

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA PRODUCCION DE PESCADO
VARIEDAD TILAPIA ROJA EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE
2015 A 2016

“PESCADOS LA PRIMAERA”

SUAREZ MARTINEZ OSCAR ALEJANDRO

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL
PACHO
2016

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA PRODUCCION DE PESCADO
VARIEDAD TILAPIA ROJA EN EL MUNICIPIO DE PACHO DE 2015 A 2016

“PESCADOS LA PRIMAERA”

SUAREZ MARTINEZ OSCAR ALEJANDRO

ASESOR:

ALEXANDRA CLEMENCIA MORALES BAUTISTA
LICENCIADA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL
PACHO
2016

PAGINA DE ACEPTACION
"PESCADOS LA PRIMAVERA"

APROBADO POR:

RECTOR

PACHO, 25 DE OCTUBRE DE 2016

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada quiero agradecerle a Dios por haberme permitido realizar este proyecto. Le agradezco especialmente a mis padres por haberme apoyado siempre en el desarrollo y culminación de cada una de mis metas en especial la de este proyecto. Agradezco también a las docentes ALEXANDRA MORALES BAUTISTA y CLAUDIA ELENA PINZON BUSTOS por brindarme toda la ayuda y orientación en cada paso para la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

Principalmente lo dedico a Dios, que me dio la fortaleza y sabiduría para el desarrollo de este trabajo, También se lo dedico a mis padres, quienes me brindaron siempre todo su apoyo incondicionalmente. Por último se lo quiero dedicar a los docentes que muy amablemente me colaboraron y me guiaron con sus conocimientos.

RESUMEN

Este proyecto se fundamenta en la crianza y comercialización de pescados de la variedad Tilapia Roja una alimentación complementaria de comida natural u orgánica; alimentación con que se mejoran los nutrientes que le suministran a esta especie, lo que se evidencia textura de los músculos dorsales permitiendo así ganar un poco de contextura y por lo tanto mayor volumen, es de resaltar que estos nutrientes enriquecen la dieta del consumidor.

Esta idea empresarial tiene dos aspectos importantes que resaltar y son:

1. El rescate de un producto pecuario que muestra la necesidad de hacer empresa para que estos tengan una rentabilidad favorable al productor y no al intermediario.
2. Es una idea empresarial que rescata el trabajo humilde y laborioso de la gente del campo la cual por falta de apoyo y orientación muchas veces deja de lado lo que sabe hacer.

Con esta experiencia se llegó a la conclusión que una empresa dedicada a la crianza de tilapia roja no puede ser rentable ya que debido a que el proceso de producción de este producto es a largo plazo supone un alto costo en la de mano de obra y al trabajar con pequeñas cantidades de este producto no se logra cumplir los requisitos para que esta idea sea rentable.

ABSTRACT

This project is based on the breeding and marketing of fish variety Red Tilapia complementary feeding natural or organic food; feeding nutrients that supply this species are improved, which texture allowing the back muscles gain some body is evident and thus greater volume, it is worth noting that these nutrients enrich the consumer diet.

This business idea has two important aspects to highlight are:

1. The rescue of a livestock product showing the need for company so that they have a favorable return to the producer and not the intermediary.

2. It is a business idea that rescues the humble and laborious work of rural people which for lack of support and guidance often neglects what you do.

With this experience was concluded that a company dedicated to raising red tilapia cannot be profitable because the production process of this product is long term involves a high cost in labor and working with small amounts of this product fails to meet the requirements for this idea profitable.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. RAZON SOCIAL.....	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVO GENERAL	17
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	17
4. MARCO TEORICO.....	19
5.1 MARCO HISTORICO.....	19
5.2 MARCO REFERENCIAL.....	19
5.3 MARCO CONCEPTUAL.....	20
5.4 MARCO LEGAL	20
5. METODOLOGIA.....	22
6.1 ESTUDIO DE MERCADO	22
6.1.1 Objetivo	22
6.1.2 Ubicación geográfica.....	23
6.1.3 Características del consumidor	24
6.1.4 Caracterización del producto	24
6.1.5 Precio	26
6.1.6 Oferta y demanda.....	26
6.1.7 Canales de distribución	27
6.2. ESTUDIO TECNICO	28
6.2.1 Objetivo	28
6.2.2 Localización óptima del proyecto.....	28
6.2.4 Descripción del proceso	31
6.2.5 Programa de producción	36
6.2.6 Filosofía institucional.....	36
6.2.6.1 Misión.....	37
6.2.6.2 Visión.....	37
6.2.6.3 Principios institucionales	37
6.2.6.4 Valores institucionales.....	37
6.2.8 Planta de personal	38
6.2.8.1 Organigrama	39
6.2.8.3 Perfil del empleado	39

6.8.8.3 Manual de funciones.....	40
6.3 ESTUDIO ECONÓMICO	47
6.3.1 Objetivo.....	47
6.3.2 Inversión fija	47
6.3.3 Capital de trabajo	48
6.3.4 Costos de producción	48
6.3.5 Gastos	49
6.3.6 Punto de equilibrio.....	49
6.3.7 Costo unitario del producto	50
6.3.8 Estado de resultados	50
7. CRONOGRAMA DE GANTT.....	51
8. CONCLUSIONES	52
9. RECOMENDACIONES	53
10. BIBLIOGRAFÍA	54
11. ANEXOS	55
11.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	55
11.2 ENCUESTA.....	59
11.3 TABULACIÓN ENCUESTA DE ACEPTACIÓN.....	61
11.4. DOFA.....	71
11.6 TARJETA DE PRESENTACION.....	72
11.7 REGISTRO FOTOGRAFICO.....	73

TABLA DE FIGURAS

Figura.1 Canal de distribución.....15

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Análisis oferta.....	26
Tabla 2. Análisis demanda.....	27
Tabla 3. Flujograma.....	36
Tabla 4. Programa de producción.....	38
Tabla.5 Organigrama.....	41
Tabla. 6 Manual de funciones Director de producción.....	42
Tabla.7 Manual de funciones Operarios.....	42
Tabla.8 Manual de funciones Director de mercadeo calidad.....	43
Tabla.9 Manual de funciones Gerente general.....	44
Tabla.10 Manual de funciones Contador.....	45
Tabla.11 Manual de funciones Secretaria auxiliar contable.....	46
Tabla.12 Inversión fija.....	47
Tabla.13 Materia prima.....	48
Tabla.14 Mano de obra.....	48
Tabla.15 Materiales indirectos.....	49
Tabla.16 Punto de equilibrio.....	49
Tabla.17 Estado de resultados.....	51
Tabla.18 Cronograma de Gantt.....	51
Tabla.19 Dofa.....	71

TABLA DE GRAFICAS

Gráfica.1 Logotipo.....	15
Gráfica.2 Ubicación geográfica de Pacho.....	24
Gráfica.3 Planta ideal.....	30
Gráfica.4 Cronograma de Gantt.....	51
Gráfica.5 Tarjeta de presentación.....	72
Gráfica.6 Registro fotográfico.....	73
Gráfica.7 Registro fotográfico.....	74
Gráfica.8 Registro fotográfico.....	75
Gráfica.9 Registro fotográfico.....	76

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se fundamenta en la producción y comercialización de pescado de la variedad de tilapia roja lo q permite fortalecer los conocimientos adquiridos durante los años cursados en la modalidad, para esto se establece una idea empresarial donde se maneje la documentación necesaria para el sostenimiento y proyección del producto del cual se va a trabajar.

Esta empresa ha optado por ofrecer un producto con más beneficios para el consumidor por esto se le ha agregado una alimentación a estos pescados de productos naturales u orgánicos ricos también en una gran cantidad de nutrientes y proteínas que estos pescados acogerán.

1. RAZON SOCIAL

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA PRODUCCION DE PESCADO
VARIEDAD MOJARRA ROJA EN EL MUNICIPIO DE PACHO DE 2015 A 2016



GRAFICA N° 1 Logotipo

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como estudiante de la Institución Educativa Departamental Pio XII de Pacho en la especialización en gestión empresarial, se nos pide trabajar en una idea empresarial. Por lo cual después de un análisis previo se ha decidido desarrollar una idea empresarial donde se trabaje con un producto del campo donde se exalte el arduo trabajo de quienes intervienen, este es el pescado de la variedad tilapia roja; con la diferencia y beneficio que a estos se les ha alimentado con productos naturales más que con concentrado que hace que estos tengan una mayor cantidad de nutrientes en comparación a otros peces con una alimentación normal. Con el desarrollo y puesta en marcha de esta empresarial se pondrán en práctica todos los conocimientos adquiridos en esta modalidad que nos permitirá enfrentarnos al ámbito emprendedor.

2. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una idea empresarial aplicando los conocimientos aprendidos en la modalidad utilizando la producción de pescado variedad “tilapia roja” como instrumento de estudio.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Cumplir con cada uno de los requisitos planteados para el desarrollo de esta idea empresarial, como son planear un estudio de mercado, uno técnico y uno económico, que fundamente la propuesta de negocio estudiada.
- Mejorar e innovar para adaptarse a las nuevas necesidades del cliente.
- Satisfacer al cliente y tener siempre una buena atención al cliente.

