



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TILAPIA EN  
LOS MERCADOS DE TARAPOTO Y SAN JOSÉ DE SISA  
– SAN MARTÍN**



**PRESENTADO POR  
BRISED T PADILLA JIBAJA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**CHICLAYO – PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TILAPIA EN LOS  
MERCADOS DE TARAPOTO Y SAN JOSE DE SISA – SAN  
MARTIN**

**Presentado Por:**

**Bachiller: Brisedt Padilla Jibaja**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN ADMINISTRACIÓN**

**Chiclayo, Perú**

**2020**

## **DEDICATORIA**

*A mis padres por estar siempre a mi lado, apoyándome en todo mi proceso académico, brindándome su dedicación y cariño.*

### **AGRADECIMIENTO:**

*Al finalizar este trabajo quiero utilizar este espacio para agradecer a Dios por todas sus bendiciones, a mis Padres que han sabido darme su ejemplo de trabajo y*

# INDICE

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO: .....	3
RESUMEN EJECUTIVO .....	7
I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	12
1.1 Nombre o razón social .....	12
1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) .....	16
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	18
1.3.1. Factibilidad Municipal.....	20
1.3.2 Factibilidad Sectorial.....	21
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	24
1.4.1 Misión .....	24
1.4.2 Visión.....	25
1.4.4 objetivo general .....	26
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.....	26
1.6. Estructura Orgánica .....	28
1.7. Cuadro de asignación de personal.....	30
1.7.1 Personal por unidades orgánicas.....	30
1.7.3 Escala de remuneraciones de los trabajadores .....	34
1.8. Forma Jurídica Empresarial .....	35
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	36
1.10. Requisitos y Trámites Municipales .....	38
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades .....	39
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	40
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral. ....	42
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	43
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	44
II. ESTUDIO DE MERCADO .....	45
2.1. Descripción del Entorno del Mercado.....	45
2.1.1 Mercado de Acuícolas en el Perú .....	45
2.1.2 Mercado de acuícola en la Amazonia Peruana .....	47
2.1.3 Análisis del sector: Factores Macro Ambientales .....	48

2.1.4	Análisis del sector: Factores Micro Ambientales .....	54
2.2	Ámbito de acción del negocio .....	58
2.2.1	segmentaciones del mercado .....	58
2.2.2	Publico objetivo.....	59
2.2.3	Posicionamiento de marca.....	60
2.2.4	Análisis De La Empresa.....	61
2.3.	Descripción del bien o del servicio .....	64
2.4.	Estudio de la demanda .....	65
2.4.1	segmento del mercado. Muestra.....	67
2.4.2	Resultado De Encuestas Aplicadas .....	67
2.4.3	estimación de la demanda del mercado objetivo .....	76
2.5.	Estudio de la oferta .....	78
2.6.	Determinación de la demanda insatisfecha.....	79
2.7.	Proyecciones y provisiones para comercializar .....	79
2.7.1	Descripción De La Política Comercial .....	79
2.8	Descripción De La Política Comercial .....	80
2.9	Cuadro De La Demanda Proyectada Para El Negocio.....	81
III:	ESTUDIO TECNICO .....	82
3.1.	Tamaño del negocio, Factores determinantes .....	82
3.2.	Proceso y Tecnología .....	85
3.2.1.	Descripción y diagrama de los procesos.....	86
3.2.2.	Capacidad instalada y operativa .....	88
3.2.3.	Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos .....	90
3.2.4.	Infraestructura y características físicas .....	93
3.3.	Localización del negocio, Factores determinantes .....	96
3.3.1	Macro Localización Del Negocio.....	96
3.3.2	Micro Localización Del Negocio .....	97
IV:	ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO. ....	100
4.1.	Inversión Fija .....	100
4.1.1.	Inversión fija tangible .....	100
4.1.2	Inversión Intangible.....	103
4.2	Capital de Trabajo.....	103
4.3	Inversión Total .....	106
4.4	Estructura de Inversión y Financiamiento .....	106

4.5 Condiciones De Pago: .....	107
V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS .....	108
5.1 Presupuesto de los costos .....	108
5.2 Punto de equilibrio .....	111
5.3 Estado de ganancias y perdidas .....	112
5.4 Presupuesto de ingresos .....	112
5.5 Presupuesto de egresos .....	112
5.6 Flujo de Caja proyectado .....	113
VI: EVALUACION .....	114
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición .....	114
6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición .....	114
6.3. Evaluación Social.....	115
6.4. Impacto Ambiental .....	115
VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	117
7.1 Conclusiones .....	117
7.2 Recomendaciones .....	121
REFERENCIAS .....	124

## RESUMEN EJECUTIVO

El Perú es el país con mayor espíritu emprendedor en América Latina. Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), Perú ocupa el primer lugar en cuanto al índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica con un valor de 0.37.

En la actualidad las personas emprenden en todo tipo de negocio, como restaurantes, cafeterías, plantas procesadoras, en el sector agropecuario, etc. Dentro de estos rubros no es ajeno el rubro de la acuicultura, muy poco conocido y explotado en el Perú. Pero no deja de ser un sector importante, que año a año va tomando más fuerza. Por ello como un emprendimiento surgió la idea de implementar y llevar a cabo una acuícola, dedicada a la crianza y comercialización de tilapia en la zona de san Martín. Esta idea de negocio surgió a raíz de observar y analizar el mercado de la venta de tilapia en la ciudad de Tarapoto, donde se pudo llegar a la conclusión que se podía ingresar a dicha actividad, ya que hay demanda para el producto y no existe aún un productor que atienda durante todo el año.

La empresa acuícola del Huaja SAC, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de tilapia en los mercados de Tarapoto y san José de Sisa. Donde básicamente se dedicará a la crianza de la tilapia desde estado pre-cria hasta su venta y comercialización. A partir de este concepto claro del giro del negocio, se planteó una estructura de organización y planificación, donde se define el área legal y orgánica, como misión, visión, valores, creación y registro

de la empresa, contratos laborales, beneficios laborales para los trabajadores, registrarse como contribuyente y cumplir con todas las leyes del estado tanto macro y micro. De igual forma se realizó un estudio de mercado para saber y confirmar la hipótesis que se tiene del mercado, donde se realizó una encuesta la cual fue aplicada a una muestra, para poder saber la opinión del mercado objetivo y sus exigencias, para con ello poder elaborar un buen producto con una buena atención y así fidelizar al cliente.

De igual manera se estructuro la parte técnica, viendo con detalle todos los insumos, herramientas, equipos, maquinarias, materia prima que se utiliza en el proyecto y para las actividades del negocio, así mismo plasmar en planos la distribución tanto de los estanques, así como el almacén y las oficinas administrativas.

Finalmente se concluyó con una evaluación económica, con instrumentos como el VAN, TIR, entre otros los cuales resultaron ser positivos, lo que nos da una visión y una conclusión que el proyecto es rentable y sostenible. Dando a si la certeza de implementar con una mayor seguridad.

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales Tipos De Sociedades .....	13
Ilustración 2. CIU Revisión 4.....	17
Ilustración 3. Ubicación geográfica del Negocio .....	19
Ilustración 4: Evaluación de factores para la ubicación geográfica del negocio.....	20
Ilustración 5: marca de la empresa .....	60
Ilustración 6: conocimiento de los proveedores de tilapia .....	68
Ilustración 7: conocimiento de la atención del proveedor .....	69
Ilustración 8. Conocimiento de la satisfacción del cliente ante el producto obtenido ....	69
Ilustración 9. Conocimiento Del Precio Del Mercado .....	70
Ilustración 10. Conocimiento de los kilos promedios que los clientes piden a los proveedores .....	71
Ilustración 11. Conocimiento del tamaño o gramaje que los clientes prefieren la tilapia .....	72
Ilustración 12. Conocimiento del horario de entrega de los pedidos de tilapia .....	73
Ilustración 13. Conocimiento de la preferencia de distribución de sus pedidos de tilapia .....	74
Ilustración 14. Conocimiento del interés de tener un proveedor fijo que les provee durante el año .....	75
Ilustración 15. Conocimiento de la preferencia de comprar tilapia a un nuevo proveedor .....	76
Ilustración 16. Factores determinantes para el tamaño del proyecto.....	82
Ilustración 17. Mapa de procesos .....	85
Ilustración 18. Cuadro de equipos de la empresa. ....	91
Ilustración 19. Cuadro de insumos de la empresa.....	92
Ilustración 20. Cuadro de recursos humanos de la empresa .....	93
Ilustración 21. Plano de distribución de almacén, oficina y patio de estacionamiento, primer nivel.....	94
Ilustración 22. Plano de distribución de las oficinas administrativas y de producción. Segundo nivel. ....	95
Ilustración 23. Plano de distribución de los estanques .....	96
Ilustración 24. Macro- localización del negocio.....	97
Ilustración 25. micro localización del negocio.....	98
Ilustración 26. Factores determinantes para la ubicación del negocio .....	99
Ilustración 27. Inversión Intangible.....	103
Ilustración 28. Gastos de Personal .....	108
Ilustración 29. Gastos Fijos .....	108
Ilustración 30. Gastos Administrativos.....	109
Ilustración 31. Gastos de Venta .....	109
Ilustración 32. Materia Prima e Insumos .....	110
Ilustración 33. Mano de obra Directa .....	110
Ilustración 34. Costo Fijo Total .....	111
Ilustración 35. Punto de Equilibrio en cantidad y dinero anual.....	111
Ilustración 36. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado a 5 años .....	112

Ilustración 37.Flujo Económico de Caja Proyectado .....	114
Ilustración 38.Calculo de VAN, TIR Y B/C del proyecto.....	115

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Numero de encuestados .....	68
Tabla 2. Cuadro de demanda del mercado meta expresado en kilos .....	77
Tabla 3. Demanda total del mercado meta expresada en soles .....	77
Tabla 4. Cuadro de oferta de la empresa en un año .....	78
Tabla 5. Cuadro de demanda y oferta proyectada a 5 años expresada en kilos .....	79
Tabla 6. Demanda proyectada expresada en kilos.....	81
Tabla 7. Cuadro de tamaño de la empresa, según la demanda efectiva anual expresada en soles .....	83
Tabla 8. diagrama de flujo de todas las áreas de la empresa acuícola el huaja .....	88
Tabla 9. Capacidad instalada expresada en kilos .....	89
Tabla 10. Cuadro de Bienes Captales de la Empresa .....	90
Tabla 11. Cuadro de maquinarias de la empresa .....	91
Tabla 12. Cuadro de muebles y artículos de la empresa.....	91
Tabla 13. Cuadro de Herramientas de la empresa .....	92
Tabla 14. Cuadro de Materia Prima de la empresa .....	92
Tabla 15. Inversión Tangible .....	101
Tabla 16. Capital de Trabajo en 3 meses.....	104
Tabla 17. Inversión Total del proyecto .....	106
Tabla 18. Estructura de Inversión del Proyecto .....	106
Tabla 19. Financiamiento del Proyecto .....	107
Tabla 20. Costo Variable Total.....	111
Tabla 21. Presupuesto de Ingresos Proyectado.....	112
Tabla 22. Presupuesto de Egresos .....	112
Tabla 23. Flujo de caja Proyectado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 25. Calculo de WACC .....	114
Tabla 26. Periodo de Recuperación .....	114

## **I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **1.1 Nombre o razón social**

Conforme al diccionario de la lengua española, el significado de denominación social es el “nombre con el que se designa e identifica una sociedad mercantil, que puede coincidir o no con el nombre comercial con el que funciona o se da a conocer la empresa”. (RAE, 2019)

Llevando al ámbito nacional, según la ley de sociedades, en el artículo 9, nos dice que la sociedad debe tener una razón social según su forma societaria.

La razón social está ligada al RUC y es con la cual la empresa se identificara con la SUNAT, proveedores, sistema financiero, compradores y otros.

Según la ley de sociedades, dentro de las principales tipos de empresas sus características son las siguientes:

	Sociedad Anónima (S.A)	Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)
<b>Cantidad de Socios</b>	Mínimo: 2 / Máximo: ilimitado	Mínimo: 2 /Máximo: 20	Mínimo: 2/Máximo: 20	Máximo: 1	Mínimo: 750
<b>Organización</b>	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio. (Opcional)	Normalmente empresas familiares pequeñas.	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.
<b>Capital y Acciones</b>	Capital definido por aportes de cada socio.  Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Capital definido por aportes de cada socio.  Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Capital definido por aportes de cada socio.  Se debe inscribir en Registros Públicos.	Capital definido por aportes del único aportante.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones.

Ilustración 1. Principales Tipos De Sociedades

Fuente: Plataforma digital única del estado (Gob., 2019)

En este sentido, la razón social la cual se ha elegido y se registrara en la superintendencia nacional de registros públicos (SUNARP), es Acuícola Del Huaja S.A.C. se eligió acuícola porque a lo que se va a dedicar la empresa es una acuícola, en la cual se producirá y comercializara el producto tilapia, cabe recalcar que Según el Reglamento de la Ley N° 27460 - Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura, se entiende por acuicultura al “conjunto de actividades tecnológicas orientadas al cultivo o crianza de especies acuáticas que abarca su ciclo biológico completo o parcial y se realiza en un medio seleccionado y controlado en ambientes hídricos naturales o artificiales, tanto en aguas marinas, dulces o salobres”. Continuando con la razón social, la palabra

Huaja se eligió por que, el agua con la cual se trabajara para los estanques, proviene de la catarata del Huaja, la cual es muy conocidas en la región San Martin.

El primer paso que se realizara para la inscripción y constitución de la empresa acuícola del Huaja S.A.C, es la búsqueda y reserva del nombre, para ello se completara el formulario de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica (ver Ilustración 3); posteriormente se elaborara el acto constitutivo (Minuta) y el abono de capitales y bienes , seguidamente se acudirá a una notaría para realizar la escritura pública debidamente legalizada y elevada a registros públicos donde finalmente se realizara la inscripción, podemos ver en forma resumida los requisitos y costos para llevar a cabo el registro formal de la empresa Acuícola del Huaja S.A.C (ver ilustración 2)

<b>FORMALIZACION DE LA EMPRESA</b>	<b>PLAZO</b>	<b>COSTO</b>
Busque del nombre en SUNARP	30 días	S/. 5.00
Reserva del nombre en SUNARP	30 días	S/. 20.00
Elaboración de la minuta ante un notario	-	S/. 250.00
Elevar la Minuta a escritura publica	-	S/. 150.00
Elevación de Escritura pública en SUNARP	-	S/. 90.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 515</b>

Ilustración 2: Requisitos y costos para la formalización de la empresa.

Fuente: elaboración propia basada en SUNAT.

Por último se realizó el registro la inscripción al RUC para persona jurídica, acudiendo presencialmente a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) llevando consigo los siguientes requisitos: DNI, original de partida registral certificada, original de documento en el que conste la dirección de domicilio fiscal.

**sunarp** ANEXO 1: FORMULARIO

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA**

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, \_\_\_\_\_, identificado con:

DNI<sup>1</sup>  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante ) domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:**

Constitución  Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____

**TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)**

S.A.  ASOCIACIÓN  S.R.L.  COMITÉ  S. CIVIL

S.A.C.  E.I.R.L.  COOPERATIVA  OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

**NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):**

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20\_\_

\_\_\_\_\_ Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

**PERU** PROGRESO PARA TODOS

Ilustración 3. Formulario de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica.

Fuente: (Sunarp, 2020)

## 1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

**INEI (2010)**, Según el instituto nacional de estadística e informática en su Resolución Jefatural N° 024-2010-INEI, muestra la clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas, siendo esta la revisión número 4.

En dicha revisión y según la actividad económica de este proyecto, se encuentra en la sección A de agricultura ganadería silvicultura y pesca, división 03 correspondiente a la pesca y acuicultura, grupo 032 correspondiente a acuicultura y clase 0322, dicha codificación corresponde a la actividad económica “**ACUICULTURA DE AGUA DULCE**”, tal como se puede observar en la (Ilustración 4).

<b>A Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	
<b>01</b>	<b><u>Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas</u></b>
<b>011</b>	<b>Cultivo de plantas no perennes</b>
0111	Cultivo de cereales (excepto arroz), legumbres y semillas oleaginosas
0112	Cultivo de arroz
0113	Cultivo de hortalizas y melones, raíces y tubérculos
0114	Cultivo de caña de azúcar
0115	Cultivo de tabaco
0116	Cultivo de plantas de fibra
0119	Cultivo de otras plantas no perennes
<b>012</b>	<b>Cultivo de plantas perennes</b>
0121	Cultivo de uva
0122	Cultivo de frutas tropicales y subtropicales
0123	Cultivo de cítricos
0124	Cultivo de frutas de pepita y de hueso
0125	Cultivo de otros frutos y nueces de árboles y arbustos
0126	Cultivo de frutos oleaginosos
0127	Cultivo de plantas con las que se preparan bebidas
0128	Cultivo de especias y de plantas aromáticas, medicinales y farmacéuticas
0129	Cultivo de otras plantas perennes
<b>013</b>	<b>Propagación de plantas</b>
0130	Propagación de plantas
<b>014</b>	<b>Ganadería</b>
0141	Cría de ganado bovino y búfalos
0142	Cría de caballos y otros equinos
0143	Cría de camellos y otros camélidos
0144	Cría de ovejas y cabras
0145	Cría de cerdos
0146	Cría de aves de corral
0149	Cría de otros animales
<b>015</b>	<b>Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)</b>
0150	Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)
<b>016</b>	<b>Actividades de apoyo a la agricultura y la ganadería y actividades poscosecha</b>
0161	Actividades de apoyo a la agricultura
0162	Actividades de apoyo a la ganadería
0163	Actividades poscosecha
0164	Tratamiento de semillas para propagación
<b>017</b>	<b>Caza ordinaria y mediante trampas y actividades de servicios conexas</b>
0170	Caza ordinaria y mediante trampas y actividades de servicios conexas
<b>02</b>	<b><u>Silvicultura y extracción de madera</u></b>
<b>021</b>	<b>Silvicultura y otras actividades forestales</b>
0210	Silvicultura y otras actividades forestales
<b>022</b>	<b>Extracción de madera</b>
0220	Extracción de madera
<b>023</b>	<b>Recolección de productos forestales distintos de la madera</b>
0230	Recolección de productos forestales distintos de la madera
<b>024</b>	<b>Servicios de apoyo a la silvicultura</b>
0240	Servicios de apoyo a la silvicultura
<b>03</b>	<b><u>Pesca y acuicultura</u></b>
<b>031</b>	<b>Pesca</b>
0311	Pesca marítima
0312	Pesca de agua dulce
<b>032</b>	<b>Acuicultura</b>
0321	Acuicultura marina
0322	Acuicultura de agua dulce

Ilustración 4. CIU Revisión 4

Fuente: (INEI, 2010)

La clase 0322, comprende a la cría de peces de agua dulce, así como acuicultura en estanques, tal como se puede apreciar en la (tabla 1).

Tabla 1: Descripción De CIU 4-0322 De La Actividad Económica

CIU 4	INCLUYE	NO INCLUYE
0322	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cría de peces en agua dulce, incluida la cría de peces ornamentales de agua dulce.</li> <li>- Cría de crustáceos y bivalvos de agua dulce, otros moluscos de agua dulce y otros animales acuáticos.</li> <li>- Explotación de criaderos de peces (de agua dulce).</li> <li>- Cría de ranas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Actividades de acuicultura en tanques y depósitos llenos de agua salada; véase la clase 0321.</li> <li>-Gestión de reservas de pesca deportiva; véase la clase 9319.</li> </ul>

Fuente: Pagina Web del INEI, 2010

De acuerdo con la información dada en los párrafos anteriores, se concluye que para este proyecto el CIU es el 0322, ya que lo que se realizara es producción y comercialización de tilapia, es decir crianza de tilapia (pez de agua dulce).

### 1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación para este proyecto dependerá del espacio que se tenga para la implementación de estanques y la cercanía con el mercado objetivo para la venta de nuestro producto. Por ello tomando en cuenta dichos factores, la ubicación para el desarrollo de la idea de negocio es en el distrito de san José de sisa, en el departamento de san Martín, tal como se muestra en la (Ilustración 5)

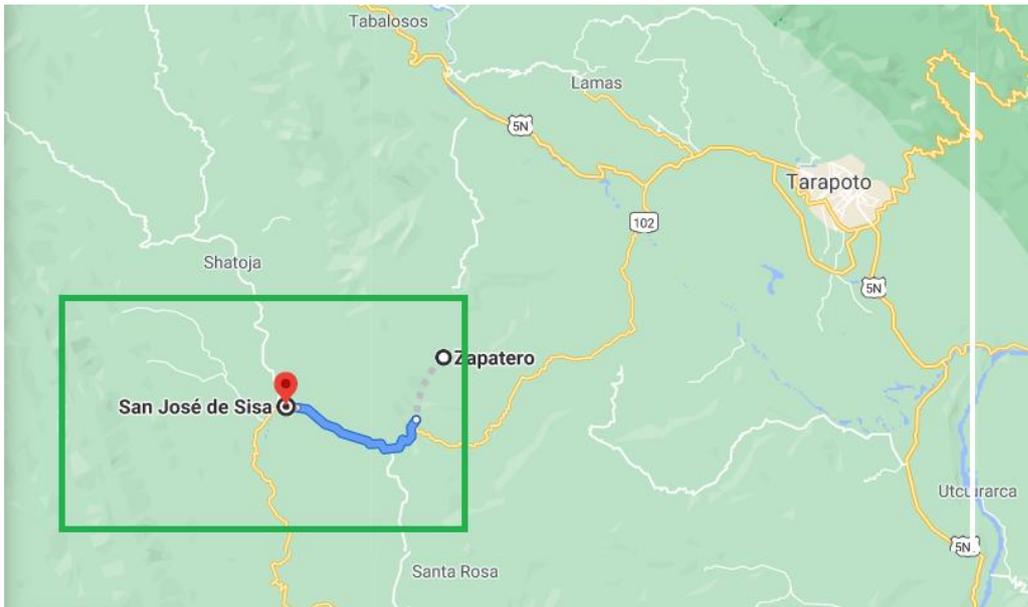


Ilustración 5. Ubicación geográfica del Negocio

Fuente: Google Maps

Para la selección de la ubicación geográfica del negocio, se tomó en cuenta el método de factores ponderados, Dichos factores son los siguientes: mano de obra disponible, amplitud de área para una infraestructura adecuada, facilidades municipales, cercanía a los consumidores y transporte.

