

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADEMICA EL SENA

PROGRAMA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PISCICOLA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACION DE PACU (COLOSSOMA MACROPOMUM) EN EL MUNICIPIO EL SENA”

Modalidad de Proyecto de Grado

Presentado por:

Univ. ALDAIR APAZA TACO

Para optar el Título de Licenciatura en Administración de Empresas

Tutor: Lic. Gerardo Saul Rojas

**Sena -Pando - Bolivia
2023**

HOJA DE APROBACIÓN

DEDICATORIA

Al culminar una etapa académica en mi vida quiero dedicar este proyecto de grado a Dios cuyo apoyo constante ha hecho que todas mis metas y anhelos sean cumplidos.

A mi madre por hacerme conocer los valores más preciados de la vida y orientarme con su experiencia por el camino del bien hasta conseguir llegar a una de las cimas de mi formación académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha dado la salud, fortaleza y empeño, estando en todo momento a mi lado. A mis docentes y a la Universidad académica el Sena quienes pusieron afectuosamente a mi disposición toda su confianza y perseverancia en compartirme sus conocimientos académicos.

INDICE GENERAL.

	Pág.
CAPÍTULO I PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.1.- TITULO DE LA PROPUESTA	2
1.2.- ANTECEDENTES	2
1.3.- NOMBRE DE LA ENTIDAD BENEFICIARIA	3
1.4.- REFERENCIA GEOGRAFICA DEL PROYECTO	3
1.4.1.- Localización	4
1.4.1.1.- Macro localización	4
1.4.1.2.- Micro localización	5
1.5.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	6
1.6.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.7.- JUSTIFICACIÓN	7
1.8.- OBJETIVOS	8
1.8.1.- Objetivo General	8
1.8.2.- Objetivos Específicos	8
CAPITULO II SUSTENTO TEÓRICO	9
2.1.-MARCO TEÓRICO	10
2.1.1.- Estudio de Factibilidad	10
2.1.1.1.- Factibilidad Operativa	10
2.1.1.2.- Factibilidad Técnica	10
2.1.1.3.- Factibilidad Económica	10
2.1.1.4.- Factibilidad Comercial	11
2.1.1.5.- Factibilidad Política y Legal	11
2.1.1.6.- Factibilidad de Tiempo	11
2.1.2.- La Importancia del Estudio de Factibilidad	11
2.1.3.- Estudio de Mercado	12
2.1.3.1.- Mercado	12
2.1.3.2.- Oferta	12
2.1.3.3.- Demanda	12
2.1.3.4.- Canal de Comercialización	12
2.1.4.- Inversión	13

2.1.4.1.- Activos Fijos	13
2.1.4.2.- Activos Diferidos	13
2.1.4.3.- Capital de Trabajo	14
2.1.4.4.- Estado de Resultado	14
2.1.4.5.- Flujo de Fondos	14
2.1.4.6.- Valor Actual Neto	14
2.1.4.7.-Tasa Interna de Retorno	14
2.2.- MARCO REFERENCIAL	16
2.2.1.- Antecedentes del tema de investigación	16
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO	17
3.1.- METODOLOGIA	18
3.1.1.- Tipo de Investigación	18
3.1.2.- Enfoque	18
3.1.3.- Método	18
3.1.4.- Población y Muestreo	19
3.1.5.-Técnicas y instrumentos de investigacion	19
3.1.5.1.- Técnicas	19
3.1.5.2.- Instrumentos	19
CAPITULO IV PROPUESTA CENTRAL	21
4.1.- ESTUDIO DE MERCADO	22
4.1.1.- Metodología del estudio de mercado	22
4.1.2.- Marco Metodológico	23
4.1.3.- Segmentación del Mercado	23
4.1.3.1.- Determinación Geográfica	24
4.1.3.2.- Tamaño de la Muestra	24
4.1.3.3.- Población (N)	25
4.1.3.4.- Nivel de Confianza(Z)	25
4.1.3.5.- Margen de Error(e)	26
4.1.3.6.- Probabilidad	26
4.1.4.- Resultados del Estudio de Mercado	28
4.1.5.- Análisis de la demanda	33
4.1.6. Interpretación de la entrevista realizada	36

