años.	14	4,2	4,2	99,4
Más de 50 años.	2	,6	,6	100,0
Total	336	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Figure 2

Resultado gráfico de la pregunta 1 de la encuesta



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborado por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

Se muestra que la mayoría de los encuestados están entre el rango de edad de 18 a 30 años.

2. Consumo

Table 5

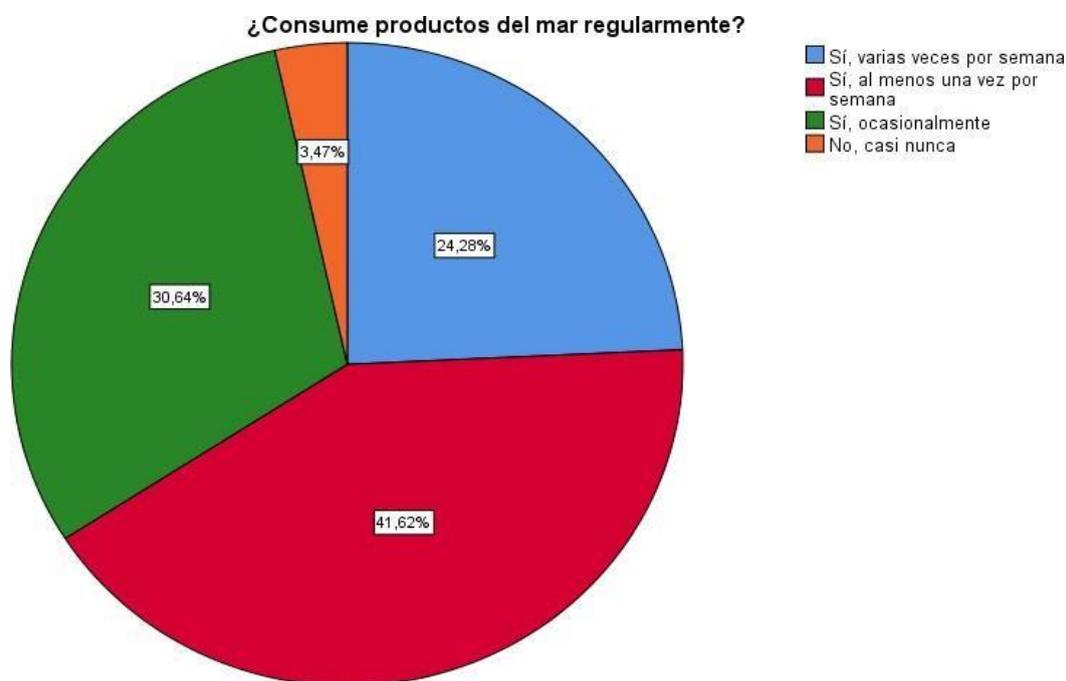
Resultados de Pregunta 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, varias veces por semana	42	24,3	24,3	24,3
	Sí, al menos una vez por semana	72	41,6	41,6	65,9
	Sí, ocasionalmente	53	30,6	30,6	96,5
	No, casi nunca	6	3,5	3,5	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 3

Resultado Gráfico de la Pregunta 2 de la Encuesta



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

Con el 41.62% el gráfico reflejó un alto interés por el consumo de productos del mar.

3. Consumo de Embutidos.

Table 6

Resultados de Pregunta 3.

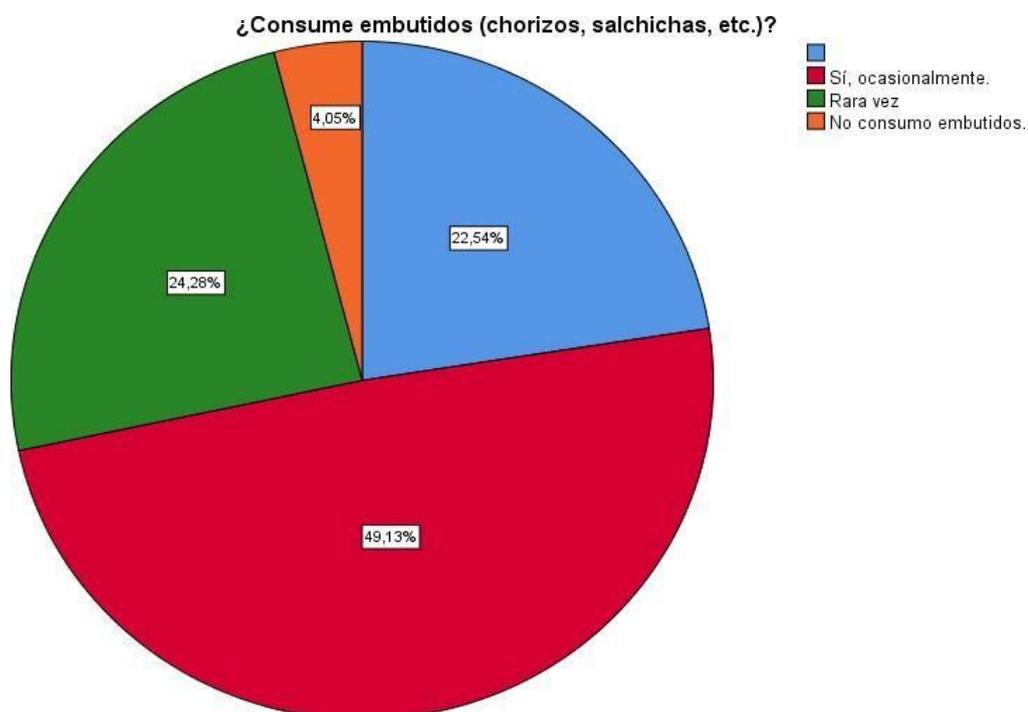
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, frecuentemente	39	22,5	22,5	22,5
	Sí, ocasionalmente	85	49,1	49,1	71,7
	Rara vez	42	24,3	24,3	96,0
	No consumo	7	4,0	4,0	100,0

embutidos				
Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Figure 4

Resultados gráficos de la pregunta 3 de la encuesta.



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Análisis de los Resultados.

La gráfica revela que el 49,13% de los encuestados no consume embutidos, mientras que el 24,26% los consume ocasionalmente y el 22,54% rara vez. Solo el 4,05% de los encuestados consume embutidos de forma regular.

4. Preferencias

Table 7

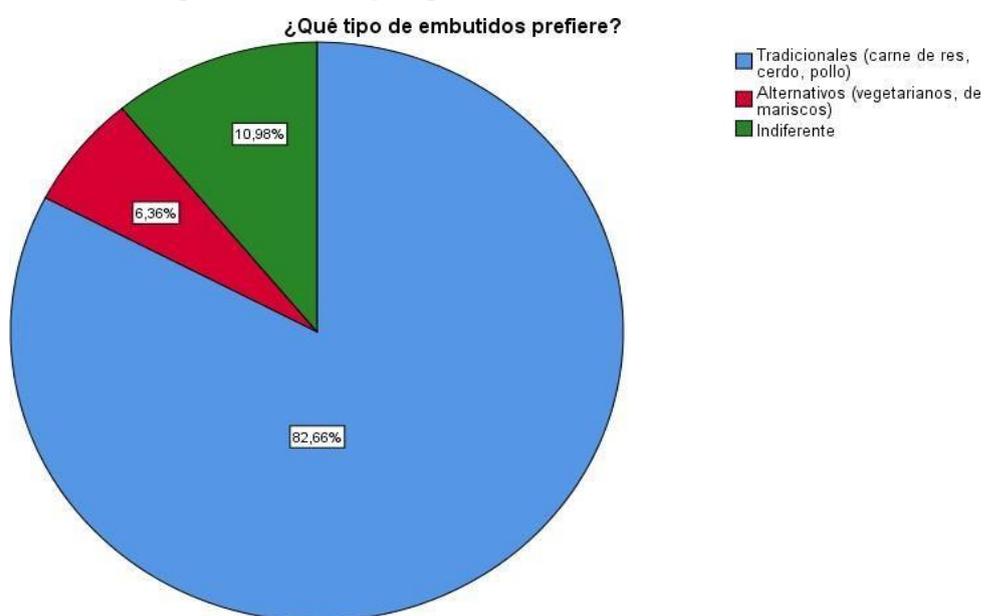
Resultados de pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tradicionales (carne de res, cerdo, pollo)	143	82,7	82,7
	Alternativos (vegetarianos, de mariscos)	11	6,4	89,0
	Indiferente	19	11,0	100,0
	Total	173	100,0	

Nota: Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Figure 5

Resultado gráfico de la pregunta 4 de la encuesta



Nota: Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados

En esta gráfica muestra que el 62,6% de los encuestados prefiere embutidos tradicionales (carne de res, cerdo o pollo). El 10,95% opta por

embutidos vegetarianos o de mariscos, mientras que un 6,36% se muestra indiferente a la elección. Un pequeño porcentaje (20,5%) tiene una preferencia por otro tipo de embutidos.

5. Prueba.

Table 8

Resultados de pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	46	26,6	26,6	26,6
	No	127	73,4	73,4	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Figure 6

Resultado gráfico de la pregunta 5 de la encuesta



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

La gráfica muestra que el 73.41% de los encuestados ha probado embutidos de mariscos, y el 26,59% no, esto indica que hay un mayor consumo de este tipo de productos.

6. Disposición de Prueba.

Table 9

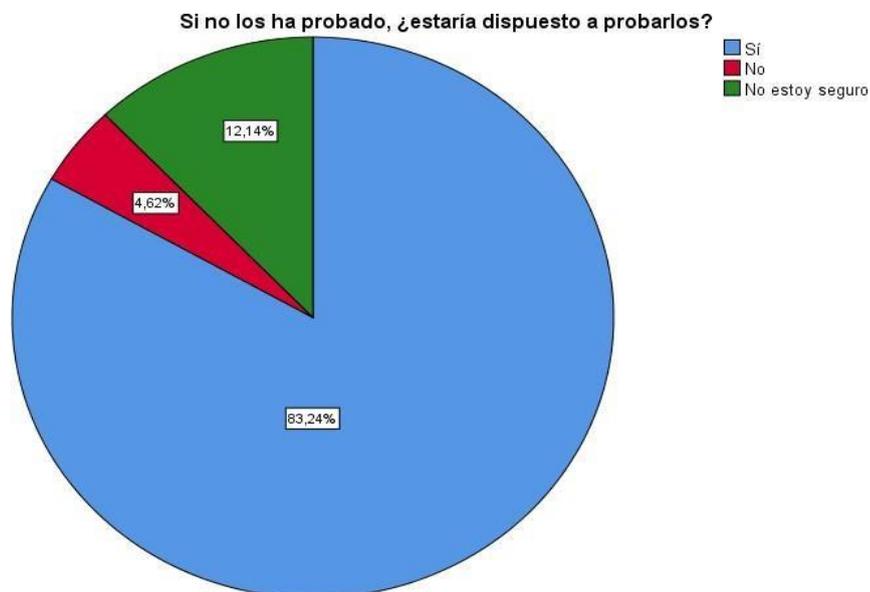
Resultados de pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	144	83,2	83,2	83,2
	No	8	4,6	4,6	87,9
	No estoy seguro	21	12,1	12,1	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 7

Resultado gráfico de la pregunta 6 de la encuesta



Nota: Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis: El gráfico muestra que el 83,24% está dispuesto a probar este innovador producto, y el 4,62% decide no probar, esto hace que un 12,14% no se sienta tan seguro de probar.

7. Atracción.

Table 10

Resultados de pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy atractivo	62	35,8	35,8	35,8
	Poco atractivo	36	20,8	20,8	56,6
	Atractivo	70	40,5	40,5	97,1
	Nada atractivo	5	2,9	2,9	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 8

Resultado gráfico de la pregunta 7 en la encuesta.



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Análisis de los Resultados.

La gráfica muestra los resultados de la encuesta sobre cuán atractivo parece un embutido de camarón con potenciadores de sabor. Los valores de cada segmento son: el 40.46% de los encuestados lo encuentran "muy atractivo", el

35.84% lo considera "poco atractivo", el 20.81% lo encuentra "nada atractivo" y un 2.89% tiene una respuesta que no está especificada.

8. Compra de Embutidos.

Table 11

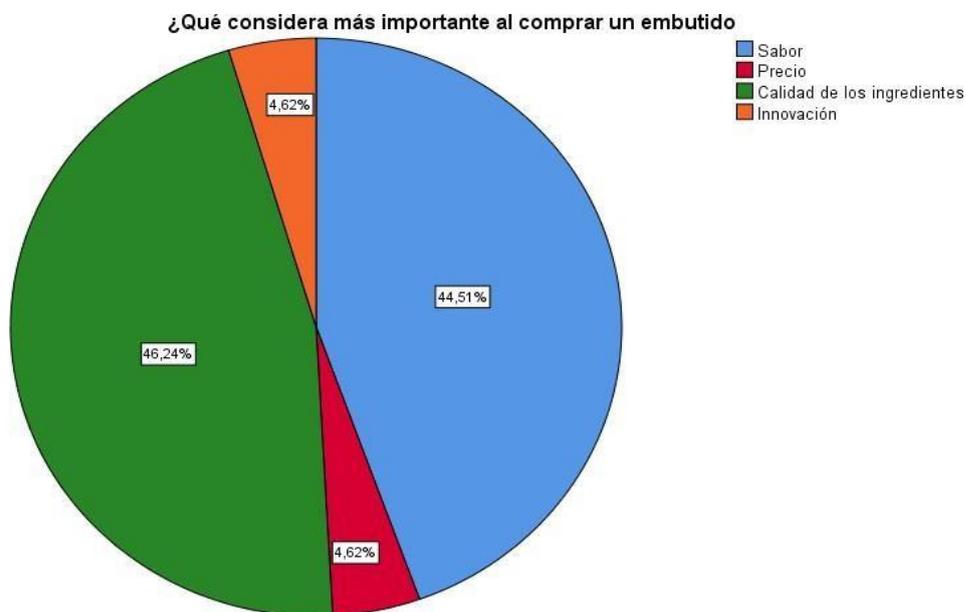
Resultados de pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sabor	77	44,5	44,5	44,5
	Precio	8	4,6	4,6	49,1
	Calidad de los ingredientes	80	46,2	46,2	95,4
	Innovación	8	4,6	4,6	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 9

Resultado gráfico de la pregunta 8 de la encuesta



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero

Análisis de los Resultados.

Con el 46.24% se considera que la calidad de los ingredientes es el factor más

importante al comprar un embutido.