3. JUSTIFICACION

Este proyecto se realizó con el fin de crear una idea empresarial que tenga claro su mercado, a quien está dirigido y las funciones que debe cumplir teniendo en cuenta las pautas a realizar en el proceso para ver qué tan factible es crear una microempresa dedicada a la producción de pescados de la variedad Tilapia roja en el municipio de Pacho, ya que como estudiante de la modalidad Técnico en Gestión Empresarial se deben poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en esta y a las cualidades aprendidas. Pescados la primavera nace con la idea de ofrecer un nuevo producto al mercado, por eso se ha pensado en la producción de peces con una alimentación adicional de productos naturales u orgánicos desarrollando así un producto con más cantidad de nutrientes que los pescados criados tradicionalmente, lo cual mejora la calidad de la carne que se consume.

4. MARCO TEORICO

5.1 MARCO HISTORICO

Las tilapias son peces adaptados a los ambientes de aguas cálidas. Son endémicos de África y el Cercano Oriente. Es en estos países donde se inicia la investigación de la especie en el siglo XIX. Se descubre, entonces, su mayor característica que la haría fácil de cultivar: la alta adaptabilidad, pero junto con esta característica, se supo que la tilapia, además, resistía el cultivo a alta densidad y sobrevivía sin problemas en medios con bajos niveles de oxígeno, esto sumando a la resistencia al manejo, enfermedades y fácil reproducción, totalizaron el complemento ideal para pensar en su cultivo, inicialmente rural, especialmente en el Congo y luego en Kenia (1924), sin embargo fue en Malasia donde se obtuvieron los mejores resultados y se inició su progresivo cultivo, éste tuvo tal éxito que las tilapias fueron introducidas en forma acelerada en otros países tropicales y subtropicales, cultivándose en 85 países en todo el mundo Dentro de las características de la especie destaca la alta adaptabilidad, la resistencia al manejo, altas densidades y enfermedades, fácil y masiva reproducción, y la buena capacidad de sobrevivencia, incluso en medios con bajos niveles de oxígeno, características ideales para un cultivo fácil y exitoso.

5.2 MARCO REFERENCIAL

La idea de trabajar con la mojarra roja surge a partir de una costumbre familiar con el deseo de expandir las fianzas de la familia además de contribuir con a la economía del municipio, aprovechando los estanques con los que disponemos en la finca ubicada en la vereda Timana.

Se han desarrollado con una alimentación adicional de productos orgánicos o naturales, para darle un valor agregado al producto.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Piscicultura: actividad en la cual se manejan peces para consumo humano controlando de manera absoluta todos los factores involucrados como la especie, cantidad, alimentación, recambios de agua y el tiempo de permanencia hasta cosecha.

Acuicultura: es el cultivo de animales y plantas en el agua. Se incluyen peces, reptiles, anfibios, crustáceos, moluscos, plantas, algas destinadas para alimento

Alevinaje: esta fase comprende desde el saco vitelino hasta que el pescado alcanza una talla de 8cms. Como todas las etapas en cría de la mojarra roja es indispensable; para tener un buen desarrollo, se debe prestar mucha atención a su alimentación.

Siembra: cuando el pez presente una talla de los 6 a 8cm. Se realiza la siembra. Los alevinos pueden ser transportados, dependiendo del lugar en bolsas plásticas con oxígeno o tanques apropiados para el efecto, los sitios de siembra deben ser los adecuados para favorecer la supervivencia de los pequeños peces. Así no serán profundos y deberán presentar vegetación que provean refugio y alimentación.

Ñame: Planta herbácea trepadora de tallos volubles, hojas grandes, flores pequeñas y verdosas, agrupadas en espiga, y raíz carnosa y comestible.

Raíz de esta planta, de corteza marrón oscuro y carne comestible, parecida a la batata.

5.4 MARCO LEGAL

Un marco legal es todo lo que comprende las acciones o disposiciones legales de alguna situación o caso, que regulan las operaciones de una organización, con los cuales se determinan los reglamentos que rigen la empresa, esto indica que la empresa se acoge a la reglamentación establecida por el gobierno y que por esta razón es posible obtener una defensa en caso de que se violen sus derechos, ya sean laborales, profesionales o de carácter de consumo.

En cuanto a la legalización de la empresa se consultó la página web de la cámara de comercio <http://www.ccb.org.co/>.

En cuanto a los beneficios que representa el crear empresa se consultó la ley 1014 de 2006 la cual nos habla sobre las garantías que ofrece el gobierno nacional a los jóvenes emprendedores que desarrollen proyectos productivos, especialmente el artículo 4 “promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema educativo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación...”

Otro beneficio es la ley 590 de microempresarios artículo 1 “Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos...”

Ley 3075 BPM MATERIAS PRIMAS E INSUMOS- Las condiciones de recepción de la materia prima deben evitar contaminación y alteración o daños físicos. Registro y control de proveedores- Requieren inspección previo a su uso, clasificación y análisis de laboratorio cuando se requiera- Limpieza con agua potable o medio adecuado de descontaminación- Materia prima congelada. Debe descongelarse a velocidad controlada y no podrán ser re congeladas.- Materia prima y producto terminado deben ocupar espacios diferentes

Obligaciones del empleador: Cada vez que se vincule un trabajador al empleador, le corresponde afiliar al trabajador al sistema de seguridad social en:

- Pensiones (Fondo de pensiones)
- Salud (E.P.S)
- Riesgos preferenciales (A.R.P)
- Firma de Contrato
- Abrir una carpeta con la hoja de vida del trabajador

5. METODOLOGIA

En el desarrollo de la idea empresarial Pescados la primavera se ha utilizado una metodología en la cual se realizó una encuesta aplicada a una muestra de 100 personas del municipio de Pacho como parte del estudio de mercado, con el fin de conocer el tipo de clientes que podría tener la empresa, también los gustos del cliente y la aceptación del producto, luego se realizó un estudio técnico para idear mejor la idea empresarial y se terminó con un estudio económico que es el que nos brinda la factibilidad que tiene el producto en el mercado.

6.1 ESTUDIO DE MERCADO

Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (demanda y oferta) ante un producto o servicio se analiza la oferta y la demanda así como los procesos y canales de distribución por otra parte sirve para tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado y para tener un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector, junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y comercialización.

6.1.1 Objetivo

Determinar los hábitos de consumo del pescado de la variedad tilapia roja, con el fin de establecer la viabilidad y aceptación del producto en el municipio de pacho.

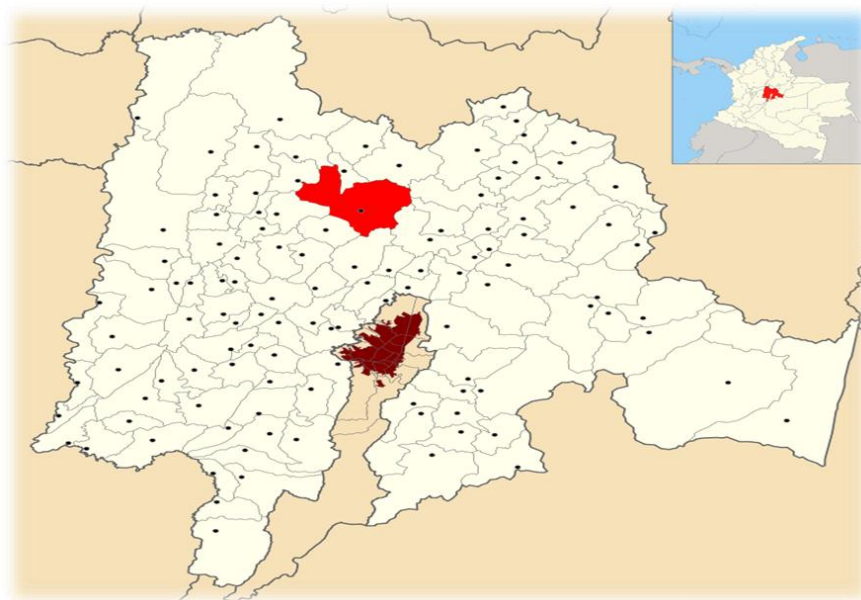
6.1.2 Ubicación geográfica

Pacho es un municipio de Cundinamarca (Colombia), capital de la Provincia de Rionegro, ubicado a 88 kilómetros de la ciudad de Bogotá. Su nombre deriva de la expresión chibcha Pacho que significa Papá Bueno. Se lo reconoce por la instalación de la primera industria siderúrgica de América del Sur y además por ser la capital naranjera de Colombia.

En la época prehispánica el territorio de Pacho se llamaba "Guateque" o "Gotaque" lo cual se deriva - "Gua"-: Montaña, - "Tha"-: fuerte y - "Que"-: elevada: es decir: "MONTAÑA FUERTE Y ELEVADA".

El territorio de Pacho estuvo habitado por dos tribus aborígenes descendientes de los Chibchas: Los "Rutes y los Gotaques". Sus gobernantes eran Uzaques o Jefes militares- y el último de ellos fue "Pacho" cuyo nombre en su lengua significaba "Padre Bueno" a quien los españoles antepusieron el nombre de Diego.

Él fue un gran organizador de la economía, valeroso defensor de su pueblo y promotor de la Paz a quien se atribuye la fundación de Pacho, probablemente en 1.624. Los primeros españoles llegaron a la región, bajo el mando del encomendero don Juan de Olmos en representación de Gonzalo Jiménez de Quesada.



GRAFICA N° 2 Ubicación del municipio de Paho

6.1.3 Características del consumidor

El pescado puede ser consumido a partir de una edad mínima de 2 años, pero se debe tener cuidado al momento de consumirlo ya que este pescado posee espinas las cuales al ser consumidas puede afectar el organismo del individuo.