La calificación tomada para dicha evaluación, es la siguiente:

- 1 = no recomendable
- 2 = poco recomendable
- 3 = recomendable
- 4 = muy recomendable
- 5 = totalmente recomendable

FACTOR	PESO	TARAPOTO		SAN JOSE DE SISA	
		calificación	ponderación	calificación	ponderación
Mo Disponible	0.10	3	0.3	3	0.3
Facilidades Municipales	0.20	2	0.4	4	0.8
Infraestructura Disponible	0.50	3	1.5	5	2.5
Cercanía a Consumidores	0.10	3	0.3	3	0.3
Transporte	0.10	3	0.3	3	0.3
<b>TOTALES</b>	<b>1</b>		<b>2.8</b>		<b>4.2</b>

Ilustración 6: Evaluación de factores para la ubicación geográfica del negocio

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la (ilustración 6), san José de sisa obtuvo una ponderación de 4.2 puntos, dejando de lado y como una opción menos recomendable a la ciudad de Tarapoto. Cabe recalcar que los lugares elegidos para La evaluación, han sido escogidos por tener una propiedad posible en dichos lugares, para la realización del negocio. Concluyendo que el distrito de san José de sisa es la ubicación geográfica más recomendable y la elegida para el desarrolla del negocio.

### 1.3.1. Factibilidad Municipal

Para el funcionamiento del negocio y que comprende el ámbito municipal, se requiere de una licencia de funcionamiento. Para el desarrollo del negocio se contara con un almacén y oficinas, muy aparte de los estanques para la producción de la tilapia, el área entre el almacén y las oficinas son más de 500m<sup>2</sup>, en medidas exactas es 850 m<sup>2</sup>, por ello corresponde obtener la licencia de funcionamiento de vigencia indeterminada.

Según la ORDENANZA MUNICIPAL N° 013 -2007-A/MPSDS. Para el trámite de la licencia de funcionamiento en el caso de ser mayor a 500 m<sup>2</sup>, se requieren los siguientes requisitos y pagos:

**Requisitos generales para la obtención de licencia de funcionamiento:**

1. Formato de solicitud de declaración jurada de licencia de funcionamiento que incluya: - N° de RUC y N° de DNI o carné de extranjería del solicitante.
2. vigencia de poder del representante legal (persona jurídica), de ser el caso.

**Requisito específico según el área del establecimiento (más de 500m<sup>2</sup>):**

Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, expedido por el Instituto Nacional de Defensa Civil INDECI.

Los requisitos entregados y verificados por la municipalidad, se procede al pago del derecho de tramitación, teniendo en cuenta que se ubica en los tipos de establecimiento que se tiene más de 500m<sup>2</sup> de área. Por ello el pago a realizar es del 6.82% de la UIT, por lo tanto en soles es S/293.26, teniendo como base que el valor de la UIT al año 2020 es de 4300 soles. Para ello la municipalidad tiene como plazo 10 días para resolver dicha licencia.

### **1.3.2 Factibilidad Sectorial**

Para la producción y comercialización de tilapia, en el ámbito del sector, se ha identificado dos tipos de permisos muy importantes para el desarrollo del negocio, los cuales son: una resolución de autorización por parte del ANA (autoridad nacional del agua) y certificado de SANIPES.

Dado que para la producción de la tilapia, se necesitara del uso de agua en una cantidad considerable, por ello se ha optado por tener un permiso expedido por el ANA, cabe recalcar que el terreno donde se realizara los estanques, cuenta con su propio canal, este canal esta alimentado por una catarata. Pero existen terrenos aledaños que tienen acceso al mismo canal, por ello y para no tener inconvenientes con los vecinos, es una razón más de solicitar dicho permiso.

**Pasos para solicitar el permiso de agua expedido por el ANA (autoridad nacional del agua) son los siguientes:**

- Presentar una solicitud al ANA de bellavista (Autoridad nacional del agua), indicando la AUTORIZACION DEL RECURSO HIDRICO, dicha solicitud debe estar debidamente firmada por el gerente general de la empresa.
- Dicha solicitud se debe realizar con un ingeniero. Que cumple con todos los requisitos para el trámite de la autorización.
- Se paga el derecho de tramitación para la autorización, la cual es un monto de S/3500 soles.
- Después de expedido el documento de autorización, el ANA informa anualmente el consumo realizado del agua, así como el pago a realizar. Dicho pago se realiza en el banco de la nación.

(ANA, 2020)

Por otro lado, para la comercialización de la tilapia se necesita tener un certificado de SANIPES, que avale la sanidad e inocuidad del producto. Según el texto único de procedimientos administrativos, aprobado por Decreto Supremo N° 025-2015-PRODUCE Publicado el 16 de diciembre del 2015, nos dice que para dicho certificado,

Los requisitos son los siguientes:

- Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE).
- Diagrama de flujo y descripción del procesamiento del producto, indicando los parámetros establecidos en cada etapa del proceso, visado por el representante legal y el responsable Técnico del establecimiento productor.
- Copia del Sistema de codificación, este documento debe estar visado por el representante legal de la empresa productora.
- Pago por derecho de trámite.
- Etiqueta final por cada Producto a comercializar.
- Copia de Ficha Técnica del aditivo alimentario, de ser utilizado en la elaboración del producto.

Para el pago de tramitación del certificado de SANIPES se realiza en el banco de nación, el monto de 372.50 soles, tal como se puede apreciar en la (tabla 2), referente al TUPA 25. El plazo para resolver es de 07 días hábiles.

Tabla 2. : Texto único de procedimientos administrativo (TUPA 25). SANIPES – 2015

N°	DENOMIACION DEL PRODECIMIETO	DERECHO DE TRAMITACION (S/)	PLAZO PARA RESOLVER	AREAS COMPETENTES
<b>TUPA 25</b>	Emisión O Renovación De Protocolo Técnico Para Registro Sanitario De Productos Pesqueros Y Acuícolas Y Sus Aditivos Alimentarios	S/372.50	7 días hábiles	Reconsideración : Director de Habilitaciones y Certificaciones Pesqueras y Acuícolas

Fuente: SANIPES, 2015

Elaboración propia

Cabe resaltar que el sistema de codificación se realizaría el registro de código por campaña o lote, ya que el producto se ofrece como pescado fresco sin envasar en este caso no se realizaría por codificación por kilo.

#### **1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha**

Para la empresa en marcha, se ha establecido el objetivo general, la misión y visión de la empresa, así como sus valores y políticas que determinaran el negocio.

##### **1.4.1 Misión**

Somos una empresa productora y comercializadora de tilapia, llevamos un producto de calidad con presencia constante en los mercados de San José de Sisa y Tarapoto.

### 1.4.2 Visión

Ser una empresa reconocida y con presencia en todos los mercados de la región San Martín.

### 1.4.3 valores

- **Responsabilidad:** La empresa promoverá la responsabilidad dentro de todas las áreas del negocio, así mismo inculcará dicho valor en todos los colaboradores de la empresa en las diferentes áreas, para así garantizar el cumplimiento de todas las funciones y tareas encomendadas.
- **Puntualidad:** se inculcará puntualidad en cada una de las áreas, mucho más aun en el área de despacho y distribución, ya que es un punto clave para la fidelización de los clientes, llegar a tiempo y puntual a la entrega del producto.
- **Permanencia:** un valor muy importante dentro de la empresa, ya que va acorde con el objetivo principal de dicho negocio, la permanencia en el mercado durante todo el año, también será uno de los puntos clave para la fidelización de los clientes.
- **Honestidad:** la honestidad dentro de la empresa es un valor fundamental, depende de este valor para la continuidad de los colaboradores dentro de la empresa.

- **Constancia:** la constancia es un valor pilar para todo tipo de empresa en sus inicios y durante todo su proceso.

#### 1.4.4 objetivo general

Cubrir la necesidad de nuestros principales clientes, de tener una tilapia de calidad y permanencia constante en el mercado.

#### 1.4.5 políticas

- **Código de vestimenta:** los colaboradores deben estar vestidos de manera correspondiente en sus horas de trabajo de tal forma que representen a la empresa.
- **Cursos de capacitación:** brindar curso de capacitación a cada colaborador nuevo al momento de ingresar a la empresa y durante su estadía en ella.
- **Cero tolerancias a prácticas deshonestas de los colaboradores.**
- **Brindar siempre un buen producto y trato a los clientes**
- **Tener un entorno amigable con los clientes y proveedores.**
- **Tener un buen clima organizacional**

#### 1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos

La ley MYPES N° 28015, ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, tiene como objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micros y pequeñas empresas en la amplitud del mercado tanto interno como externo. (SUNAT, 2020).

Dentro de dicha ley se encuentran los micros y pequeñas empresas, las cuales tienen las siguientes características:

- **La microempresa:** Tiene de 1 a 10 trabajadores y las ventas anuales hasta el monto máximo de 150 (UIT).
- **La Pequeña empresa:** tiene de 1 a 100 trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 (UIT).

(SUNAT, 2020)

De acuerdo a la información presentada en los párrafos anteriores, la empresa iniciara sus operaciones como Pequeña empresa, ya que en su primer año de venta la empresa superara las 150 UIT. Por lo cual será registrada en (REMYPE), registro del micro y pequeña empresa.

A continuación se detalla las características y beneficios laborales que comprende la pequeña empresa, tal como se puede apreciar en la (ilustración 7).

PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital ( <b>RMV</b> )
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de <b>15 días</b> calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de <b>20 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>120 días</b> de remuneración)
Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo ( <b>SCTR</b> )
Derecho a percibir <b>2 gratificaciones</b> al año (Fiestas Patrias y Navidad)
Derecho a participar en las utilidades de la empresa
Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios ( <b>CTS</b> ) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Ilustración 7. Características de la pequeña empresa

Fuente: SUNAT, 2020

Para el registro en REMYPE, la empresa puede realizar el trámite de manera virtual, teniendo el RUC, usuario y clave sol. Realizando los siguientes pasos: ingresando al ministerio de trabajo y promoción del empleo, luego realizar el registro de la empresa y registro de los trabajadores, por ultimo aceptar la solicitud virtual. (GOB, 2019)

### 1.6. Estructura Orgánica

La estructura orgánica es el sistema jerárquico escogido por el que se gestiona un grupo de personas que ayuden al crecimiento constante de la compañía. Todos los trabajadores deben tener claro cuál es su función dentro del sistema,

y a través de este orden se concretan una serie de protocolos de actuación y resultados controlados. (Emprendepyme, 2020)

Para realizar una estructura orgánica, intervienen 6 diferentes elementos claves los cuales son: cadena de mando, margen de control, formalidad estructural, formación de departamentos, el número de trabajadores en la empresa, procesos en la fabricación del bien, relación de autoridad central o descentralizada.

Existen tipos de estructura orgánica, una es la estructura orgánica formal, la cual está representada mediante organigramas, manuales de empresa y la estructura orgánica informal la cual está representada a través de organigramas lineo funcionales.

La estructura orgánica de la empresa, está conformada por el área de junta de accionistas, área de gerencia general, área administrativa, área de producción, área de ventas y distribución, área de control interno y un una área de apoyo de asesoría legal y contable. Cada una de estas áreas con su nivel jerárquico. Tal como se puede observar en la (ilustración 8)

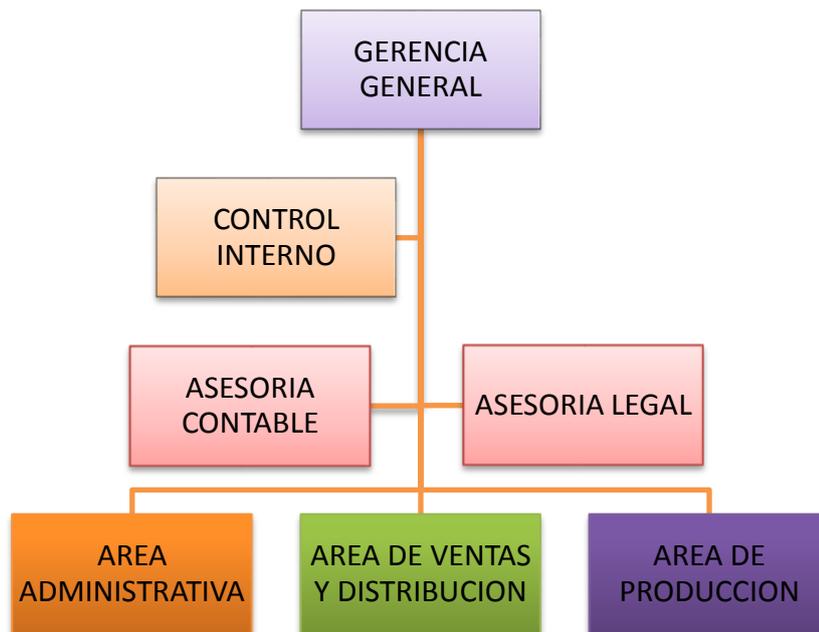


Ilustración 8. Organigrama de la empresa acuícola del huaja S.A.C

Fuente: elaboración propia

### 1.7. Cuadro de asignación de personal.

El cuadro de asignación de personal es el documento que contiene los cargos o puestos de trabajo que la entidad ha previsto como necesarios para el adecuado funcionamiento y cumplimiento de los objetivos y fines de los órganos estructurales. (Gob., 2020)

La finalidad de un cuadro de asignación de personal es regular y ordenar los cargos o puestos con sus respectivas características, responsabilidades y funciones.

#### 1.7.1 Personal por unidades orgánicas

La empresa ha considerado iniciar sus operaciones con un total de 9 trabajadores, los cuales están distribuidos en las diferentes áreas de la empresa,

se considera que los 9 trabajadores son fundamentales para poder llevar acabo todos los procesos que se realizan en la empresa. A continuación se detalla la asignación del personal, según las áreas orgánicas expresadas en el organigrama. Tal como se puede ver en la (ilustración 9)

<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>1</b>
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>	<b>1</b>
<b>CONTROL INTERNO</b>	<b>1</b>
<b>AREA DE VENTAS Y DISTRIBUCION</b>	<b>1</b>
<b>AREA DE PRODUCCION</b>	<b>5</b>
<b>ASESOR LEGAL Y CONTABLE</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

Ilustración 9. Número de trabajadores en la empresa acuícola del huaja

Fuente: Elaboración Propia

### 1.7.2 Descripción de responsabilidades y funciones

A continuación se detalla las responsabilidades y funciones de cada puesto en la empresa. (Tabla 3).

Tabla 3. Descripción de las responsabilidades y funciones de los colaboradores de la acuícola del huaja.

<b>CARGO</b>	<b>RESPONSABILIDADES</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>GERENCIA GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de la toma de decisiones o mejoras dentro de la empresa.</li> <li>• Responsable del análisis de reportes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar los reportes dados por el área de control interno, área administrativa y producción.</li> <li>• Reunirse con la junta de accionista para la toma de decisiones en la empresa.</li> <li>• Comunicarse con el área de control interno.</li> </ul>

## ÁREA ADMINISTRATIVA

- Responsable de la adquisición de los insumos.
- Responsable de manejo del personal
- Responsable del dinero en caja y bancos
- Responsable de almacén
- Responsable de reuniones para coordinación.
- Llevar caja y bancos en la empresa.
- Alimentar diariamente el sistema administrativo.
- Llevar el control del alimento diario, en almacén.
- Coordinar con los proveedores para la compra de la semilla y alimento.
- Controlar al personal en sus diferentes áreas.
- Coordinar con el jefe del área de producción para la compra de insumos.
- Comunicarse con el responsable de área de ventas y distribución, para las rendiciones de las cobranzas.
- Comunicarse con los clientes, para el seguimiento de la satisfacción de los mismos.

## ÁREA DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

- Responsable de la entrega del producto.
- Responsable de la cobranza de las ventas
- Responsable del incremento o disminución de ventas.
- Responsable de la captación de nuevos clientes.
- Realizar la lista de pedidos
- Enviar lista de pedidos al responsable de cosecha.
- Entregar el producto según la lista de pedidos, de manera diaria.
- Realizar las cobranzas diarias en la ciudad de Tarapoto y San José de Sisa.

**ÁREA DE PRODUCCIÓN**

- Responsable de la pérdida de semilla.
- Responsable del proceso de producción de la tilapia.
- Responsable de asegurar la producción para la venta.
- Captar nuevos clientes.
- Coordinar con el área administrativa para la rendición de las cobranzas.
- Coordinar con el área administrativa, para el recojo de semilla y/o otra compra de insumos.
- Velar la siembra de la semilla.
- Dar el alimento en cada uno de las etapas del proceso de producción.
- Realizar muestreos cada 15 días de cada una de sus siembras.
- Informar al jefe de área los muestreos, para las cantidades y tipo de alimento.
- Realizar la cosecha y coordinar con la cuadrilla de pesca, cada vez que su estanque este en etapa de cosecha.
- Cuidar el área de cada estanque.
- Mantener limpio el área que les corresponde.
- Monitorear la producción en cada una de sus etapas.
- Realizar la medición del oxígeno y el PH en el agua, diariamente.

<b>ASESOR LEGAL Y CONTABLE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de llevar el tema contable de la empresa.</li> <li>• Responsable de la emisión de ventas en sunat.</li> <li>• Responsable en asesorar a área administrativa.</li> <li>• Responsable en asesorar en el tema legal y laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las declaraciones correspondientes.</li> <li>• Emitir las ventas diarias</li> <li>• Emitir las compras</li> <li>• Declarar el PLAME.</li> <li>• Enviar al área administrativa y control interno la planilla a pagar cada vez.</li> <li>• Responder a los llamados por el área administrativa.</li> </ul>
<b>CONTROL INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable en controlar todas las áreas de la empresa</li> <li>• Responsable de revisar el destino del dinero</li> <li>• Responsable de revisar el destino del alimento y otros insumos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar inventarios quincenales del dinero y alimento.</li> <li>• Controlar las funciones de cada área de la empresa. Para el cumplimiento de las mismas.</li> <li>• Autorizar pago de planillas</li> <li>• Autorizar depósitos y pagos a proveedores.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

### 1.7.3 Escala de remuneraciones de los trabajadores

La escala de remuneraciones está realizada según al tipo de empresa, a continuación se detalla en la (Ilustración 10).

Cargo	Rem. Individ.	Cant.	Rem. mensual	Rem. anual	Essalud	Vacac.	Gratíf.	CTS	Total, Anual
					9%	15 días	1/2 rem.	15 días	
Gerente General	2,000.00	1	2,000.00	24,000.00	2,160.00	1,000.00	2,000.00	1,000.00	30,160.00
Administrador y control interno	1,500.00	1	1,500.00	18,000.00	1,620.00	750.00	1,500.00	750.00	22,620.00
Biólogo	1,800.00	1	1,800.00	21,600.00	1,944.00	900.00	1,800.00	900.00	27,144.00
Distribuidor y vendedor	1,200.00	1	1,200.00	14,400.00	1,296.00	600.00	1,200.00	600.00	18,096.00
Cuidadores de Estanques	1,200.00	4	4,800.00	57,600.00	5,184.00	2,400.00	4,800.00	2,400.00	72,384.00
Asesor legal y contable	1000	1	1000	12,000.00					12,000.00
<b>Total</b>									<b>182,404.00</b>

Ilustración 10. Escala de remuneración anual de los trabajadores de la empresa acuícola del huaja

Fuente: Elaboración Propia

## 1.8. Forma Jurídica Empresarial

Existen distintas formas jurídicas empresariales, para ello se puede observar la (Ilustración 1), donde se detalla las características de las formas societarias más principales.

En esta línea, la forma jurídica de la empresa es una S.A.C (sociedad anónima cerrada). Las características por las cuales se escogió dicho tipo de forma jurídica, los las siguientes:

- Ante las responsabilidades, la empresa solo responde con su patrimonio, mas no se toca ninguna propiedad o dinero de cada socio. Es decir que antes deudas o embargos, solo se toca el dinero o los bienes de la empresa.
- Los socios a constituir la empresa, son 3 personas.
- El directorio es opcional.

- Cada socio aportara un capital, el cual estará inscripto en la matrícula de acciones.

## 1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La empresa ofrecerá un producto, el cual llevara una marca para así ser reconocida por los clientes, para ello la marca elegida es “Don Pescao”. Se eligió dicha marca porque es fácil de recordar y va acorde al producto que se ofrece.