9. Precio.

Table 12

Resultados de pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de \$3	26	15,0	15,1	15,1
	\$3 - \$5	120	69,4	69,8	84,9
	\$5 - \$7	21	12,1	12,2	97,1
	Más de \$7	5	2,9	2,9	100,0
	Total	172	99,4	100,0	
Perdidos Sistema		1	,6		
Total		173	100,0		

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 10

Resultado gráfico de la pregunta 9 de la encuesta.



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

La gráfica muestra que el 69.77% de los encuestados considera justo pagar de \$3 a \$5 dólares por un paquete de 250g de chorizo de embutido de camarón,

lo que indica una preferencia por precios moderados.

10. Sabor.

Table 13

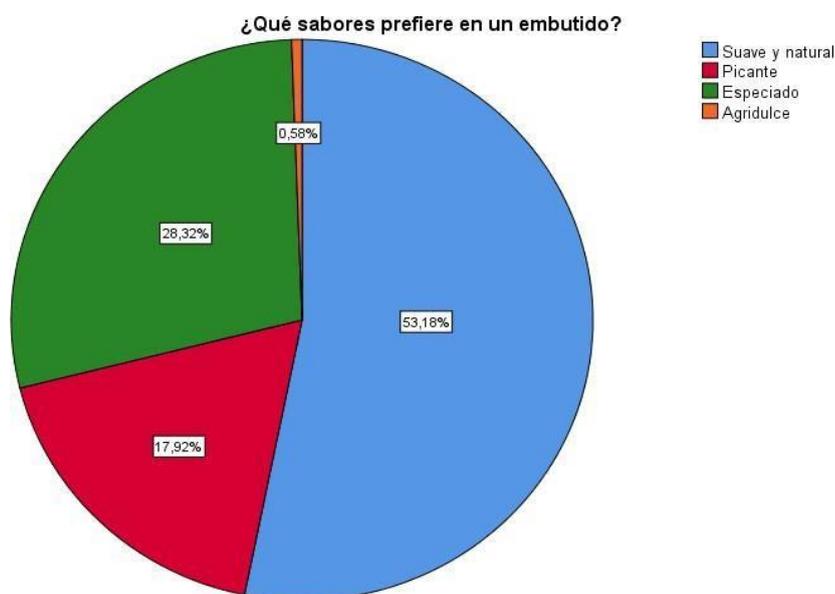
Resultados de pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Suave y natural	92	53,2	53,2	53,2
	Picante	31	17,9	17,9	71,1
	Especiado	49	28,3	28,3	99,4
	Agridulce	1	,6	,6	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 11

Resultado gráfico de la pregunta 10 de la encuesta.



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

Con el 53,18% se obtuvo que estas personas prefieren el sabor natural, que es más suave. Por ende tienen la tendencia de los sabores tradicionales.

11. Importancia de Ingredientes.

Table 14.

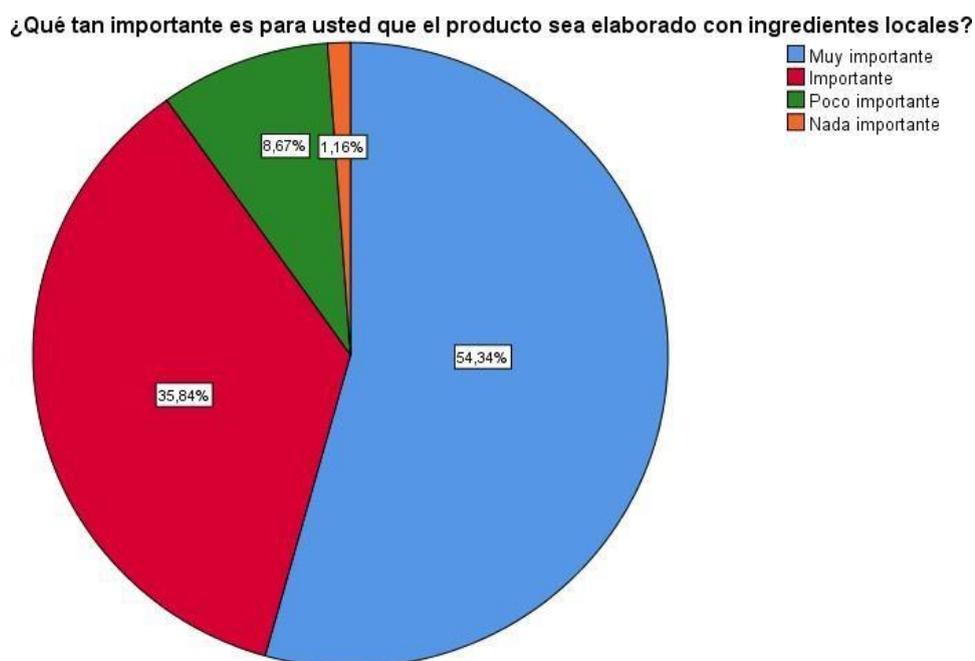
Resultados de pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	94	54,3	54,3	54,3
	Importante	62	35,8	35,8	90,2
	Poco importante	15	8,7	8,7	98,8
	Nada importante	2	1,2	1,2	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 12

Resultado gráfico de la pregunta 11 en la encuesta.



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

Un 54.34% de los encuestados consideró muy importante que el producto sea elaborado con ingredientes locales, mientras que el 35.84% lo considera importante.

12. Potenciadores de Sabor.

Table 15

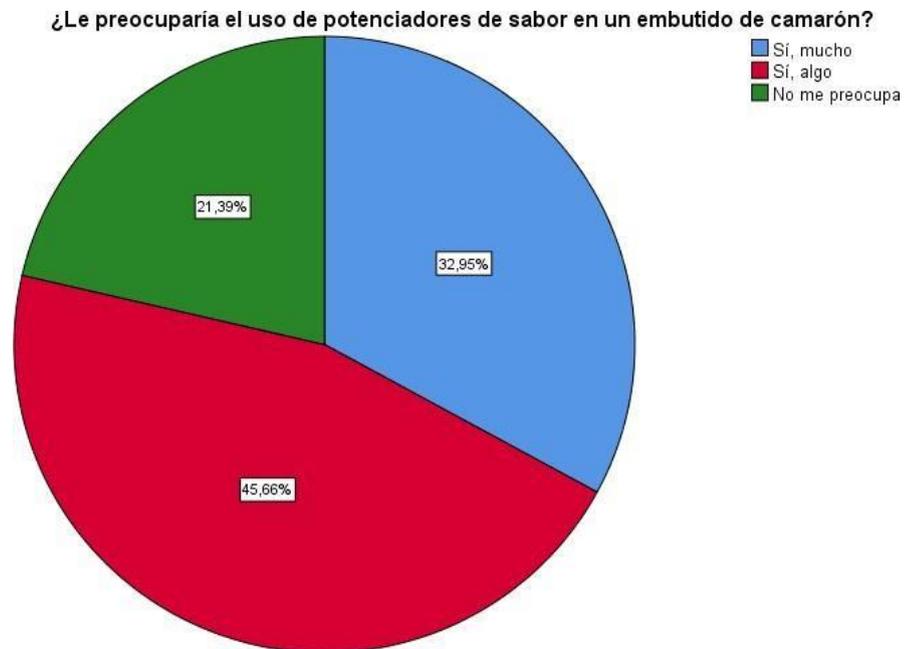
Resultados de pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, mucho	57	32,9	32,9	32,9
	Sí, algo	79	45,7	45,7	78,6
	No me preocupa	37	21,4	21,4	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Figure 13

Resultado gráfico de la pregunta 12 en la encuesta



Nota. Encuesta Aplicada. Elaborada por Adriana Romero.

Análisis de los Resultados.

El 45,66% de los encuestados respondió que si le preocupa mucho el uso de potenciadores de sabor en un embutido de camarón.

Capítulo III

3. Resumen Ejecutivo.

3.1. Definición Comercial del Producto.

El camarón es un crustáceo, producto marino de alta demanda en los mercados nacionales e internaciones, el cual es reconocido por su valor nutricional, versatilidad gastronómica, y una gran aceptación entre los consumidores. Esta cuenta con una textura delicada, sabor suave y propiedades proteicas lo que convierten en un ingrediente esencial en la industria alimentaria. Este crustáceo a nivel comercial, es exportado en distintas formas, entero, pelado, cocido, congelado o procesado, lo que permite una amplia gama de aplicaciones en el mercado.

Este proyecto consiste en la innovación de la creación de un embutido a base de camarón tipo chorizo, un producto innovador que fusiona como la tradición del consumo de embutidos con los beneficios del marisco. Esta propuesta busca ayudar y ofrecer una alternativa novedosa más saludable al chorizo tradicional, el cual va a utilizar el camarón como ingrediente principal, lo cual va a representar una forma más creativa, atractiva y funcional. La función de este va a permitir conocer las cualidades organolépticas del camarón, integrados con condimentos naturales, lo cual va a lograr un producto de fácil preparación.

3.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.

3.2.1. Misión.

Crear y desarrollar un embutido de camarón, como lo es el chorizo, que sea de alta calidad en el mercado, principalmente en el ecuatoriano, ya que este ayuda a proporcionar una alternativa innovadora.

3.2.2. Visión.

Buscar convertirse en una microempresa líder en la producción y comercialización de embutido de camarón en el Ecuador, destacándose por su compromiso con la calidad, la innovación y la sostenibilidad. Con el fin de posicionar el producto como una opción fundamental a la dieta.

3.2.3. Valores.

Sostenibilidad: Implementación de prácticas ecológicas en el empaquetado del embutido, para reducir un poco el impacto ambiental

Transparencia: Ser honestos sobre los métodos de cultivo, los procesos de producción y la política de precios, para poder ganar la confianza del cliente.

Calidad: Usar la materia prima de mejor calidad, y métodos de elaboración que aseguren los productos.

Pasión: Tener un compromiso 100% real, y así mismo un entusiasmo por la innovación.

3.3. Objetivos de la Empresa.

3.3.1. Metas a Corto Plazo (0 – 1 año)

1. Crear una Identidad de Marca Reconocible.

Desarrollar una marca sólida y rentable para nuestro embutido de camarón, con el objetivo de darnos a conocer mediante ferias gastronómicas.

2. Garantizar la Calidad Consistente.

Potenciar nuestros procesos de producción, desde la selección del camarón hasta la formulación, y empaquetado del embutido, encargándonos de asegurar que cada unidad cumpla con los estándares de frescura, sabor y calidad.

3. Aumentar las Ventas Iniciales.

Implantar alianzas comerciales con restaurantes, cafeterías, tiendas gourmet, y distribuciones locales, para poder recopilar retroalimentación directa de los consumidores para mejorar continuamente el proceso.

3.3.2. Metas a Mediano Plazo (2- 4 años)

1. Ampliar la Base de Clientes

Implementar estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad de nuestro embutido de camarón, alcanzando nuevos segmentos de mercado tanto a nivel local como regional, a través de redes sociales, comercio electrónico y plataformas gastronómicas.

2. Diversificar la Oferta.

Elaborar presentaciones diferentes a las comunes, donde vamos a explorar combinaciones de sabores.

3. Invertir en Tecnología

Obtener una maquinaria moderna que nos ayude a optimizar los procesos de producción, con la mejora de la eficiencia operativa, que garantice la inocuidad del producto.

4. Capacitar al Personal.

Contar con capacitaciones comúnmente para tener un buen equipo de trabajo, los cuales deben de estar enfocados en (BPM) buenas prácticas de manufactura.

3.3.3. Metas a Largo Plazo (5 años)

1. Convertirse en una Marca Reconocida

Consolidar una reputación sólida y confiable en el mercado de productos alimenticios en base a camarón, destacándonos por la calidad, innovación y autenticidad de nuestros embutidos.

2. Ampliar la Distribución

Ampliar la comercialización del embutido de camarón hacia otras ciudades y provincias del país, con el objetivo de alcanzar un público más amplio y posicionarnos como una alternativa atractiva.

3. Abrir un Punto de Venta Propio

Implantar un local físico que funcione como cafetería o tienda especializada, en donde los clientes puedan degustar nuestros productos en diferentes presentaciones.

3.4. Propuesta de Valor.

Figure 14

Modelo Canva.



Nota. Canva. Elaborado por Adriana Romero.

3.4.1. Propuesta de Valor.

En la presente propuesta de negocio el embutido de camarón es el producto con mayor demanda, ya que este será para comercializarlo principalmente vía online, mediante un servicio de entrega a domicilio seguro.

En el mercado este producto se diferencia tanto por su calidad como por el servicio personalizado que ofrece, acabo se lleva con técnicas responsables que minimizan el impacto ambiental, ofreciendo así una alternativa innovadora y comprometida con la sostenibilidad.

Socios claves: Importante contar con alianzas que promuevan el camarón, o los insumos alimenticios de alta calidad a precios competitivos.

Actividades Clave: El manejo de las redes sociales como parte de la estrategia de marketing y ventas, la gestión de pedidos, atención al cliente, y las funciones administrativas, esto para ayudar a la microempresa a ser gestionada por una sola persona.

Fuentes de Ingresos: Provenirán a la venta directa del embutido de camarón, ofreciendo un presentaciones individuales y paquetes semanales hasta agotar stock disponibles. Lo que busca brindar la opción de realizar pedidos personalizados.

Relación con los Clientes: Ofrecerá una atención personalizada, el cual estará enfocado en brindar una experiencia más cercana y de calidad al cliente.

Segmento del Cliente: Enfocada en personas que valoran una alimentación natural, sin aditivos artificiales y mucho menos los colorantes.

Canales: Para que nuestro producto sea conocido se van a utilizar principalmente las ventas en línea, lo que abarca las redes sociales del emprendimiento, y las aplicaciones de delivery. También se contarán con las ventas directas participando en ferias de emprendimiento.

Recursos Claves:

Table 16

Recursos Claves.

Recursos Clave	Descripción
Equipos de Producción	Mesas de acero inoxidable para manipulación de alimentos
	Cortadora y mezcladora de camarón industrial
	Ebutidora manual o semiautomática
	Balanza digital para porcionado preciso
	Selladora al vacío
	Congelador industrial o cámara de refrigeración

	Estufa o cocina industrial para pruebas de cocción
Equipos Administrativos	<p>Computadora con software de gestión y contabilidad</p> <p>Impresora para facturación y documentación</p> <p>Estanterías y mobiliario de oficina</p>
Personal	<p>Mano de obra directa: operarios de producción Y empacadores</p> <p>Mano de obra indirecta: encargado logístico, ventas y administrador</p>
Plataformas de Marketing	<p>Redes sociales: Instagram, Facebook, TikTok</p> <p>Aplicaciones de delivery local: Pedidos Ya, Rappi, y InDrive</p> <p>Página web o catálogo digital</p>
Materia Prima	<p>Camarón fresco (Litopenaeus vannamei) proveniente de proveedores locales</p> <p>Tripas naturales o sintéticas para embutido</p> <p>Especies: ajo, cúrcuma, sal, pimienta, albahaca y chillangua</p> <p>Material de empaque: bolsas al vacío, etiquetas adhesivas</p> <p>Productos de limpieza y desinfección autorizados para uso alimentario</p>

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Estructura de Costos:

Table 17

Estructura de Costos.