4.1.7.- Análisis de la oferta	39
4.1.7.1.- Balance oferta – Demanda	40
4.1.8.- Participación en el Mercado	40
4.1.9.- Potencial de ventas	40
4.1.10.- Pronóstico de ventas	41
4.1.11.- El cliente objetivo.	41
4.1.12.- Comportamiento del consumidor	41
4.1.12.1.- Influencias externas	41
4.1.12.2.- Influencias internas	41
4.1.12.3.- Enfoques de decisión de compra	41
4.1.13.- Objetivos de marketing	42
4.1.13.1.- Objetivo del product	42
4.1.13.2.- Objetivo del precio	42
4.1.13.3.- Objetivo de la comercialización	42
4.1.13.4.- Objetivo de la promoción o publicidad	42
4.1.14.-Estrategia de marketing	43
4.1.14.1.- Producto	43
4.1.14.1.1.- El Logotipo	43
4.1.14.1.2.- La Marca	43
4.1.14.1.3.- lema	43
4.1.14.1.4.-Precio	43
4.1.14.1.5.- Distribución	44
4.1.14.1.6.- La estrategia del ingreso	44
4.1.14.1.7.- El posicionamiento	44
4.1.14.1.8.- A lo largo del ciclo de vida del producto	44
4.1.15.- Operaciones (producción)	45
4.1.15.1.- Diseño y desarrollo del producto	45
4.1.15.2.- Descripción técnica y funcional del producto	45
4.1.15.3.- Características de la calidad del producto	45
4.1.15.4.- Beneficios	45
4.1.15.5.- Necesidades a Satisfacer	46

4.1.16.- Proceso de producción	46
4.1.17.- Tipo de proceso	46
4.1.17.1.- Funciones y cargos del área operativa	46
4.1.18.- Materias primas pescados bebes	48
4.1.19.- Descripción maquinaria	48
4.1.19.1.- Equipos	48
4.1.20.- Insumos	50
4.1.21.- Proveedores	50
4.1.22.- Programación de producción	50
4.1.23.- Capacidad de producción	51
4.1.23.1.-Capacidad instalada	51
4.1.23.2.-Unidades producidas	51
4.1.23.3.- Localización de la planta	51
4.1.23.4.- Distribución de las instalaciones	51
4.1.24.- Plano de la microempresa	52
4.1.25.- Estudio técnico	53
4.1.25.1.- Terreno e Infraestructura	53
4.1.25.2.-Construcción de estanques	53
4.1.25.3.-Muebles y Enseres	54
4.1.25.4.-Vehiculo y Equipamiento	54
4.1.25.5.-Equipo de Computación	54
4.1.25.6.- Depreciación de los activos fijos	55
4.1.25.7.- Determinación de los costos de producción	56
4.1.25.8.- Determinación de Ingresos	57
4.1.25.8.1.- Precio de Venta	57
4.1.25.9.-Materia Prima e Insumo	57
4.1.25.9.- Costos fijos	58
4.1.25.9.1.- Sueldos y Salarios para el Personal Administrativo	58
4.1.25.9.2.- Costo de Energía Eléctrica	59
4.1.25.9.3.- Servicios Básicos	59
4.1.25.9.4.- Mantenimiento de maquinarias y estanques	60

4.1.25.9.5.- Costo y Gasto Administrativo	60
4.2.25.9.5.1.- Materiales de Trabajo	60
4.2.25.9.5.2.- Materiales de Oficina y Limpieza	60
4.2.25.9.5.3.- Licencia de Funcionamiento	61
4.2.25.9.5.- Resumen Gastos Administrativo	62
4.2.25.10.- Estructura de Inversion	62
4.2.25.10.- Flujo de caja Económico	64
4.2.25.11.- Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)	65
4.2.25.12.- Relación beneficio costo	65
4.2.25.13.- Organización empresarial	65
4.2.25.13.1.- Funciones y cargos área administrativa	66
CAPITULO V PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA	67
5.1.- PRESUPUESTO DE INVERSION DE LA PROPUESTA	68
5.1.1.-Estructura de financiamiento	68
5.2.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	69
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
6.1.-CONCLUSIONES	71
6.2.-RECOMENTACION	72
BIBLIOGRAFIA	73
ANEXO	74

INDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla n° 1 Población y muestra	19
Tabla n° 2 Marco Metodológico	23
Tabla n° 3 Proyección de habitantes del año 2023 al 2027	24
Tabla n° 4 Cálculo del tamaño de una muestra	25
Tabla n° 5 Resultados de la encuesta realizadas con formularios de Google Drive	28
Tabla n° 6 Análisis de la demanda	33
Tabla n° 7 Demanda potencial	34
Tabla n° 8 Demanda real	34
Tabla n° 9 Demanda efectiva	35
Tabla n° 10 Resultados de la entrevistas realizada	36
Tabla n° 11 Proyección de oferta por año de los competidores	39
Tabla n° 12 Balance oferta y demanda	40
Tabla n° 13 Participación en el mercado	40
Tabla n° 14 funciones y cargos del área operativa	47
Tabla n° 15 Funciones del conductor del moto carro	47
Tabla n° 16 Unidades producidas	51
Tabla n° 17 Terreno	53
Tabla n° 18 Infraestructura	53
Tabla n° 19 Construcción de estanques	53
Tabla n° 20 Flete de la oruga	54
Tabla n° 21 Muebles y enseres	54
Tabla n° 22 Vehiculo y Equipamiento	54
Tabla n° 23 Equipo de computación	55
Tabla n° 24 Depreciación de activos fijos	55
Tabla n° 25 Determinación de costo de producción	56
Tabla n° 26 Costo de producción anual	56
Tabla n° 27 Precio de venta	57
Tabla n° 28 Determinación de venta de pacu	57
Tabla n° 29 Materia prima e insumos	57
Tabla n° 30 Sueldos y salarios para el personal administrativo y operativo en Bs	58

Tabla n° 31 Costo de energía eléctrica	59
Tabla n° 32 Consumo de energía eléctrica anual	59
Tabla n° 33 Servicio Básicos	59
Tabla n° 34 Mantenimiento de estanques	60
Tabla n° 35 Herramientas para el proceso de producción	60
Tabla n° 36 Materiales de Oficina	61
Tabla n° 37 Materiales de Limpieza	61
Tabla n° 38 Licencia de Funcionamiento	62
Tabla n° 39 Resumen Gastos Administrativo	62
Tabla n° 40 Costos fijos	62
Tabla n° 41 Estructura de inversión	63
Tabla n° 42 Flujo de caja económico	64
Tabla n° 43 Evaluación financiera (VAN Y TIR)	65
Tabla n° 44 Relación beneficio costo	65
Tabla n° 45 Funciones y cargos área administrativa	66
Tabla n° 46 Presupuesto de inversion de la propuesta	68
Tabla n° 47 Cronograma de actividades	69

INDICE DE FIGURAS

	Pag.
Figura n° 1 Mapa del municipio el Sena	4
Figura n° 2 Croquis de la microempresa	5
Figura n° 3 Encueta electrónica realizada en Google drive.	22
Figura n° 4 Censo	23
Figura n° 5 El mercado objetivo planteado es el municipio El Sena	24
Figura n° 6¿Usted consume pacú?	30
Figura n° 7¿Considera importante el consumo de pacú dentro de su canasta básica?	30
Figura n° 8¿Cuántos kilos gramos de pacú consume mensualmente?	30
Figura n° 9¿Conoce los beneficios nutricionales y usos que se le da a la carne de pacú?	30
Figura n° 10 ¿Usted consumiría nuestro producto Carne de pacú?	31
Figura n° 11 ¿En qué peso le gustaría adquirir la carne de pacú?	31
Figura n° 12¿En cuál área de la población le gustaria adquiri el producto?	32
Figura n° 13¿Le agradaría recibir nuestros productos en su domicilio?	32
Figura n°14: ¿El local en el que ofrece los productos es?	36
Figura n°15: ¿Usted en su negocio ofrece diferentes tipos de carnes ?	37
Figura n°16: ¿Qué tipo de carne vende más?	37
Figura n°17: ¿Cuántos kilos de carne de pacú vende mensualmente?	38
Figura n°18: ¿Usted de donde adquiere los productos de carne de pacú?	38
Figura n°19: ¿A qué precio vende usted la carne de pacú?	39
Figura n°20: logotipo	43
Figura n° 21 Alevines	48
Figura n° 22 Motobomba electrica	48
Figura n° 23 Freezer metal frio	49
Figura n° 24 Resipiente	49
Figura n° 25 Resipiente Termico	49
Figura n° 26 Vehículo motocarro	50
Figura n°27 Plano de la microempresa	52
Figura n°28 Organización empresarial	65