Para el registro de dicha marca en INDECOPI, se realizara los siguientes pasos o procedimientos:

### 1.- Descargar y llena el formulario de solicitud

PERU Presidencia del Consejo de Ministros INDECOPI		
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE		
1. DATOS DEL SOLICITANTE <input type="checkbox"/> N° de Solicitante <input type="checkbox"/> (En caso de haber más de 1 solicitante llenar el anexo A del caso de solicitantes adicionales)		
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA		
Nombre o Denominación / Razón Social (coincida aparece en su documento de identidad o de constitución)		
Nacionalidad / País de Constitución: Documento de Identidad (marcar y firmar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> Persona Jurídica: RUC <input type="checkbox"/>		
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):		
Dirección para envío de notificaciones en el Perú:		
Dirección: Distrito: Provincia: Departamento:		
Referencias de domicilio:		
En caso de contar con el servicio de cuenta electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en <a href="http://www.indecopi.gov.pe">www.indecopi.gov.pe</a> ) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta cuenta. Número de teléfono fijo y/o celular		
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (Imprimir la opción de corresponder): (De llenar el solicitante un documento de poder privado, se considerará como declaración del solicitante la validez en el momento del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se usará la denominación que consta en dicho partido)		
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredite representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredite representación ha sido presentada en el expediente N°: (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 95 días, conforme a lo establecido en el artículo 46 de la Ley N° 27444) <input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____		
3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)		
N° de comprobante _____ Fecha de pago _____		
4. PRIORIDAD EXTRANJERA (Imprimir la opción de corresponder): <input type="checkbox"/> Mencionar este cuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)		
5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (Llenar solo de ser el caso): <input type="checkbox"/> La(s) entidad(es) presente(s) para oponer al signo real de la oposición tiene(n) en el(los) Expediente(s) N° _____ y/o Ciudad _____		
(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRO/DCU, será considerado como signo empresa, aquella que tenga marcas inscritas no mayor a las 150 U.T.; peña(s) empresa, aquella que tenga marcas inscritas no mayor a las 150 U.T.; ni mayor a las 1500 U.T.; y empresa empresa, aquella que tenga marcas inscritas no mayor a las 1700 U.T.; ni mayor a las 2300 U.T.		
8. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR		
8.1. Tipo de Marca: <input type="checkbox"/> Denominativa (compuesta sólo por palabras y/o números) <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) <input type="checkbox"/> Mista (combinación de palabras y elementos gráficos) <input type="checkbox"/> Tridimensional (construido por relieve u otras formas, vistas de todos sus ángulos) <input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) <input type="checkbox"/> Otro:	8.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar	8.3. Reproducción del Signo En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, mostrar la reproducción de la marca.  Se sugiere enviar <u>cada vez del mismo signo</u> al correo: <a href="mailto:registro@indecopi.gob.pe">registro@indecopi.gob.pe</a> (Formato sugerido: _DC_ o TR_ a 300 dpi y fondo blanco a 2 colores) Se considerará los colores que en el momento de la reproducción actual, estén contemplados en el documento de identificación de colores en cada registro.
8.4. Preciso si deseo proteger el color o colores como parte de la Marca: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		
8.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Base de Datos del INDECOPI)		
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el <a href="http://www.indecopi.gov.pe">www.indecopi.gov.pe</a> que se encuentra disponible en la página web del INDECOPI)	
De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B		
7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE DE SER EL CASO		
Firma (coincida aparece en su documento de identidad)		Nombre y/o calidad del firmante
IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considerará cierta, de ser de lo contrario se reservará la posibilidad de verificación de la información en el Expediente Único Ordenado de la Ley N° 27664, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que será sujeta a fines de verificación.		
EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la información cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 30 y 31 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud cumple con los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.		
PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: Una vez habida constata desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.		
Un cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 20973, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporciona serán utilizados y/o transferidos por el INDECOPI (por el momento a través del sistema), mediante y subsecuentemente para administrar el sistema de protección, registro y gratificación de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y marcas registradas), y derechos de autor en obras literarias, artísticas, científicas, etc., para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de protección, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de INDECOPI.		
Se informa que el INDECOPI podrá compartir y/o usar y/o utilizar su información y/o información a terceros personas, naturalizadas con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.		
Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales, en cualquier momento, a través de las remesas de correo de las oficinas del INDECOPI.		

Ilustración 11. Formulario de solicitud para el registro de marca en INDECOPI.

Fuente: INDECOPI

En este caso la clase en la que se desea registrar es la siguiente:

Acciones		Clase	N° de base	Notas	Productos y servicios NCL(11-2017)
<input type="checkbox"/> Exportar a Excel	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>		29	290145		harina de pescado para la alimentación humana
<input type="checkbox"/>		29	290149		pescado en salazón
<input type="checkbox"/>		<b>29</b>	<b>290149</b>		<b>pescado en salmuera</b>
<input type="checkbox"/>		29	290167		mousse de pescado
<input type="checkbox"/>		29	290170		huevas de pescado preparadas
<input type="checkbox"/>		29	PE290003	PE	tiradito [pescado marinado]
<input type="checkbox"/>		29	título de clase		Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles
<input type="checkbox"/>		29	290047		pescado
<input type="checkbox"/>		29	290055		arenques [pescado]
<input type="checkbox"/>		31	310143		harina de pescado para la alimentación animal

Ilustración 12. Clase para el registro de marca de acuícola del huaja

Fuente: INDECOPI

Ya que lo que se va a vender es pescado fresco, sin ningún tipo de transformación.

## 2.- Realizar el pago

Se debe pagar S/534.99 en el Banco de la Nación o Banco de Crédito usando el código 201000562.

## 3. Presenta la solicitud en INDECOPI.

Se debe presentar la solicitud llenada en el paso número 1, junto con los siguientes requisitos: 2 copias del formato de solicitud para la modalidad presencial, Imagen de tu marca impresa para la modalidad presencial, En caso de apoderado, adjuntar copia del poder simple.

#### **4. Revisa la publicación de tu marca**

Revisar la marca en la gaceta electrónica de INDECOPI. Durante 30 días, cualquier persona o empresa puede oponerse a la marca, por ello llegara una notificación si en caso esto suceda.

#### **5. Evaluación de tu marca**

Una vez pasado el período de publicación (haya o no oposición), tu registro será enviado para ser evaluado y recibirás una notificación, sea la respuesta positiva o negativa.

Si el resultado es positivo, tu marca estará registrada y recibirás una notificación para coordinar la entrega de tu certificado de registro de marca, que tiene una **vigencia de 10 años en el territorio nacional.**

Si el resultado es negativo y no estás de acuerdo con las razones, podrás solicitar un recurso de reconsideración hasta 15 días después de que la resolución fue comunicada.

#### **1.10. Requisitos y Trámites Municipales**

Los requisitos y trámites municipales, que corresponde a la licencia de funcionamiento y certificado de defensa civil, se encuentran en el punto 2.3, subcapítulo de factibilidad municipal, en el cual se puede apreciar dicho trámite.

### 1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Para la elección del régimen tributario, la empresa se ha regido por la ubicación geográfica del negocio, la cual se encuentra en el departamento de San Martín, perteneciente a la Amazonia. Por lo cual se ha elegido el **REGIMEN DE AMAZONIA**.

En el cual se paga solo un impuesto, de 10% de las ventas anual, pero se puede realizar pagos a cuenta mensual del 0.5%, este régimen goza de la exoneración del IGV y el impuesto general a las ventas, siempre y cuando sus operaciones y ventas estén en la amazonia. Tal como se muestra en la (tabla 4).

Tabla 4. : Características del Régimen de la Amazonia

<b>REGIMEN TRIBUTARIO</b>	<b>QUIENES COMPRENDIDOS</b>	<b>ESTAN</b>	<b>IMPUESTOS A PAGAR</b>	<b>EXONERACIONES</b>
<b>Régimen de amazonia</b>	Se encuentran comprendidas aquellas personas naturales o jurídicas que realicen las siguientes actividades económicas:	encuentran aquellas naturales o que realicen las siguientes actividades económicas:	Renta amazonia, con una tasa del 10% anual.	Exonerado del pago del IGV Exonerado del impuesto general a las ventas. Dichas exoneraciones se dan siempre y cuando : <ul style="list-style-type: none"> <li>• La venta de bienes que se efectúe en la zona para su consumo en la misma.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agropecuaria</li> <li>• Acuicultura</li> <li>• Pesca</li> <li>• Turismo</li> <li>• Así como las actividades manufactureras vinculadas al</li> </ul>			

procesamiento, transformación y comercialización de productos primarios provenientes de las actividades antes indicadas y la transformación forestal

Siempre que sean producidos en la zona de Amazonía. Cabe señalar que la zona “Amazonía” se encuentra delimitada en el artículo 3° de la Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía (Ley 27037 y modificatorias).

- Los servicios que se presten en la zona.
- Los contratos de construcción o la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos en dicha zona.

Fuente: (Sunat, 2020)

### **1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).**

Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO).

(Sunat, 2020)

El PLAME se declara bajo los siguientes conceptos, tal como se muestra en la (Ilustración 13).

CONCEPTOS
Información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.
Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.
Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría
Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad
Contribuciones al Essalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una ley especial a ESSALUD como asegurados regulares
Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones
Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990
Prima por el concepto de "+ Vida Seguro de Accidentes"
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.
COSAP, creada por el artículo 4° de la Ley N° 28046
Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046
Prima por el concepto "Asegura tu pensión", respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro
Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos supremos N°s 029-89-TR y el Decreto Supremo N° 184-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N° 29741.
Cuotas de fraccionamiento de los aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición

Ilustración 13: Conceptos para la declaración del PLAME

Fuente: SUNAT

El PLAME es obligatorio la declaración a partir de los datos obtenidos del T-REGISTRO, por ello a continuación se detalla los datos obtenidos del T-REGISTRO, en la (Ilustración 14).

<b>CATEGORÍA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Empleador</b>	Sector al que pertenece el empleador, Indicador de ser microempresa inscrita en el REMYPE e Indicador de aportar al SENATI.
<b>Trabajador</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de trabajador, régimen pensionario, régimen de salud, indicador SCTR-Salud y pensión y Situación del trabajador.
<b>Pensionistas</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de pensionista, régimen pensionario y situación del pensionista
<b>Personal en Formación Laboral</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, y fecha de nacimiento
<b>Personal de Terceros</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento e indicador de aporte al SCTR Salud cuando la cobertura es proporcionada por EsSalud. Si la cobertura de salud la brinda una EPS sus datos no son descargados al PDT Planilla Electrónica – PLAME.

Ilustración 14: Datos obtenidos del T-REGISTRO

Fuente: (SUNAT, 2020)

### **1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.**

La empresa está en el régimen de la ley MYPE, ubicándose pequeña empresa, dado que sus ventas anuales superan las 150 UIT, de esta manera esta acogida a los beneficios laborales dado por dicho régimen, a continuación en la (Ilustración 15), se muestra los beneficios dados por el régimen MYPE, y realizando una comparación con la micro empresa.

Beneficios laborales como MICROEMPRESA	Beneficios laborales como PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV).
Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.	Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
Descanso semanal y en días feriados.	Descanso semanal y en días feriados.
Remuneración por trabajo en sobretiempo.	Remuneración por trabajo en sobretiempo.
Descanso vacacional 15 días calendarios.	Descanso vacacional 15 días calendarios.
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
Cobertura de seguridad social en Salud a través del Seguro Integral de Salud - SIS (Incluye al titular del negocio, trabajadores y Derechohabientes).	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD.
Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales.	Cobertura Previsional.
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año de 1/2 sueldo (Fiestas Patrias y Navidad).
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa.
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Ilustración 15: Beneficios laborales del régimen MYPE.

Fuente: SUNAT, 2020.

#### 1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

La modalidad de contrato laboral a utilizar con los colaboradores de la empresa, es el contrato de naturaleza temporal, de modalidad de inicio o incremento de actividades, los cuales se realizarán por el tiempo de 1 año con los 3 meses de periodo de prueba para el caso de un personal nuevo. A continuación se detalla las características de dicho contrato.

Estos contratos se dan por inicio o incremento de actividades productivas de la empresa. Se entiende como nueva actividad, tanto el inicio de la actividad

productiva, como la posterior instalación o apertura de nuevos establecimientos o mercados, así como el inicio de nuevas actividades o el incremento de las ya existentes dentro de la misma empresa. Su duración máxima es de tres años. (MTPE, 2006)

#### **1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.**

No existe contrato comerciales .

## **II. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. Descripción del Entorno del Mercado**

Analizar el entorno del mercado es muy importante para poder identificar la atractivita del mismo, es decir identificar las oportunidades y amenazas que presenta dicho mercado.

#### **2.1.1 Mercado de Acuícolas en el Perú**

Según el INEI en su reporte de febrero del año 2020, la actividad económica de pesca ha registrado un aumento de 19,32% respecto a febrero del año 2019, este crecimiento ha sido de la pesca para consumo humano directo.

El Perú dada a su importante actividad pesquera, no es ajeno a los emprendimiento acuícolas por ello la acuicultura ha tenido un rápido crecimiento en el Perú, llegando a ser un importante sector de producción alimentaria para el consumo humano directo. La acuicultura está basada en pocas especies y regiones, tal como se aprecia en la (Ilustración 16 y 17).



Ilustración 16. Producción Por Especie En La Acuicultura En El Perú Año 2019

Fuente: Ministerio De Producción – PRODUCE

Podemos observar que la tilapia es la 4 especie en la cadena de producción en la acuicultura peruana, si bien es cierto tiene un porcentaje mucho menor al de la trucha, pero esto nos da un análisis positivo, ya que podemos concluir que no hay muchos productores en dicha especie y es un mercado donde se puede ingresar sin tener un gran cantidad de competencia, a comparación de la trucha.

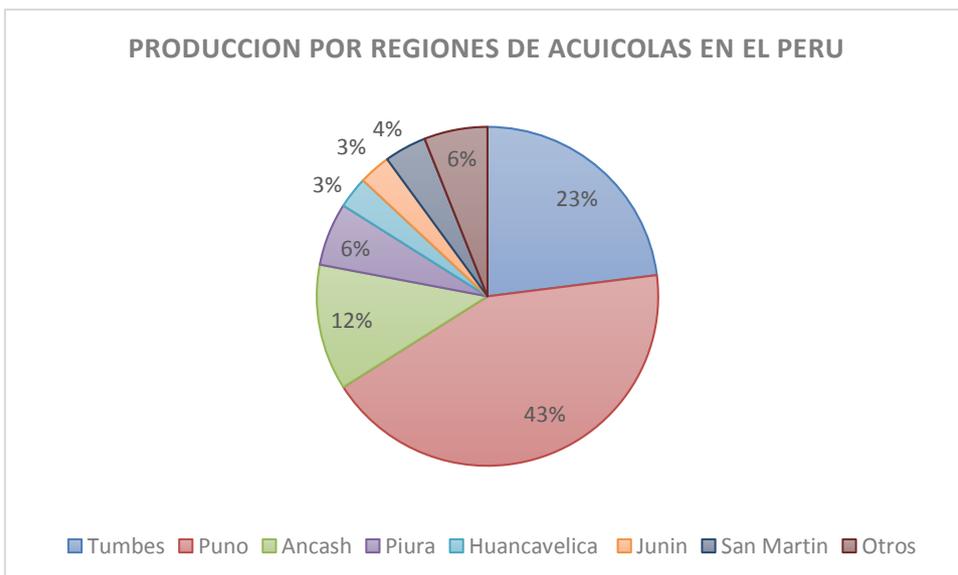


Ilustración 17. Producción Por Regiones De Acuicultura En El Perú 2019

Fuente: Ministerio de Producción – PRODUCE

Se puede apreciar que en la región san Martin la producción es baja a comparación, de tumbes, puno o Piura. Lo cual nos da un panorama positivo para ingresar con la producción de tilapia en dicha región.

### 2.1.2 Mercado de acuícola en la Amazonia Peruana

La acuicultura está presente en la amazonia peruana, en las regiones de amazonas, Loreto, madre de dios, Ucayali y San Martin, produciéndose especies como Trucha, gamitana, paco, paiche y tilapia.

En la región san Martin, la tilapia es el principal producto de la acuicultura, llegando a producir 1924 toneladas al termino del 2019, según el ministerio de producción – PRODUCE. La región San Martin es la segunda en el país, después de Piura, quien tiene la mayor producción de tilapia en el Perú.

## **2.1.3 Análisis del sector: Factores Macro Ambientales**

### **2.1.3.1 Factores demográficos**

Los factores demográficos de la región San Martín y en específico de la ciudad de Tarapoto y el distrito de San José de Sisa son importantes identificados, por que influyen en forma indirecta para la venta del producto a ofrecer (La tilapia), ya que si existe gran cantidad de población que son activas en la compra de peces de agua dulce, en especial de tilapia, eso influye positivamente en la venta. Si bien es cierto la venta no se dará al menudeo, si no es una venta mayorista a los vendedores de cada mercado, si es importante que la población de Tarapoto consuma tilapia.

Según el INEI, 2019 para el año 2019 la población total del Perú es de 32 millones 495 mil 500 habitantes tal como se puede apreciar en la (Ilustración 18).

Cuadro N° 4  
**Perú 2019: Población urbana y rural según departamentos**  
 (En miles de personas)

DEPARTAMENTO	POBLACIÓN		URBANA		RURAL	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
Lima	11,591.4	35.6	11,417.4	44.3	174.0	2.6
Piura	2,053.9	6.2	1,629.4	6.3	424.4	6.3
La libertad	1,965.6	6.0	1,551.7	6.0	413.9	6.2
Arequipa	1,525.9	4.7	1,402.3	5.4	123.6	1.8
Cajamarca	1,480.9	4.6	526.6	2.0	954.3	14.3
Junin	1,378.9	4.2	979.9	3.8	399.0	6.0
Cusco	1,336.0	4.1	812.3	3.1	523.7	7.8
Lambayeque	1,321.7	4.1	1,071.7	4.2	250.0	3.7
Puno	1,296.5	4.0	702.1	2.7	594.4	8.9
Ancash	1,193.4	3.7	758.5	2.9	434.9	6.5
Loreto	980.2	3.0	672.7	2.6	307.5	4.6
Ica	940.4	2.9	869.9	3.4	70.5	1.1
San Martin	902.8	2.8	614.8	2.4	288.0	4.3
Huanuco	799.0	2.5	416.7	1.6	382.3	5.7
Ayacucho	680.8	2.1	397.7	1.5	283.2	4.2
Ucayali	552.0	1.7	446.9	1.7	105.1	1.6
Apurimac	447.7	1.4	206.6	0.8	241.0	3.6
Amazonas	419.3	1.3	174.6	0.7	244.7	3.7
Huancavelica	383.2	1.2	117.6	0.5	265.6	4.0
Tacna	364.7	1.1	329.3	1.3	35.4	0.5
Pasco	282.1	0.9	177.9	0.7	104.1	1.6
Tumbes	249.1	0.8	233.4	0.9	15.6	0.2
Moquegua	192.6	0.6	168.0	0.7	24.7	0.4
Madre de Dios	157.4	0.5	130.3	0.5	27.1	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>32,495.5</b>	<b>100.0</b>	<b>25,808.3</b>	<b>100.0</b>	<b>6,687.0</b>	<b>100.0</b>

Ilustración 18. Población total Perú 2019 según departamentos

Fuente: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017 Elaboración: Departamento De Estadística - C.P.I.

También podemos apreciar en dicha imagen que la población en la región de san Martin es de 902 mil habitantes, de tal manera que los habitantes con edad que oscilan desde los 13 años a las 55 años, los cuales son población netamente activa para el consumo de tilapia es de 689 mil habitantes, tal como se puede apreciar en la (Ilustración 19)

Perú 2019: Población por segmentos de edad según departamentos (En miles de personas)									
DEPARTAMENTO	Población	%	Segmentos de edad						
			00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
Lima	11,591.4	35.6	1,046.3	1,224.8	914.3	1,477.4	2,919.0	2,275.4	1,734.2
Piura	2,053.9	6.2	243.7	288.6	194.7	238.1	454.9	359.3	274.6
La libertad	1,965.6	6.0	218.9	256.8	175.8	247.3	444.2	347.1	275.5
Arequipa	1,525.9	4.7	147.5	166.8	122.8	193.6	377.0	295.7	222.5
Cajamarca	1,480.9	4.6	167.5	209.4	146.9	160.6	331.8	260.5	204.2
Junin	1,378.9	4.2	150.5	182.0	135.4	174.7	316.1	236.6	183.6
Cusco	1,336.0	4.1	136.7	170.0	137.6	166.1	306.5	242.7	176.4
Lambayeque	1,321.7	4.1	145.2	167.2	119.3	166.2	286.6	242.1	195.1
Puno	1,296.5	4.0	120.8	153.3	124.2	164.9	301.0	237.7	194.6
Ancash	1,193.4	3.7	125.2	154.0	109.2	135.1	262.7	221.6	185.6
Loreto	980.2	3.0	137.4	173.2	105.0	103.9	203.6	152.5	104.6
Ica	940.4	2.9	105.6	118.6	78.0	117.4	222.7	170.4	127.7
San martin	902.8	2.8	110.9	134.0	86.9	102.1	209.3	158.8	100.8
Huanuco	799.0	2.5	90.9	113.8	84.2	99.6	175.4	133.6	101.5
Ayacucho	680.8	2.1	72.7	92.2	73.0	84.8	150.9	115.0	92.2
Ucayali	552.0	1.7	76.5	89.1	53.5	64.6	125.3	88.5	54.5
Apurimac	447.7	1.4	47.8	62.3	46.2	51.3	97.3	78.3	64.5
Amazonas	419.3	1.3	52.6	64.1	43.8	45.2	91.7	71.1	50.8
Huancavelica	383.2	1.2	42.4	55.3	45.9	44.5	74.7	62.9	57.5
Tacna	364.7	1.1	32.2	39.9	30.4	46.2	94.5	74.3	47.2
Pasco	282.1	0.9	30.6	38.2	25.2	36.1	69.1	49.7	33.2
Tumbes	249.1	0.8	29.4	34.1	22.1	28.7	58.4	45.8	30.6
Moquegua	192.6	0.6	17.5	21.4	15.3	21.5	47.1	40.0	29.8
Madre de dios	157.4	0.5	19.7	22.5	13.0	19.2	43.4	26.8	12.8
<b>TOTAL</b>	<b>32,495.5</b>	<b>100.0</b>	<b>3,368.5</b>	<b>4,031.6</b>	<b>2,902.7</b>	<b>3,989.1</b>	<b>7,663.2</b>	<b>5,986.4</b>	<b>4,554.0</b>

Ilustración 19. Población por edades y por departamentos Perú 2019.