6.1.4 Caracterización del producto

- Definición del producto

La tilapia roja (*oreochromis* sp) identificada por sus colores rojizos anaranjados, cuerpo alargado y profundo cubierto moderadamente de grandes escamas sobre la línea lateral. Por sus hábitos alimentarios omnívoros la tilapia roja tiene la capacidad de aprovechar el alimento primario del estanque y utiliza eficientemente los carbohidratos como fuente energética, lo cual da una mayor

capacidad de adaptación, resistencia a enfermedades y posibilidades de soportar condiciones adversas, con amplia tolerancia y rápido crecimiento es ideal para la producción en estaques bajo sistemas extensivos o intensivos.

- Descripción del producto

La mojarra roja producida por la empresa pescados la primavera se identifica por ser un pescado criado con alimentos naturales u orgánicos adicionales a su alimentación normal de concentrado; con este tipo de alimentación este pescado puede ofrecernos una mayor cantidad en nutrientes como el potasio, potasio, proteínas, calcio, vitamina C, hierro, vitamina B6 entre otras, que se verán reflejados en la dieta del consumidor.

- Características físicas

Este pescado es muy nutritivo, su carne es de muy buen sabor, posee muy pocas espinas lo cual lo hace agradable al consumirlo

- Usos

La tilapia es una gran fuente de nutrientes para la alimentación del ser humano, el uso depende del gusto de preparación del consumidor.

- Productos sustitutos

Son las carnes de res, pollo, cerdo, enlatados, otros y las carnes vegetarianas.

- Productos complementarios

El consumo de tilapia se complementa con el consumo de otras especies pues un consumidor de pescado no consume una sola especie en particular, sino que incluye en su dieta diferentes especies de pescado que acompaña con el consumo de verduras, leguminosas o de vinos en algunos casos.

6.1.5 Precio

El precio de este producto está dado por unidad de libra, la cual tiene un valor de 4500 pesos al consumidor teniendo en cuenta los costos, gastos, la asequibilidad y un margen de ganancia.

6.1.6 Oferta y demanda

- Oferta:

Cantidad de bienes o servicios que el oferente pone a disposición del mercado a un precio determinado.

	LOCALIZACION	CAPACIDAD INSTALADA	CALIDAD PRECIO	
1.FRUYER	Centro pacho		BUENA	5000
2.SUPERMERCADO SAN LUIS	Centro pacho		BUENA	5500
3.Plazita Pachuna	Centro pacho		BUENA	5000

TABLA N° 1: Análisis de oferta

- Demanda:

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

AÑOS	UNIDAD POR AÑO	VALOR	VENTAS AL AÑO
2016	288 LIBRAS	4500	1296000
2017	320 LBRAS	4738	1516160
2018	356 Libras	4989	1776084
2019	396 LIBRAS	5253	2080188
2020	441 LIBRAS	5531	2439171

TABLA N° 2: Análisis de demanda

6.1.7 Canales de distribución

El canal de distribución utilizado por la empresa pescados la primavera es el canal directo el cual

Canal directo: Cuando el pescado pasa del productor al consumidor, sin intervención de una tercera persona o entidad. En este sentido el productor vende directamente ya sea en su granja o en el mercado.



GRAFICA N°3: Canal de distribución

6.2. ESTUDIO TECNICO

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar, además sirve para conocer las maneras en las que se puede elaborar un producto o servicio precisando su proceso de elaboración lo cual permite determinar la maquinaria equipo de producción y mano de calificada.

Igualmente ayuda a crear un plan estratégico que orienta el camino a seguir y capacidad del proceso para lograr satisfacerla demanda estimada en la planeación.

6.2.1 Objetivo

Proyectar y diseñar un plan que analice los aspectos técnicos y operativos en la consolidación de la idea empresarial pescados la primavera.

6.2.2 Localización óptima del proyecto

La empresa pescados la primavera quiere proyectarse en el futuro ubicándose en la finca la primavera de la vereda Timana del municipio de Pacho, ya que en este lugar se cuenta con los elementos necesarios para la realización de una producción de pescado debido que allí hay un negocio familiar por lo cual se pretende tomar en arriendo un estanque para la crianza de los pescados.

- Distribución de la planta física

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. Integración total. Consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Mínima distancia del recorrido. Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, tarazando el mejor flujo.
3. Utilización del espacio cubico. Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tiene espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. Seguridad y bienestar del trabajador, este debe ser uno de los objetivos principales de toda distribución.
5. Flexibilidad. Se debe tener una distribución que pueda reajustarse fácilmente los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.

La planta física estará distribuida en dos partes: en una es donde se encuentra el estanque con los pescados y la otra parte consiste en el área de sacrificio o donde se prepara el pescado para ser entregado al cliente.

- Área de distribución y comercialización

La área de distribución y comercialización se encuentran en la finca

- Ventajas y desventajas

Las ventajas de este lugar son que allí se dispone del material necesario para llevar a cabo la producción de pescado como lo son la fuente de agua natural procedente de la quebrada "Agua blanca" se tienen los estanques y en la vereda hay buenos consumidores de pescado; y las desventajas son que el sitio está muy retirado del pueblo lo cual supone costos en el transporte del producto, la compra

de los insumos, concentrados y demás



GRAFICA N°4: Planta ideal

6.2.3 Adquisición de la maquinaria

EQUIPO MAQUINARIA	Y	PRECIO \$	DIMENSIONES	DEPRECIACION
1 peso		\$100000		15 AÑOS
1 Nevera icopor		\$20000		2 AÑOS
1 nevera		\$800000		10 AÑOS
2 canastas		\$20000		2 AÑOS
1cuchillo		\$5000		2 AÑOS
1 malla para pescar		\$90000		10 AÑOS
2 Empaque del Producto		\$5200		2 AÑOS
Total		\$1040200		

TABLA N°5: Adquisición de maquinaria

6.2.4 Descripción del proceso

El proceso de producción de tilapia roja, en primera medida consistió en tener en cuenta unos factores determinantes para la selección de esta especie a cultivar, debido a que se obtienen muchas ventajas sobre otras especies. Los factores antes mencionados son los siguientes: Curva de crecimiento rápida, hábitos alimenticios adaptados a dietas suplementarias que aumenten los rendimientos, tolerancia a altas densidades de siembra, debido a los altos costos de adecuación de terrenos y materias primas. Tolerancia a condiciones extremas: resistencia a concentraciones bajas de oxígeno, niveles altos de amonio, valores bajos de pH. Fácil manejo: resistencia al manipuleo en siembra y transferencias. Capacidad de alcanzar tamaños de venta antes de la madurez sexual: la cosecha se hace a los 6 o 7 meses y la madurez sexual se alcanza dependiendo de la pureza de la línea (luego de los 3 meses).

Dichos factores permiten tener una mayor certidumbre sobre la especie que se está cultivando y facilitan su proceso productivo.

Su proceso productivo es óptimo en aguas cálidas donde la temperatura del agua se encuentre entre los 25 y 34°C. Actualmente la temperatura del agua en la finca, se encuentra oscilando entre un máximo de 32° en el día y durante la noche la temperatura más baja ha sido de 26°C. Lo cual no permite que exista mortalidad de la especie por las bajas temperaturas del agua, como se ve en otros cultivos que se exponen a una alta mortalidad durante la noche debido a que es donde se alcanza la temperatura más baja y donde no se tiene un control constante en la revisión. Por ende permite que si ocurre la muerte de un pez se expanda con muchos otros puesto que el estanque se contamina y hace que el oxígeno disminuya, aumentando la mortalidad en el estanque, puesto que el oxígeno juega un papel fundamental en el proceso de producción.

Después de la adecuación del estanque, se procede a describir como es el manejo de las etapas del cultivo y su respectiva alimentación.

La fase más importante en la producción de tilapia, tiene que ver con su alimentación y el tamaño del pez, la cual consiste en varias etapas esenciales y aplican diferentes tipos de alimentación. Las etapas en el cultivo de tilapia roja serán mencionadas a continuación explicando el proceso que se maneja en cada una, desde su alimentación por etapa hasta el peso máximo logrado por el animal.

6.2.4.1 Etapas en el cultivo de tilapia roja

- PRECRIA

Después de haber realizado la compra de los alevinos y hayan sido trasladados en bolsas al predio donde se empezó el cultivo, fue importante tener en cuenta para la siembra de semilla la aclimatación de temperatura, que consistió en que una vez recibidos los peces en la finca, se pusieron a flotar las bolsas sobre el agua durante unos 10 a 15 minutos, lo cual permitió igualar las temperaturas, puesto que es muy importante permitir que los alevinos se adapten a las nuevas condiciones del agua donde serán sembrados. Luego de esto, se abrieron las bolsas y lentamente se adicionó agua del estanque a la bolsa para igualar las condiciones físico-químicas. Transcurridos unos 3 o 5 minutos, se permitió la salida de los peces sin necesidad de manipularlos con las manos.

Ahora, esta fase comprende la crianza de alevinos con pesos entre 1 a 15 gramos. Los alevinos fueron alimentados balanceadamente conteniendo 40% de proteína, a razón de 8 a 10% de la biomasa distribuido en 8 veces al día. La biomasa hace referencia al peso del pez, es decir que si el pez tiene un peso de 1 gr su alimentación (10%) será de 0,1 gramos distribuidos en 8 veces al día.