INDICE DE ANEXOS

	Pag.
Anexo 1	75
Anexo 2	76
Anexo 3	76

RESUMEN

Este proyecto tiene la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú en el municipio el Sena, provincia madre de Dios, para conocer que oportunidades tiene el proyecto en el mercado.

se ha considerado importante realizar un estudio de mercado, realizándolo se logró conocer las necesidades del mercado objetivo, donde los productores que se dedican a la misma actividad no satisfacen las necesidades de los consumidores, también permite establecer la oferta y la demanda que existe en el mercado la cual servirá como base para poder establecer la demanda insatisfecha que existe actualmente.

Se tomó en cuenta la importancia de realizar el estudio técnico para establecer el lugar en donde se llevará a cabo la ejecución del proyecto, el municipio el Sena es el punto estratégico porque es considerado un sector comercial y existe mucho movimiento. También en base al estudio financiero se conoce el capital necesario para la creación de la microempresa, considerando el financiamiento del capital, también de acuerdo al análisis que se vaya realizando a los estados financieros se irá determinando la factibilidad de proyecto y en qué tiempo se puede recuperar la inversión.

PALABRAS CLAVES

Proyecto, pacú, análisis, servicio, demanda, localida

SUMMARY

This project aims to determine the feasibility of creating a micro-enterprise dedicated to the breeding and marketing of pacú in the municipality of the Seine, mother of God province, to know what opportunities the project has in the market.

It has been considered important to carry out a market study, carrying it out it was possible to know the needs of the target market, where producers who are engaged in the same activity do not meet the needs of consumers, it also allows to establish the supply and demand that exists in the market which will serve as a basis to establish the unsatisfied demand that currently exists. The importance of carrying out the technical study was taken into account to establish the place where the execution of the project will be carried out, the municipality of the Seine is the strategic point because it is considered a commercial sector and there is a lot of movement. Also based on the financial study, the capital necessary for the creation of the microenterprise is known, considering the financing of the capital, also according to the analysis that is carried out to the financial statements, the feasibility of the project will be determined and in what time the investment can be recovered.

KEYWORDS

Project, pacu, analysis, service, demand, locat

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está orientado para estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú en el municipio el Sena, bajo la modalidad de un trabajo profesional, lo que pretende es desarrollar una metodología que incluyen diferentes tipos de estudio con un análisis global donde se conozca el entorno para conocer necesidades y oportunidades, ofreciendo productos de excelente calidad y un servicio personalizado, de esta manera lograr identificar la viabilidad de creación de un negocio que pueda abastecer de comida de primera necesidad a más personas y a su vez dinamizar la economía local con talento regional.

Lo que se pretende con este documento es hacer el análisis de todos los estudios que comprende un proyecto de inversión, hasta llegar a demostrar su factibilidad. El estudio de mercado, el cual permite comprender y aplicar los diferentes aspectos metodológicos para llevar a cabo su desarrollo efectivo.

El estudio técnico muestra el análisis del proceso productivo, el plan de compras, la infraestructura del proyecto, entre otros aspectos, En el estudio organizacional del proyecto es el que busca determinar la mejor opción del tipo de empresa con su respectiva estructura organizacional - legal y recursos humanos requeridos, que le conviene al proyecto para su puesta en marcha y operación. El estudio financiero se realiza en este proyecto con el propósito de cuantificar los ingresos, las inversiones, los costos de operación, así como la estructura financiera de la comercializadora de pacú.

CAPÍTULO I

PRESENTACIÓN DEL

PROBLEMA

1.1.- TÍTULO DE LA PROPUESTA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PISCICOLA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACION DE PACU (COLOSSOMA MACROPOMUM) EN EL MUNICIPIO EL SENA”

1.2.- ANTECEDENTES

A nivel internacional la producción de peces en estanques es una práctica antigua, presumiblemente desarrollada por los primeros agricultores como uno de los muchos sistemas de producción primaria dirigidos a asegurar el aprovisionamiento de alimentos. Las referencias más antiguas sobre esta práctica datan de hace aproximadamente 4 000 años, en China, y de 3 500 años, en la Mesopotamia. Ya, en la China antigua, durante la dinastía de Han Oriental (25 a 250 d. J. C.) fue documentada la producción combinada de arroz y de peces. La cría de peces también era practicada por los antiguos romanos de la época imperial, la cual, más tarde se convertiría en parte del sistema de producción alimentaria de los Monasterios Cristianos de Europa Central. (FAO, 1999)