Fuente: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017 Elaboración: Departamento De Estadística - C.P.I.

Avanzando a un plano más cercano al mercado donde se va a comercializar nuestro producto, según el INEI, 2019 la población en la ciudad de Tarapoto es de 162 mil personas, tal como se puede apreciar en la (Ilustración 20).

<b>Perú 2019: 60 principales ciudades</b> (En miles de personas)				
No.	CIUDAD	Población	%	% PERÚ URBNO
1	Lima Metropolitana	10,580.9	50.6	41.1
2	Arequipa	1,059.5	5.1	4.1
3	Trujillo	884.7	4.2	3.4
4	Chiclayo	566.3	2.7	2.2
5	Piura	529.1	2.5	2.1
6	Cusco	476.7	2.3	1.8
7	Iquitos	426.1	2.0	1.7
8	Chimbote	411.6	2.0	1.6
9	Huancayo	408.8	1.9	1.6
10	Pucallpa	365.3	1.7	1.4
11	Ica	335.9	1.6	1.3
12	Tacna	317.6	1.5	1.2
13	Juliaca	242.9	1.2	0.9
14	Cajamarca	225.8	1.1	0.9
15	Huanuco	224.3	1.1	0.9
16	Sullana	220.7	1.1	0.9
17	Ayacucho	212.9	1.0	0.8
18	Chincha	211.0	1.0	0.8
19	<b>Tarapoto</b>	<b>162.1</b>	<b>0.8</b>	<b>0.6</b>
20	Puno	144.3	0.7	0.6
21	Pisco	134.2	0.6	0.5
22	Huaraz	133.4	0.6	0.5
23	Cañete	122.5	0.6	0.5
24	Talara	121.7	0.6	0.5
25	Tumbes	111.9	0.5	0.4
26	Huacho	109.4	0.5	0.4
27	Huaral	103.0	0.5	0.4
28	Paita	97.9	0.5	0.4
29	Jaen	90.7	0.4	0.4
30	Puerto Maldonado	88.1	0.4	0.3
31	Catacaos	81.7	0.4	0.3
32	Abancay	80.4	0.4	0.3
33	Barranca	79.9	0.4	0.3
34	Moquegua	79.7	0.4	0.3

Ilustración 20. Población en las principales ciudades del país - Perú 2019

Fuente: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017 Elaboración: Departamento De Estadística - C.P.I.

Se estima que la población de Tarapoto para el término del año 2020 sería 191 mil habitantes, tomando como referencia el crecimiento anual del Perú, con año base 2019 el cual es un porcentaje de 1.8%, según información de INEI.

### **2.1.3.2 Factores Económicos**

Según Macroconsult, el crecimiento de la economía peruana en el 2020 sería de 2.9%. En esa misma dirección, informó que, para el próximo año, el BCR mantiene su previsión de crecimiento del PBI total de 3.8%. (Gestión, 12 de diciembre de 2019).

Sin embargo, El Fondo Monetario Internacional (FMI) estimó que el PBI de Perú bajará en -6.5% este año 2020, una caída mayor al -4.5% estimado en abril pasado. La rebaja de la proyección se da luego de que en el Perú se ampliara el periodo de cuarentena hasta el 30 de junio. (Gestión, 29 de mayo de 2020).

Con respecto a la distribución de los ingresos en el país, Carlos Parodi sostuvo: “Si tomamos la base de datos de la CEPAL, el ingreso promedio anual por cada habitante en el Perú es de US\$ 5 935. (Comercio-IPE, 17 de enero del 2019).

Por otro lado, un informe del Instituto Peruano de Economía afirma que la clase media, entendida como aquellas personas con ingresos diarios entre US\$12,4 y US\$62 (definición del Banco Mundial), es el grupo más importante en el Perú según ingresos, al concentrar el 41,5% de la población nacional.

### **2.1.3.3 factores socio culturales**

Los factores socio culturales también son importantes en un negocio o proyecto, debido a la pandemia que el mundo y el Perú atraviesa debido a la COVID-19, dicho factor ha variado mucho más en los primeros meses de pandemia.

Por la pandemia se cerraron varios sectores económicos, pero el sector de alimentos para el consumo humano, no fue prohibido. E incluso los mercados locales siguieron funcionando, aunque con algunas restricciones sanitarias.

Las personas se enfocaron en comprar productos esenciales y siempre buscando el precio más cómodo, por ello acudían a los mercados. Esto nos da un panorama positivo para el negocio o proyecto a realizar, ya que esta pandemia nos ha permitido ver que los negocios que perduran, son los de alimento y productos esenciales para el consumo y uso humano.

Analizando el comportamiento de la población de la ciudad de Tarapoto y distrito de san jose de sisa, es una población que prefiere y tiene un consumo activo por los peces de la zona y de agua dulce. Por ello es positivo realizar un negocio dedicado a la venta de tilapia.

#### **2.1.4 Análisis del sector: Factores Micro Ambientales**

Para el análisis micro ambiental, se ha considerado utilizar la herramienta de las 5 fuerzas de Porter.

Michael Porter sostiene en su primer libro “Estrategia Competitiva” que el potencial de rentabilidad de una empresa está definido por cinco fuerzas, las cuales son:

- El poder del cliente
- El poder del proveedor,
- Los nuevos competidores entrantes
- La amenaza que generan los productos sustitutivos
- La naturaleza de la rivalidad.

Esta herramienta de gestión es muy útil para que las empresas analicen y midan sus recursos basándose en estas 5 fuerzas y puedan planificar en óptimas condiciones sus estrategias de gestión.

(Economipedia, 2020)

##### **2.1.4.1 Nivel de competitividad**

Los principales competidores que se tiene en el negocio, que también realizan producción y posterior venta en los mercados de Tarapoto y San José de Sisa

Con respecto a los competidores en la ciudad de Tarapoto, en su mayoría son informal y pequeños, los cuales solo salen al mercado por temporadas o por ciertos meses, mas no permanecen durante el año.

Con respecto a los competidores en San José de Sisa, no existe una acuícola en esa zona, pero en distritos aledaños existen acuícolas pero muy pocas y en su mayoría de 3 a 4 hectáreas de espejo de agua, lo cual es equivalente a un estanque, y eso da a indicar que salen a vender pero cada 4 meses y por pocos días. Lo cual nos da una ventaja competitiva. Por consiguiente se considera que el nivel de competitividad es medio-bajo.

#### **2.1.4.2 Poder De Negociación De Los Proveedores.**

Los principales proveedores para el negocio, son los proveedores de semilla, proveedores de alimento, otros proveedores de insumos. De los cuales son los siguientes:

- Acuícola de la selva SAC ( proveedor de semilla)
- Fish & Aquaculture EIRL (proveedor de semilla)
- Aquatech Perú SRL (proveedor de alimento)
- Kuntur comercial EIRL ( proveedor de alimento)
- Puriselva SAC ( proveedor de alimento )
- Agropecuaria El amigo ( proveedor de abonos y venenos para hierva)
- Multiservicios ALRE EIRL (proveedor de abonos)
- CIA de sal EIRL (proveedor de sal)
- Rey plast SAC (proveedor de cubetas de pescado)
- R & D SAC (servicio de transporte)
- Transportes “ACUÑA” EIRL (servicio de transporte)

Los proveedores que se tiene para cada producto son pocos, por lo cual su poder de negociación es media-alta. Cabe recalcar que a mayor proveedores el poder de la empresa es alto, pero en este caso el poder de negociación de la empresa con los proveedores es mediana.

#### **2.1.4.3 Poder de negociación de los clientes**

En el caso del giro del negocio Nuestros principales clientes son vendedores de pescados de agua dulce (tilapia, gamitana, paco, entre otros) en los diferentes mercados de la ciudad de Tarapoto y San José de sisa.

Nuestros potenciales clientes, se encuentran en un mercado segmentado, las características de este mercado son:

Personas de entre 30 a 60 años, en su mayoría mujeres, que no cuentan con una educación superior y alquilan un puesto en el mercado, en la sección de venta de pescados de agua dulce y tienen la necesidad de contar con una empresa quien les provea tilapia diariamente y durante todo el año, con los kilos que necesiten

El poder de negociación que se tiene es medio-alto, si bien es cierto no hay una empresa que pueda proveerles durante todo el año, lo cual nos da una ventaja, pero somos una nueva empresa en el mercado, lo cual nos tomara un tiempo prudente para ser conocidos, además de ello la característica que tienen los clientes es que si bien es cierto si fidelizan con un proveedor, pero si no se está acorde al precio y exigencias del mercado, es muy probable que prefieran a la competencia.

#### **2.1.4.4 Amenaza de productos Sustitutos.**

Los sustitutos directos del mercado de la venta de tilapia, son los otros tipos de pescado de agua dulce de la zona como por ejemplo: la doncella, el boqui chico, la gamitana, etc. También se puede considerar como producto sustituto a la tilapia, el pollo , eso debido a que si los consumidores no compran o no encuentran pescados de agua dulce, se disponen a comprar pollo, la carne de res también es un producto sustituto pero en menor escala.

Con respecto a los productos sustitutos, el nivel de amenaza es medio-baja.

#### **2.1.5 Estrategias De Básicas De Porter.**

- **Estrategia de liderazgo en costos**

Uno de los pilares importantes es el manejo eficiente de los costos, lo cual genera competir con mejores precios u obtener mayor ganancia, en el caso del proyecto a realizar, se podría manejar los costos, con contratos comerciales con los proveedores de semilla, al pedir cantidades considerables de semilla, se puede llegar a un acuerdo de tener un precio especial como cliente. Con respecto a los proveedores de alimento, comprando dicho insumo en la ciudad de lima sale mucho más a cuenta que comprando en la ciudad de Tarapoto, lo cual nos da una ventaja de manejar nuestros costos y así competir con los precios.

- **Estrategia de diferenciación y posicionamiento**

La diferenciación o ventaja competitiva para el posicionamiento en el mercado y con los clientes, es la atención puntual y diaria durante todo el año. Se piensa asegurar la producción de tal manera que se atienda a los clientes todos los días durante todo el año, y ganar su confianza que somos una empresa que siempre atenderá su pedido.

## **2.2 Ámbito de acción del negocio**

### **2.2.1 segmentaciones del mercado**

Nuestros potenciales clientes, se encuentran en un mercado segmentado, las características de este mercado son:

- **Edad:** Personas de entre 30 a 60 años
- **Sexo:** en su mayoría mujeres
- **Educación:** educación básica primaria y secundaria, no cuentan con una educación superior.
- **Nivel socio económico:** C
- **Zonas:** Tarapoto y san jose de sisa.
- **Estilo de trabajo:** alquilan un puesto en el mercado, en la sección de venta de pescados de agua dulce.
- **Interés:** tienen la necesidad de contar con una empresa quien les provea tilapia diariamente y durante todo el año, con los kilos que necesiten.

### 2.2.2 Público objetivo

El público objetivo del negocio son los comerciantes de venta de pescado de agua dulce de la zona de San Martín, como tilapia, paco, gamitana entre otros.

Dichos comerciales se ubican en la ciudad de Tarapoto, en los 4 mercados objetivos en dicha ciudad y uno en el mercado del distrito de San José de Sisa.

El público objetivo son alrededor de 46 comerciantes dedicados a la venta de tilapia en los 5 mercados objetivos. Tal como podemos apreciar a continuación en la (ilustración 21).

<b>MERCADO</b>	<b>Mercado total</b>	<b>Mercado Potencial</b>	<b>Mercado Meta</b>
Mercado el huaico, también conocido como el mercado # 3	10 comerciantes	10 comerciantes	10 comerciantes
Mercado santa rosa, también conocido como mercado #2	15 comerciantes	15 comerciantes	15 comerciantes
Mercado el huequito.	5 comerciantes	5 comerciantes	5 comerciantes
Mercado de la banda de shilcayo.	10 comerciantes	10 comerciantes	10 comerciantes
Mercado de San José de Sisa	6 comerciantes	6 comerciantes	6 comerciantes
<b>TOTAL</b>	<b>46 comerciantes</b>	<b>46 comerciantes</b>	<b>46 comerciantes</b>

Ilustración 21: mercado meta de la empresa acuícola del huaja SAC

Fuente: técnica de observación

Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la imagen, el mercado total de clientes es de 46 comerciales en los 5 diferentes mercados de Tarapoto y San José de Sisa, se ha considerado que el mismo número de comerciantes son un mercado potencial y a su vez un mercado meta, porque en un mediano plazo lo que se quiere es llegar a abarcar la gran parte de clientes en Tarapoto, por ello nuestra meta es 46 comerciantes en total.

### 2.2.3 Posicionamiento de marca

La marca elegida para el proyecto a realizar es “Don Pescao”



Ilustración 22: marca de la empresa

Elaboración propia

Estrategia de posicionamiento basada en “**Calidad del servicio al Cliente**”

Como empresa el posicionamiento de marca, se llevará a cabo con la constancia en el mercado brindando consigo una calidad tanto en el producto como la distribución del mismo, ofreciendo puntualidad y buen trato al momento de dejar el producto en los puestos de venta de cada cliente, de esa manera se piensa conseguir que la marca quede en cada uno de ellos, recordando que será una marca que siempre este presente y con un calidad en el producto y su distribución.

- **Identificar los atributos determinantes:**

1. **Calidad del producto**, el producto a ofrecer tendrá un proceso de producción muy bien cuidado, utilizando insumos y materia prima de calidad y certificada, de tal manera que dicho producto salga a la venta con las características que exige el mercado y con un sabor agradable, lo cual refleja la buena calidad que posee.
2. **Precio**, el precio con el cual se entrara al mercado es de 10 soles, fijándose en un precio promedio y asequible para nuestros clientes, además de ello basándose en el precio que se maneja en el mercado.
3. **Atención al cliente**, la atención a nuestros clientes será de calidad, ya que se realizara una distribución puntual y con un servicio post-venta. Para así garantizar la entrega correcta de los pedidos y saber la satisfacción del cliente.

#### **2.2.4 Análisis De La Empresa**

Tabla 5: análisis FODA de la empresa.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con capital propio para realizar el proyecto, lo cual nos da una cierta holgidez en no pagar intereses y no se peligra con el sistema financiero.</li> <li>• Se cuenta con un terreno propio y muy amplio, adecuando para realizar el proyecto, con un área suficiente para poder tener una producción asegurada así como para alcanzar los objetivos trazados.</li> <li>• Obtención de todos los permisos necesarios para la operatividad del negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Somos una empresa nueva en el rubro de la acuicultura, por lo cual es una debilidad frente a la competencia.</li> <li>• Somos una empresa con poca experiencia en la producción de tilapia.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tiene en el mercado una demanda insatisfecha, la cual necesita una empresa quien le provea durante todo el año.</li> <li>• Se tiene competidores con poca producción durante el año, los cuales aparecen por temporadas.</li> <li>• Hay una mercado meta regular para atender.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La temporada de lluvias en la zona de san Martin, es una amenaza para el tema del agua, lo cual trae consigo complicaciones en el manejo de la producción y comercialización.</li> <li>• La entra de un nuevo competidor que posea una gran producción de tilapia.</li> </ul>

Elaboración propia.

Tabla 6: matriz FODA cruzada

Análisis interno/Análisis externo	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<p><b>ESTRATEGIA FO:</b></p> <p>Aprovechar el terreno propia y con un área adecuada para el funcionamiento de la producción de tilapia para abastecer y cubrir la necesidad del mercado de tener un proveedor permanente durante el año.</p> <p>Se tiene un terreno con un área de espejo de agua suficiente para una producción que le haga competencia fuerte a los demás productores que a diferencia de nosotros, tienen una producción limitada.</p> <p>El capital propio nos permite realizar el proyecto con facilidad, teniendo a si la posibilidad de cumplir el objetivo trazado.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DO:</b></p> <p>Somos nuevos en el rubro pero teniendo un personal capacitado y adecuado para la producción de tilapia, se puede superar dicha debilidad.</p>
<b>AMENAZAS (A)</b>	<p>La disponibilidad del área propia y de gran tamaño, nos da un soporte por si ingresa nuevos competidores con una cantidad considerable de producción, se tiene la disponibilidad de ampliar a nuevos estanques.</p>	

Elaboración propia.

## **2.3. Descripción del bien o del servicio**

### **El Producto A Ofrecer Es La Tilapia**

La tilapia es un pez de agua dulce, adaptables a ser criadas en estanques.

El bien del negocio se piensa ofrecer sin ninguna transformación, venderlo como tilapia fresca a los mercados de Tarapoto y san José de sisa.

### **Ficha técnica de la tilapia de la acuícola del huaja S.A.C**

**Nombre de Producto:** Tilapia

**Peso:** 200 a 250 gramos por cada tilapia

**Estado:** Fresco y vivo

#### **Composición:**

- 40,16 gramos de proteína
- 104 miligramos de sodio
- 156.16 gramos de agua
- 192 calorías
- 50 miligramos de colesterol
- 1,70 gramos de grasa.
- Vitamina B-3 (3,9 mg)
- Vitamina D (3,10 µg)
- Vitamina B-9 (24 mg).

#### **Manipulación y almacenaje:**

Manipular con guantes y almacenar a temperatura de 0°C a -30°C

## 2.4. Estudio de la demanda

La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

El significado de demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Economipedia, 2020).

La demanda del negocio se ubican en los mercados de Tarapoto y san José de sisa, es específico son los vendedores de pescado fresco de la zona.

En Tarapoto existen 4 mercados:

Tabla 7. Cuadro de mercados en la ciudad de Tarapoto.

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCION</b>
Mercado El Huaico, También Conocido Como El Mercado # 3	Jr. Vencedores de Comainas, Tarapoto 22201
Mercado Santa Rosa, También Conocido Como Mercado #2	Jr. Lima con Jr. de Piérola, Tarapoto
Mercado El Huequito.	Jr. Tahuantinsuyo 931, Tarapoto 22202
Mercado De La Banda De Shilcayo.	

Elaboración Propia

Y en san José de sisa, solo existe un mercado, que es el mercado general de la zona.

Tabla 8. Cuadro de mercados en el distrito de San José de Sisa

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCION</b>
Mercado De San José De Sisa	Jr. Comercio 354

Elaboración propia

En cada uno de dichos mercados, existe la zona de los vendedores de pescado de agua dulce, que son los siguientes:

<b>MERCADO</b>	<b>numero de comerciantes</b>
Mercado el huaico, también conocido como el mercado # 3	10 comerciantes
Mercado santa rosa, también conocido como mercado #2	15 comerciantes
Mercado el huequito.	5 comerciantes
Mercado de la banda de shilcayo.	10 comerciantes
Mercado de San José de Sisa	6 comerciantes
<b>TOTAL</b>	<b>46 comerciantes</b>

Ilustración 23: Cuadro de N° de comerciantes por mercado en Tarapoto y San José de Sisa

Elaboración propia

### 2.4.1 segmento del mercado. Muestra

Para encontrar la muestra a encuestar, se utilizó la siguiente formula.

En base a la siguiente formula:

N= tamaño de la población.

Z= desviación estándar para un nivel de confianza del 95% es 1.96.

P= proporción de la población que posee la característica que se desea estudiar (cuando se desconoce esa proporción, se asume p=0.5)

q= 1-p

E= margen de error que estamos dispuestos a aceptar. El margen más usual es 0.05

$$n = \frac{pxq}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{pxq}{N}}$$

$$N = \frac{0.5 * 1 - 0.5}{(0.05)^2 / (1.96)^2 + 0.5 * (1 - 0.5) / 46} = 10$$

### 2.4.2 Resultado De Encuestas Aplicadas

Cabe precisar que para la realización de la encuesta se distribuyó la muestra de la siguiente manera:

Tabla 9. Numero de encuestados

<b>MERCADO</b>	<b>numero de encuestados</b>
Mercado el huaico, también conocido como el mercado # 3	2
Mercado santa rosa, también conocido como mercado #2	3
Mercado el huequito.	2
Mercado de la banda de shilcayo.	1
Mercado de San José de Sisa	2
<b>TOTAL</b>	<b>10 encuestados</b>

Elaboración propia

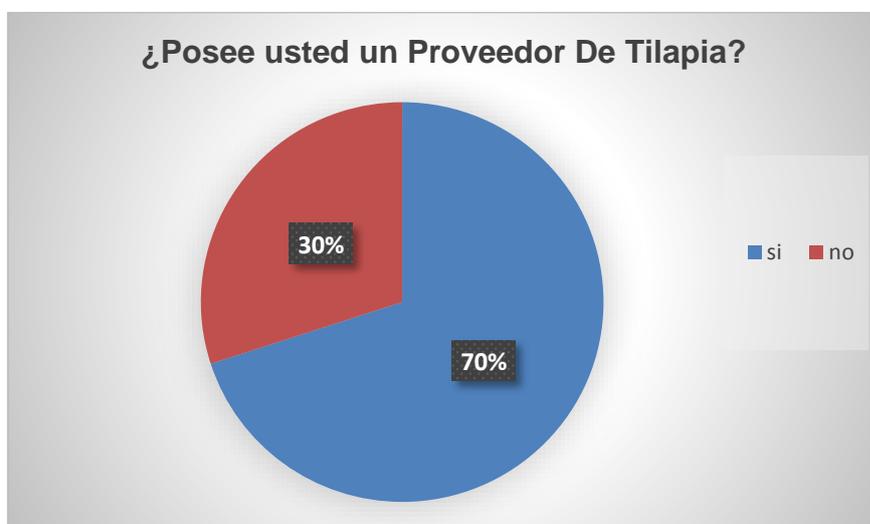


Ilustración 24: conocimiento de los proveedores de tilapia

Fuente: encuesta aplicada a la muestra, elaboración propia.