- LEVANTE

Esta fase comprende entre los 15 y 80 gramos. Los peces fueron alimentados balanceadamente con un contenido en proteína de 34%. A partir de esta etapa se empieza a adicionar productos orgánicos a su alimentación normal como frutas

(guayabas, bananos, entre otros) y ñame una porción de estos cada tercer día hasta que haya alcanzado la etapa final.

- PRE ENGORDE

Esta fase comprende entre los 80 y 200 gramos. Los peces fueron alimentados balanceadamente con un contenido de proteína de 30%.

Esta fase comprende la crianza de la tilapia desde los 200 gramos (fase que el cultivo no ha alcanzado aún) hasta el peso final, con el que se quiere sacar la cosecha, peso de 450 gramos. Los peces serán alimentados en esta fase balanceadamente, con un contenido de proteína entre 24 a 20%.

- COSECHA

Esta actividad se realiza por diversas razones: cuando los peces han alcanzado el tamaño y peso esperado por el productor según los requerimientos del mercado, o para autoconsumo.

Para reducir e incluso suprimir las pérdidas ocasionadas en la cosecha, selección y demás manipulaciones posteriores, se deben tener las siguientes precauciones: suprimir la alimentación uno o dos días antes de la cosecha, realizar la cosecha preferiblemente en horas tempranas de la mañana, aprovechando la temperatura más baja excepto cuando el tiempo está nublado o lluvioso; disponer de instalaciones adecuadas para la selección y mantenimiento de los peces cosechados para evitar que se lesionen y lavarlos con abundante agua limpia antes de introducirlos en las canastas para su transporte o realizarles los procesos de eviscerado y escamado.




De acuerdo a las perspectivas de producción y colocación del producto se pueden realizar dos tipos de cosecha, total o parcial.











Total: Consiste en extraer todos los peces del estanque. A este se le baja el nivel de agua y se les extrae con una red de arrastre. El nivel del agua debe bajar lento, de manera que todos los peces acompañen el descenso del agua. La duración del procedimiento puede durar varias horas.

Parcial: Se extraen únicamente los peces deseados en calidad y cantidad.

- PREPARACIÓN

Esta es la última etapa del proceso de producción donde se alista el pescado para su entrega al cliente. En esta fase se realiza, para este caso particular, el eviscerado principalmente. Después de sacado el pescado del estanque es transportado en canastillas limpias a la planta de proceso donde en compañía de un ayudante se inicia el proceso de evisceración del pescado luego se lava con abundante agua limpia, para garantizar que sea puesto en las canastillas libre de bacterias e infecciones.

Convención	Proceso	Tiempo	Costos
	Compra de los pescados lo cual se realiza por encargo.		40000
	Mientras llegan los pescados se prepara el estanque encalándolo	3 días	Cal dolomita 12000 Mano de obra 30000
	Los pescados son transportados a la finca	3 Horas	10000

	Los pescados se ponen a flotar contenidos en las bolsas	15 minutos	0
	Luego de esto, se abrieron las bolsas y lentamente se adicionó agua del estanque a la bolsa para igualar las condiciones físico-químicas.	3 minutos	0
	después de esto se comienzan la etapa de precria q consiste en darle 5 comidas diarias de purina mojarra harina	15 días	2 kilos 6000
	También en esta etapa después del concentrado mojarra 45	20 días	10 kilos 32000
	Después de la etapa de precria sigue la de levante , en esta se alimenta al pescado con concentrado mojarra 38	1 mes	20 kilos 56000
	Se prosigue con la etapa de pre engorde en esta se le echa concentrado mojarra 32 y de esta etapa en adelante se comienza a adicionarle los productos orgánicos con una frecuencia de cada tercer día más o menos.	1/2 meses	40 kilos 80000
	Alcanza la etapa de pre engorde sigue la de engorde q se alimenta con concentrado mojarra 24 y productos orgánicos.	2/2 meses	60 kilos 90000 = 356000
	Después de estas etapas alcanzadas se procede con la cosecha		
	La cosecha comienza con la desocupación del lago lentamente preferiblemente a las horas de la madrugada	6 horas	Mano de obra 20000
	Ya el agua a bajo nivel se procede a la recolección del pescado con una malla y a medida q se va sacando el pescado este debe ser lavado con abundante aguay puesto en canastillas para ser	2 horas	0



	transportado al área de sacrificio o evisceración		
	Ya los pescados transportados al área de producción se realiza el proceso de eviscerado y al mismo tiempo después de cada pescado ser eviscerado debe ser lavado con abundante agua y puesto en canastillas limpias	3 horas	
	Ya cumplidos esos procesos el pescado ya estará listo para ser empacado y posteriormente su distribución al cliente	1 hora	
		7/2 MESES	376000

TABLA N° 3: Flujograma

6.2.5 Programa de producción

La empresa Pescados la primavera tiene un programa de producción a largo plazo ya que el pescado para su desarrollo y total necesita alrededor de 6 a 7 meses.

FECHA	CANTIDAD	VALOR MONETARIO
2015 AGOSTO A 2016 MARZO	144 LIBRAS	648000
2016 ABRIL A 2016 NOVIEMBRE	PRODUCCION EN DESRROLLO	

TABLA N°4 Programa de producción.

6.2.6 Filosofía institucional

Es el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la empresa y representan el compromiso de la organización ante la sociedad.

6.2.6.1 Misión

Hacer evidente el esfuerzo que la gente del campo realiza en el momento de la crianza de productos tales como el pescado, esto por medio de la organización de una la idea empresarial denominada “pescados la primavera” que se encuentra en el municipio de Pacho y que se caracteriza por la calidad del producto que se ofrece al consumidor y por su agradable sabor al paladar.

6.2.6.2 Visión

La idea empresarial “pescados la primavera” aspira a ser reconocida en el municipio de Pacho como una empresa que se preocupa por la satisfacción del cliente entregando un producto de buena calidad ya que gran parte de su alimentación es orgánica lo cual exalta el valor nutricional que tiene este producto.

6.2.6.3 Principios institucionales

Respeto

Calidad del producto

Servicio al cliente

6.2.6.4 Valores institucionales

Honestidad

Responsabilidad

Excelencia

6.2.7 Distribución de la planta

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. Integración total. Consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Mínima distancia del recorrido. Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, tarazando el mejor flujo.
3. Utilización del espacio cubico. Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tiene espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. Seguridad y bienestar del trabajador, este debe ser uno de los objetivos principales de toda distribución.
5. Flexibilidad. Se debe tener una distribución que pueda reajustarse fácilmente los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario

Actualmente la producción es realizada en la vereda Timana en el negocio familiar piscícola, la cual está articulada con los elementos necesarios para el desarrollo y producción de pescado.

6.2.8 Planta de personal

La planta de personal es el conjunto de los empleos permanentes requeridos para el cumplimiento de los objetivos y funciones asignadas a una Entidad, identificados

y ordenados jerárquicamente y que corresponden al Sistema de nomenclatura, clasificación y remuneración de cargos.

La planta de personal actualmente de la idea empresarial está compuesta por dos personas.

6.2.8.1 Organigrama

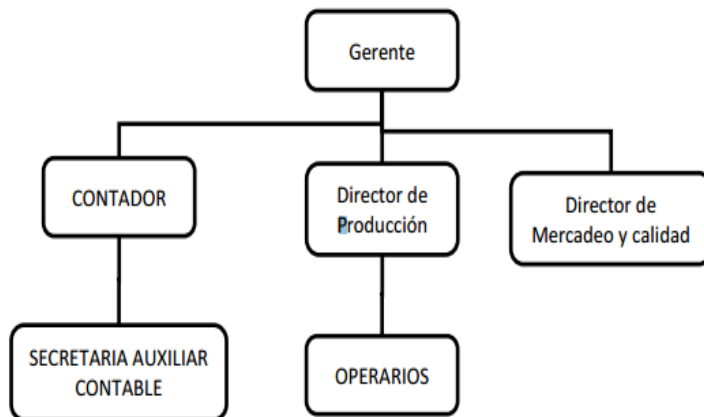


TABLA N°5: Organigrama

6.2.8.3 Perfil del empleado

Buscamos en nuestros colaboradores; talento, iniciativa, pasión por los retos, capacidad de liderazgo, motivación, y sobre todo, que les guste trabajar en equipo.

Buscamos profesionales capaces de superarse constantemente, que compartan su profesionalidad y experiencia con el resto de colaboradores, Y que puedan aportar soluciones efectivas e innovadoras.

No seleccionamos únicamente a profesionales recién licenciados, sino también a profesionales con experiencia en aquellos ámbitos que requieren de un alto grado de especialización.

6.8.8.3 Manual de funciones

Toda empresa tiene que tener un manual de funciones, sobre todo aquellas que son de grandes dimensiones, ya que así se lleva un control sobre las funciones que tiene el personal que conforma la compañía. Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo. Este manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones.