Categoría de Costo	Detalle
Costos de Producción	- Energía eléctrica (uso de maquinaria como embudidora, selladora y refrigeración)
	- Agua potable (limpieza de camarón, utensilios y superficies)
	- Camarón fresco (materia prima principal)
	- Tripas naturales o sintéticas para embutido
	- Especias y condimentos (ajo, cúrcuma, chillangua, sal, albahaca, etc.)
	- Productos de limpieza y desinfección autorizados (detergentes y sanitizantes)
Costos de Personal	- Mano de obra directa (operarios de procesamiento, empacadores)
	- Mano de obra indirecta (personal administrativo, ventas y logística)
Costos de Ventas	- Publicidad digital (anuncios pagados en redes sociales)
	- Participación en ferias de emprendimiento (stand, materiales promocionales)

	- Conectividad a Internet para gestión, pedidos y marketing
	- Material de empaque (bolsas al vacío, etiquetas, cajas para distribución)
Costos Tecnológicos	- Maquinaria de procesamiento: embudidora, selladora, congelador
	- Computadora y software para gestión contable y trazabilidad sanitaria
	- Licencias o servicios digitales para control de stock y pedidos
Costos de Entrega	- Tarifas de entrega por servicios de motorizados o plataformas locales (Pedidos Ya, InDrive)
	- Combustible o mantenimiento si se usa motorizado propio para distribución

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.5. Estudio de Mercado.

3.5.1. Análisis del Entorno (PESTEL)

3.5.1.1. Político.

El entorno político influye de manera importante en la creación de nuevas empresas, sobre todo en sectores como la agroindustria. En Ecuador, el gobierno ha implementado políticas para incentivar la creación de pequeñas y medianas empresas (PYMES), como exenciones fiscales, subsidios y financiamiento accesible a través de programas gubernamentales. La normativa relacionada con la industria alimentaria, específicamente sobre seguridad alimentaria, también debe ser considerada. Las políticas públicas deben estar alineadas con la protección del consumidor y la seguridad en la producción alimenticia. (Producción, 2018)

3.5.1.2. Económico.

En el sector pesquero, la economía ha venido creciendo en los últimos años, esto se debe a la producción de camarón, ya que es muy fundamental para nuestro país. Entonces, ha existido una mayor demanda de este producto, haciendo que exista mucho más consumismo en el mercado.

3.5.1.3. Sociocultural.

El camarón que es un producto del mar, ha tenido aceptación por su perfil nutricional más favorable, ya que es bajo en grasas.

3.5.1.3. Tecnológico.

La tecnología juega un papel fundamental en la producción de alimentos, especialmente en la industria de los embutidos de camarón. La automatización de los procesos de producción puede mejorar la eficiencia y reducir los costos operativos. Además, la tecnología en el envasado y la conservación de los productos es crucial para extender la vida útil del embutido y garantizar su calidad. El uso de plataformas digitales para la comercialización y venta es también una ventaja competitiva para las microempresas.

En la ciudad de Manta el entorno tecnológico presenta condiciones más favorables para el desarrollo de emprendimientos que utilizan herramientas digitales para estrategia comercial.

3.5.2. Análisis de la Industria.

3.5.1.4. Tamaño del Mercado.

Se registró que en el 2022, en la ciudad de Manta hubo una población de 258.697 habitantes, lo cual es una cifra que nos ayuda como base del mercado total para nuestros análisis.

3.5.1.5. Segmentación del Mercado.

Mercado Total: Población demandada es de 258 ,697 personas

Mercado Potencial: Se estima que aproximadamente el 60 % de la población consume productos derivados del camarón, dado el consumo per cápita anual de mariscos en Ecuador (alrededor de 7.8 kg) y la alta presencia del sector camaronero en la región costera.

Cálculo del mercado potencial:

$$258,697 \times 60 \% = 155,218 \text{ personas}$$

Mercado Disponible: De ese segmento, se asume que alrededor del 35 % prefiere comprar productos procesados del mar en mercados locales, tiendas gourmet o directamente del productor.

Cálculo del mercado disponible:

$$155,218 \times 35 \% = 54,326 \text{ personas}$$

Mercado Disponible Calificado: Se considera que aproximadamente el 30 % del mercado disponible prioriza la calidad, fresca, ingredientes naturales y un producto nacional con valor agregado.

Cálculo del mercado disponible calificado:

$$54,326 \times 30 \% = 16,298 \text{ personas}$$

Mercado Objetivo: Dentro de ese segmento, se estima que el 65 % estaría dispuesto a pagar un precio ligeramente mayor por un embutido gourmet de camarón, saludable y sostenible.

Cálculo del mercado objetivo:

$$16,298 \times 65 \% = 10,594 \text{ personas}$$

Mercado Meta: Se plantea atender inicialmente al 10 % de ese mercado objetivo mediante distribución directa, ventas online y alianzas con puntos de venta locales.

Cálculo del mercado meta:

$$10,594 \times 10 \% = 1,060 \text{ personas}$$

Frecuencia de consumo	Unidades/año (por persona)	% de personas	Personas estimadas	Unidades demandadas
Semanal	52 unidades	7 %	74	3.848
Quincenal	24 unidades	18 %	191	4.584
Ocasional (mensual)	12 unidades	75 %	795	9.540
Total	—	100 %	1.060	17.972

Table 18

Unidades Demandadas.

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.5.2. Análisis de Competencia.

3.5.2.1. Competencia.

En la actualidad el camarón es considerado un producto clave, ya que están existiendo proyectos relaciones con este insumo tuvieron un mayor protagonismo en varias convocatorias.

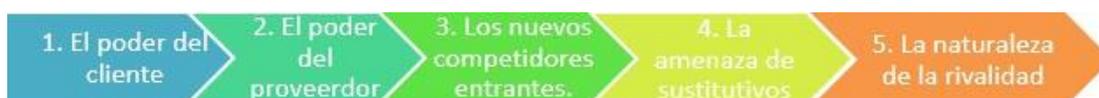
3.5.3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.

El modelo de las 5 Fuerzas de Porter va a permitir analizar la estructura de la microempresa, así como su nivel de competencia, ya que ayudan a entender la dinámica del mercador y la rentabilidad potencial de una industria.

Las 5 fuerzas de Porter son:

Figure 15

Las fuerzas de Porter.



Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.5.3.1. Rivalidad Entre los Competidores.

Bien sabemos que la mayoría de empresas comercializadas de camarón en presentaciones tradicionales, como congelado, empanizado, etc., sin explorar variantes más elaboradas como embutidos, esto representa una ventaja estratégica para una microempresa para que desarrolle embutidos de camarón, debido a que en el mercado no existe aún esta presentación.

Aunque algunas marcas compiten en precio y servicios, son muy pocas las que ofrecen un valor agregado en términos de innovación culinaria.

3.5.3.2. Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos.

En la industria alimentaria los productos procesados son sustitutos ya que representan un riesgo latente. El embutido de camarón posee cualidades sensoriales y nutricionales que lo hacen difícil de reemplazar, debido a su sabor marino característico, su contenido proteico y la posibilidad de combinarlo con ingredientes autóctonos.

3.5.3.3. Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes.

En el mercado de productos derivados del camarón, como son los embutidos marinos, este podría atraer nuevos actores que van a buscar diferenciarse a través de la innovación y el aprovechamiento de materias primas locales.

Así mismo vemos que las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para los emprendedores de manera directa y creativa, y a muy bajo costo. Esto nos ayuda a tener una oportunidad, pero también existe el riesgo competitivo, debido a que nuevos negocios pueden ingresar rápidamente al mercado, haciendo que el público capte su atención mediante estrategias visuales.

3.5.3.4. Poder de Negociación de los Proveedores.

Uno de los mayores poderes de este negocio, es tener buena comunicación con proveedores que tengan una alta presencia y conocimiento a nivel nacional. Con el fin de negociar precios accesibles, o plazas de pago, para fomentar una estabilidad en la cadena de suministro.

3.5.3.5. Poder de Negociación de los Clientes.

En el nivel de poder de negociación que tienen los clientes frente a un producto innovador como el embutido de camarón, este se considera moderado. Análisis del Cliente.

3.5.3.6. Perfil del Cliente Ideal.

Geográfico: Personas que se encuentran en zonas costeras como Manta, Portoviejo, Guayaquil, entre otras zonas urbanas del litoral.

Demográfico: Hombres y mujeres entre 18 y 50 años, con ingresos medios y altos, interesados en probar productos alimenticios innovadores y de calidad.

Psicográfico: Consumidores conscientes de su alimentación, que valoran la frescura, el sabor y el origen de los productos. Muchos de ellos tienen interés en gastronomía, comida saludable y local.

3.5.3.7. Comportamental.

Hábitos de Compra: Valoran la comodidad de comprar por internet y recibir el producto en casa.

Redes Sociales: Usuarios activos en diferentes redes sociales, como Facebook, Instagram, tiktok, plataformas que descubren nuevos productos.

Publicidad: Promociones, degustaciones, videos de preparación y recetas.

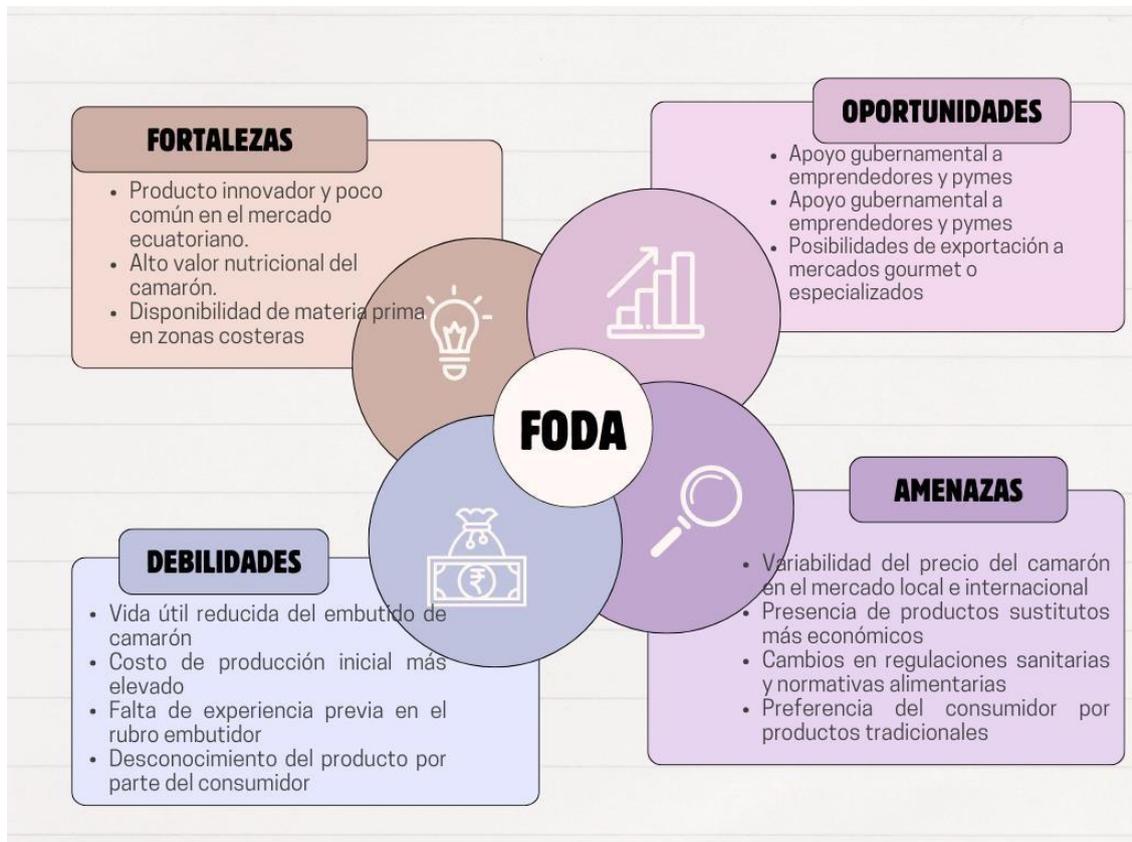
3.5.3.8. Necesidades y Deseos.

Se buscan productos de calidad, elaborados con ingredientes frescos, sin aditivos químicos y con un perfil nutricional adecuado. Donde se desea conocer el origen del camarón, los procesos de producción y los beneficios del producto. Además buscan productos novedosos que ayudan a enriquecer su alimentación, las cuales se ajusten a su estilo moderno y que puedan ser utilizados en forma práctica.

3.5.4. Análisis FODA.

Figure 16

FODA



Nota. Canva. Elaborado por Adriana Romero.

3.5.5. Marketing Mix (4Ps)

3.5.5.1. Producto.

Se busca ofrecer una alternativa más innovadora de un embutido de camarón, las cuales cuenten con potenciadores de sabor saludables, como la chillangua, albahaca o cúrcuma, especias que no afectan a la salud de los consumidores ya que son plantas organolépticas.

3.5.5.2. Beneficios del Producto.

Este embutido está dirigido a consumidores que necesiten o estén acostumbrados a una vida sana, así mismo que consuman productos innovadores, saludables y con valor agregado.

Además, al ser un producto de origen marino con ingredientes locales, responde a tendencias actuales de alimentación consciente y sostenibilidad.

3.5.7.3. Innovaciones.

Se desarrollarán ediciones especiales con ingredientes andinos y costeños, así como versiones listas para calentar y servir. Así mismo se colocará un código QR en los empaques, los cuales van a dirigirse a las recetas y recomendaciones.

A mediano plazo, se contempla incluir líneas de embutidos funcionales (enriquecidos con omega 3 o antioxidantes naturales), que añadan beneficios específicos para la salud.