En la pregunta número 1 de la encuesta aplicada (Ilustración ), se muestra que 7 de 10 personas encuestadas poseen un proveedor donde ellas realizan sus pedidos al día, pero mencionaron en sus respuestas que no solo tienen un proveedor si no de 2 a 3 proveedores, por el motivo que no existe un proveedor que las pueda atender durante todo el año, por ello es que tienen varios proveedores.

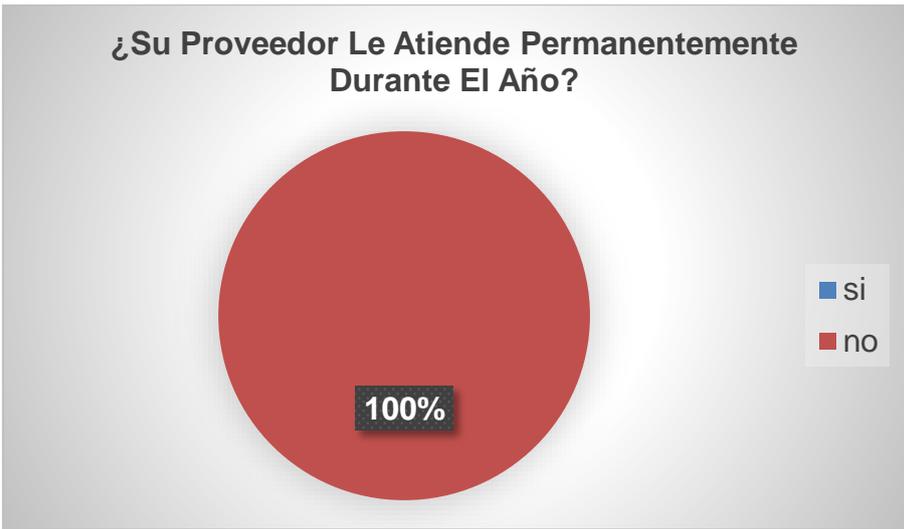


Ilustración 25: conocimiento de la atención del proveedor

Fuente: encuesta aplicada a la muestra, elaboración propia.

En la pregunta número 2 realizada en la encuesta, se puede apreciar que la atención de los proveedores de tilapia no es constantes o no tienen presencia durante todo el año.

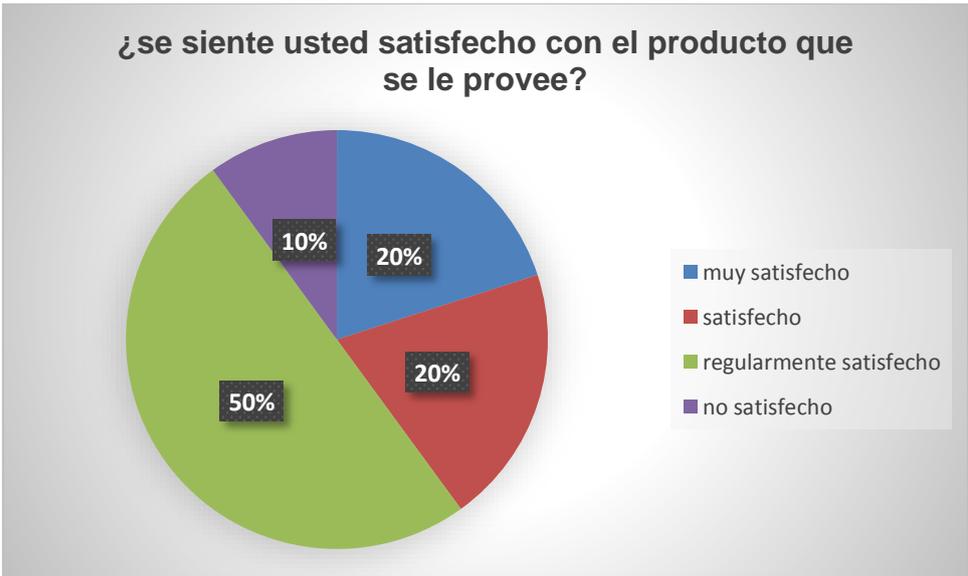


Ilustración 26. Conocimiento de la satisfacción del cliente ante el producto obtenido

Fuente: encuesta aplicada a la muestra, elaboración propia.

En la pregunta número 3 de la encuesta aplicada se puede observar que el 50% de los clientes están regularmente satisfecho, esto se debe según manifestaron a que encuentran tilapia durante todo el año, aunque algunos meses no son los kilos que ellos desean pero que si llegan a conseguir, a así sea de diferentes proveedores. Luego podemos apreciar que hay un 40% entre satisfecho y muy satisfecho, ello se debe que son clientes que piden pocos kilos entre 10 a 20 kilos.

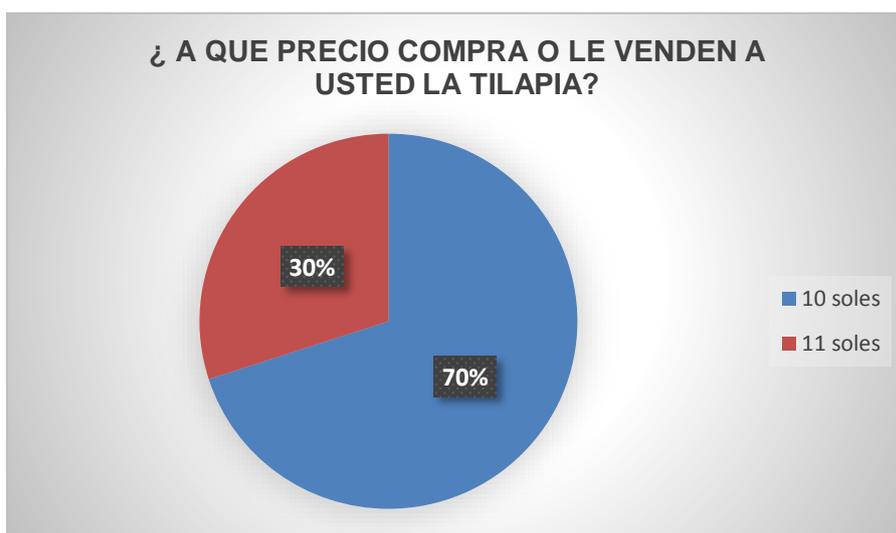


Ilustración 27. Conocimiento Del Precio Del Mercado

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia.

En la pregunta número 4 aplicada en la encuesta, podemos observar en que en su mayoría les proveen la tilapia a 10 soles. Por ello como empresa y con el precio que se ha visto conveniente ingresar es con 10 soles.



Ilustración 28. Conocimiento de los kilos promedios que los clientes piden a los proveedores

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia.

En la pregunta número 5 aplicada a la encuesta, podemos apreciar que el kilaje promedio es de 50 kilos diarios, pero también podemos apreciar que el kilaje en pedido oscila entre 20 a 80 kilos diarios.

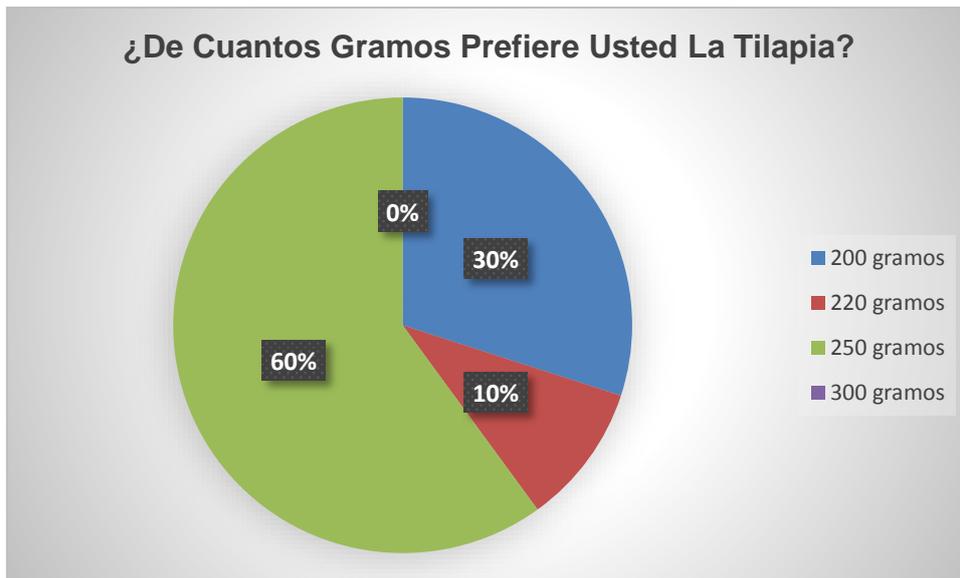


Ilustración 29. Conocimiento del tamaño o gramaje que los clientes prefieren la tilapia

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia.

En la pregunta número 6, podemos apreciar que el gramaje por tilapia requerido es de 250 gramos en su mayoría, solo muy pocos desean de 200 o 220 gramos. Pero nadie prefiere de 300 gramos, según lo que manifestaron, es que tilapias de ese gramaje son difíciles de vender, salvo pedido específico de restaurantes u otros.

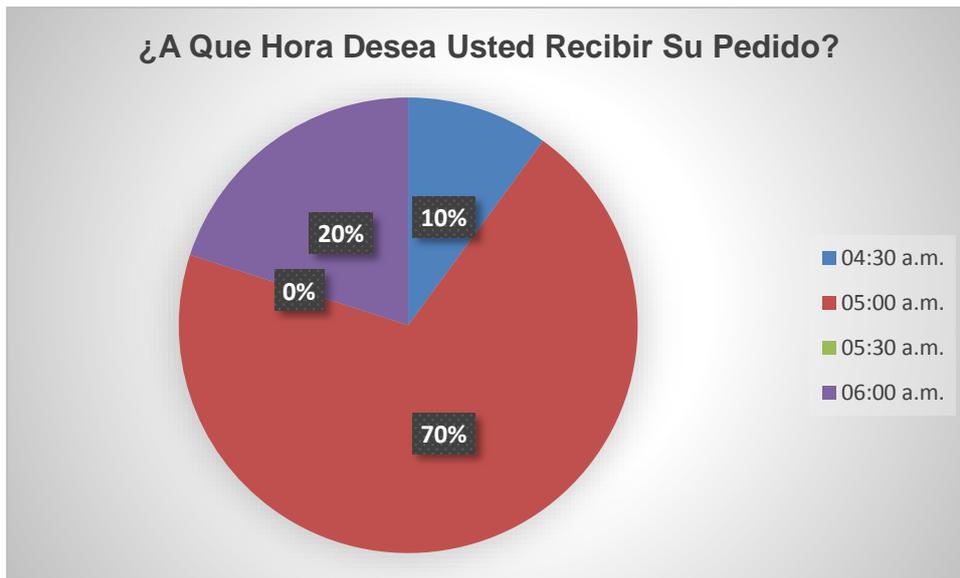


Ilustración 30. Conocimiento del horario de entrega de los pedidos de tilapia

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia.

En la pregunta número 7 de la encuesta aplicada, podemos observar que en su mayoría prefieren el horario de las 5:00 am para el reparto o recojo de su pedido diario, este horario se debe a la atención en los mercados de la zona, en la región de san Martín a partir de las 4:30 am a 5:00 am los mercados ya están atendiendo por que la cultura de las persona de la selva es realizar mercado temprano.

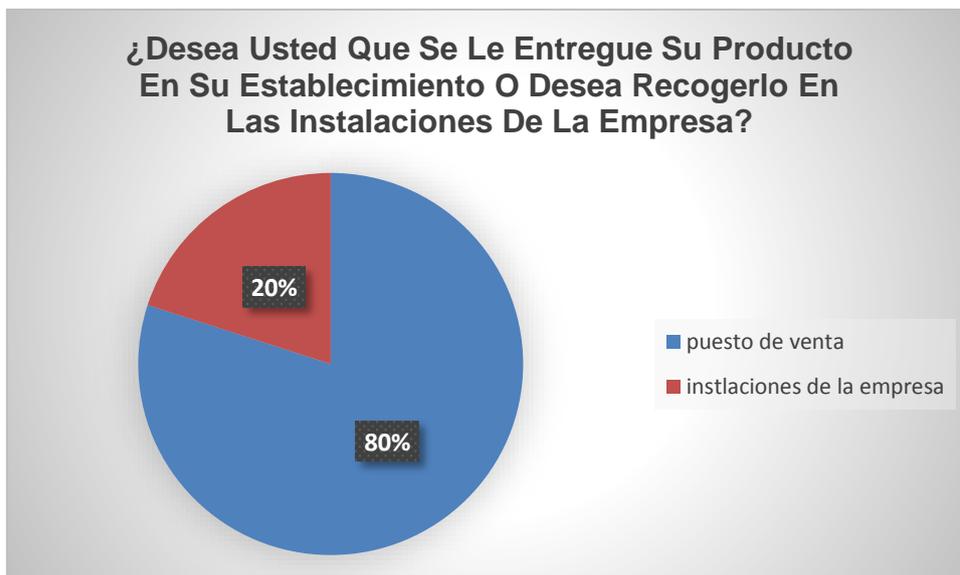


Ilustración 31. Conocimiento de la preferencia de distribución de sus pedidos de tilapia

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia.

En la pregunta número 8, podemos apreciar que en su mayoría desean que sus pedidos se les distribuya en sus puestos o locales de venta, estas personas son los comerciales de los mercados de Tarapoto, mientras que en el distrito de san jose de sisa prefieren recoger ellos sus pedidos de las instalaciones de la empresa, expresaron esto porque quieren ellos ver el kilaje que les despachan.

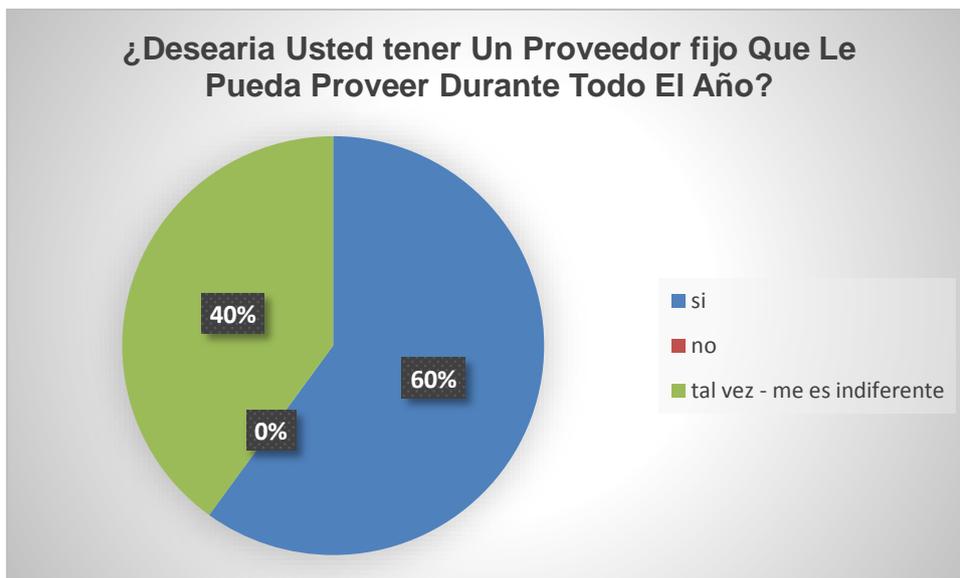


Ilustración 32. Conocimiento del interés de tener un proveedor fijo que les provee durante el año

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia

En la encuesta número 9, podemos apreciar que en un 60% desean tener un solo proveedor fijo quien les aseguro su pedido y atención durante todo el año, un 30% le es indiferente, ellos son las personas que su pedido es poco y siempre encuentran quien les provea.

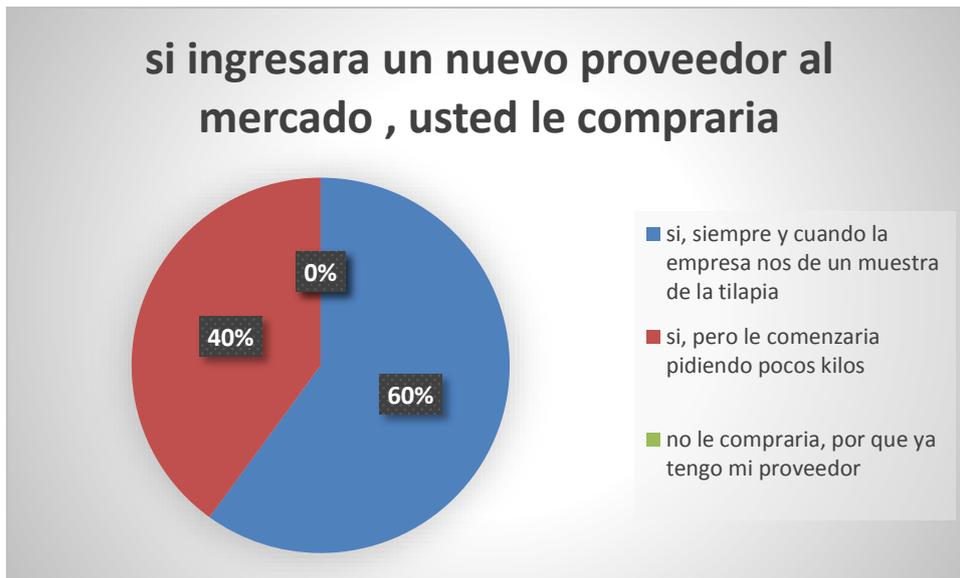


Ilustración 33. Conocimiento de la preferencia de comprar tilapia a un nuevo proveedor

Fuente: Encuesta Aplicada A La Muestra, Elaboración Propia

En la pregunta número 10, podemos apreciar que en su mayoría estarían si de acuerdo e interesado en comprar a un proveedor número, siempre y cuando se le lleve una muestra de la tilapia y ellos puedan ver que si realmente se vende y sus clientes la prefiere. Así como observar el tamaño y la calidad del mismo.

### 2.4.3 estimación de la demanda del mercado objetivo

Se tiene los siguientes datos: el número de comerciantes en el mercado total a tender es de 46 comerciantes. Después de realizar una encuesta verbal a una muestra de 10 comerciantes se tiene que en promedio por día piden de 50 kilos de tilapia.

Con dicho datos y utilizando la siguiente formula

$$Q = n \cdot p \cdot q$$

Donde:

Q = Demanda Total

n = Número de consumidores de Tarapoto y San José de sisa.

p = Precio promedio del kilo de tilapia en el mercado.

q = Consumo promedio diario

Tabla 10. Cuadro de demanda del mercado meta expresado en kilos

<b>Variables</b>	<b>Demanda Total Por Día</b>	<b>Demanda Total Por Mes</b>
<b>Número De Consumidores De Mercado objetivo</b>	46	46
<b>Cantidad De Kilos Promedios Diarios</b>	2300	59800
<b>TOTAL</b>	2300	59800

Elaboración propia

Podemos apreciar en la (tabla) que la demanda en el mercado objetivo o meta, expresada en kilos es de 2300 kilos en un día y 59 800 kilos en un mes. Todo ello considerando los 46 comerciantes que también vendría hacer el mercado total en dichas zonas de Tarapoto y san José de sisa.

Tabla 11. Demanda total del mercado meta expresada en soles

<b>Variables</b>	<b>Demanda Total Por Día</b>	<b>Demanda Total Por Mes</b>
<b>Número De Consumidores De Mercado Total</b>	46	46
<b>Cantidad De Kilos Promedios Diarios</b>	2300	59800
<b>precio por kilo</b>	10	10
<b>TOTAL</b>	S/.23,000.00	S/.598,000.00

Elaboración propia

## 2.5. Estudio de la oferta

La oferta son los kilos totales por día y por año que la empresa tiene para vender y ofertar a la demanda, por eso con la capacidad instalada que se va a tener la oferta sería la siguiente:

La capacidad instalada son 4 estanques de 3 hectáreas cada uno, donde en cada estanque ingresa 3 peces por metro cuadrado, dando así un total de 90 millares.

De los 90 millares la producción a obtener es de 12 800 kilos, por los 26 días de atención, cada día es 492 kilos para la atención de la demanda del mercado meta.