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
Director de Producción	
OBJETIVO: Dirigir el proceso operativo o productivo logrando estándares de calidad buscando la eficiencia y la eficacia, velando por el cuidado de la maquinaria y herramientas y con los mínimos índices de desperdicio.	
COMPETENCIAS: Ingeniero industrial o afines	
JEFE INMEDIATO:	Gerente
FUNCIONES Realizar el presupuesto de producción Establecer posibilidades de mejora Formular indicadores de gestión de operación o producción y cumplirlos Velar por la implementación de las normas de seguridad industrial y salud ocupacional Dirigir los operarios y la planta de producción Determinar los requerimientos de producción Definir los equipos y herramientas necesarias para el cumplimiento de los indicadores de Producción Establecer los requerimientos de logística y transporte Seleccionar el personal operativo y de producción Asegurar que su área de cumplimiento a los procesos de producción de acuerdo a la política de calidad de la compañía Participar en la selección del personal de producción y operativo Elaborar el plan de producción anual y presentarlo a la gerencia Participar activamente con todo lo relacionado a la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad Entregar los productos a satisfacción del cliente	

TABLA N°6: Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
Operarios	
OBJETIVO: Producir productos o servicios con estándares de calidad en forma eficiente y honesta, cuidando la maquinaria y herramientas y con el mínimo desperdicio de materiales	
COMPETENCIAS: Bachillerato.	
JEFE INMEDIATO:	Director de producción
FUNCIONES Recibir las ordenes de producción o servicio Solicitar el material requerido para el proceso productivo Recibir los insumos requeridos Alistar los equipos necesarios para la operación Realizar las tareas y operaciones requeridas del producto o servicio a elaborar o realizar Verificar Informar novedades Cumplir con las normas de calidad, salud ocupacional y seguridad industrial Cumplir el horario de trabajo y el reglamento de trabajo Asegurar el cumplimiento de los procesos operativos fijados por el área de calidad Participar activamente con todo lo relacionado a implementación y mejora del sistema de gestión de calidad	

TABLA N°7 Manual de funciones operarios

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
Director de Mercadeo y calidad	
OBJETIVO: Desarrollar el plan de mercadeo de la empresa a través de las políticas de promoción, distribución, precios, servicio al cliente, así como las investigaciones de mercado requeridas, cumpliendo con las expectativas y necesidades del cliente.	
COMPETENCIAS: Administrador de empresas o mercadeo	
JEFE INMEDIATO:	Gerente
<p>FUNCIONES</p> <p>Establecer el plan de mercadeo de la empresa</p> <p>Formular la política de distribución de productos de la empresa</p> <p>Formular la política de promoción y publicidad de la empresa</p> <p>Establecer sistemas de servicio al cliente</p> <p>Velar por la satisfacción del cliente a través de los servicios postventa y cumplimiento de garantías</p> <p>Realizar investigaciones de mercado o sondeos</p> <p>Definir indicadores de gestión del área de mercadeo</p> <p>Estudiar la aplicación de procesos de mercadeo</p> <p>Formular la política de precios</p> <p>Realizar estudios de competencias</p> <p>Establecer procesos de benchmarking y ferias empresariales</p> <p>Elaborar las fichas técnicas de los productos de acuerdo a los requerimientos del cliente</p> <p>Desarrollar y actualizar los portafolios de servicios o productos</p> <p>Implementar el sistema de gestión de calidad de la compañía</p> <p>Participar en la formulación de política de cartera</p> <p>Proponer al gerente políticas de margen sobre ventas</p> <p>Participar activamente en todo lo relacionado con la mejora del sistema de gestión de calidad</p> <p>Realizar visitas a clientes, gestionar la solución de reclamos y cumplir con las metas de Ventas.</p>	

TABLA N°8: Manual de funciones director de mercadeo y calidad

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
Gerente General	
OBJETIVO: Dirigir, organizar planear y evaluar los sistemas de gestión de calidad de la empresa buscando su rentabilidad y crecimiento en forma eficiente cumpliendo con los indicadores de gestión propuestos	
COMPETENCIAS: Ingeniero industrial, administrador de empresas o afines.	
JEFE INMEDIATO:	Junta directive
<p>FUNCIONES</p> <p>Desarrollar el direccionamiento estratégico de la empresa</p> <p>Dirigir los procesos de calidad</p> <p>Formular la política de calidad de la empresa</p> <p>Representar jurídicamente a la empresa</p> <p>Atender los requerimientos externos de la empresa</p> <p>Presentar los informes de gestión a la junta directiva</p> <p>Presentar junto a la junta directiva el informe de gestión a la asamblea</p> <p>Formular estrategias de desarrollo empresarial</p> <p>Fijar los objetivos corporativos</p> <p>Establecer indicadores de gestión empresarial</p> <p>Formular políticas empresariales</p> <p>Dirigir el personal de la empresa</p> <p>Organizar la empresa frente al entorno</p> <p>Evaluar los procesos y los resultados de la empresa</p> <p>Incentivar el trabajo en equipo</p> <p>Liderar procesos de desarrollo empresarial</p> <p>Evaluar permanentemente los resultados de la empresa</p> <p>Buscar permanentemente nuevas oportunidades de negocio</p> <p>Avalar las políticas de margen de venta y cartera, seleccionar el personal</p> <p>Liderar la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad</p> <p>Programar y autorizar planes de capacitación de los empleados</p>	

TABLA N°9 Manual de funciones gerente general

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
Contador	
OBJETIVO: Producir la información financiera de la empresa, a nivel de ingresos, egresos, rentabilidad, tributaria y demás recursos o bienes de la empresa para la toma de decisiones gerenciales	
COMPETENCIAS: Contador	
JEFE INMEDIATO:	Gerente
FUNCIONES Realizar los comprobantes de ajustes y amortización de la empresa Presentar la declaración de renta de la empresa Elaborar las declaraciones de imponentes, predial, valorizaciones, industria y comercio y Retefuente Registrar las transacciones comerciales y manejar el paquete contable de la empresa Elaborar los estados financieros Elaborar los principales indicadores financieros Recomendar las posibles inversiones temporales de la empresa Formular proyectos de presupuestos de la empresa Mantener las fichas de los activos fijos de la empresa y demás bienes Mantener actualizados los libros de contabilidad de la empresa Revisar los presupuestos anuales de los recursos de la empresa y aprobar la nómina del Personal Presentar las conclusiones de análisis financieros de la empresa Dirigir los procesos financieros a nivel de tesorería, cartera, contabilidad, presupuestos, análisis financiero, inventarios Velar por la optimización y conservación de los recursos financieros de la empresa Participar activamente con todo lo relacionado en la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad Avalar las políticas de margen de venta y cartera, seleccionar el personal Liderar la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad Programar y autorizar planes de capacitación de los empleados Avalar las políticas de margen de venta y cartera, seleccionar el personal Liderar la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad Programar y autorizar planes de capacitación de los empleados	

Comentado [OS1]:

TABLA N°10: Manual de funciones contador

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
Secretaria auxiliar contable	
OBJETIVO: Ejecutar los procesos logísticos y administrativos de la empresa para dar apoyo al proceso operativo o fundamental	
COMPETENCIAS: Estudiante de contaduría o afines.	
JEFE INMEDIATO:	Contador
<p>FUNCIONES</p> <p>Atender el recibo y envío de la correspondencia de la empresa</p> <p>Registrar y administrar el kardex de materiales</p> <p>Registrar las ventas de la empresa</p> <p>Tomar los pedidos de materiales requeridos</p> <p>Realizar los giros y pagos a terceros</p> <p>Digitar la información de los diferentes sistemas de información de la empresa</p> <p>Velar por los documentos e información de la empresa así como el sistema de archivo</p> <p>Recibir a todos los usuarios de la empresa y orientarlos a las diferentes áreas</p> <p>Orientar los proceso de vigilancia y seguridad de la empresa, controlando la entrada y salida de materiales y bienes</p> <p>Dirigir las necesidades de mantenimiento de la empresa</p> <p>Dirigir los proceso de aseo y cafetería de la empresa</p> <p>Realizar los registros de contratación de la empresa</p> <p>Elaborar la nómina de personal</p> <p>Organizar los eventos de capacitación y bienestar de los empleados</p> <p>Elaborar los comprobantes de ingreso, egreso, conciliaciones bancarias, y demás documentación contable necesaria para soporte de contabilidad</p> <p>Atender la recepción de llamadas, archivo y servicio al cliente</p> <p>Participar activamente en todo lo relacionado con la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad</p> <p>Mantener la documentación del sistema de gestión de calidad</p> <p>Liderar la implementación y mejora del sistema de gestión de calidad</p> <p>Programar y autorizar planes de capacitación de los empleados</p>	

TABLA N°11: Manual de funciones secretaria auxiliar contable

6.3 ESTUDIO ECONÓMICO

Es un proceso que trata de comparar los flujos positivos con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

6.3.1 Objetivo

Determinar la factibilidad y rentabilidad de la idea empresarial a partir del análisis de la producción y comercialización de pescado de la variedad tilapia roja, teniendo en cuenta los gastos, costos que estos generaron.

6.3.2 Inversión fija

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el coste del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado. Cabe mencionar que se considera como inversión a todas las compras o adquisiciones que van a formar parte de la propiedad de la empresa a constituirse en el proyecto que se está estructurando.

MATERIAL	VALOR
Malla de pescar	90000
Balanza	100000
Canastas	20000
Empaque	5200
Tarraya	200000

TABLA N°12: Inversión fija

6.3.3 Capital de trabajo

6.3.4 Costos de producción

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

6.3.4.1 Materia prima

Los costos de producción están formados por los siguientes elementos:

Son los materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado

ITEM	VALOR
SEMILLA	40000
CONCENTRADO MOJARRINA	6000
CAL DOLOMITA	12000
CONCENTRADO MOJARRA 45	32000
CONCENTRADO MOJARRA 38	56000
CONCENTRADO MOJARRA 32	80000
CONCENTRADO MOJARRA 24	90000

TABLA N°13: Materia prima

6.3.4.2 Mano de obra directa

Es la que se utiliza para transformar la materia prima en un producto determinado

MANO DE OBRA	MES	7 MESES
2.872	86.181	603.267

TABLA N°14: Mano de obra directa

6.3.4.3 Materiales indirectos

Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado sin ser el producto así.