3.5.7.4. Sostenibilidad

Uno de los pilares de esta microempresa será la sostenibilidad, comenzando por el uso de camarón proveniente de productores locales que emplean prácticas responsables. La producción buscará minimizar el uso de plásticos no reciclables, y se utilizarán empaques biodegradables o reciclables siempre que sea posible.

Además, se fomentará el trabajo con comunidades costeras para impulsar el desarrollo económico local y la trazabilidad del producto.

3.5.7.5. Precio.

Factores que se consideran para establecer una estrategia.

Costo de producción: 250 gramos de embutidos de camarón, los cuales se sitúan entre \$3 a \$5, dependiendo del formato e insumos utilizados.

Ajustes por Valor Percibido: En función de la aceptación del producto y la respuesta del mercado, el precio puede ajustarse progresivamente hasta alcanzar valores más cercanos a los \$4.50 o \$5.00, en caso de formatos gourmet o de exportación.

La estrategia va a ser demostrar el valor agrega del producto a través de campañas educativas, degustaciones y estrategias de comunicación que vayan a reforzar la percepción de calidad, originalidad y salud.

3.5.7.6. Plaza (Distribución)

Para asegurar una distribución eficaz del embutido de camarón en Manta y zonas cercanas, se propone utilizar múltiple canales de comercialización. En una primera fase, se ofrecerá el producto en ferias culinarias, mercados y tiendas especializadas, lo cual permitirá un contacto directo con los clientes. Además, se buscarán acuerdos con supermercados, tiendas gourmet, y mayoristas para ampliar la cobertura del producto y fortalecer, por lo que se emplearán vehículos refrigerados y espacios de almacenamiento adecuados que conserven la frescura y calidad del embutido. También se contempla vender por internet a través de redes sociales, y una tienda virtual, facilitando así las compras desde casa.

3.5.7.7. Promoción.

Se busca estrategias promocional para destacar en el entorno digital, se utilizarán redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok, para difundir recetas, videos, historias del producto y promociones, fomentando la interacción con el público.

Además se creará una página web con venta directa y un blog educativo sobre el camarón y su preparación. Por último se implementará un sistema de recompensas para clientes recurrentes, con el objetivo de fortalecer la fidelidad y crear una comunidad en torno al embutido o marca.

3.6. Estudio Técnico.

3.6.1. Descripción del Producto o Servicio.

3.6.1.1. Características.

La propuesta de producto innovador consiste en un embutido elaborado a base de camarón fresco, proveniente principalmente del mar, ubicados en las zonas costeras del Ecuador. Esta alternativa busca diferenciarse de los embutidos convencionales al insertar las propiedades nutricionales del camarón, ya que como su elevado contenido proteico, cuenta con ácidos grasos omega-3, bajo nivel de grasas saturadas y una alta concentración de los minerales como yodo, zinc y fósforo.

Este producto se presentará en diferentes formatos:

- Presentación tipo salchicha artesanal, ideal para asar o freír.
- Versión gourmet en empaques al vacío, pensada para restaurantes y consumidores que buscan un producto diferenciado.
- Opciones en porciones individuales y familiares, listas para calentar o preparar.

Esta producción cumplirá con normas sanitarias certificadas por ARCSA, asegurando un alimento seguro para el mercado nacional y con posibilidades de exportarse en el futuro.

Este embutido se proyecta como una opción ideal para consumidores que buscan una alimentación más saludable, sabores del mar y propuestas diferentes a lo convencional en el mercado de los embutidos en Ecuador.

Figure 17

Presentación del Embutido de Camarón



Nota. Presentación del Embutido de camarón.

3.6.1.2. Beneficios.

Nutricionalmente, el camarón es una excelente fuente de proteínas de alta calidad, bajo en grasas perjudiciales y rico en omega 3, nutrientes que favorecen el corazón, fortalecen las defensas y mejoran las funciones del cerebro.

En conjunto, el embutido de camarón se proyecta como una alternativa confiable, nutritiva, ecológica y altamente aceptable para el mercado ecuatoriano.

3.6.1.3. Anatomía del Producto: Embutido de camarón.

Integramos componentes naturales del camarón, con ingredientes funcionales, las cuales van a crear una uniforme que se va a introducir en envolturas comestibles, bien sean sintéticas o naturales.

Así mismo, esta cuenta con un contenido proteico y un perfil nutricional, que nos da una alternativa saludable, en cuanto a los embutidos cárnicos.

Además, su diseño permite adaptarse a distintos formatos: se puede presentar en porciones individuales, paquetes al vacío o versiones parrilleras. En todos los casos, el embutido está pensado para facilitar la cocción rápida y mantener sus propiedades sensoriales tras su preparación (ya sea frita, asada, hervida o al vapor).

3.6.1.4. Fase de Crecimiento

Table 19

Fase de Crecimiento

Etapa de Producción	Peso Inicial del Camarón	Tiempo Estimado (Días)	Peso Final Utilizado	Veces de Procesamiento/ Transformación	Tipo de Insumo Usado	Rendimiento Aproximado
Recepción y selección	12 – 15 g por unidad	1	12 – 15 g	1	Camarón fresco entero	100% materia prima
Pelado y desvenado	12 – 15 g	1	10 – 12 g	1	Agua clorada, utensilios	80–85% aprovechamiento
Triturado y mezclado	10 – 12 g	1	Mezcla total homogénea	1	Condimentos, hielo, sal, especias	75–80% mezcla útil
Embutido	Mezcla procesada	1	Unidad embutida de 100 g	1	Tripas sintéticas/naturales	100 g por unidad final
Cocción o pasteurización	Unidad embutida	1	Peso final: 90–95 g	1	Agua caliente o vapor	Pérdida por cocción 5–10%
Enfriado y empacado	90–95 g	1	Producto final	1	Bolsa al vacío, etiqueta	1 embutido listo para venta

Nota. Manual de producción de embutidos de camarón con especificaciones de calidad e inocuidad.

Elaborado por Adriana Romero.

Ciclo de duración : 2 a 3 días.

1. Controlar el manejo de los ingredientes, sobre todo a lo que respecta a la calidad del camarón y los otros insumos utilizados.

2. Realizar una cuidadosa selección de camarones frescos de alta calidad, los cuales deben de haber sido mantenidos en congelación o refrigeración.

3.El costo de las materias primas, particularmente del camarón, representa entre el 50% y 60% del costo total de producción. Por ello, una adecuada planificación y manejo de inventario resulta esencial para optimizar los recursos y evitar pérdidas por deterioro.

4. Si llega a suceder un manejo inadecuado en las fases de limpieza, o en algunos de los procesos, puede comprometer las características sensoriales del

embutido y elevar gastos operativos.

5. Para lograr un embutido de buen sabor y calidad, tenemos que tener una buena combinación de frescura de camarón.

6. El procesamiento del camarón se recomienda realizar entre las 8 de la mañana y las 4 de la tarde, debido a que con este rango de horario la temperatura ambiental suele ser más constante y hay mayor disponibilidad de operarios.

3.6.2. Procesos Productivos.

3.6.2.1. Materias Primas y Proveedores.

Los insumos principales para producir embutidos de camarón:

Camarón Fresco o de Alta Calidad: Con preferencia por la variedad blanca (*Litopenaeus vannamei*), adquirido por productores certificados o pescadores artesanales que aseguren las prácticas de higiene.

Tripas Naturales o Sintéticas para Embutido, según el perfil del producto final (gourmet o comercial), adquiridas a proveedores especializados.

Condimentos y Aditivos como sal, ajo, cebolla, pimienta, cúrcuma, chillangua (u otras hierbas locales), y conservantes autorizados como nitrato de sodio o ácido ascórbico.

Material de Empaque como Bolsas al Vacío, bandejas plásticas, etiquetas adhesivas y cajas para transporte.

Los proveedores deben cumplir con requisitos de inocuidad alimentaria y contar con registros sanitarios actualizados. En zonas como Manta y otras áreas costeras de Ecuador, existe una red de proveedores especializados en productos marinos, lo que permite establecer relaciones comerciales estables y negociar precios competitivos.

Table 20

Materias Primas y Proveedores

Materias Primas	Proveedores	Descripción
------------------------	--------------------	--------------------

Camarón limpio y crudo	Comercializadoras locales o camaroneras certificadas	Ingrediente principal del embutido. Se utiliza pelado y desvenado, fresco o congelado.
Tripa natural o sintética	Distribuidores de insumos cárnicos	Envoltura comestible para formar el embutido; puede ser de colágeno, celulosa o natural.
Sal	Proveedores de alimentos e insumos	Conservante natural y potenciador del sabor.
Ajo	Mercados locales o agroindustriales	Aporta sabor y propiedades antimicrobianas.
Pimienta	Proveedores de especias	Especia aromática utilizada para sazonar el embutido.
Chillangua (opcional)	Agricultores locales	Planta aromática típica ecuatoriana, realza el sabor local.
Albahaca	Proveedores agrícolas	Hierba aromática que aporta frescura y un toque herbal al producto.
Cúrcuma	Distribuidores de especias naturales	Da color y sabor al embutido, además de propiedades conservantes naturales.
Conservante natural	Proveedores especializados	Prolonga la vida útil del producto.
Hielo	Fabricantes o autoservicios locales	Usado para mantener la cadena de frío durante el proceso de mezcla.
Bolsas plásticas grado alimenticio	Proveedores de empaques	Para el envasado higiénico del producto final.
Etiquetas adhesivas	Diseñadores e imprentas	Contienen información del producto, fecha de caducidad y trazabilidad.
Guantes, gorros, mandiles	Distribuidores de insumos sanitarios	Equipos de protección personal para asegurar la higiene en el proceso.
Detergentes y desinfectantes	Proveedores de productos de limpieza	Garantizan la limpieza y desinfección del área de trabajo y utensilios.

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

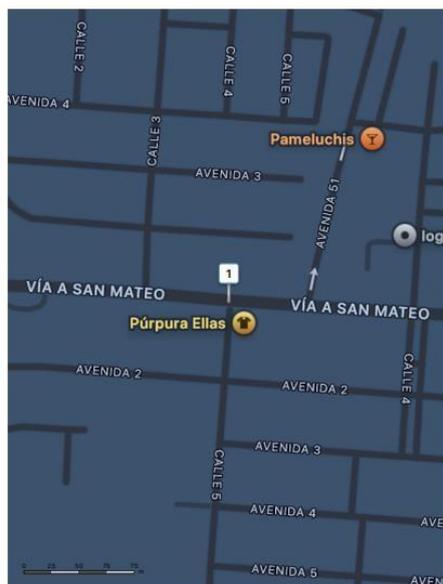
3.6.3. Localización.

3.6.3.1. Ubicación del Negocio.

Nuestra planta de producción, estará ubicada en la ciudad de Manta, Vía san Mateo, ya que este sector muestra un alto flujo vehicular y peatonal, así mismo una buena visibilidad comercial y acceso a servicios básicos.

Figure 18

Mapa de Ubicación.



Vía a San Mateo
Vía a San Mateo

3.6.4.

Infraestructura y Equipamiento.

3.6.4.1. Infraestructura.

Área de Producción y Almacenamiento: un espacio limpio y ventilado para la manipulación del embutido, maquinaria de producción y congelación.

Zona de Almacenamiento seco: para condimentos, tripas y empaques; debe contar con estanterías y buena ventilación.

Área de Empaque: es un espacio delimitado para etiquetado, envasado al vacío y preparación de pedidos.

Cámara de Refrigeración: Esencial para mantener la frescura del embutido durante el almacenamiento y despacho.

3.6.4.2 Equipamiento

Equipos de Procesamiento:

- Embutidora manual o semiautomática.
- Selladora al vacío.

- Balanza digital de precisión.
- Mesas de acero inoxidable.

Equipos Sanitarios:

- Guantes, mandiles, gorros y desinfectantes autorizados.
- Termómetro y cronómetro para estándares BPM.

Equipos Administrativos y de Control:

- Computador con software de contabilidad, control de inventario y software para gestión de ventas.
- Conexión a internet estable para la plataforma de ventas online.

Tecnología de Control:

- Termómetro digital y sensores de temperatura para cámaras.
- Registros sanitarios y control de trazabilidad digital.

Logística de Entrega:

- Acuerdos con plataformas de entrega locales (InDrive, Rappi), considerando tarifas de 10–20% del valor del pedido.
- Posibilidad de transporte refrigerado propio o subcontratado para conservar la cadena de frío.

Figure 19

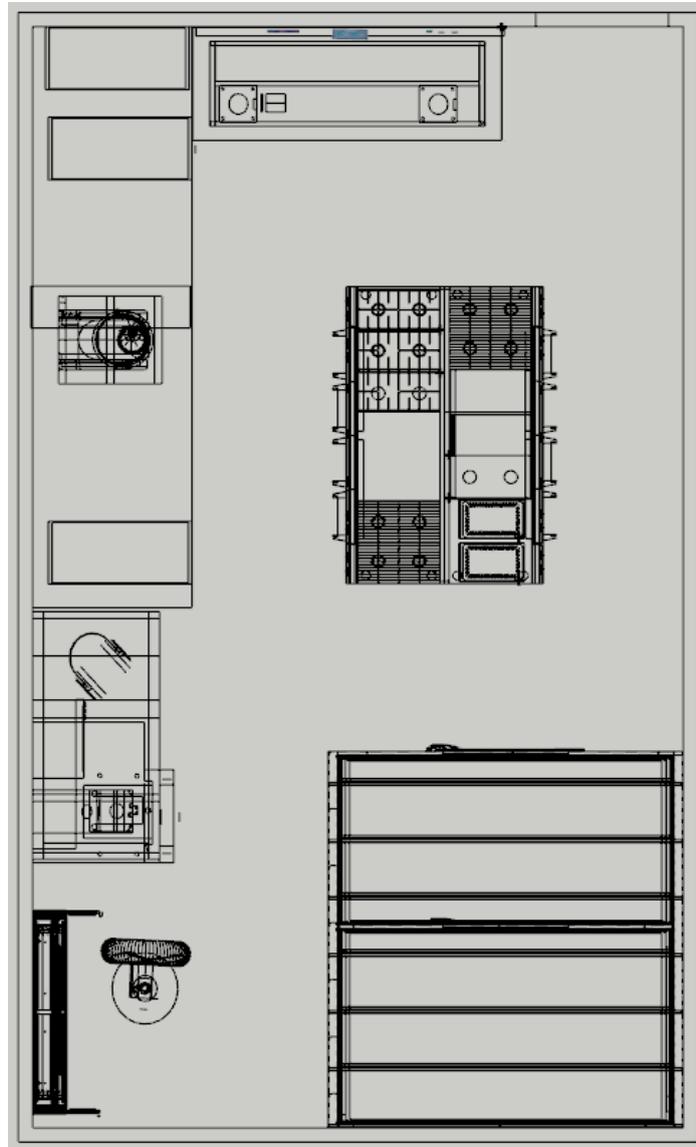
Infraestructura del Área.