**Teniendo el dato diario, la oferta anual sería de 153 mil 504 kilos de tilapia**

Tabla 12. Cuadro de oferta de la empresa en un año

<b>Variables</b>	<b>U/M</b>	<b>Kilos Al Mes</b>	<b>Kilos Por Semanas</b>	<b>Kilos Por Día</b>	<b>Kilos En Un Año</b>
<b>Kilos Producidos Por Estanque</b>	12800 kilos	12800	3200	492	153504
<b>Numero De Estanques</b>	4 estanques				
<b>Días De Atención</b>	26 días				
<b>TOTAL</b>		<b>12800</b>	<b>3200</b>	<b>492</b>	<b>153504</b>

Elaboración propia

## 2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para la determinación de la demanda insatisfecha se utiliza la siguiente fórmula:

- $\text{Demanda Insatisfecha}_{(\text{anual})} = \text{Demanda}_{(\text{anual})} - \text{Oferta}_{(\text{anual})}$

Para ello se toma la demanda anual del mercado meta o público objetivo proyectado en 5 años y la oferta anual de la empresa proyectada a 5 años, estableciéndose una tasa de crecimiento del 10% anual para la oferta.

Tabla 13. Cuadro de demanda y oferta proyectada a 5 años expresada en kilos

Año	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Demanda</b>	717,600	717,600	717,600	717,600	717,600
<b>Oferta de la empresa</b>	153,504	168,854	185,740	204,314	224,745
<b>Demanda insatisfecha</b>	564,096	548,746	531,860	513,286	492,855

Elaboración propia

## 2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

### 2.7.1 Descripción De La Política Comercial

**Estrategia De Precios Según Mercado:** esta estrategia se toma evaluando la oferta y la demanda. El comportamiento de la demanda es comprar al productor de bajo precio, en el caso de la oferta sus precios oscilan entre los 9 y 11 soles por kilo de tilapia.

Por ello el precio que se desea fijar es de **10 soles**, que puede llegar hasta 9 soles, según las temporadas que la oferta baje el precio.

### **La Estrategia De Plaza Es: Distribución Intensiva**

La distribución del producto se dará mediante un medio de transporte quien deje el producto en cada punto de venta, en este caso en cada mercado de Tarapoto y en el caso de san José de sisa, los clientes irán a recoger sus pedidos a las instalaciones de la empresa, en los horarios manejados en los mercados de la selva y según las encuestas realizadas oscilan desde las 4:30 am a 5: am.

### **Estrategia De Promoción: Estrategia Hibrida O Combinada**

Se va incentivar tanto al vendedor, para impulsar las ventas y captar nuevos clientes. Y a su vez se incentivara al consumidor con comisiones por una cantidad determinada de kilos comprados en el mes.

### **2.8 Descripción De La Política Comercial**

Con respecto a la política comercial con los clientes y proveedores, se aplicara la siguiente política:

**Clientes:** a un inicio de las operaciones de la empresa, el pago o la cobranza con los clientes será daría, es decir recibe su pedido y cancela. Pero a medida que vaya pasando el tiempo y se conozco a los clientes, se les esperara un día para que cancelen sus pedidos. Es decir tendrán de prorroga 1 día.

**Proveedores:** la política aplicada con los proveedores, es no mantener deudas ni compras al crédito con ellos, pagar puntual al momento del despacho del producto, y manejar todo tipo de información o pedido mediante correo.

## 2.9 Cuadro De La Demanda Proyectada Para El Negocio.

Tabla 14. Demanda proyectada expresada en kilos

<b>Año</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Demanda</b>	717,600	717,600	717,600	825,240	949,026

Elaboración propia.

En la tabla , se puede observar que la demanda proyectada comienza a crecer ligeramente a partir del 4 año, esto debido a que si se quisiera expandir la venta a otras zonas, como juanji, bellavista, Moyobamba, entre otros. Los 3 primeros años serán concentrados en cubrir la demanda de Tarapoto y san jose de sisa.

### III: ESTUDIO TECNICO

#### 3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

El tamaño del negocio es la capacidad productiva que se tiene para poder atender a la demanda, el tamaño también se puede medir de acuerdo a la cantidad de producto producido en un determinado tiempo.

Para la determinación del tamaño del negocio existen aspectos o factores que influyen, los cuales se pueden apreciar en la (imagen 14).



Ilustración 34. Factores determinantes para el tamaño del proyecto

#### La Demanda del Mercado

La demanda determinada del mercado en el capítulo de estudio de mercado, es un determinante para el tamaño del proyecto, ya que si la demanda anual del mercado objetivo es de 717,600 kilos por lo cual nuestra oferta y capacidad

instalada es de 153 mil 504 kilos al año con proyección a crecer 10% anual, esto nos da una cantidad en soles de 1, 535,040 soles, teniendo como precio por kilo de 10 soles, esto nos determina ubicarnos en una pequeña empresa, ya que nuestros ingresos serán más de 150 UIT al año y menos de 1700 UIT anuales, lo cual nos ubicaría en una pequeña empresa.

Tabla 15. Cuadro de tamaño de la empresa, según la demanda efectiva anual expresada en soles

<b>Tamaño de la empresa</b>	<b>Microempresa</b>	<b>Pequeña empresa</b>	<b>Mediana empresa</b>
	Hasta 150 UITs	Hasta 1,700 UITs	Hasta 2,300 UITs
<b>Por el nivel de ventas</b>	-	356 UITs	-

Elaboración propia

### **Los Suministros E Insumos**

Según los insumos utilizados en el giro del negocio, para el proyecto se necesita un almacén con oficinas, ya que para la producción se necesita 4 tipos de alimentos por cada etapas de producción y también se utilizan insumos como la cal que sirve la desinfectar el estanque, la sal para en caso de mortandad de los peces, los abonos como fosfato y urea para la fertilización del estanque, así como otras herramientas y materiales para el proceso de producción, comercialización. Por ello se requiere contar con un almacén amplio de 300 metros cuadrados y oficinas para el control del negocio en cada área.

## **La Tecnología Y Equipos**

Para el negocio la tecnología no están predominante o se necesita en gran cantidad, por ello el espacio de los estanques es más que suficiente para los aireadores que se van a utilizadas por cada estanque. Con respecto a los equipos utilizados, son varios como moto taxi, camión, balanzas y otras herramientas. Por ello se necesita un espacio para el guardado de dichas herramientas y equipos, para ello se disponer hacer un andamio de herramientas y un patio para el estación del camión y la moto taxi.

## **Capacidad Financiera**

La capacidad financiera del negocio depende de un préstamo familiar , el cual asciende a la suma de 1,550,000 soles, por lo cual dicho presupuesto solo cubre la inversión de poder acondicionar los 4 estanques, el almacén , las oficinas, las caletas y un servicio higiénico auxiliar. Se proyecta a realizar 2 estanques más, los cuales se realizaran con las utilidades de la empresa.

## **El Proceso Operativo**

Dentro de las actividades y áreas del proceso operativo, está el área comercial para ello, se requiere entregar la tilapia fresca aún viva y en un horario de madrugada, por ello se necesita acondicionar caletas donde se pueda almacenar las cantidad de los pedidos y así facilitar el despacho y llegar con el producto a tiempo para la satisfacción del cliente.

### 3.2. Proceso y Tecnología

El proceso del proyecto es una serie de actividades realizadas para cumplir con un objetivo, el cual es tener al final del proceso un producto con las exigencias del mercado.

Para el proceso general del proyecto, intervienen el proceso estratégico, proceso productivo, proceso logístico, proceso de comercialización. Donde el proceso productivo del proyecto, es por lotes, ya que se producirá tilapia en grandes cantidades siempre teniendo las mismas bases operativas a realizar para llevar a cabo dicha producción.

Es necesario e importante realizar el diseño de un proceso, cuando se va a ofrecer un bien o un servicio al mercado. A continuación se mostrara en (la imagen 35) el proceso del proyecto en un sentido general y resumido.

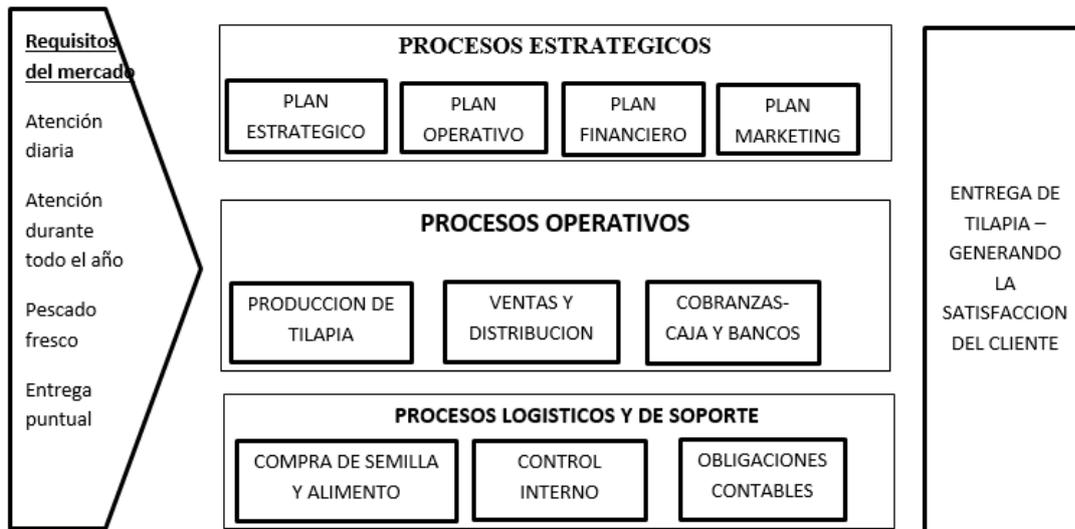


Ilustración 35. Mapa de procesos

Elaboración propia

### **3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos**

Los diagramas de procesos son la representación gráfica de los procesos y son una herramienta de gran valor para analizar los mismos y ver en qué aspectos se pueden introducir mejoras.

Lo más importante para representar gráficamente un proceso es identificar el Inicio y el Fin del proceso. Por lo cual los principales procesos operativos de la empresa son:

- **Proceso de compra de materia prima e insumos.**

- 1.- realizar el requerimiento de semilla o alimento.
- 2.- llamar al proveedor, realizar el pedido.
- 3.- realizar el depósito por el pedido.
- 4.- coordinar el transporte para el recojo de la semilla o alimento.

- **Proceso de almacenaje**

- 1.- recepción de alimento.
- 2.- verificar el pedido, su estado y cantidad.
- 3.- ubicar el alimento en su respectivo lugar.
- 4.- entregar el alimento a cada responsable del estante.

- **Proceso de producción**

- 1.- recepción de semilla.
- 2.- Realizar la siembra, con todos los protocolos correspondientes.
- 3.- realizar requerimiento de alimento por cada etapa de producción.
- 4.- solicitar el alimento respectivo, al área de almacén.
- 5.- recepcionar los pedidos de ventas.
- 6.- realizar el despacho de los pedidos.

- **Proceso de ventas**

- 1.- realizar los pedidos.
- 2.- realizar lista de pedidos.
- 3.- enviar lista al encargado del despacho.

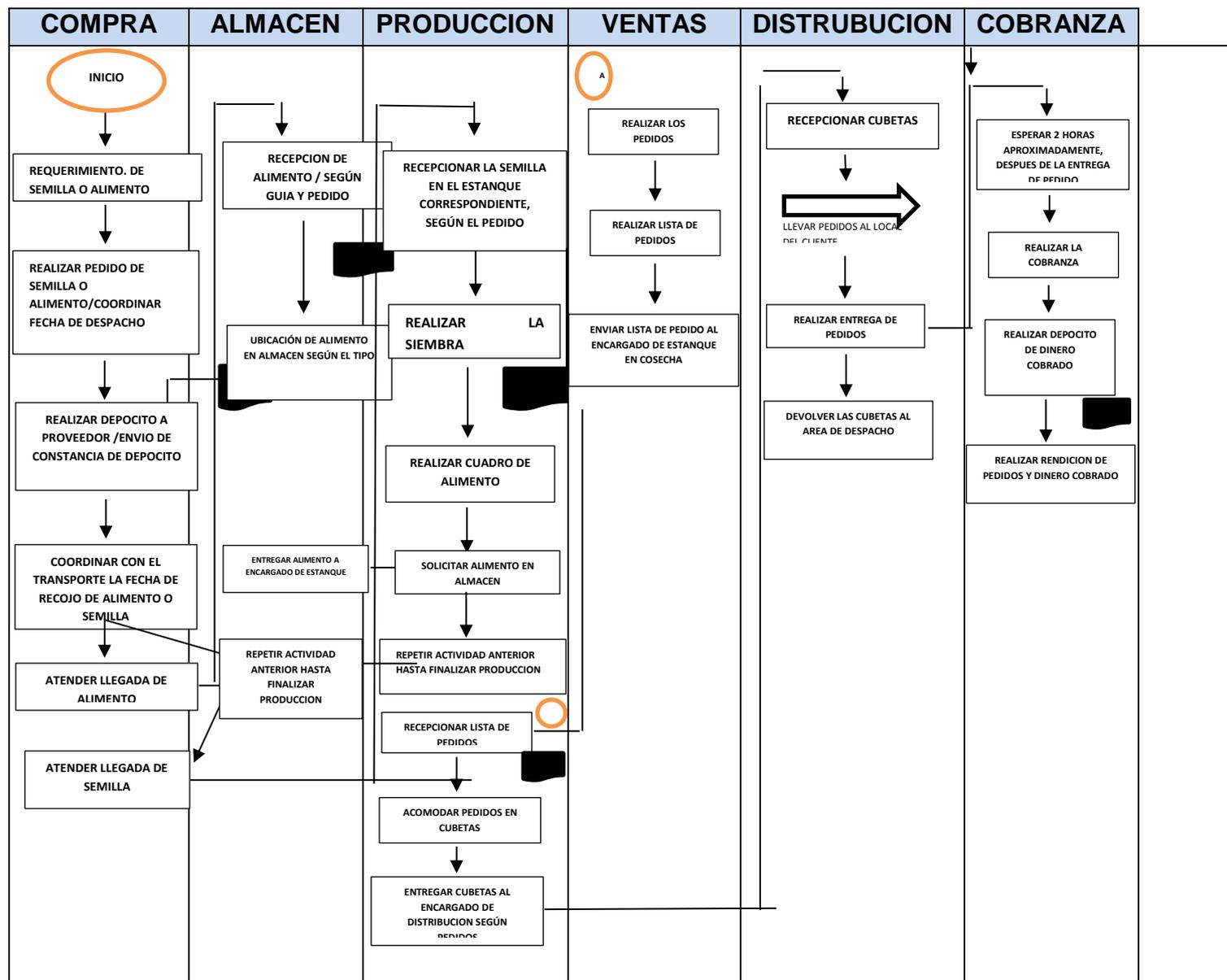
- **Proceso de distribución**

- 1.- recepcionar las cubetas por cada pedido y cliente.
- 2.- llevar los pedidos al local de cada cliente.
- 3.- realizar la entrega de pedidos a cada cliente.
- 4.- entregar cubetas al área de despacho.

- **Proceso de cobranza**

- 1.- realizar cobranza a cada cliente
- 2.- depositar el dinero en las cuentas de la empresa
- 3.- realizar la rendición de las cobranzas.

Tabla 16. diagrama de flujo de todas las áreas de la empresa acuícola el huaja



Elaboración propia

### 3.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada es una ratio de producción que determina el máximo rendimiento posible esperable por parte de una empresa teniendo en cuenta unos recursos empleados y en un periodo de tiempo. **Economipedia, 2020.**

La capacidad instalada de la empresa está determinada por los kilos totales producidos por un estanque; por la cantidad de trabajadores en el área de producción, número de estanques y por los días de atención.

En cuanto a la capacidad de kilos producidos por los estanques, cada estanque tiene una medida de 30,000 m<sup>2</sup> donde por cada metro cuadrado se colocan 3 unidades de alevín de tilapia, lo cual me da en total 90, 000 alevines de tilapia. Teniendo un margen de mortandad de 10%, la producción de cada estanque es de 12,800 kilos,

Por otro lado, en cuanto a la cantidad de trabajadores, inicialmente se ha previsto contar con 3 personas en el área de producción, teniendo cada persona a su cargo un sector.

En cuento a la cantidad de estanques, inicialmente se tendrá 4 estanques.

Los días trabajados y de atención son 26 días al mes.

Resumiendo, se tiene:

Tabla 17. Capacidad instalada expresada en kilos

Variables	U/M	kilos al mes	kilos por semanas	kilos por día
<b>kilos producidos por estanque</b>	12800 kilos	12800	3200	492
<b>Días de atención</b>	26 días			
<b>N° de kilos disponibles para venta por día</b>				<b>492</b>

Elaboración propia

Concluyendo que se tiene una capacidad instalada de 492 kilos al día, 3200 kilos a la semana y 12800 kilos al mes para la atención diaria al cliente. Teniendo una siembra programa en los 4 estanques, se cumpliría con la atención diaria durante todo el año de 492 kilos.

### **Capacidad efectiva del negocio**

La capacidad diseñada en el proyecto es de 6 estanques, pero solo se está llevando a cabo 4 estanques, por lo cual la capacidad efectiva del negocio es 4 estanques que me permitirán tener una capacidad de oferta de 492 kilos diarios.

### **3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos**

Tabla 18. Cuadro de Bienes Captales de la Empresa

<b>BIENES DE CAPITALES</b>		
<b>BIEN</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO X ALQUILER ANUAL</b>
<b>TERRENO</b>	12 HS	S/.120,000.00
<b>ALMACEN</b>	300 MTS	S/.6,000.00
<b>OFICINAS</b>	30 MTS	

Elaboración propia

**Nota:** lo descrito en el cuadro, ya se lo tiene comprado, por lo cual se considera un costo de alquiler.

Tabla 19. Cuadro de maquinarias de la empresa

<b>Maquinarias</b>		
<b>Articulo</b>	<b>Numero</b>	<b>Costo</b>
Aireadores	8 Unidades	S/.57,040.00
Camión	1 Unidad	S/.30,000.00
Motokar	1 Unidad	S/.3,000.00

Elaboración propia

<b>Equipos</b>		
Computadoras	2 Unidades	S/.4,000.00
Laptop	1 Unidad	S/.2,500.00
Impresora	1 Unidad	S/.950.00
Oxímetro	1 Unidad	S/.3,999.99
PH metro	1 Unidad	S/.379.99
Botes	4 Unidades	S/.10,000.00
Moto guadañas	4 Unidades	S/.4,800.00
Balanza	2 Unidades	S/.1,550.00

Ilustración 36. Cuadro de equipos de la empresa.

Elaboración Propia

Tabla 20. Cuadro de muebles y artículos de la empresa

<b>Muebles Y Artículos</b>		
Escritorios	4 Unidades	S/.1,900.00
Estantes	3 Unidades	S/.1,000.00
Artículos De Oficina		S/.1,500.00

Elaboración Propia

Tabla 21. Cuadro de Herramientas de la empresa

<b>Herramientas</b>		
Maya De Pescar	1 Unidad	S/.755.00
Tarrafa	1 Unidad	S/.420.00
Cubetas	35 Cubetas	S/.1,750.00
Timbos	3 Unidades	S/.150.00

Elaboración propia

Tabla 22. Cuadro de Materia Prima de la empresa

<b>Materia Prima</b>		
<b>Alevines De Tilapia</b>	90 Millares	S/.10,800.00

Elaboración propia

<b>INSUMOS</b>			
<b>ALIMENTO</b>			
<b>45%</b>	S/.150.00	PRECIO POR SACO	
<b>40%</b>	S/.148.00	PRECIO POR SACO	
<b>32%</b>	S/.104.00	PRECIO POR SACO	
<b>28%</b>	S/.98.00	PRECIO POR SACO	
<b>ABONOS</b>			
<b>Urea</b>	S/.100.00	PRECIO POR SACO	
<b>Fosfato</b>	S/.80.00	PRECIO POR SACO	
<b>CAL</b>	S/.80.00	PRECIO POR SACO	
<b>SAL</b>	S/.19.00	PRECIO POR SACO	
<b>GASOLINA</b>	S/.11.30	PRECIO POR GALON	
<b>VENENOS PARA HIERVA</b>			
<b>Bazuca</b>	S/.18.00	PRECIO POR BOTELLA	
<b>Aminaclin</b>	S/.18.00	PRECIO POR BOTELLA	
<b>Fuego</b>	S/.19.00	PRECIO POR BOTELLA	

Ilustración 37. Cuadro de insumos de la empresa

Elaboración propia

Cargo	Rem. Individ.	Cant.	Rem. mensual	Rem. anual	Essalud	Vacac.	Gratíf.	CTS	Total, Anual
					9%	15 días	1/2 rem.	15 días	
Gerente General	2,000.00	1	2,000.00	24,000.00	2,160.00	1,000.00	2,000.00	1,000.00	30,160.00
Administrador y control interno	1,500.00	1	1,500.00	18,000.00	1,620.00	750.00	1,500.00	750.00	22,620.00
Biólogo	1,800.00	1	1,800.00	21,600.00	1,944.00	900.00	1,800.00	900.00	27,144.00
Distribuidor y vendedor	1,200.00	1	1,200.00	14,400.00	1,296.00	600.00	1,200.00	600.00	18,096.00
Cuidadores de Estanques	1,200.00	4	4,800.00	57,600.00	5,184.00	2,400.00	4,800.00	2,400.00	72,384.00
Asesor legal y contable	1000	1	1000	12,000.00					12,000.00
<b>Total</b>									<b>182,404.00</b>

Ilustración 38. Cuadro de recursos humanos de la empresa

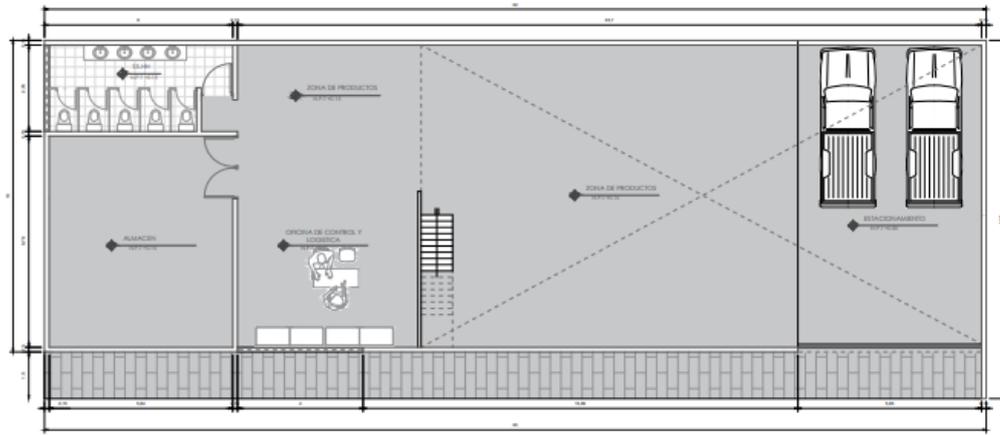
Elaboración propia

### 3.2.4. Infraestructura y características físicas

La infraestructura que necesita el negocio se divide en 3 áreas principales: área de producción y almacén, área de comercialización y ventas, área administrativa y logística. Por ello se ha diseñado el proyecto de la siguiente manera:

1. 4 estanques de 3 hectáreas cada uno
2. Un almacén de 300 metros cuadrados
3. Oficinas para el control de las actividades
4. Servicios higiénicos tanto para el personal administrativo como el de producción
5. Caletas
6. Patio de estacionamiento

Los cuales se pueden apreciar en los siguientes planos arquitectónicos:



PLANTA PRIMER NIVEL ESC. 1/100

EA  
ENTROPIA ESTUDIO

SAN JOSE DE GISA

OTERAS + ALMACEN

PARRAL WEL

SINDY PAOLA JARA

ABD. NARCIS GARCIA PINO

1 / 100

Ilustración 39. Plano de distribución de almacén, oficina y patio de estacionamiento, primer nivel

Elaboración propia

En dicha imagen se puede apreciar el patio de estacionamiento donde se dispondrá a guardar la moto taxi y el camión repartidor, también se puede apreciar el espacio libre para almacenamiento del alimentos y otros insumos, así mismo se puede ver un espacio para un almacén pequeño de herramientas, a continuación se divisa el servicio higiénico para el área administrativa y una pequeña oficina para el encargado de almacén.