DETALLES	AÑO
EMPAQUE	10000

TABLA N°15: Materiales indirectos

6.3.4.4. Costos de insumos

6.3.5 Gastos

Las empresas deben pagar por servicios y elementos necesarios; esto constituye un gasto, porque estos valores no son recuperables. Ejemplo: pago de sueldos, arrendamiento.

6.3.6 Punto de equilibrio

Es una herramienta para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: el volumen de producción, planteamiento de resultados, niveles de costos, entre otros.

En una empresa el punto de equilibrio, es el punto en el cual el valor de los ingresos por venta es exactamente igual a los costos fijos y variables; en este punto la empresa no obtiene ganancias, ni pérdidas al aumentar el nivel de ventas, por el contrario, al bajar el nivel de ventas la empresa incurre en una pérdida.

VALOR FIJO	612000
PRECIO	4500
COSTO VARIABLE	3600

TABLA N°16: Punto de equilibrio

6.3.7 Costo unitario del producto

Si el valor de 170 libras de 370200 entonces el valor unitario será 2177.6

6.3.8 Estado de resultados

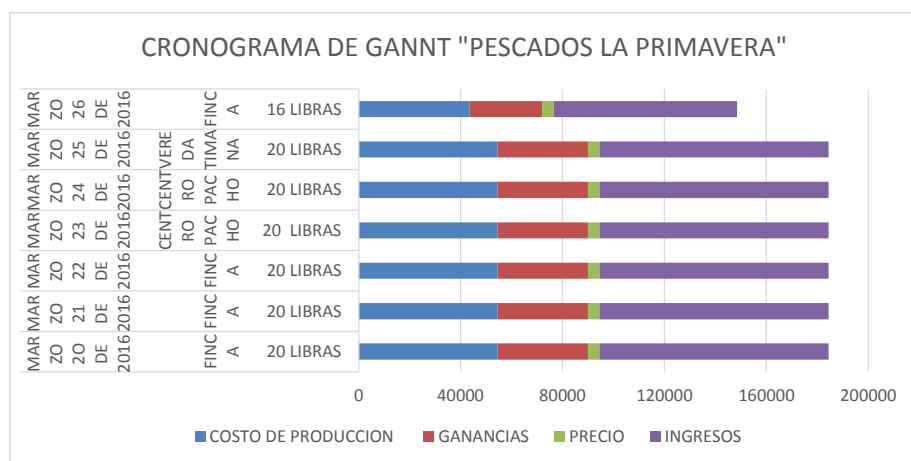
VENTAS	Columna1
ingresos operacionales	612000
utilidad bruta	241800
gastos operacionales	0
utilidad operacional	0
ingresos operacionales	0
otros gastos no operacionales	0
utilidad neta	241800
% utilidad	39%

TABLA N°17 Estado de resultados

7. CRONOGRAMA DE GANTT

FECHA	LUGAR DE VENTA	CANTIDAD	COSTO DE PRODUCCION	DE GANANCIAS	PRECIO	INGRESOS
MARZO 20 DE 2016	FINCA	20 LIBRAS	54411	35559	4500	90000
MARZO 21 DE 2016	FINCA	20 LIBRAS	54411	35559	4500	90000
MARZO 22 DE 2016	FINCA	20 LIBRAS	54411	35559	4500	90000
MARZO 23 DE 2016	CENTRO PACHO	20 LIBRAS	54411	35559	4500	90000
MARZO 24 DE 2016	CENTRO PACHO	20 LIBRAS	54411	35559	4500	90000
MARZO 25 DE 2016	VEREDA TIMANA	20 LIBRAS	54411	35559	4500	90000
MARZO 26 DE 2016	FINCA	16 LIBRAS	43529	28471	4500	72000

TABLA N°18: Cronograma de Gantt



Grafica N°5: Cronograma de Gantt

8. CONCLUSIONES

- Se ha demostrado que una empresa piscícola no puede ser rentable si las producciones que realizan son muy pequeñas ya que el costo de mano de obra es muy costoso y las ganancias no cubren los gastos.
- Una empresa piscícola debe realizar producciones a gran escala para que la mano de obra no sea un aspecto que genere pérdidas.
- elaborar un buen proyecto de grado se deben seguir las pautas correspondientes.

Por medio de este, se llega a tener grandes conocimientos acerca del mercado Pachuno.

9. RECOMENDACIONES

- Seguir al margen todos los pasos para la correcta realización de un proyecto productivo.
- Se recomienda promocionar mucho más el producto ya que las personas desconocen las propiedades alimenticias de la mojarra roja.
- Tener claro todo sobre el tema y proyecto de grado.
- Interesarse por sacar adelante el proyecto de la mejor manera posible.
- Realizar la producción usando la Buena Práctica de Manufactura.
- Garantizar la calidad del producto.

10. BIBLIOGRAFÍA

- <https://es.wikipedia.org/wiki/Tilapia>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%91ame>

11. ANEXOS

11.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

ACTA 001

FECHA, 29 de febrero del 2015

HORA: 2 a 4 p.m.

LUGAR: Institución Educativa Departamental Pio XII

ASISTENTES: Estudiantes Grado 1001

INVITADOS: Lic. Alexandra Morales

ORDEN DEL DIA:

1. Reconocer y decidir con que idea empresarial participaran.
2. Escoger los socios con quienes emprenderán este proyecto.
3. Compromiso de cumplir lealmente con la empresa y con todo lo que conllevara a los requisitos escolares.
4. Nombrar la idea empresarial y realizar todo con desempeño.
5. Propositiones y varios.

DESARROLLO

1. De acuerdo con lo explicado por la profesora Alexandra sobre constituir una empresa, se empezó a dialogar sobre la razón social y logotipo de esta, también de los productos que se ofrecerían.
2. Se consolidó que los socios de la empresa serían Oscar Alejandro Suarez Martínez y Cristian Esteban Quiroga Orjuela.
3. Se acordó que se cumpliría de manera responsable tanto con las obligaciones escolares como con la idea empresarial naciente.
4. Estando todos los socios cada uno dio una idea de cómo sería la razón social, se acordó que la razón social sería Big Pens.
5. Se propuso ser una idea empresarial de para la elaboración y comercialización artesanal de esferos con un cascaron a base de bambú.

Se cierra el ACTA 001 el 29 de enero del 2015.

Oscar Suarez

T.I: 100765526

Cristian Quiroga

T.I: 1007625324

ACTA 002

FECHA: 15 de septiembre de 2015

HORA: 2 a 4 Pm

Lugar: Institución educativa departamental Pio XII

ASISTENTES: Estudiantes grado 10-01

INVITADOS: Lic. Alexandra Morales

ORDEN DEL DIA:

- 1- Términos y condiciones de la liquidación de la empresa
- 2- División del capital de la idea empresarial
- 3- Cierre del acta y liquidación total
- 4- Propositiones y varios

DESARROLLO

1. Se decidió liquidar la empresa por decisión unánime de los socios, se comentó con la profesora y padres de familia hasta finalmente aprobar su liquidación, se acordó que un socio se quedaría con la razón social de la idea
2. No hubo capital que dividir
3. Todos los socios firmaron el acta de liquidación, conformes y de acuerdo con los términos y la división del capital
4. No hubo proposiciones ni varios

Se cierra el ACTA 003 el 15 de septiembre de 2015

FIRMAN

Oscar Suarez

Cristian Quiroga

T.I: 1007651526

T.I: 1007651283

11.2 ENCUESTA

INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII SOY CALIDAD, SOY PIO XII
"PESCADOS LA PRIMAVERA"

EMPRESA

OBJETIVO:

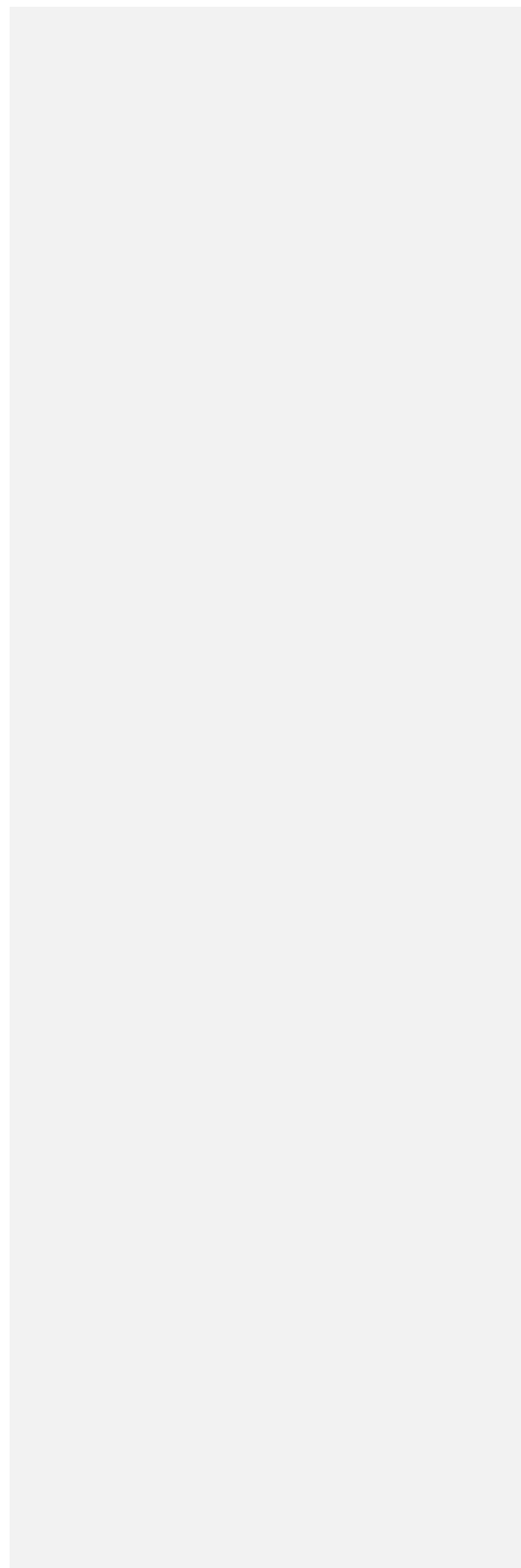
Determinar el nivel de aceptación que tiene el pescado de la variedad "Mojarra roja" en el municipio de Pacho Cundinamarca.