Nota. Distribución de áreas funcionales, mobiliario y equipos.

Figure 20

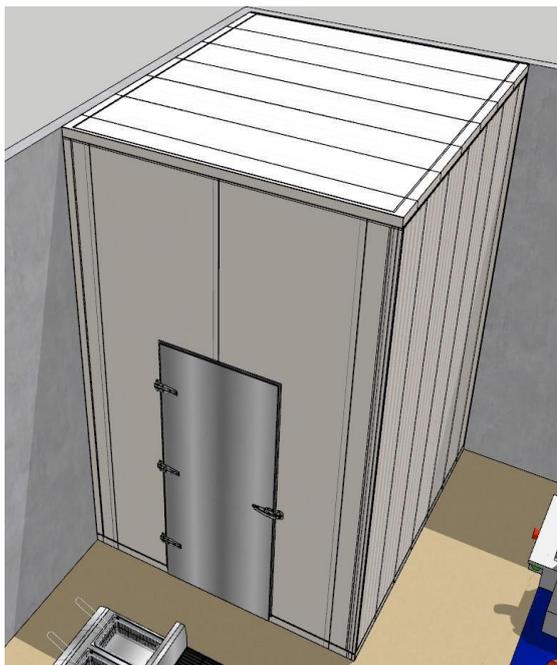
Infraestructura del Plano



Nota. Plano en vista superior en donde se muestra la distribución técnica de equipos y mobiliario en un espacio industrial.

Figure 21

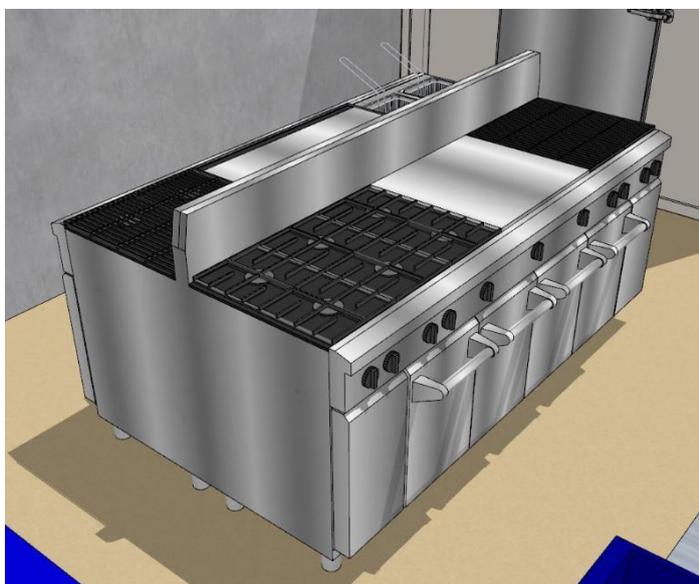
Cámara de Refrigeración.



Nota. Se observa una cámara de refrigeración la cual está diseñada mediante un software de modelado.

Figure 22

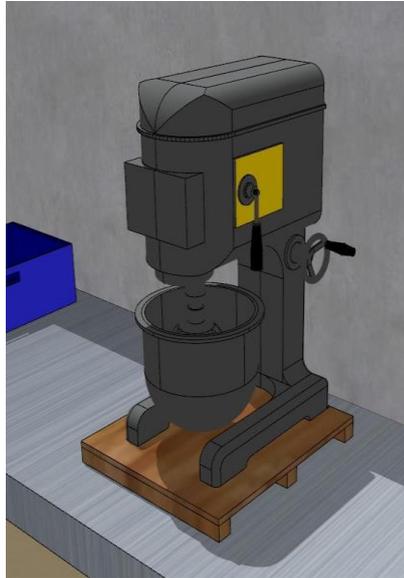
Diseño de Cocina Industrial 3D



Nota. Cocina industrial equipada en una estufa de múltiple quemadores y horno.

Figure 23

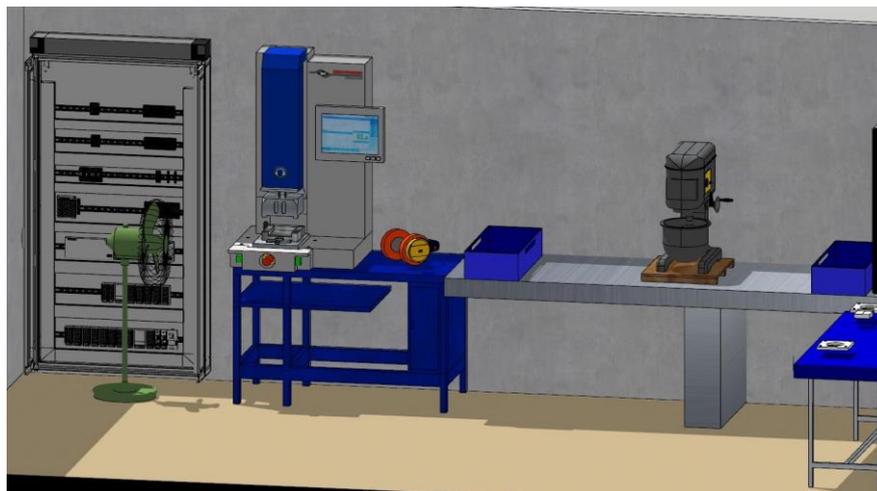
Mezcladora Industrial



Nota. Batidora industrial renderizada en un entorno de diseño 3D, ubicada sobre una superficie de trabajo. Este equipo es utilizado para mezclas homogéneas de ingredientes en procesos de producción alimentaria.

Figure 24

Área de Trabajo Industrial



Nota. La imagen muestra un área de trabajo industrial modelada en 3D, equipada con un panel eléctrico, ventilador, maquinaria de control, y una batidora industrial sobre una mesa. La disposición refleja una organización eficiente para procesos de producción y control de equipos.

3.6.5. Plan de Operaciones

3.6.5.1. Diagrama de Flujo.



Figure 25

Diagrama de Flujo.

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.6.5.1. Control de Calidad.

Con el fin de asegurar el embutido de camarón, para el consumo competitivo y una excelente calidad.

1. Selección de Materia Prima:

Se utiliza camarón fresco proveniente de proveedores acreditados que cumplen con prácticas o cultivo sostenibles. El marisco debe de estar en buen estado, libre de malos olores, impurezas o signos de deterioro, cumpliendo los requisitos de normas sanitarias.

2. Condiciones Sanitarias del Agua y Procesos de Higiene:

Se utiliza agua potable en todas las etapas del proceso. Cada zona de trabajo se desinfecta antes y después de su uso, y el personal utiliza indumentaria sanitaria (guantes, mandiles, gorros y mascarillas) según lo estipulado por el ARCSA.

3. Formulación Estándar del Producto:

Las cantidades de camarón, especias y aditivos están previamente definidas según pruebas técnicas realizadas durante el desarrollo del producto.

4. Verificación de Equipos y Temperaturas:

Tener muy en cuenta los equipos de cocción y refrigeración para asegurar de que se alcance y mantenga a temperaturas correctas el producto..

5. Control de Peso y Tamaño:

Debe de tener un peso estándar por unidad, para asegurar uniformidad y así mismo la presentación.

6. Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Durante todo el proceso productivo se aplican medidas higiénicas que previenen contaminación y garantizan la calidad del producto.

7. Trazabilidad del Proceso:

En cada sección o lote, se debe de identificar con un código que permita rastrear el origen de este producto.

8. Empaque y Conservación:

Se utilizan envases al vacío resistentes y seguros que ayudan a mantener la frescura del producto por más tiempo.

3.6.5.2. Estudio de Impacto Ambiental Simplificado

La actividad productiva de la microempresa puede generar impactos ambientales, los cuales pueden gestionarse mediante medidas de mitigación:

Agua: consumo moderado en limpieza de materias primas, equipos e instalaciones. Medidas: uso eficiente, pretratamiento de efluentes y separación de grasas y sólidos.

Energía: consumo principal en refrigeración, molienda y cocción. Medidas: maquinaria eficiente, mantenimiento preventivo y aprovechamiento de iluminación natural.

Residuos: restos de camarón y materiales de empaque. Medidas: valorización como subproductos como harina, compost y reciclaje.

Emisiones: olores y vapores durante manipulación y cocción. Medidas: ventilación adecuada y buenas prácticas de higiene industrial.

1.7 Estudio Organizacional

3.7.1. Estructura Organizacional

3.7.1.1. Organigrama.

Figure 26

Organigrama.



Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.8. Estudio Financiero.

La planta de procesamiento estará ubicada en la vía San Mateo, sector estratégico del cantón Manta, debido a su cercanía con proveedores de mariscos y facilidad de conexión logística para distribución y ventas.

3.8.1. Presupuesto Inicial

3.8.1.1. Resumen del Presupuesto

El presupuesto base del proyecto incluye las siguientes categorías de inversión:

Infraestructura y Adecuación del Local: instalación de áreas de recepción, procesamiento, empaque y almacenamiento.

Equipamiento: adquisición de máquina embudidora, balanzas, refrigeradoras, mesas de acero inoxidable, cuchillos industriales, y elementos de seguridad sanitaria.

Personal Técnico: contratación de un operario, un asistente de producción y apoyo administrativo.

Permisos y Normativas: obtención de licencias sanitarias, registro de producto y RUC.

Contingencias: reserva para imprevistos operativos.

Gastos Operativos: serían transporte, servicios básicos y materia prima.

Publicidad Inicial: hacernos viral en redes sociales, diseño de nuestra marca, flyer.

3.8.1.2. Fuentes de Financiación

Para la puesta en marcha del emprendimiento, se proyecta una inversión de \$21.971,87 dólares. Esta inversión se financiará mediante un crédito productivo en BanEcuador, con las siguientes condiciones:

Monto: \$21.971,87

Tasa de interés anual: 13%

Plazo: 72 meses

Cuota mensual aproximada: \$488,75

El flujo de ingresos proyectado, basado en la venta de embutidos de camarón en presentaciones de 250 g y 500 g, cubrirá el pago de la deuda y generará utilidad neta desde el segundo año de operación.

3.8.2. Gastos de Investigación y Desarrollo

Durante el proceso investigativo y de validación del producto, se incurrieron en los siguientes gastos de I+D:

- **Equipos Tecnológicos:** adquisición de laptop e impresora multifuncional.

Valor estimado: \$100.00

- **Materiales de Oficina:** papelería, carpetas, insumos para encuestas y registro de datos.

Valor estimado: \$35.00

- **Acceso a Internet:** conexión estable para la investigación, redacción de la tesis y gestión digital del proyecto.

Valor estimado: \$20.00

- **Apoyo Técnico:** asesorías y validación de procesos con profesionales en bromatología y desarrollo de alimentos.

Valor estimado: \$60.00

- **Costos de Prototipo:** compra de camarón, especias naturales, tripas para embutido, pruebas de mezcla y cocción.

Valor estimado: \$72.00

- **Material de Empaque Inicial:** etiquetas, bolsas plásticas al vacío y diseño gráfico básico del empaque.

Valor estimado: \$40.00

Total Estimado: \$327.00

3.8.3. Gastos de Infraestructura

Para llevar a cabo el proceso de producción del embutido de camarón, se ha previsto una inversión inicial en infraestructura que permita adecuar un espacio funcional, higiénico y seguro. A continuación, se detallan los principales gastos:

3.8.3.1. Acondicionamiento del Local

Se contempla la adecuación de un área de aproximadamente 16 m², distribuida en zonas para recepción de materia prima, procesamiento, empaque y almacenamiento. Esta obra incluye trabajos menores como nivelación del piso, pintura epóxica, instalación de cerámica sanitaria y puntos eléctricos.

Costo Total Estimado: \$1,450

3.8.3.2. Materiales de Construcción

Entre los materiales necesarios se incluyen: cerámica antideslizante, pintura lavable, luminarias LED, tomacorrientes industriales, instalación de lavamanos

en acero inoxidable, y acabados adecuados para cumplir con normativas sanitarias.

Valor Estimado: \$1.200

3.8.3.3. Mano de Obra

Para la adecuación del local y el montaje de los equipos, se requerirá personal técnico (albañil, electricista, y ayudantes generales), cuya contratación se estima por proyecto terminado.