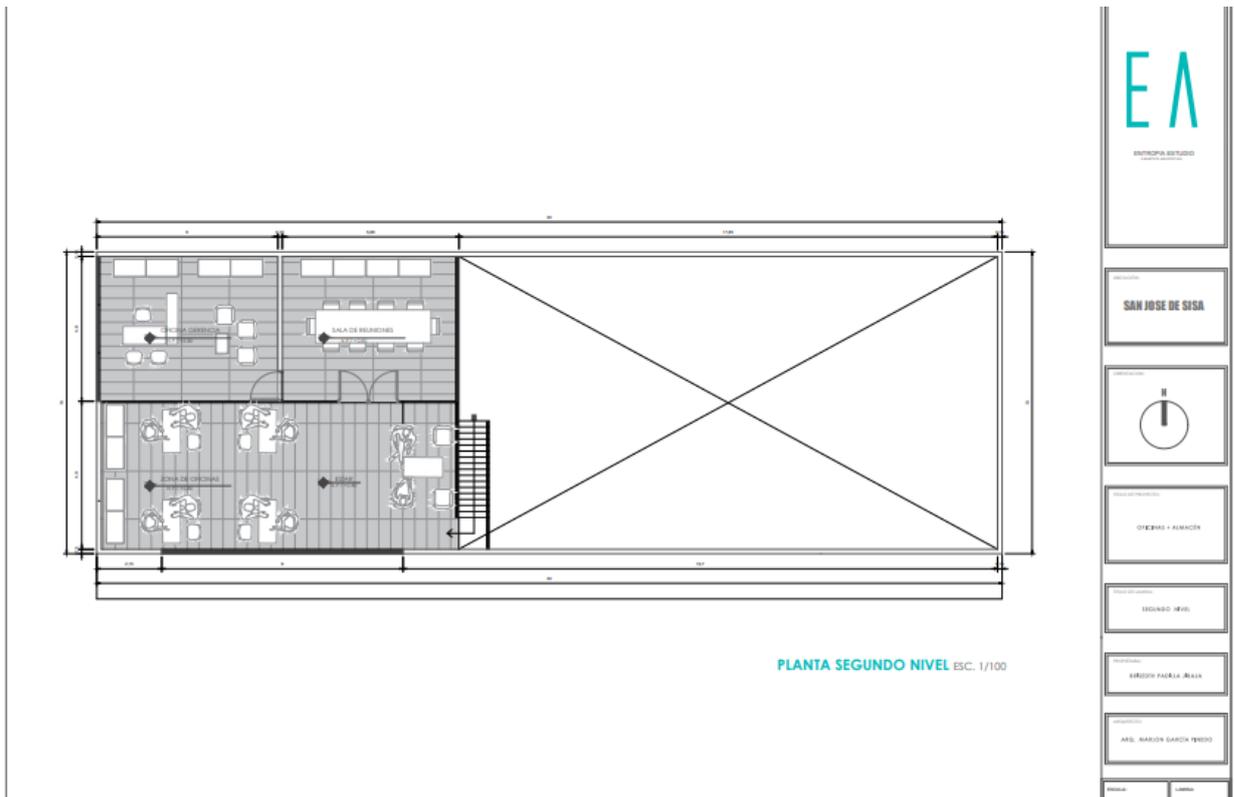


Ilustración 40. Plano de distribución de las oficinas administrativas y de producción. Segundo nivel.

Elaboración propia

En la siguiente imagen se puede observar la distribución para la oficina administrativa-gerencia, una sala de reuniones para el área administrativa y de producción, así también como la oficina del área de producción.





Ilustración 42. Macro- localización del negocio

Fuente: Google Maps

La ubicación macro del negocio es en el distrito de san José de sisa, así como se puede apreciar en la imagen 19.

### 3.3.2 Micro Localización Del Negocio



#### Ilustración 43. micro localización del negocio

La ubicación del negocio es: carretera agua blanca S/N san José de sisa, provincia el dorado, departamento de san Martín.

Para la macro y micro localización del negocio, se ha tomado en cuenta los siguientes factores determinantes y condicionantes, los cuales se puede apreciar en la tabla , donde se consideró dos posibles ubicaciones, donde la ganadora fue san José de sisa, teniendo como el factor más importante la infraestructura disponible, es decir el área necesaria para llevar a cabo el proyecto.

FACTOR	PESO	TARAPOTO		SAN JOSE DE SISA	
		calificación	ponderación	calificación	ponderación
NO DISPONIBLE	0.1	3	0.3	3	0.3
FACILIDADES MUNICIPALES	0.2	2	0.4	4	0.8
INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE	0.5	3	1.5	5	2.5
CERCANIA A CONSUMIDORES	0.1	3	0.3	3	0.3
TRANSPORTE	0.1	3	0.3	3	0.3
<b>TOTALES</b>	<b>1</b>		<b>2.8</b>		<b>4.2</b>

Ilustración 44. Factores determinantes para la ubicación del negocio

Elaboración propia

## **IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.**

### **4.1. Inversión Fija**

#### **4.1.1. Inversión fija tangible**

Los activos fijos son la inversión fija tangible, vienen a ser el terreno, las edificaciones, las maquinarias y equipos, los muebles y enseres, vehículos, entre otros.

Para adquirir los activos fijos, deben considerarse una serie de criterios, como por ejemplo: verificar el precio de mercado, del activo o de un activo similar como referente.

Para bienes como terrenos y edificios se podrá mandar a valorizar por un perito.

Con respecto a las maquinarias y equipos, hay que evaluar las propuestas de los proveedores, considerando la calidad del bien, sus costos de mantenimiento, el tiempo de obsolescencia, el valor de reventa, entre otros. Asimismo, debe considerarse el costo de la instalación y flete.

Tabla 23. Inversión Tangible

Inversión Tangible	Valor Venta	IGV	Unidades	Total
<b>ESTANQUES</b>				
Maquinaria	S/.354,000.00			S/.354,000.00
<b>Excavadora</b>	S/.192,000.00		<b>horas</b>	
<b>Tractor De Oruga</b>	S/.162,000.00		<b>horas</b>	
Tubos	S/.50,000.00			S/.50,000.00
Llaves De Control	S/.43,000.00			S/.43,000.00
Codos	S/.23,000.00			S/.23,000.00
Tees	S/.32,000.00			S/.32,000.00
Caletas	S/.10,000.00			S/.10,000.00
<b>MAQUINARIAS</b>				
<b>Aireadores</b>	S/.5,661.02	S/.1,018.98	8	S/.53,440.03
<b>CAMION - De Segunda</b>	S/.25,423.73	S/.4,576.27	1	S/.30,000.00
<b>Motokar - De Segunda</b>	S/.3,000.00	S/.3,000.00	1	S/.6,000.00
<b>EQUIPOS</b>				
<b>Computadoras</b>	S/.1,541.60	S/.338.40	2	S/.3,760.00
<b>Laptop</b>	S/.1,803.18	S/.395.82	1	S/.2,199.00
<b>Impresora</b>	S/.1,065.18	S/.233.82	1	S/.1,299.00
<b>Oxímetro</b>	S/.3,380.00	S/.608.54	1	S/.3,988.54
<b>PH metro</b>	S/.322.03	S/.57.96	1	S/.379.99
<b>Botes</b>	S/.2,500.00		4	S/.10,000.00
<b>Moto guadañas</b>	S/.1,295.20	S/.284.80	4	S/.6,320.00
<b>Balanza 200 Kilos</b>	S/.1,350.00		1	S/.1,350.00
<b>Balanza 60 Kilos</b>	S/.290.00		1	S/.290.00
<b>MUEBLES Y ARTICULOS</b>				
<b>Escritorio</b>	S/.779.90		4	S/.3,119.60
<b>Estante</b>	S/.429.90		2	S/.859.80
<b>Estante Porta Fails</b>	S/.500.00		1	S/.500.00
<b>Sillas Giratoria</b>	S/.139.90		3	S/.419.70
<b>Sillas</b>	S/.159.90		8	S/.1,279.20
<b>ARTICULOS DE OFICINA</b>				S/.0.00
<b>Lapiceros</b>	S/.8.50		1 caja	S/.8.50
<b>Corrector</b>	S/.1.70		4 unidades	S/.6.80
<b>Lápiz</b>	S/.10.60		1 caja	S/.10.60
<b>Resaltador</b>	S/.11.70		4 unidades	S/.11.70
<b>Perforador</b>	S/.11.10		4 unidades	S/.44.40
<b>Engrampado</b>	S/.11.90		4 unidades	S/.47.60

<b>Calculadora</b>	S/.17.90	4 unidades	S/. 71.60
<b>Regla</b>	S/.3.30	4 unidades	S/. 13.20
<b>Saca Grapas</b>	S/.1.40	4 unidades	S/. 5.60
<b>Grapas</b>	S/.2.20	4 caja	S/. 8.80
<b>Folders</b>	S/.3.70	1 paquete	S/. 3.70
<b>Sobres</b>	S/.4.30	1 paquete	S/. 4.30
<b>Clics</b>	S/.0.80	1 caja	S/. 0.80
<b>Faster</b>	S/.3.20	1 caja	S/. 3.20
<b>Micas</b>	S/.5.70	1 paquete	S/. 5.70
<b>Hoja Bon</b>	S/.10.50	3 paquetes	S/. 31.50
<b>Tajador</b>	S/.1.40	4 unidades	S/. 5.60
<b>Borrador</b>	S/.4.50	4 unidades	S/. 9.00
<b>Agendas</b>	S/.20.00	3 unidades	S/. 60.00
<b>Archivador</b>	S/.30.00	2 cajas	S/. 60.00
<b>Basurero</b>	S/.13.40	4 unidades	S/. 53.60
<b>Notas</b>	S/.18.90	4 paquetes	S/. 75.60
<b>Tijera</b>	S/.4.70	4 unidades	S/. 18.80
<b>Plumón De Pizarra</b>	S/.13.50	1 caja	S/. 13.50
<b>Plumón Indeleble</b>	S/.3.00	4 unidades	S/. 12.00
<b>HERRAMIENTAS</b>			
<b>Maya De Pescar</b>	S/.755.00	1	S/.755.00
<b>Tarrafa</b>	S/.420.00	1	S/.420.00
<b>Cubetas</b>	S/.50.00	35	S/.1,750.00
<b>Timbos</b>	S/.50.00	3	S/.150.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/.640,865.96</b>

Fuente: elaboración propia

#### 4.1.2 Inversión Intangible

La inversión fija intangible está constituida básicamente por todos aquellos gastos pre operativos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Estos gastos son, entre otros, los siguientes: gastos de constitución, de registro de marcas y patentes, de obtención de licencias, intereses pre operativo, legalización de libros contables, jefe de proyecto, etc.

Se registran como gastos pre operativo, activándose en el balance de apertura del proyecto, para luego poder pasar como gasto cuando el proyecto comienza a operar.

Inversión intangible	Valor Venta	IGV	Total
Gastos De Constitución Y Organización	S/.2,000.00		S/.2,000.00
Licencias Municipal , Permiso De Agua Del Ana , Certificado De Sanipez	S/.5,000.00		S/.5,000.00
Sistema Administrativo	S/.3,000.00		S/.3,000.00
Capacitaciones ( Las Otorga El Estado - Produce)	S/.0.00		S/.0.00
Diseño De Logo, Membrete, Tarjetas, Sobre , Otros	S/.500.00		S/.500.00
Patente De Marca	S/.535.00		S/.535.00
Creación De Pagina Web	S/.1,000.00		S/.1,000.00
<b>Total</b>	<b>S/.12,035.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.12,035.00</b>

Ilustración 45.Inversión Intangible

Fuente: elaboración propia

#### 4.2 Capital de Trabajo

Es aquella inversión que se utiliza como fondo de maniobra para que el proyecto pueda trabajar sin problemas.

El capital de trabajo se puede estimar de diferentes maneras o metodologías, estas se aplican según el tipo de proyecto, y de los datos con que se cuenten, sin embargo la más adecuada es el déficit acumulado máximo.

Se calculan en principio los requerimientos, y luego las variaciones, estas últimas se constituyen en la inversión en capital de trabajo del proyecto.

Tabla 24. Capital de Trabajo en 3 meses

<b>Capital de trabajo en Soles</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
<b>Valor actual de capital de trabajo</b>	311,686	873,219
<b>Capital de trabajo</b>	306,686	868,219
<b>Caja</b>	5,000	5,000
<b>Costo de Servicio / Materia prima directa</b>	<b>25,920.00</b>	<b>25,920.00</b>
<b>alevines de tilapia ( 90 millares por estanque - total de estanque : 4)</b>	25,920.00	25,920.00
<b>Insumos</b>	<b>253,275.20</b>	<b>759,825.60</b>
<b>ALIMENTO - Precio por 15TN</b>		
45%	S/.90,000.00	270,000.00
40%	S/.55,500.00	166,500.00
32%	S/.39,000.00	117,000.00
28%	S/.36,750.00	110,250.00
<b>ABONOS - Precio por estanque</b>		-
<b>Urea</b>	S/.900.00	2,700.00
<b>Fosfato</b>	S/.720.00	2,160.00
		-
<b>CAL - Precio por 15 TN</b>	S/.24,000.00	72,000.00
<b>SAL - Precio por 15TN</b>	S/.5,700.00	17,100.00

<b>GASOLINA - Precio por galón y por estanque</b>	S/.45.20	135.60
<b>VENENOS PARA HIERVA - Precio por caja</b>		-
<b>Bazuca</b>	S/.216.00	648.00
<b>Aminaclin</b>	S/.216.00	648.00
<b>Fuego</b>	S/.228.00	684.00
<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>6,600.00</b>	<b>19,800.00</b>
<b>Gerente de Producción</b>	1,800.00	5,400.00
<b>Cuidador de estanque 1</b>	1,200.00	3,600.00
<b>Cuidador de estanque 2</b>	1,200.00	3,600.00
<b>Cuidador de estanque 3</b>	1,200.00	3,600.00
<b>Cuidador de estanque 4</b>	1,200.00	3,600.00
<b>Gastos de Personal</b>	<b>4,500.00</b>	<b>13,500.00</b>
<b>Gerente General</b>	2,000.00	6,000.00
<b>Administrador y Control interno</b>	1,500.00	4,500.00
<b>asistente contable</b>	1,000.00	3,000.00
<b>Gastos Fijos</b>	<b>10,819.70</b>	<b>32,459.10</b>
<b>Alquiler de estanques</b>	10,000.00	30,000.00
<b>Alquiler de oficina y almacén</b>	500.00	1,500.00
<b>Servicio de internet</b>	50.00	150.00
<b>Servicio móvil</b>	269.70	809.10
<b>Gastos de Venta</b>	<b>5,571.40</b>	<b>16,714.20</b>
<b>Pago por despacho</b>	900.00	2,700.00
<b>Pago por pesca</b>	2,571.40	7,714.20
<b>Combustible - Transporte</b>	900.00	2,700.00
<b>Distribuidor y Vendedor</b>	1,200.00	3,600.00

Fuente: elaboración propia

### 4.3 Inversión Total

Tabla 25. Inversión Total del proyecto

<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>	<b>IGV</b>	<b>Total</b>
<b>Inversión tangible</b>	630,351	10,515	640,866.0
<b>Inversión intangible</b>	12,035	-	12,035.0
<b>Capital de trabajo</b>	833,394	39,825.00	873,218.9
<b>Inversión Total</b>	<b>1,475,780</b>	<b>50,340</b>	<b>1,526,120</b>

Fuente: elaboración propia

### 4.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 26. Estructura de Inversión del Proyecto

<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>	<b>IGV</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Inversión tangible</b>	630,351	10,515	640,866.0	41.99%
<b>Inversión intangible</b>	12,035	-	12,035.0	0.79%
<b>Capital de trabajo</b>	833,394	39,825.00	873,218.9	57.22%
<b>Inversión Total</b>	<b>1,475,780</b>	<b>50,340</b>	<b>1,526,120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Financiamiento del Proyecto

<b>ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO</b>			
<b>INVERSIÓN</b>	<b>APORTE</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>PROPIO</b>	<b>PRESTAMO</b>	
<b>Inversión tangible</b>		640,866	640,866
<b>Inversión intangible</b>		12,035	12,035
<b>Capital de trabajo</b>		873,219	873,219
<b>TOTAL INVERSION</b>		<b>1,526,120</b>	1,526,120
<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

#### **4.5 Condiciones De Pago:**

- Se cancelara el financiamiento otorgado, anualmente dando el 10% de las ganancias obtenidas del año en ejercicio.
- No está sujeto a más condiciones, ya que es un aporte propio o un financiamiento propio, otorgado como un préstamo, el cual no está sujeta a condiciones de ningún banco.

## V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

### 5.1 Presupuesto de los costos

#### Costos Fijos

Son aquellos costos que posee una empresa más allá de la producción obtenida, es decir, que su valor no varía según lo producido. Los costos fijos solo pueden ser estipulados a corto plazo, ya que con el correr del tiempo eventualmente varían. Algunos ejemplos son: el pago de alquileres y los impuestos.

Gastos de Personal	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Gratificaciones	Sub-total	Essalud		Costo Mensual	Costo Anual
Gerente General	2,000.00	22,000.00	1,000.00	2,000.00	25,000.00	2,160.00		2,263.33	27,160.00
Administrador y Control interno	1,500.00	16,500.00	750.00	1,500.00	18,750.00	1,620.00		1,697.50	20,370.00
Asistente contable	1,000.00	12,000.00	-	-	13,000.00	-		1,083.33	13,000.00
<b>TOTAL</b>								<b>3,960.83</b>	<b>60,530.00</b>

Ilustración 46. Gastos de Personal

Fuente: elaboración propia

Gastos Fijos	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual		Costo Anual
Alquiler de estanques	2500.00	4	10,000.00		120,000.00
Alquiler de oficina y almacen	500.00	1	500.00		6,000.00
Servicio de internet	50.00	1	50.00		600.00
Servicio movil	89.90	3	269.70		3,236.40
<b>TOTAL</b>			<b>10,819.70</b>		<b>129,836.40</b>

Ilustración 47. Gastos Fijos

Fuente: elaboración propia

Gastos Administrativos	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual		Costo Anual
Hojas Bon	10.50	1.00	10.50		126.00
Útiles de Oficina	15.00	1.00	15.00		180.00
Tinta de impresora	15.00	1.00	15.00		180.00
<b>TOTAL</b>			<b>40.50</b>		<b>486.00</b>

Ilustración 48. Gastos Administrativos

Fuente: elaboración Propia

Gastos de Venta	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual		Costo Anual
Pago por despacho	30.00	30	900.00		10,800.00
Pago por pesca	0.20	12857	2,571.40		30,856.80
Combustible - Transporte	30.00	30	900.00		10,800.00
Distribuidor y Vendedor	1,200.00	1	1,200.00		14,400.00
<b>TOTAL</b>			<b>5,571.40</b>		<b>66,856.80</b>

Ilustración 49. Gastos de Venta

Fuente: Elaboración Propia

### Costos Variables

Son aquellos costos que varían en relación a lo producido, es decir, que si se aumenta la producción estos costos serán mayores y viceversa. Algunos ejemplos son: la cantidad de materia prima utilizada, el embalaje y empaquetado de los productos.