NOMBRE: _____ OCUPACIÓN: _____

FECHA: _____

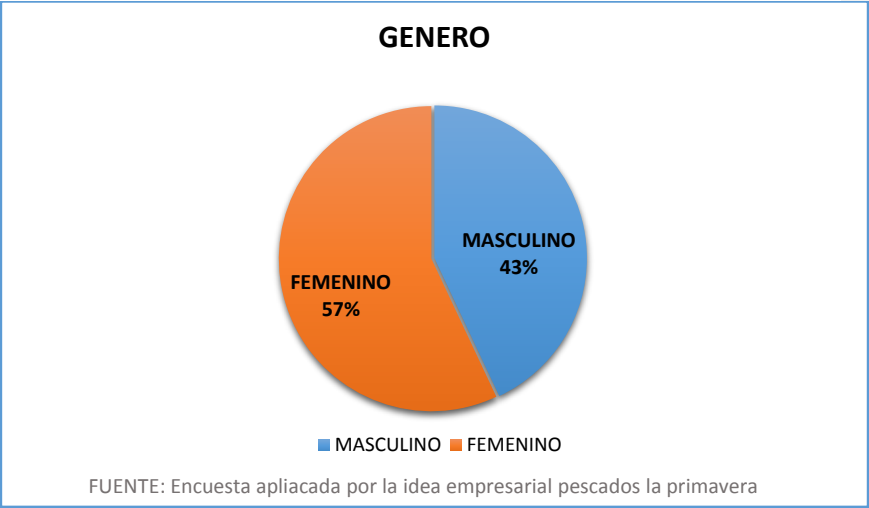
- | | |
|--|--|
| 1. ¿Cuál es su género?
O Masculino
O Femenino | O Mayor a 500gr |
| 2. Entre que intervalos de años oscila su edad
O De 3 a 15
O De 16 a 25
O De 26 a 40
O De 41 en adelante | 6. ¿Cuántas libras de mojarra compra en promedio?
O Menos de 3 libras
O 5 Libras
O 10 libras
O Mayor a 15 libras |
| 3. ¿A usted le gusta el pescado de la variedad "Mojarra Roja"?
O Si
O No | 7. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?
O En bolsa
O Bandejas plásticas |
| 4. ¿Con que frecuencia compra usted pescado de la variedad "Mojarra Roja"?
O Semanal
O Quincenal
O Bimensual
O Mayor a dos meses | 8. En la actualidad usted encuentra con facilidad pescados alimentados con productos orgánicos
O Si
O No |
| 5. ¿De cuántos gramos compra usted la unidad de mojarra actualmente?
O Menor a 300gr
O 400gr
O 500gr | 9. ¿Usted considera que este producto de la canasta familiar?
O Si
O No |
| | 10. Usted estaría interesado en adquirir el producto que le ofrece la empresa "Pescados la primavera" |

O Si
O N



11.3 TABULACIÓN ENCUESTA DE ACEPTACIÓN.

1. ¿Cuál es su género?

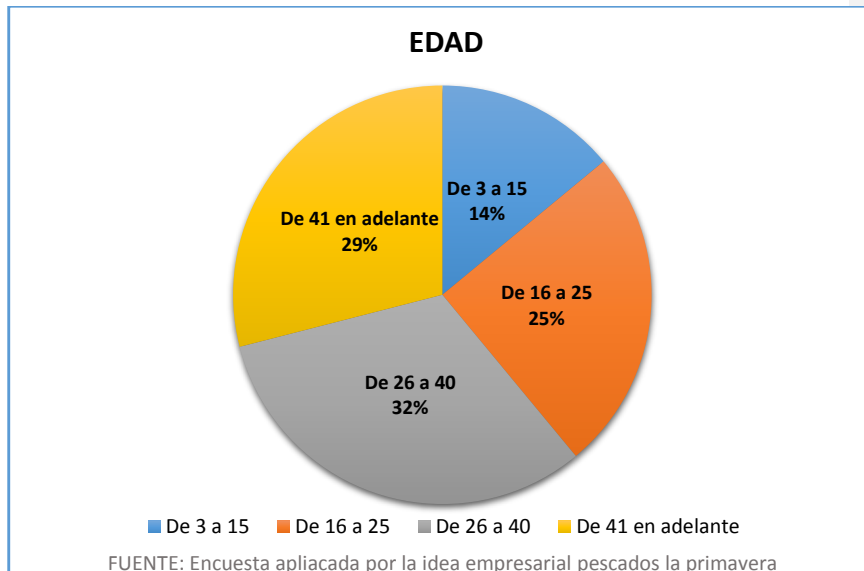


VARIABLES	F	%
Masculino	43	43%
Femenino	57	57%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De acuerdo a estos resultados podemos decir que a la hora de vender el producto el género no es una variable que importe ya que según los datos obtenidos vemos que casi es por igual que ambos géneros pueden comprar el producto.

2. ¿Entre que intervalos de años oscila su edad?

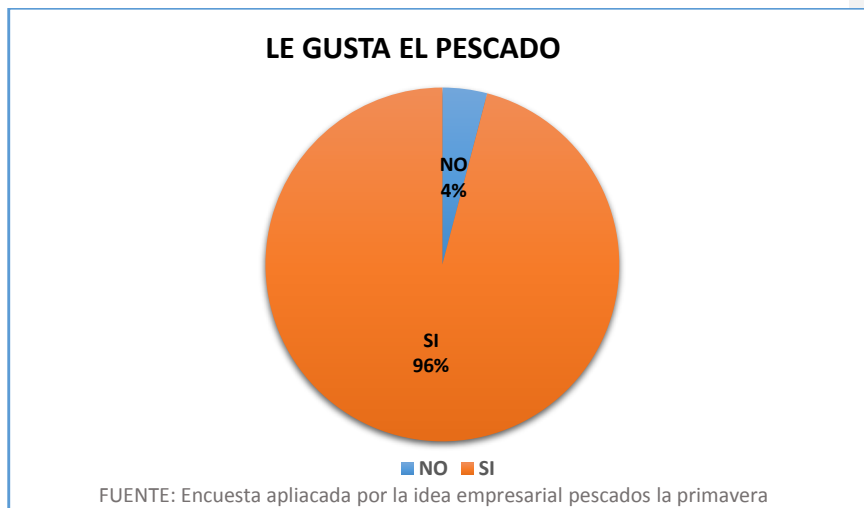


INTERVALOS	F	%
De 3 a 15	14	14%
De 16 a 25	25	25%
De 26 a 40	32	32%
De 41 en adelante	29	29%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De los resultados obtenidos a esta pregunta se puede deducir que la población más interesada en este producto es la población adulta.

3. ¿A usted le gusta el pescado de la variedad "Mojarra Roja"?

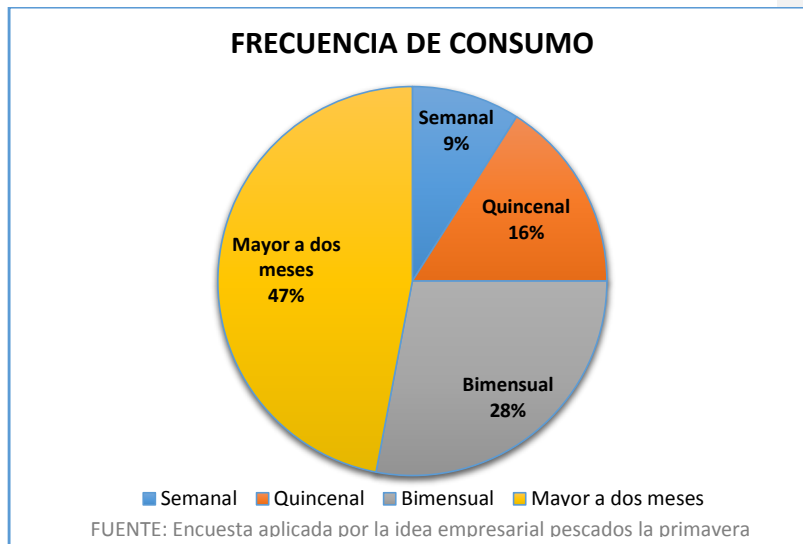


VARIABLES	F	%
SI	96	96%
NO	4	4%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De la población encuestada el 96% contestó que le gusta el pescado, por lo tanto se puede considerar que el producto ofrecido por la idea empresarial Pescados la primavera tiene consumidores constante y por ello también una buena aceptación en el municipio de Pacho.