Costo Estimado: \$600

3.8.3.4. Equipamiento de Planta

La producción requiere equipamiento específico para el procesamiento del camarón y elaboración del embutido:

- Embutidora manual de acero inoxidable: \$450
- Mesas de trabajo en acero inoxidable (2 unidades): \$600
- Cuchillos, picadora, y balanza industrial: \$300
- Refrigeradora para materia prima: \$400
- Cámara o congelador horizontal para almacenamiento final: \$500

Costo Total Estimado: \$2.250

3.8.3.5. Implementos Sanitarios

Para asegurar condiciones higiénicas en la producción, se contempla la adquisición de:

- Lavamanos industrial con pedal: \$180
- Dispositivos para desinfección (dispensadores, jabón, alcohol, papel): \$70
- Uniformes, guantes, gorros y mandiles (para el personal): \$100

Costo Total Estimado: \$350

3.8.4. Gastos Operativos

3.8.4.1. Costos Operativos Iniciales

- Materia prima inicial (camarón, especias, tripas, sal, ajo, cúrcuma): \$1.200
- Empaque (bolsas plásticas al vacío, etiquetas): \$350
- Suministros generales de limpieza y desinfección: \$150

3.8.4.2. Servicios Básicos y Mantenimiento

- Pago de energía eléctrica, agua y gas: \$200 mensuales
- Mantenimiento de equipos y utensilios: \$100 mensuales
- Kits para medición de temperatura y control de humedad: \$80

3.8.5. Gastos del Personal

Se estima el siguiente personal en la etapa operativa:

- 1 operario de planta
- 1 asistente de producción
- 1 responsable de comercialización
- Salarios mensuales estimados: \$580
- Pago anual (12 meses): \$6.960
- Capacitación continua (Buenas Prácticas de Manufactura y manipulación de alimentos): \$800

3.8.6. Gastos Administrativos y Legales

- Para formalizar el negocio y operar legalmente, se requerirá invertir en:
- Permisos sanitarios (ARCSA, Municipio, Bomberos): \$650
- Registro de marca, RUC y trámite en Superintendencia: \$150
- Licencia de funcionamiento: \$300
- Honorarios contables mensuales: \$40 x 12 meses = \$480
- Otros gastos administrativos (papelería, gestiones): \$300

Costo Total Estimado Anual: \$1.880

3.8.7. Gastos de Comercialización

Para introducir el producto al mercado local, se consideran los siguientes gastos:

- Estudio de mercado local (sondeos y pruebas de aceptación): \$600

- Diseño y producción de marca, empaques, material gráfico y publicitario: \$500
- Campaña de lanzamiento en redes sociales: \$300

Total estimado para comercialización inicial: \$1.400

3.8.8. Inversión Inicial

Table 21

Inversión Inicial

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

ACTIVO CORRIENTE	NO	Detalle	Cantidad	Valor Total (\$)	Vida útil (años)	Valor Residual (\$)	Depreciación Anual (\$)	Depreciación Mensual (\$)
		Molino de camarón	1	\$600.00	5	\$60.00	\$108.00	\$9.00
		Embutidora manual	1	\$450.00	5	\$45.00	\$81.00	\$6.75
ÁREA PRODUCCIÓN	DE	Refrigeradora industrial	1	\$1,300.00	10	\$130.00	\$117.00	\$9.75
		Empacadora al vacío	1	\$900.00	7	\$90.00	\$115.71	\$9.64
		Mesa de acero inoxidable (x2)	2	\$300.00	10	\$60.00	\$24.00	\$2.00
		Vehículo de transporte	1	\$700.00	8	\$70.00	\$78.75	\$6.56
SUBTOTAL ÁREA DE PRODUCCIÓN				\$4,250.00		\$455.00	\$524.46	\$43.70
		Computador	1	\$500.00	5	\$50.00	\$90.00	\$7.50
ÁREA ADMINISTRATIVA		Muebles y enseres	3	\$900.00	5	\$90.00	\$162.00	\$13.50
		Equipo de oficina	1	\$250.00	3	\$25.00	\$75.00	\$6.25
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA				\$1,650.00		\$165.00	\$327.00	\$27.25
TOTAL INVERSIÓN FIJA				\$5,900.00		\$620.00	\$851.46	\$70.95

Table 22*Gastos Pre – operativos.*

GASTOS PRE-OPERATIVOS	Valor (USD)
Registro de marca y trámites legales	\$150
Constitución de la microempresa	0
Publicidad inicial y diseño de marca	\$500
Estudio de mercado y validación	\$600
TOTAL DE GASTOS PRE-OPERATIVOS	\$1.250,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 23*Inversión Inicial.*

INVERSIÓN INICIAL	Valor (USD)
Inversión en infraestructura y equipos	\$5.275,00
Gastos preoperativos	\$1.250,00
Capital de trabajo	\$15.446,87
Total de inversión inicial	\$21.971,87

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.8.9. Ingreso por Ventas.**Table 24***Ingreso por Ventas.*

Año	Unidades Vendidas al Mes	Precio de Venta	Ingresos Mensuales	Ingresos Anuales
Año 1	3.888	\$3,50	\$13.608,00	\$163.296,00
Año 2	4.241	\$3,61	\$15.318,49	\$183.821,90
Año 3	4.629	\$3,73	\$17.254,99	\$207.059,84
Año 4	5.048	\$3,85	\$19.418,98	\$233.027,80
Año 5	5.502	\$3,97	\$21.842,76	\$262.113,06

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Ingresos Anuales: Los ingresos muestran una tendencia creciente a lo largo del periodo, pasando de \$163.296,00 en el primer año a \$262.113,06 y en el quinto a lo que correspondió a un crecimiento total del 60,5%.

Table 25

Evolución de la Inflación en Ecuador.

Año	Porcentaje (%)	Evolución (%)
2020	-0,1	—
2021	1,8	106%
2022	2,5	39%
2023	2,6	4%
2024	0,53	79%
2025	2,54 (<i>proyectado</i>)	379%

Nota. Elaborado por INEC, Ministerio de Finanzas, TradingEconomics

La inflación bajó fuertemente en 2024 debido a una política fiscal más restrictiva y caída en precios de alimentos.

Para 2025, se proyecta un repunte significativo debido al incremento del IVA al 15 % y ajustes económicos poscrisis.

3.8.10. Costo de Producción.

Table 26

Material Directo para Producir 1 Lb de Embutido de+ Camarón.

MATERIAL DIRECTO PARA PRODUCIR 1 LB DE EMBUTIDO DE CAMARÓN	COSTO UNITARIO POR UNIDAD (\$)	COSTO UNITARIO POR LOTE (\$)
Camarón crudo (materia prima)	\$2,5	\$2,5
Especias y condimentos naturales	\$0,3	\$0,3

Tripas naturales o sintéticas	\$0,4	\$0,4
Aditivos permitidos (sal, conservantes alimentarios)	\$0,15	\$0,15
Energía (electricidad, gas, combustible)	\$0,2	\$0,25
Material de empaque (bolsas al vacío, etiquetas)	\$0,35	\$0,35
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	\$3,9	\$3,95

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 27

Costo Total de Materiales Directos.

COSTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$3,90	\$3,90	\$3,90	\$3,90	\$3,90
Unidades al mes	3.888	4.241	4.629	5.048	5.502
Costo Material Directo / Mes	\$15.163,20	\$16.539,90	\$18.053,10	\$19.687,20	\$21.457,80
Costo Material Directo / Año	\$181.958,40	\$198.478,80	\$216.637,20	\$236.246,40	\$257.493,60

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 28*Mano de Obra Directa.*

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de Personal	Sueldo mensual Bruto (\$)	Remuneración Mensual (\$)	% Beneficios Sociales	Costo MOD Mensual (\$)
<i>Personal de planta (3 trabajadores)</i>	3	580	1.740,00	45 %	2.523,00
TOTAL	3	—	1.740,00	—	2.523,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 29*Costo Total.*

COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / Mes	2.523,00	2.523,00	2.523,00	2.523,00	2.523,00
Costo MOD / Año	30.276,00	30.276,00	30.276,00	30.276,00	30.276,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 30*Presupuesto en Costo Indirectos de Fabricación*

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica para producción (mensual)	\$200	\$210	\$220,5	\$230,5	240
Mantenimiento lugar de trabajo (mensual)	\$80	\$80	\$80	\$85	85
Combustibles y lubricantes de equipos (mensual)	\$90	\$95	\$105	\$115	125

Mantenimiento equipos de producción (mensual)	\$60	\$60	65	\$65	70
Depreciación mensual equipos e instalaciones	\$150	\$150	\$150	\$150	150
CIF Mensuales (\$)	\$580	\$595	\$620,5	\$645,5	670
CIF Anuales (\$)	\$6.960,00	\$7.140,00	\$7.446,00	\$7.746,00	8.040,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero

El costo representa una tendencia a estabilizarse en los próximos años, el cual se va a considerar el uso eficiente de los equipos y las proyecciones de generación hidroeléctrica en Ecuador.

El consumo energético de la planta se estima con un crecimiento del 9 % anual, acorde al incremento proyectado de la producción.

Table 31

Costo de Producción Total

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Material Directo / Año	\$181.958,40	\$198.478,80	\$216.637,20	\$236.246,40	\$257.493,60
Costo MOD / Año	\$30.276,00	\$30.276,00	\$30.276,00	\$30.276,00	\$30.276,00
CIF Anuales	\$6.960,00	\$7.140,00	\$7.446,00	\$7.746,00	\$8.040,00
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$219.194,40	\$235.894,80	\$254.359,20	\$274.268,40	\$295.809,60
COSTO UNITARIO	\$4,70				

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 32

Sueldos y Salarios.

Sueldo y Salarios	No. de Personal	Sueldo Mensual Bruto (\$)	Valor Horas Extras (\$)	Remuneración Mensual (\$)	% Beneficios Sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios (\$)
Responsable comercialización	1	\$580	–	\$580	45 %	\$841
Asistente de producción	1	\$580	–	\$580	45 %	\$841
Operario de planta	1	\$580	–	\$580	45 %	\$841
Auxiliar administrativo	1	\$500	–	\$500	45 %	\$725
Secretaria	1	\$450	–	\$450	45 %	\$652,5
TOTAL	5	\$2.690,00	–	\$2.690,00	–	\$3.900,50

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 33*Presupuestos de Suelto y Salarios.*

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes (\$)	\$3.900,50	\$4.050,00	\$4.200,00	\$4.350,00	\$4.500,00
Sueldos y Salarios / año (\$)	\$46.806,00	\$48.600,00	\$50.400,00	\$52.200,00	\$54.000,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 34*Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración*

Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios					
Básicos	/ \$200	\$208	\$216	\$224,5	\$233,5
mes (\$)					
Servicios					
Básicos	/ \$2.400,00	\$2.496,00	\$2.592,00	\$2.694,00	\$2.802,00
año (\$)					

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Se estimó un incremento del 4% anual en los gastos relacionados con sueldos y servicios básicos, tomando en cuenta la inflación y la necesidad de conservar la competitividad en la gestión administrativas.

Table 35*Presupuesto de Suministros de Oficina*

Presupuesto de Suministros en Oficina					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$25	\$26	\$27	\$28	\$29
Suministros al año	\$300	\$312	\$324	\$336	\$348

Nota. Elaborado por Adriana Romero

El aumento de los costos de suministros de oficina se calculó aplicando un incremento aproximado del 4 % anual, considerando la inflación proyectada y la necesidad de mantener abastecidos los recursos administrativos de la empresa.

Table 36*Presupuesto de Asesorías Contables y Legales*

Presupuesto de Asesorías Contables y Legales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría / mes	\$60	\$62	\$64	\$66	\$68
Asesoría / año	\$720	\$744	\$768	\$792	\$816

Nota. Elaborado por Adriana Romero

El aumento de los costos de asesorías contables y legales se proyecta con un incremento aproximado del **4 % anual**, asegurando la cobertura de servicios especializados esenciales para el cumplimiento legal y contable de la empresa.

Table 37*Presupuesto de Internet y Celular.*

Presupuesto de Internet y Celular					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet y Celular / mes	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
Internet y Celular / año	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 38*Presupuesto de Permisos*

Presupuesto de Permisos					
--------------------------------	--	--	--	--	--

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permisos / año	\$650	\$650	\$650	\$650	\$650

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 39

Presupuesto de Depreciación Área Administrativa

Presupuesto de Depreciación Área Administrativa					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
Deprec. Área Adm. / año	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 40

Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo

Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mant. Vehículo / mes	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
Mant. Vehículo / año	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 41

Amortización de Gastos de Pre-Operacionales

Amortización de Gastos de Pre-Operacionales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Gastos Pre-operacionales (\$)	Pre-operacionales	\$2.440,23	\$-	\$-	\$-	\$-
--------------------------------------	--------------------------	------------	-----	-----	-----	-----

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 42

Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$46.806,00	\$48.600,00	\$50.400,00	\$52.200,00	\$54.000,00
Servicios Básicos / año	\$2.400,00	\$2.496,00	\$2.592,00	\$2.694,00	\$2.802,00
Suministros al año	\$300	\$312	\$324	\$336	\$348
Asesoría / año	\$720	\$744	\$768	\$792	\$816
Internet y Celular / año	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360
Permisos / año	\$650	\$650	\$650	\$650	\$650
Depreciación Área Adm. / año	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360
Mantenimiento Vehículo / año	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480
Gastos Pre-operacionales	\$2.440,23	\$-	\$-	\$-	\$-
TOTAL GASTOS ADM.	\$54.516,23	\$54.602,00	\$55.934,00	\$57.174,00	\$59.816,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero

3.8.12. Gastos de Ventas.

Table 43*Presupuesto de Transporte para Comercialización*

Presupuesto de Transporte para Comercialización					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte - Comercialización / mes	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600
Transporte - Comercialización / año	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 44*Presupuesto de Comisión en Ventas*

Presupuesto de Comisión en Ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales (\$)	6.575,83	7.076,84	7.630,78	8.228,05	8.874,28

Nota. Elaborado por Adriana Romero

%Comisión.

3%

Table 45*Presupuesto de Publicidad*

Presupuesto de Publicidad					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
Publicidad anual	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 46

Gastos en Ventas

Gastos en Ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte -					
Comercialización /	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00
año					
Comisiones anuales	\$6.575,83	\$7.076,84	\$7.630,78	\$8.228,05	\$8.874,28
Publicidad anual	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500
TOTAL GASTOS DE					
VENTAS (\$)	\$14.275,83	\$14.776,84	\$15.330,78	\$15.928,05	\$16.574,28

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.8.13. Capital de trabajo.

Table 47

Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
Costo de Venta	\$219.194,40
Gastos Administrativos	\$54.516,23
Gastos de Venta	\$14.275,83
CAO	\$287.986,46

CAPITAL DE TRABAJO \$143.993,23

Nota. Elaborado por Adriana Romero

Table 48

Ciclo de Efectivo

CICLO DE EFECTIVO	
	Días
Días de Adquisición y Producción	10
Días de Venta	20
Días de Cobro	40
(-) Días de Pago	30
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	40

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

10 compra de materias primas, 20 ventas por pedido, 40 cobro por ventas
30 pago a proveedores.