<b>Costo de Servicio / Materia prima directa</b>	<b>25,920.00</b>	<b>25,920.00</b>
alevines de tilapia ( 90 millares por estanque - total de estanque : 4)	25,920.00	25,920.00
<b>Insumos</b>	<b>253,275.20</b>	<b>759,825.60</b>
<b>ALIMENTO - Precio por 15TN</b>		
45%	S/.90,000.00	270,000.00
40%	S/.55,500.00	166,500.00
32%	S/.39,000.00	117,000.00
28%	S/.36,750.00	110,250.00
<b>ABONOS - Precio por estanque</b>		-
Urea	S/.900.00	2,700.00
Fosfato	S/.720.00	2,160.00
		-
<b>CAL - Precio por 15 TN</b>	S/.24,000.00	72,000.00
<b>SAL - Precio por 15TN</b>	S/.5,700.00	17,100.00
<b>GASOLINA - Precio por galon y por estanque</b>	S/.45.20	135.60
<b>VENENOS PARA HIERVA - Precio por caja</b>		-
Bazuka	S/.216.00	648.00
Aminaclin	S/.216.00	648.00
Fuego	S/.228.00	684.00

Ilustración 50.Materia Prima e Insumos

Fuente: Elaboración Propia

<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>Remuneración</b>	<b>Pago Anual</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Gratificaciones</b>	<b>Sub-total</b>	<b>Essalud</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Gerente de Produccion	1,800.00	19,800.00	900.00	1,800.00	20,700.00	1,944.00	1,887.00	22,644.00
Cuidador de estanque 1	1,200.00	13,200.00	600.00	1,200.00	13,800.00	1,296.00	1,258.00	15,096.00
Cuidador de estanque 2	1,200.00	13,200.00	600.00	1,200.00	13,800.00	1,296.00	1,258.00	15,096.00
Cuidador de estanque 3	1,200.00	13,200.00	600.00	1,200.00	13,800.00	1,296.00	1,258.00	15,096.00
Cuidador de estanque 4	1,200.00	13,200.00	600.00	1,200.00	13,800.00	1,296.00		
TOTAL							5,661.00	67,932.00

Ilustración 51.Mano de obra Directa

Fuente: Elaboración Propia

## Determinación del costo total y unitario

Gastos de personal	60,530.00
Materiales indirectos	-
Gastos fijos	129,836.40
Gastos administrativos	486.00
Gastos financieros	-
Gastos de venta	66,856.80
<b>Costo fijo Total</b>	<b>257,709.20</b>

Ilustración 52.Costo Fijo Total

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28.Costo Variable Total

<b>Costo de servicio</b>	<b>759,825.60</b>
<b>Costo operativo</b>	<b>70,448.00</b>
	-
<b>Costo variable total</b>	<b>830,273.60</b>

Fuente: Elaboración Propia

<b>Costo total</b>	<b>1,089,456.80</b>
--------------------	---------------------

## 5.2 Punto de equilibrio

Cantidad por mes - Kilos	12504
CVU	5.5
CFU	1.7
Costo unitario	7.2
Margen de ganancia	30%
Valor de venta	10.3
Precio de venta	10.3
<b>Punto de equilibrio ( En Kilos)- Anual</b>	<b>53,490.46</b>
<b>Punto de equilibrio ( En dinero)- Anual</b>	<b>552,795.68</b>
	<b>1,550,666.86</b>

Ilustración 53.Punto de Equilibrio en cantidad y dinero anual

Fuente: Elaboración Propia

### 5.3 Estado de ganancias y perdidas

Estado de Resultados Proyectados						
	2021	2022	2023	2024	2025	
Ventas	1,500,480.00	1,650,528.00	1,815,580.80	1,997,138.88	2,196,852.77	
Costo de venta	853,677.60	928,402.80	1,010,600.52	1,101,018.01	1,200,477.25	
Utilidad bruta	646,802.40	722,125.20	804,980.28	896,120.87	996,375.51	
Gastos de ventas	66,856.80	69,531.07	72,312.31	75,204.81	78,213.00	
Gastos fijos	129,836.40	135,029.86	140,431.05	146,048.29	151,890.22	
Otros costos fijos	61,016.00	67,088.44	73,766.96	81,112.11	89,190.52	
Depreciación y amortización	13,407.00	13,407.00	13,407.00	13,407.00	10,907.00	
Utilidad de Operación	375,686.20	437,068.83	505,062.96	580,348.65	666,174.77	
Gastos Financieros				-	-	
Utilidad Ante de Impuestos	375,686.20	437,068.83	505,062.96	580,348.65	666,174.77	
Impuesto a la renta (10% )	37,568.62	43,706.88	50,506.30	58,034.87	66,617.48	
<b>Utilidad neta</b>	<b>338,117.58</b>	<b>393,361.95</b>	<b>454,556.66</b>	<b>522,313.79</b>	<b>599,557.29</b>	

Ilustración 54. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado a 5 años

Fuente: elaboración propia

### 5.4 Presupuesto de ingresos

Tabla 29. Presupuesto de Ingresos Proyectado

Años	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Ventas</b>	S/.150,048.00	S/.169,712.00	S/.186,684.00	S/.205,352.00	S/.225,887.00
<b>precio de venta</b>	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/.1,500,480.00</b>	<b>S/.1,697,120.00</b>	<b>S/.1,866,840.00</b>	<b>S/.2,053,520.00</b>	<b>S/.2,258,870.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.5 Presupuesto de egresos

Tabla 30. Presupuesto de Egresos

Materia Prima Directa	785,745.60
Mano de Obra Directa	20,400.00
Gastos de Personal	13,800.00
Gastos Fijos	32,459.10

Gastos Administrativos	486.00
Gastos de Venta	16,714.20

Elaboración propia

## 5.6 Flujo de Caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SALDO INICIAL</b>		S/.87,473.26	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
<b>Ingresos</b>						
Ventas de Contado		S/.1,500,480.00	S/.1,697,120.00	S/.1,866,840.00	S/.2,053,520.00	S/.2,258,870.00
Ventas a crédito		S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Desembolso dinero	S/.1,526,119.86	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
<b>Total Ingresos</b>	S/.1,526,119.86	S/.1,500,480.00	S/.1,697,120.00	S/.1,866,840.00	S/.2,053,520.00	S/.2,258,870.00
<b>Egresos</b>						
<b>2. Costos de Producción</b>						
- Materia Prima (Insumos)	S/.785,745.60	S/.785,745.60	S/.785,745.60	S/.785,745.60	S/.785,745.60	S/.785,745.60
- Materias Primas a Crédito	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
- Sueldos de operativos		S/.67,932.00	S/.67,932.00	S/.67,932.00	S/.67,932.00	S/.67,932.00
<b>3. Costos Fijos</b>						
- Sueldo Gerente	S/.0.00	S/.27,160.00	S/.27,160.00	S/.27,160.00	S/.27,160.00	S/.27,160.00
- Sueldos Administrativo	S/.0.00	S/.20,370.00	S/.20,370.00	S/.20,370.00	S/.20,370.00	S/.20,370.00
- Servicios Publicos	S/.0.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00
- Materiales para Elaboracion	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
- Papeleria	S/.0.00	S/.486.00	S/.486.00	S/.486.00	S/.486.00	S/.486.00
- Comunicaciones - Fax - Intern	S/.0.00	S/.3,836.40	S/.3,836.40	S/.3,836.40	S/.3,836.40	S/.3,836.40
- Alquileres	S/.0.00	S/.126,000.00	S/.126,000.00	S/.126,000.00	S/.126,000.00	S/.126,000.00
- Gastos en Ventas	S/.0.00	S/.66,856.80	S/.66,856.80	S/.66,856.80	S/.66,856.80	S/.66,856.80
- Compra activos	S/.640,866.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Gastos de preinversión	S/.12,035.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
<b>Total Egresos</b>	S/.1,438,646.60	S/.1,111,386.80	S/.1,111,386.80	S/.1,111,386.80	S/.1,111,386.80	S/.1,111,386.80
<b>Flujo Neto=Ingresos-Egresos</b>	S/.87,473.26	S/.389,093.20	S/.585,733.20	S/.755,453.20	S/.942,133.20	S/.1,147,483.20

Ilustración 55. Flujo de caja Proyectado

Fuente: Elaboración Propia

## VI: EVALUACION

### 6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

		Flujo de caja económico				
		2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos Operativos		1,500,480	1,650,528	1,815,581	1,997,139	2,196,853
Egresos Operativos		1,148,955	1,243,759	1,347,617	1,461,418	1,586,388
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		351,525	406,769	467,964	535,721	610,464
Inversiones en Activo Fijo Tangible	- 640,866					
Inversiones en Activos Fijo intangible	- 12,035					
Inversiones en Capital de Trabajo	- 873,219					
Valor residual						
<b>Total flujo de Inversiones</b>	- 1,526,120	351,525	406,769	467,964	535,721	610,464
<b>Flujo de Caja Económico</b>	- 1,526,120	- 1,174,595	- 767,826	- 299,863	235,858	846,322

Ilustración 56. Flujo Económico de Caja Proyectado

Fuente: Elaboración Propia

### Calculo del WACC

Tabla 31. Calculo de WACC

- Capital	
- Deuda	100.00%
- Cok	20.00%
- Kd	9.00%
- Tax Perú	10.00%
<b>- WACC</b>	<b>8.100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Tabla 32. Periodo de Recuperación

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0	-1,526,120	325,185	348,094	370,455	392,316	413,554
FCE 0 Acumulado		325,185	673,279	1,043,733	1,436,049	1,849,602

Fuente: Elaboración Propia

Periodo de recuperación de la inversión	72 meses
VANE	299,243.88
TIRE	15.12%
B/C (FCE)	1.21

Ilustración 57. Calculo de VAN, TIR Y B/C del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3. Evaluación Social

En el ámbito Social la empresa contribuirá con generación de empleos en la localidad, ya que en un estado inicial la empresa necesitara 8 trabajadores, por lo cual 8 familias serán beneficiadas con un sueldo. Por lo consiguiente cuando el proyecto siga expandiéndose, se necesitara mayor número de personal. De igual manera el servicio de pesca se terciarizara, donde también se está contribuyendo a más empleos.

Además de ello, la empresa será completamente formal en todos sus ámbitos, por lo cual pagara sus impuestos contribuyendo así al estado.

### 6.4. Impacto Ambiental

Para la realización del proyecto, se modificara el terreno a la construcción de estanques, los cual funcionarán con agua llevadas en tuberías, por ello para no afectar los recursos hídricos y tampoco al medio ambiente, se realizara un proyecto con un ingeniero para solicitar el permiso y la autorización del ANA (AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA) para el uso de dicho recurso hídrico.

Para la producción de Tilapia, no se utiliza materiales tóxicos o que contaminen el agua o los suelos, por ello no se afectara ni se atentara con el medio ambiente, en todas las etapas del proyecto y su funcionamiento.

Los Residuos que tendrá la empresa, son mayormente plástico y papel, en el caso del área de producción los residuos serán de los sacos de alimento y las botellas de los venenos para los desyerbos del área, dichos sacos se reutilizaran para los tachos de basuras, así como la venta a las empresas recicladoras, el mismo proceso será para las botellas. En el caso del área administrativa, los residuos sólidos son el papel, lo cual se reciclara, además de ello para la ayuda del medio ambiente se tratara en lo posible no utilizar papel, si no realizar en lo posible las coordinaciones o avisos mediante correo o teléfono.

## **VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 Conclusiones**

Habiendo culminado el Proyecto podemos concluir de la siguiente manera en cada uno de los capítulos:

#### **1. Organización y aspectos legales**

En dicho capítulo podemos concluir que cada las empresas deben ser constituidas de forma legal, donde sus trabajadores gocen del beneficio que otorgue el tipo de empresa en la cual se constituya y se ubique de acuerdo a las ventas anuales. Por ello la empresa se encuentra en una PEQUEÑA EMPRESA, donde sus trabajadores gozan de los derechos de gratificación, vacaciones a si como salud.

De acuerdo a cada negocio o proyecto hay distintos permisos y autorizaciones municipales, distritales o de otro ámbito, por ello las empresa deben obtener cada uno de dichos permisos para poder laborar y desarrollar el proyecto, de tal manera en el paso del tiempo no tenga inconvenientes con las autoridades correspondientes. Por ello la empresa necesitara licencia de funcionamiento, ya que se contara con un almacén y oficinas, así como estanques de producción lo cual a merita inevitablemente una licencia para poder funcionar.

De igual modo se trabajara con un recurso natural muy importante, el cual es el agua. Para eso se necesita una autorización de parte del ANA para el uso responsable de dicho recurso. El producto a

comercializar es para el consumo humano directo por ello es muy importante contar con el certificado de SANIPEZ.

Se debe tener en cuenta el registro del nombre de la empresa, así también como la marca de los productos, ya que no se puede dar importancia a dicho tema y cualquier otra empresa o persona puede registrar la marca que gracias a nuestro producto tiene éxito en el mercado. La empresa llevara por nombre ACUICOLA DEL HUAJA SAC, la cual será debidamente registrada al igual que su marca DON PESCAO.

## **2. Estudio de mercado**

En dicho capítulo podemos concluir la importancia del estudio de la demanda y oferta dentro del proyecto, para de tal manera saber determinar el público objetivo al cual estará dirigido el producto. El público objetivo del negocio son las personas naturales quienes tiene un puesto en la sección de pescados de agua dulce, donde su venta principal es la Tilapia. Para ello la oferta que se tiene como negocio es de gran capacidad con tendencia a creer y atender a todo el público objetivo el cual se encuentra en los mercados de Tarapoto y San José de Sisa.

Es importante determinar la demanda insatisfecha, ya que de esa manera se podrá saber cuánto más puede crecer la empresa. La demanda insatisfecha del negocio es de gran cantidad ya que como

etapa inicial de la empresa solo se podrá atender al 30% de todo el público objetivo. Lo cual nos da la opción de ampliar más el tamaño de nuestra empresa y así tener crecimiento en el mercado. Ya que debido a la demanda insatisfecha tenemos mercado donde colocar y ofertar nuestro producto.

Es importante determinar los métodos de comercialización y promoción acorde al público objetivo y sus exigencias.

### **3. Estudio técnico**

Es importante determinar el tamaño del proyecto, así como los equipos, maquinarias, insumos, herramientas, entre otros a utilizar durante la implementación del proyecto así como en su funcionamiento. El tamaño del proyecto está determinado por nuestra demanda o público objetivo, ya que a mayor demanda mayor tamaño del negocio con respecto al área de producción, ya que para atender a mayor cantidad de público objetivo , se tendrá que ampliar más estanques y así tener la oferta necesaria para la atención.

Se debe tener diseñado el proyecto en planos, con su distribución correspondiente, siempre teniendo en cuenta todas las áreas y espacios que se necesitan para realizar y poder el proyecto en marcha. Para el proyecto es indispensable tener dos principales planos los cuales son los siguientes: el plano de los estanques para el área de

producción y los planos de almacén y oficinas para el control y área administrativa de la empresa.

Las herramientas, equipos, insumos, materia prima, etc. determinado en esta etapa del proyecto son de suma importancia para la determinación de las inversiones así como del capital de trabajo a necesitar para la marcha del proyecto. Las herramientas o insumos principales identificados en el proyecto, es la materia prima en este caso los alevines de tilapia y los insumos en este caso el alimento para cada etapa de producción. Así como las herramientas a utilizar para la distribución y comercialización del producto como lo es el camión, jabas, maya de pescar, entre otros.

#### **4. Costos , financiamiento e inversión**

Dicho capítulo es muy importante para determinar la inversión total del proyecto, el financiamiento del mismo y proyectar si el proyecto será rentable. La inversión total del proyecto es de S/ 1, 526,120 , el cual será financiado por un préstamo familiar, el cual se proyecta que será devuelto en 6 años, los kilos proyectado a vender anualmente son 154,504 kilos a un precio de 10 soles, siendo 7 soles el costo por kilo vendido, lo cual nos da un flujo de caja positivo que nos permite devolver el financiamiento obtenido.

## **5. Evaluación**

La evaluación económica realizada al proyecto es positiva, ya que el VAN que resulta de la evaluación financiera es mayor a 0 y en el caso del TIR es el 15.12% dando a concluir que el proyecto es viable.

### **7.2 Recomendaciones**

1. Se recomienda realizar la formalización debida de la empresa al momento de constituir la, así como su registro en el RUC para efecto de pagos de tributos, con la finalidad de no tener inconvenientes en el transcurso de las actividades del negocio.
2. Se recomienda tener formalmente a los trabajadores en planilla, para que cada uno de ellos gocen de los beneficios que les corresponde según el régimen de la empresa, y así no tener inconvenientes con los colaboradores y los mismos se sientan en agrado.
3. Se recomienda realizar un plan de marketing acorde al público objetivo de la empresa, es decir ajustarse a la realidad de los mismos, teniendo en consideración que son personas que no utilizan mucho la tecnología o las redes sociales, el contacto con ellos es más presencial, por lo cual el marketing realizado sería más vivencial o con estrategias de fidelización por la atención brindada, el producto de buena calidad o bonos por sus compras realizadas.

4. Se recomienda tener una buena distribución del almacén así como de las oficinas, para las buenas prácticas de almacén de cada uno de los productos utilizados en la producción de tilapia, de tal manera cuidar y controlar cada insumo o herramienta utilizada. Con respecto a las oficinas una buena distribución y organización dará como resultado un buen control y manejo de información.
  
5. Se recomienda realizar los planos de instalación para la construcción de los estanques, de tal manera que con el pasar del tiempo no haya ningún tipo de inconvenientes en las tuberías o en el agua que es el principal recurso para llevar a cabo el negocio.
  
6. Se recomienda, comenzar con una planilla adecuada para la operatividad del negocio, sin cargar de funciones a una sola personal, por ello evaluar bien los recursos humanos esenciales para el negocio.
  
7. Para una empresa que inicia sus operaciones es importante administrar muy bien los costos y gastos que esta genere, de tal manera que exista una utilidad suficiente para cubrir la devolución del préstamo que tiene la empresa, así como sus gastos administrativos.
  
8. Se recomienda pactar precios con los proveedores principales como lo es el proveedor de alimento y semilla, es recomendable tener una

reunión con cada uno para pactar el precio de tal manera ahorrar en dichos costos para obtener un poco más de utilidad.

## REFERENCIAS

RAE. (2020).definición de razón social. Recuperado el 5 de octubre. De <https://dpej.rae.es/lema/denominaci%C3%B3n-social>.

GOB. (2019). Tipos de sociedades. Recuperado el 5 de octubre. de. <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

SUNARP. (2020). Reserva de nombre o razón social. Recuperado el 7 de octubre. De <https://www.sunarp.gob.pe/seccion/servicios/detalles/0/c4.html>

INEI. (2010). Recuperado el 7 de octubre. De [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5\\_uibd.nsf/0D3F18225B8D03DC052583050074F44D/\\$FILE/6.Libro.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/0D3F18225B8D03DC052583050074F44D/$FILE/6.Libro.pdf)

SANIPEZ. (2015). Certificado de sanipez. Recuperado el 8 de octubre. De <https://www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/pesca/tus-documentos/protocolos-emitidos>

SUNAT. (2010).ley de micros y pequeñas empresas. Recuperado el 8 de octubre. De <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

MTPE. (2016). Registro-remype. Recuperado el 8 de octubre. De <http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-promocion-del-empleo/remype/sobre-el-registro-remype/>

GOB. (2019). Ley Remye. Recuperado el 8 de octubre. De <https://www.gob.pe/279-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa-remype>

EMPRENDEPYME. (2009). Estructura orgánica. Recuperado el 9 de octubre. De <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>

SUNAT. (2012). Ley de amazonia. Recuperado el 12 de octubre. De <https://www.sunat.gob.pe/ol-ti->

[itmoddatruc/RTAAMA.html#:~:text=Cabe%20se%20B1alar%20que%20este%20r%C3%A9gimen,Impuesto%20General%20a%20las%20Ventas.&text=Los%20contribuyentes%20ubicados%20en%20la%20Amazon%C3%ADa%20goza%20de%20exoneraci%C3%B3n%20del,la%20Inversi%C3%B3n%20en%20la%20Amazon%C3%ADa](https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTAAMA.html#:~:text=Cabe%20se%20B1alar%20que%20este%20r%C3%A9gimen,Impuesto%20General%20a%20las%20Ventas.&text=Los%20contribuyentes%20ubicados%20en%20la%20Amazon%C3%ADa%20goza%20de%20exoneraci%C3%B3n%20del,la%20Inversi%C3%B3n%20en%20la%20Amazon%C3%ADa).

SUNAT. (2020).concepto PDT-PLAME. Recuperado el 12 de octubre. De <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>

MTPE. (2020). Contratos laborales. Recuperado el 13 de octubre. De <https://www.gob.pe/mtp>

INEI. (2019). Perú: población 2019. Recuperado el 20 de octubre. De [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_poblacional\\_peru\\_201905.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf)

Economipedia. (2020). 5 fuerzas de porter. Recuperado el 20 de octubre. De <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>