4. ¿Con que frecuencia compra usted pescado de la variedad “Mojarra Roja”?

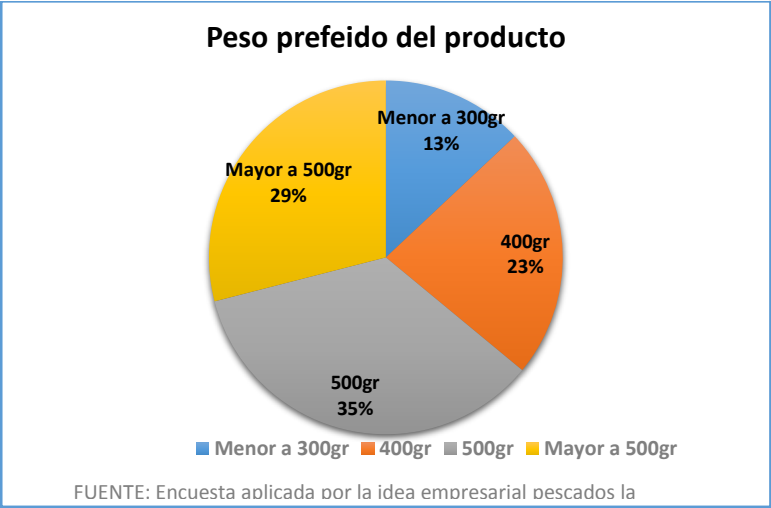


VARIABLE	F	%
Semanal	9	9%
Quincenal	16	16%
Bimensual	28	28%
Mayor a dos meses	47	47%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De la población encuestada el 47% compra pescado mayor a dos meses lo cual puede ser bueno para esta idea empresarial ya que las producciones son aproximadamente cada seis meses. Los demás resultados nos permiten ver que este producto puede llegar a tener una buena demanda; pensando en esto nos permite considerar en aumentar el nivel de las producciones para satisfacer la demanda del consumidor.

5. ¿De cuántos gramos compra usted la unidad de mojarra actualmente?

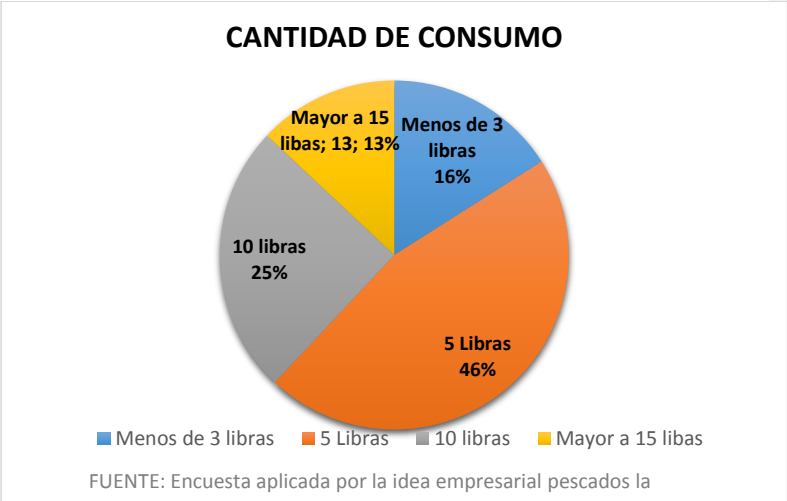


VARIABLES	F	%
Menor a 300gr	24	13%
400gr	29	23%
500gr	25	35%
Mayor a 500gr	22	29%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De acuerdo a los datos obtenidos en esta pregunta se puede concluir que no hay un valor específico con relación al peso del producto.

6. ¿Cuántas libras de mojarra compra en promedio?

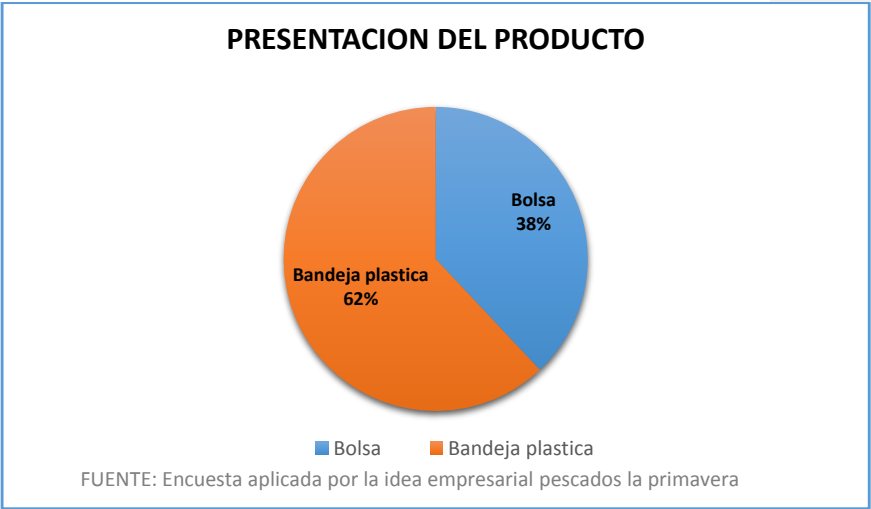


VARIABLES	F	%
Menos de 3 libras	16	16%
5 Libras	46	46%
10 libras	25	25%
Mayor a 15 libras	13	13%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De la población encuestada el 46% compra alrededor de 5 libras de pescado lo cual es muy bueno y analizando los demás resultados se puede ver que en el municipio de pacho existe una gran demanda de este producto.

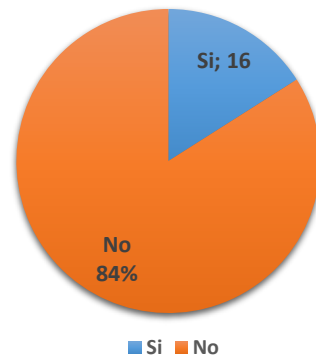
7. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?



VARIABLES	F	%
En bolsa	38	38%
En bandeja plástica	62	62%
TOTAL	100	100%

De la población encuestada el 62% prefiere que la presentación del producto sea en bandeja plástica lo que permite inferir que se debe trabajar más en este tipo de presentación.

8. En la actualidad usted encuentra con facilidad pescados alimentados con productos orgánicos

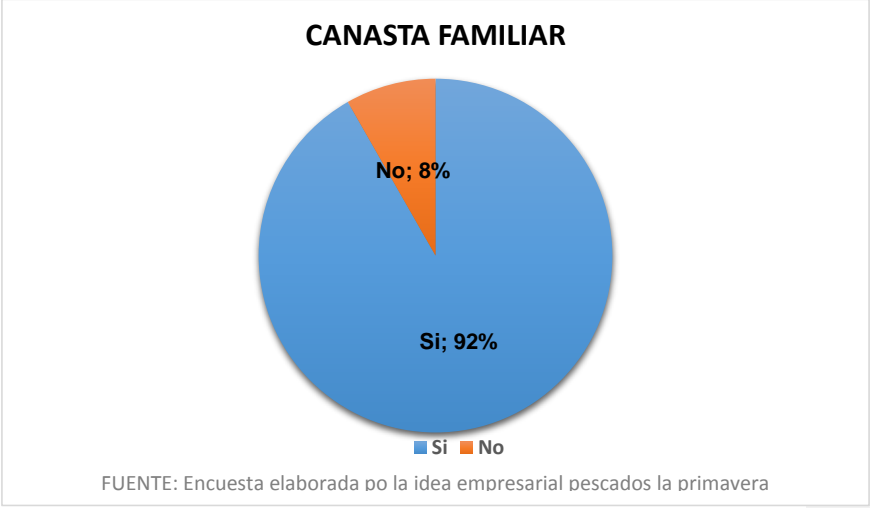


FUENTE: Encuesta aplicada por la idea empresarial pescados la primavera

VARIABLES	F	%
Si	16	16%
No	84	84%
TOTAL	100%	100%

De la población encuestada el 84% manifiesta que no encuentra fácilmente este producto o no lo conoce lo cual nos permite deducir que existe poca competencia e este producto y también en que se debe realizar publicidad para que este sea más conocido.

9. ¿Usted considera que este producto corresponde a la canasta familiar?



VARIABLES	F	%
Si	92%	92%
No	8	8%
TOTAL	100	100%

ANALISIS:

De la población encuestada el 91% pina que el pescado es un producto de la canasta familiar.

10. Usted estaría interesado en adquirir el producto que le ofrece la empresa "Pescados la primavera"



VARIABLES	F	%
Si	94	94%
No	6	6%
TOTAL	100	100%

ANILISIS:

De la población encuestada el 94% estaría interesada en adquirir este producto por lo cual se concluye que tanto el producto como la idea empresarial pueden ser factibles en el municipio de Pacho.

11.4. DOFA

DEBILIDADES Poca experiencia en el mercado Falta de recursos para incrementar la producción	OPORTUNIDADES Una gran demanda que abastecer Nuevas tecnologías Experiencia adquirida
FORTALEZA La satisfacción de entregarle al cliente un producto de calidad Continua mejora al producto para garantizar un producto de calidad	AMENAZAS Alta competencia en el mercado Contrabando y mercado ilegal

TABLA N°19: Dofa

11.6 TARJETA DE PRESENTACION



Grafica N°6: Tarjeta de presentación

11.7 REGISTRO FOTOGRAFICO



Grafica N°7: Evidencias



Grafica N°8: Evidencias



Grafica N°9: Evidencias



Grafica N°10: Evidencias