3.8.14. Gastos Financieros.

Table 49

Inversión Total

Inversión Total	Valor (\$)
Inversión Fija	\$6.200,00
Gastos Pre-operacionales	\$2.440,23
Capital de Trabajo	\$143.993,23
TOTAL INVERSIÓN (\$)	\$152.633,46

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Capital Propio: \$40.000,00

Capital Requerido: Inversión total + Capital propio= \$ 112.633,46

Table 50*Condiciones del Crédito*

Condiciones del Crédito	
Valor del Préstamo	\$21.971,87
Períodos de Pago	72 meses
Tasa de Interés	13% anual
Forma de Capitalización	Mensual a 5 años
Pago Mensual Aproximado	\$488,75

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 51*Tabla de amortización del crédito requerido*

Mes	Pago Intereses (\$)	Pago Amortización (\$)	Pago Total (\$)	Saldo Pendiente (\$)
1	\$238.03	\$250.72	\$488.75	\$21721.15
2	\$235.31	\$253.44	\$488.75	\$21467.71
3	\$232.57	\$256.18	\$488.75	\$21211.53
4	\$229.79	\$258.96	\$488.75	\$20952.57
5	\$226.99	\$261.76	\$488.75	\$20690.81
6	\$224.15	\$264.60	\$488.75	\$20426.21
7	\$221.28	\$267.47	\$488.75	\$20158.74
8	\$218.39	\$270.36	\$488.75	\$19888.38
9	\$215.46	\$273.29	\$488.75	\$19615.08
10	\$212.50	\$276.25	\$488.75	\$19338.83
11	\$209.50	\$279.25	\$488.75	\$19059.58
12	\$206.48	\$282.27	\$488.75	\$18777.31
13	\$203.42	\$285.33	\$488.75	\$18491.98
14	\$200.33	\$288.42	\$488.75	\$18203.56

15	\$197.21	\$291.54	\$488.75	\$17912.02
16	\$194.05	\$294.70	\$488.75	\$17617.32
17	\$190.85	\$297.90	\$488.75	\$17319.42
18	\$187.63	\$301.12	\$488.75	\$17018.30
19	\$184.36	\$304.39	\$488.75	\$16713.91
20	\$181.07	\$307.68	\$488.75	\$16406.23
21	\$177.73	\$311.02	\$488.75	\$16095.21
22	\$174.36	\$314.39	\$488.75	\$15780.83
23	\$170.96	\$317.79	\$488.75	\$15463.04
24	\$167.52	\$321.23	\$488.75	\$15141.80
25	\$164.04	\$324.71	\$488.75	\$14817.09
26	\$160.52	\$328.23	\$488.75	\$14488.86
27	\$156.96	\$331.79	\$488.75	\$14157.07
28	\$153.37	\$335.38	\$488.75	\$13821.69
29	\$149.73	\$339.02	\$488.75	\$13482.67
30	\$146.06	\$342.69	\$488.75	\$13139.99
31	\$142.35	\$346.40	\$488.75	\$12793.59
32	\$138.60	\$350.15	\$488.75	\$12443.43
33	\$134.80	\$353.95	\$488.75	\$12089.49
34	\$130.97	\$357.78	\$488.75	\$11731.71
35	\$127.09	\$361.66	\$488.75	\$11370.05
36	\$123.18	\$365.57	\$488.75	\$11004.48
37	\$119.22	\$369.53	\$488.75	\$10634.94
38	\$115.21	\$373.54	\$488.75	\$10261.40
39	\$111.17	\$377.58	\$488.75	\$9883.82
40	\$107.07	\$381.68	\$488.75	\$9502.14
41	\$102.94	\$385.81	\$488.75	\$9116.33
42	\$98.76	\$389.99	\$488.75	\$8726.34

43	\$94.54	\$394.21	\$488.75	\$8332.13
44	\$90.26	\$398.49	\$488.75	\$7933.64
45	\$85.95	\$402.80	\$488.75	\$7530.84
46	\$81.58	\$407.17	\$488.75	\$7123.68
47	\$77.17	\$411.58	\$488.75	\$6712.10
48	\$72.71	\$416.04	\$488.75	\$6296.06
49	\$68.21	\$420.54	\$488.75	\$5875.52
50	\$63.65	\$425.10	\$488.75	\$5450.42
51	\$59.05	\$429.70	\$488.75	\$5020.72
52	\$54.39	\$434.36	\$488.75	\$4586.36
53	\$49.69	\$439.06	\$488.75	\$4147.29
54	\$44.93	\$443.82	\$488.75	\$3703.47
55	\$40.12	\$448.63	\$488.75	\$3254.84
56	\$35.26	\$453.49	\$488.75	\$2801.36
57	\$30.35	\$458.40	\$488.75	\$2342.95
58	\$25.38	\$463.37	\$488.75	\$1879.59
59	\$20.36	\$468.39	\$488.75	\$1411.20
60	\$15.29	\$473.46	\$488.75	\$937.74
61	\$10.16	\$478.59	\$488.75	\$459.14
62	\$4.97	\$483.78	\$488.75	\$-24.63
63	\$-0.27	\$489.02	\$488.75	\$-513.65
64	\$-5.56	\$494.31	\$488.75	\$-1007.96
65	\$-10.92	\$499.67	\$488.75	\$-1507.63
66	\$-16.33	\$505.08	\$488.75	\$-2012.72
67	\$-21.80	\$510.55	\$488.75	\$-2523.27
68	\$-27.34	\$516.09	\$488.75	\$-3039.36
69	\$-32.93	\$521.68	\$488.75	\$-3561.03
70	\$-38.58	\$527.33	\$488.75	\$-4088.36

71	\$-44.29	\$533.04	\$488.75	\$-4621.40
72	\$-50.07	\$538.82	\$488.75	\$-5160.22

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 52

Tabla de Intereses Totales Anuales

Año	Principal (\$)	Intereses (\$)
1	\$3194.56	\$2670.44
2	\$3635.51	\$2229.49
3	\$4137.33	\$1727.67
4	\$4708.41	\$1156.59
5	\$5358.33	\$506.67
TOTAL	\$21034.13	\$8290.87

Nota. Elaborado por Adriana Romero

3.8.15. Estados de Resultados Integrales proyectados

Table 53

Estados de Resultados Integrales Proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$175,000.00	\$192,000.00	\$200,000.00	\$225,000.00	\$250,000.00
Costo de Venta	\$37,000.00	\$39,000.00	\$42,000.00	\$45,000.00	\$48,000.00
Utilidad Bruta	\$138,000.00	\$153,000.00	\$173,000.00	\$200,000.00	\$250,000.00
Gastos Administrativos	\$11,000.00	\$12,000.00	\$13,000.00	\$14,000.00	\$15,000.00
Gastos de Ventas	\$65,000.00	\$76,000.00	\$92,000.00	\$100,000.00	\$116,000.00
Utilidad Operacional	\$65,000.00	\$76,000.00	\$92,000.00	\$102,000.00	\$116,000.00
Gastos Financieros	\$3,100.00	\$2,800.00	\$2,400.00	\$2,100.00	\$2,000.00

UAIT	\$9,300.00	\$11,000.00	\$13,400.00	\$18,300.00	\$19,900.00
Participación Trabajadores	\$7,849.49	\$10,565.18	\$13,288.68	\$16,882.65	\$20,692.71
Impuesto a la Renta	\$11,200.00	\$13,100.00	\$15,000.00	\$16,000.00	\$23,000.00
Utilidad Neta	\$41,400.00	\$49,100.00	\$60,000.00	\$73,000.00	\$86,000.00

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.8.16. Cálculo de Tir y Van.

Empresa

Cálculo de TIR y VAN

Table 54

Cálculo Tir y Van

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION TOTAL	\$21,971.87					
UAIT		\$11,000.00	\$13,400.00	\$18,300.00	\$19,900.00	\$23,300.00
Pago Part. Trab.		\$5,200.00	\$5,400.00	\$5,600.00	\$5,800.00	\$6,000.00
Pago de IR		\$4,000.00	\$4,500.00	\$5,000.00	\$5,500.00	\$6,000.00
EFFECTIVO NETO		\$49,100.00	\$60,000.00	\$73,000.00	\$86,000.00	\$104,000.00
Deprec. Área Prod.		\$2,200.00	\$2,400.00	\$2,600.00	\$2,800.00	\$3,000.00
Deprec. Área Adm.		\$1,600.00	\$1,700.00	\$1,800.00	\$1,900.00	\$2,000.00
Valor Residual Act.						\$7,500.00
Recuperación Cap. Trabajo						\$15,000.00
Préstamo Concedido		\$3,843.96	\$4,332.96	\$4,891.61	\$5,412.89	\$5,500.94
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$21,971.87	\$49,100.00	\$60,000.00	\$73,000.00	\$86,000.00	\$104,000.00

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

TIR = 206.42%

VAN = \$186,150.43

Pay Back = 1 año.

Un VAN positivo indica que el proyecto es rentable y generará un valor adicional significativo. Sin embargo, es importante revisar y actualizar las estimaciones de los flujos de caja, ya que el VAN depende de estas proyecciones

3.8.17. Flujo de Caja Proyectado.

Empresa Flujo de Caja Proyectado

Table 55

Tabla de Flujo de Caja Proyectada

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija*	\$90,421.63					
UAIT	\$110,000.0	\$115,000.0	\$120,000.0	\$125,000.0	\$130,000.0	\$135,000.0
Pago Part. Trab.	\$20,000.00	\$21,000.00	\$22,000.00	\$23,000.00	\$24,000.00	\$25,000.00
Pago de IR	\$4,000.00	\$5,000.00	\$6,000.00	\$7,000.00	\$8,000.00	\$9,000.00
Efectivo Neto	\$90,647.63	\$100,000.00	\$106,000.00	\$112,000.00	\$118,000.00	\$124,000.00
(+)Deprec. Área Prod.		\$15,000.00	\$16,000.00	\$17,000.00	\$18,000.00	\$19,000.00
(+)Deprec. Área Adm.		\$10,000.00	\$11,000.00	\$12,000.00	\$13,000.00	\$14,000.00
(+)Aporte						
Accionistas	\$50,000.00					

(+)Préstamo concedido	\$50,000.00	\$55,000.00	\$60,000.00	\$65,000.00	\$70,000.00	\$75,000.00
Flujo Neto del Periodo	\$90,647.63	\$100,000.00	\$106,000.00	\$112,000.00	\$118,000.00	\$124,000.00
(+)Saldo Inicial		\$90,647.63	\$190,647.63	\$296,647.63	\$408,647.63	\$520,647.63
(=)Flujo Acumulado	\$90,647.63	\$190,647.63	\$296,647.63	\$408,647.63	\$520,647.63	\$644,647.63

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

Table 56

Estados de Situación Financiera Proyectados

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo	\$5,666.87	\$1,062.73	\$1,805.62	\$2,150.65	\$2,682.27	\$3,282.13
Compra de Camarón	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Acondicionamiento	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00
Equipo de Alimentación	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00
Vehículo de transporte	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00
Equipamiento	\$1,595.00	\$1,595.00	\$1,595.00	\$1,595.00	\$1,595.00	\$1,595.00
Computador	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
Muebles y enseres	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Deprec. Acum. Área Prod.	\$0.00	\$781.00	\$1,562.00	\$2,343.00	\$3,124.00	\$3,905.00
Deprec. Acum. Área Adm.	\$0.00	\$306.06	\$613.13	\$920.20	\$1,226.26	\$1,533.33
Total Activo Corriente	\$5,666.87	\$1,062.73	\$1,805.62	\$2,150.65	\$2,682.27	\$3,282.13
Total Activo No Corriente	\$5,275.00	\$3,907.94	\$3,424.87	\$2,981.80	\$2,444.74	\$1,997.17

TOTAL ACTIVOS	\$10,941.87	\$4,970.67	\$5,230.49	\$5,132.45	\$5,127.01	\$5,279.30
Partic. De Trab. Por Pagar	\$7,849.64	\$10,156.53	\$11,328.80	\$16,137.36	\$20,069.32	\$20,692.61
Imp. A la Renta por Pagar	\$11,120.96	\$9,656.29	\$8,966.25	\$8,234.66	\$7,510.93	\$6,936.15
Deuda a Largo Plazo	\$21,971.87	\$11,518.55	\$10,610.38	\$9,890.33	\$9,198.42	\$8,507.00
Total Pasivo Corriente	\$18,970.60	\$19,812.82	\$20,295.05	\$24,372.02	\$27,580.25	\$27,628.76
Total Pasivo No Corriente	\$21,971.87	\$11,518.55	\$10,610.38	\$9,890.33	\$9,198.42	\$8,507.00
TOTAL PASIVO	\$40,942.47	\$31,331.37	\$30,905.43	\$34,262.35	\$36,778.67	\$36,135.76
Capital	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00
Utilidad Retenida	\$0.00	\$1,440.00	\$1,717.54	\$2,052.10	\$2,348.34	\$2,823.33
TOTAL PATRIMONIO	\$4,000.00	\$5,440.00	\$5,717.54	\$6,052.10	\$6,348.34	\$6,823.33
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$44,942.47	\$36,771.37	\$36,622.97	\$40,314.45	\$43,127.01	\$42,959.09

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

3.8.19. P.E.

Table 57

Costos Fijos

Costos Fijos	Total anual (USD)
Sueldos y salarios administrativos	\$46.806,00
Servicios básicos administración	\$2.400,00
Suministros de oficina	\$300,00
Asesoría contable y legal	\$720,00
Internet / celular	\$360,00
Permisos	\$650,00
Depreciación área administrativa	\$360,00

Mantenimiento del vehículo	\$480,00
TOTAL COSTO FIJO ANUAL	\$52.076,00

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

CF (costos fijos)= \$52.076,00

VT= (ventas totales) = \$198.000,00

CV= (costos variables) = \$97.680,00

$$PE (\%) = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{52.076}{198.000 - 97.680} \times 100 = \frac{52.076}{100.320} \times 100$$

$$PE \approx 0.5191 \times 100 = 51.91\%$$

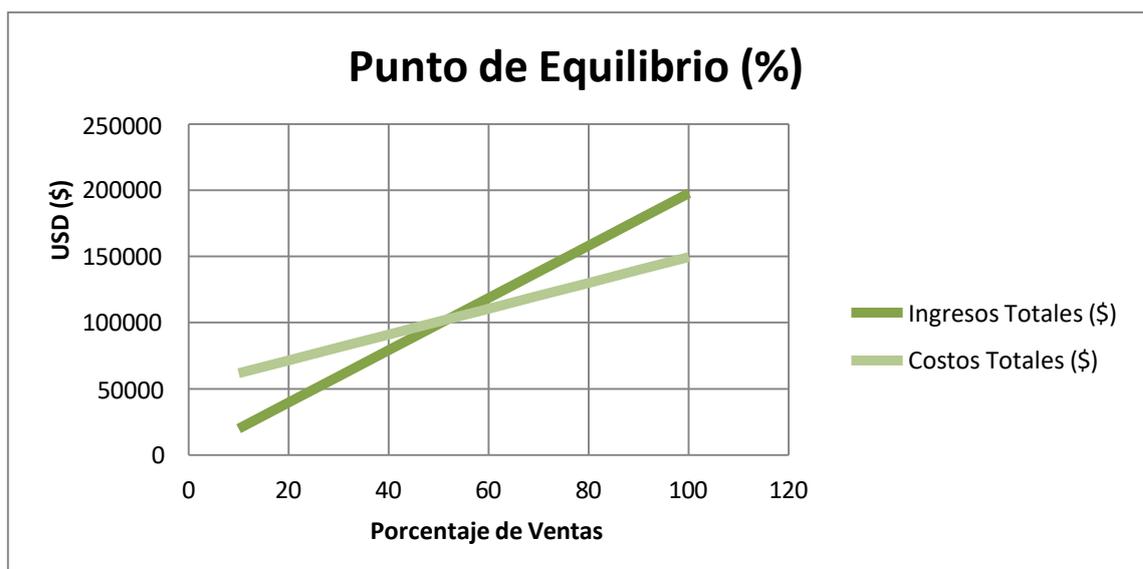


Figure 27
Punto de Equilibrio.

ANÁLISIS: Se necesita vender al menos el 51,91% del total proyectado para cubrir los costos y no tener pérdidas.

Table 58

Costo Variable

Costos Variables	Total anual (USD)
Materia prima (camarón, condimentos, etc.)	\$181.958,40
Mano de obra directa	\$30.276,00
Costos indirectos de fabricación (energía, etc.)	\$6.960,00
Total Costo Variable Anual	\$219.194,40

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

CF= \$22.59,51

CV= \$4,66

VT= \$82.051,20

$$PE (\%) = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{22.591,51}{82.051,20 - 46.600,00} \times 100 = \frac{22.591,51}{325.451,20} \times 100 \approx 63,7\%$$

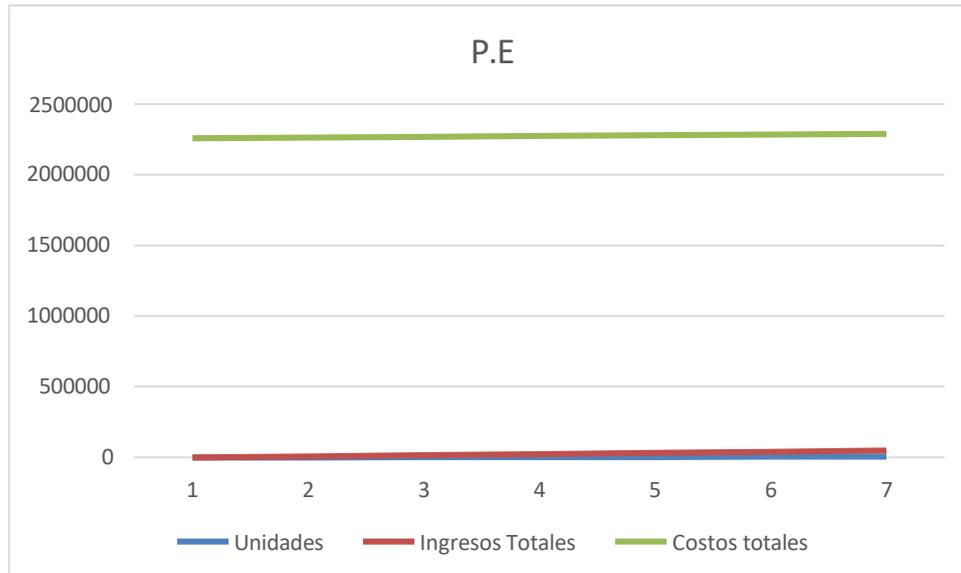


Figure 28
Punto de equilibrio de Costos Variables.

Análisis: Se operará con el 63,7% de la capacidad instalada para cubrir todos los costos, sin tener pérdidas, ni ganancias.

3.8.20. Análisis de Sensibilidad.

Empresa Análisis de Sensibilidad

Table 59

Análisis de Sensibilidad

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$21.971,87					
VENTAS		\$214.200	\$235.620	\$259.182	\$285.100	\$313.610
(-) Costo de Venta		\$219.194	\$235.895	\$254.359	\$274.268	\$295.810
(=) Utilidad Bruta		\$4.994	\$275	\$4.823	\$10.832	\$17.800
(-) Gastos Administrativos		\$6.096	\$6.336	\$6.576	\$6.816	\$7.056

(-) Gastos de Ventas		\$1.500	\$1.560	\$1.620	\$1.680	\$1.740
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$12.590	\$8.171	\$3.373	\$2.336	\$9.004
(-) Gastos Financieros		\$480	\$480	\$480	\$480	\$480
(=) UTILIDAD NETA		\$12.110	\$7.691	\$2.893	\$1.856	\$8.524
Pago Part. Trab. (10%)		\$1.211	\$769	\$289	\$186	\$852
Pago de IR (15%)		\$1.817	\$1.154	\$434	\$278	\$1.278
EFFECTIVO NETO		\$9.082	\$5.768	\$2.170	\$1.392	\$6.394
(+) Depreciación Área Productiva	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67
(+) Depreciación Área Administrativa	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67
(=) Resultado Residual de Activos Tangibles						\$2.500

Nota. Elaborado por Adriana Romero.

TIR = 206,42 %

VAN = \$186.150,43

Pay back = 1 año

Variación

-10 % (Ingresos)

+10 % (Costos)

3.8.21. Índice de Rentabilidad.

Table 60*Índice de Rentabilidad*

Índice de Rentabilidad					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS (Return on Sales)	20,43%	24,43%	27,28%	29,89%	33,55%
ROA (Return on Assets)	55,25%	41,09%	35,99%	32,30%	30,55%
ROE (Return on Equity)	45,47%	37,97%	32,32%	28,50%	26,46%
ROI (Return on Investment)	83,40%	112,26%	141,19%	174,12%	219,85%

- Nota. Elaborado por Adriana Romero.
- **ROS:** Return of sales , rentabilidad sobre las ventas .
- **ROA:** Return of assets, rentabilidad sobre los activos. $ROA = \text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total}$
- **ROE:** Return on equity , rentabilidad sobre el capital propio , $ROE = \text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio Total}$
- **ROI:** Return of invesment, retorno de la inversión

3.8.22. Análisis Conservador.**Table 61***Análisis Sensibilidad*

Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Inversión Total	\$21.971,87				
Ventas	\$214.200	\$235.620	\$259.182	\$285.100	\$313.610
Costo de Venta	\$219.194	\$235.895	\$254.359	\$274.268	\$295.810

Utilidad Bruta	\$4.994	\$275	\$4.823	\$10.832	\$17.800
Gastos Administrativos	\$6.096	\$6.336	\$6.576	\$6.816	\$7.056
Gastos de Ventas	\$1.500	\$1.560	\$1.620	\$1.680	\$1.740
Utilidad Operacional	\$12.590	\$8.171	\$3.373	\$2.336	\$9.004
Gastos Financieros	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480
Utilidad Neta	\$12.110	\$7.691	\$2.893	\$1.856	\$8.524
Pago Part. Trab. (10%)	\$1.211	\$769	\$289	\$186	\$852
Pago de IR (15%)	\$1.817	\$1.154	\$434	\$278	\$1.278
Efectivo Neto	\$9.082	\$5.768	\$2.170	\$1.392	\$6.394
+ Depreciación Área Productiva	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67	\$306,67
+ Depreciación Área Administrativa	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00
+ Valor Residual de Act. Tangibles	\$2.500				
+ Recuperación Capital de Trabajo	\$1.000				
+ Préstamo	\$5.000	\$3.000	\$2.000	\$1.000	\$0
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$19.038,67	\$9.224,67	\$5.626,67	\$3.848,67	\$9.850,67

Nota. Elaborado por Adriana Romero

TIR= 4.88%

VAN= \$201,856.37

Pay Back= 3,10 años

VARIACIÓN

-20 (Ingresos)

+10 (Costos)

3.9. Conclusiones y Recomendaciones.

3.9.1. Conclusión.

Para establecer una microempresa la cual es dedicada a la producción de embutidos de camarón, ubicada en Manta, refleja las condiciones favorables des muchos puntos, bien sea los enfoques técnico, económico y comercial.

Con varios datos recopilados, se evidencia que si existe una fuerte aceptación e inclinación por embutidos tradicionales, en donde una mayor parte considera y están dispuestos a probar algo nuevo e innovador, lo cual nos beneficia para la salud.

Desde el punto de vista económico, los cálculos realizados en el estudio financiero han demostrado que la creación de la microempresa es viable. Los análisis de tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN) y payback indicaron que, bajo una estrategia bien estructurada, el proyecto puede ser rentable a mediano y largo plazo. La rentabilidad se verá influenciada positivamente por la disponibilidad local de materia prima, el bajo costo del camarón, y el creciente interés de los consumidores por productos innovadores.

En el financiamiento, los resultados obtenidos permiten cubrir con los gastos operativos iniciales, y nos ayuda a ofrecer una rentabilidad al emprendedor.

Para finalizar nuestra microempresa, es viable tanto en lo técnico como en lo comercial, ya que esta iniciativa obtuvo una demanda creciente en los alimentos más saludables, lo cual representó una oportunidad para dinamizar la economía local, asegurándonos de los recursos marinos.

3.9.2. Recomendaciones.

Es importante revisar los costos operativos con el fin de encontrar formas de hacerlos más eficientes. También se sugiere implementar mantenimientos preventivos a los equipos para conservar un buen funcionamiento. Estas acciones ayudarán a mejorar la productividad y evitar gastos innecesarios, además se aconseja diversificar los canales de venta usando medios digitales,

para formar alianzas con comercios y restaurantes locales ampliará el alcance del producto.

Asimismo, es importante desarrollar un plan de gestión de riesgos para enfrentar posibles dificultades como fluctuaciones en costos y cambios regulatorios.

Se aconseja desarrollar nuevas líneas de productos derivados del camarón con el fin de atender nichos de mercado específicos y fortalecer la competitividad de la microempresa.

4. Bibliografía

- Andablo, E. (10 de Agosto de 2020). *Importancia del control de calidad físico-químico*. Obtenido de <https://contyquim.com/blog/importancia-del-control-de-calidad-fisico-quimico>
- Arranza, N. (04 de Septiembre de 2019). *Bromatología, la ciencia de los alimentos*. Obtenido de <https://www.bioecoactual.com/2019/09/04/bromatologia-la-ciencia-los-alimentos/>
- Baggini, S. (Abril de 2024). *Vida útil en alimentos*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/379775999_Vida_util_en_alimentos
- Constitución de la República del Ecuador [Const]. Decreto Legislativo 0, Registro Oficial 449, 20 de octubre de 2008 (Ecuador).
- Datos macro. (2023). *Ecuador: Economía y Demografía*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>
- Decreto Ejecutivo 1290 de 2012 [Presidencia de la República del Ecuador]. Por el cual se crea la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI). 13 de septiembre de 2012. Presidencia de la República del Ecuador.
- Estupiñán-Restrepo, G.-S. &. (2020). Competencia y tendencias en la industria de los embutidos. *Innovación Alimentaria*, 56-63.
- FAO. (2020). *Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe 2020*. Santiago de Chile: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
- FAO. (2021). La industria pesquera en América Latina y su potencial de crecimiento. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- FAO. (2024). Legislación y reglamentos alimentarios. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

<https://www.fao.org/food/food-safety-quality/capacity-development/food-regulations/es/#:~:text=Por%20lo%20general%2C%20el%20t%C3%A9rmino,al%20comercio%20de%20los%20mismos.>

Gonzales, R. (2024). *Concepto de Microbiología de Alimentos: Según Autores y Ejemplos*. Obtenido de https://conceptopedia.de/microbiologia-de-alimentos-segun-autores-ejemplos/#que_es_microbiologia_de_alimentos_

Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN]. (2014). *NTE INEN 2847. Norma de normas: Principios de normalización*. Quito: INEN.

Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN]. (2024). Conoce las normas que debes tomar en cuenta para garantizar la inocuidad de los alimentos. Recuperado de <https://www.normalizacion.gob.ec/conoce-las-normas-que-debes-tomar-en-cuenta-para-garantizar-la-inocuidad-de-los-alimentos/#:~:text=El%20objetivo%20de%20estas%20normas,control%20de%20los%20productos%20alimenticios.>

Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2023). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU (pp. 1–64). INEC.

Izquierda, L. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)*. Quito: ARCSA.

Juárez, C. (07 de Mayo de 2020). *Biodisponibilidad, el máximo provecho de los alimentos*. Obtenido de <https://thefoodtech.com/nutricion-y-salud/biodisponibilidad-el-máximo-provecho-de-los-alimentos/>

Ley de Fomento Productivo [Ministerio de Producción]. (2018). Quito, Ecuador: Registro Oficial.

Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria [LORSA]. (2009). Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.

Narváez, M. (2024). *Técnicas de recolección de datos: Qué son y cuáles existen*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-recoleccion-de-datos/>

Ordóñez, V. (2023). Propiedades nutricionales del camarón y su importancia en la salud humana. *Revista de Nutrición y Alimentación*, 12–20.

Orozco, L. (2021). *Balance de masa, generalidades y conceptos*. España:

Universidad de Córdoba.

Pérez, J. (2022, 27 de octubre). FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado de <https://definicion.de/fao/>

Anexos

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.

15. Correo electrónico.

Datos Personales.

16. ¿Cuál es tu nombre?

17. ¿Cuál es tu rango de edad?

- Menos de 18 años
- 18 – 30 años
- 31 – 50 años
- 50 años.

Hábitos de consumo.

18. ¿Consume productos del mar regularmente?

- Sí, varias veces por semana
- Sí, al menos una vez por semana
- Sí, ocasionalmente
- No, casi nunca

19. Consume embutidos (chorizos, salchichas, etc.)?

- Sí, frecuentemente.
- Sí, ocasionalmente.
- Rara vez.
- No consumo embutidos.

20. ¿Qué tipo de embutidos prefiere?

- Tradicionales (carne de res, cerdo, pollo)
- Alternativos (vegetarianos, de mariscos)
- Indiferente

Percepción de productos nuevos

21. ¿Ha probado embutidos de mariscos anteriormente?

- Si
- No

22. Si no los ha probado, ¿estaría dispuesto a probarlos?

- Si
- No
- No estoy seguro

23. ¿Qué tan atractivo le parece un embutido de camarón con potenciadores de sabor?

- Muy atractivo
- Poco atractivo
- Atractivo
- Nada atractivo

24. ¿Qué considera más importante al comprar un embutido?

- Sabor
- Precio
- Calidad de los ingredientes
- Innovación

25. ¿Cuál sería un precio justo por un paquete de 250g de chorizo de camarón?

- Menos de \$3
- \$3 - \$5
- \$5- \$7
- Más de \$7

Preferencias de sabor.

26. ¿Qué sabores prefiere en un embutido?

- Suave y natural
- Picante
- Especiado
- Agridulce

27. ¿Qué tan importante es para usted que el producto sea elaborado con ingredientes locales?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

Opinión general y sugerencias

28. ¿Le preocuparía el uso de potenciadores de sabor en un embutido de camarón?

- Sí, mucho
- Sí, algo
- No me preocupa