En la actualidad, la acuicultura va más allá de la cría de peces en estanques o en arroceras. Por razones estadísticas, la FAO define la acuicultura como la explotación de organismos acuáticos, incluyendo peces, moluscos, crustáceos y plantas acuáticas. En este caso, explotación implica cierta forma de intervención en el proceso de cría con la finalidad de mejorar la producción, así como la de asegurar la propiedad de las existencias que están siendo cultivadas. (FAO, 1999)

A nivel nacional el cultivo de peces tiene una larga historia. Hay evidencia que se desarrolló en Asia hace miles de años atrás. La piscicultura moderna en Bolivia data desde los años treinta del siglo pasado cuando introdujeron el cultivo del Trucha Arco Iris en el Lago Titicaca. En las partes tropicales de Bolivia, donde la pesca tradicional en las cuencas de Amazonas y el Río Pilcomayo por mucho tiempo formaba la fuente principal de pescado, la piscicultura se desarrolló desde los años 90 del siglo pasado. En los departamentos de Cochabamba, Beni y Santa Cruz iniciaron con el cultivo de especies como la Carpa, la Tilapia y el Pacú amazónico, generalmente a pequeña escala en estanques de tierra. (piscicultura rural)

Las primeras iniciativas en la provincia de Gran Chaco recién datan de los últimos 10 años. En la actualidad, hay unos cuarenta productores particulares y familias campesinas que practican lapiscicultura a pequeña escala con una producción promedio estimada de 2 a 3 TNM por año por piscigranja. (FAUTAPO, 2015)

A Nivel departamental El ecosistema acuático amazónico se caracteriza por sus aguas de bajo contenido mineral y escasos nutrientes (si bien con grandes variaciones locales), con profundas y complejas relaciones con las amplias llanuras de inundación. Contiene una rica biota y, particularmente, la más rica y compleja fauna fluvial del mundo (aproximadamente 2000 especies), con una gran diversidad de especies en los niveles tróficos superiores. Este ecosistema, muy estable en su estado natural, es fácilmente afectado cuando existen perturbaciones externas, especialmente aquellas causadas por el hombre. (Bonetto, 1979)

1.3.- NOMBRE DE LA ENTIDAD BENEFICIARIA

Pez veloz **S.R.L.**

1.4.- REFERENCIA GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

En el municipio del Sena tercera sección de la provincia madre de Dios del departamento de Pando, posee una extensión superficial de 7589 km², está situado a una altura promedio de 2 metro sobre el nivel del mar, su topografía es plana con una ligera ondulación cuenta con un clima tropical húmedo y cálido con una temperatura media de 25.5°centígrado.

Con su principal río caudaloso como el madre de dios, y hacen una conexión con los ríos Manurimi, Manupare y Sena, se ubica en la parte más occidental de la provincia madre de dios, a su vez al sur del departamento de Pando, limita al este con el municipio de san Lorenzo al sur el municipio de (Ixama) en el departamento de la Paz y al norte con el Municipio de Puerto Rico en la Provincia Manuripi.. Con una población censo (2012) 8258 habitantes, Sena también conocido como el Sena es una población municipio amazónico de Bolivia ubicada en la provincia madre de dios del departamento de Pando en cuanto a su distancia, el Sena se encuentra a 252 km² de Cobija la capital departamental y a 189km de Riberalta la población forma parte de la ruta nacional 13 de Bolivia. Tiene uno de los puentes de hierro de gran importancia con una extensión de 600 metro de largo que fue inaugurado 2018, contribuyendo así al transporte y a la integración nacional.

1.4.1.- Localización

1.4.1.1.- Macro localización

La microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú “**PEZ VELOZ**” S.R.L. Estará ubicada en Bolivia, Tercera sección, de la provincia madre de Dios del departamento de pando, en el municipio el Sena.



Figura n°1: Mapa del municipio el Sena

Fuente: Google

1.4.1.2.- Micro localización

La microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú “PEZ VELOZ” S.R.L. Estará ubicada en el municipio el Sena, barrio tres almendros.

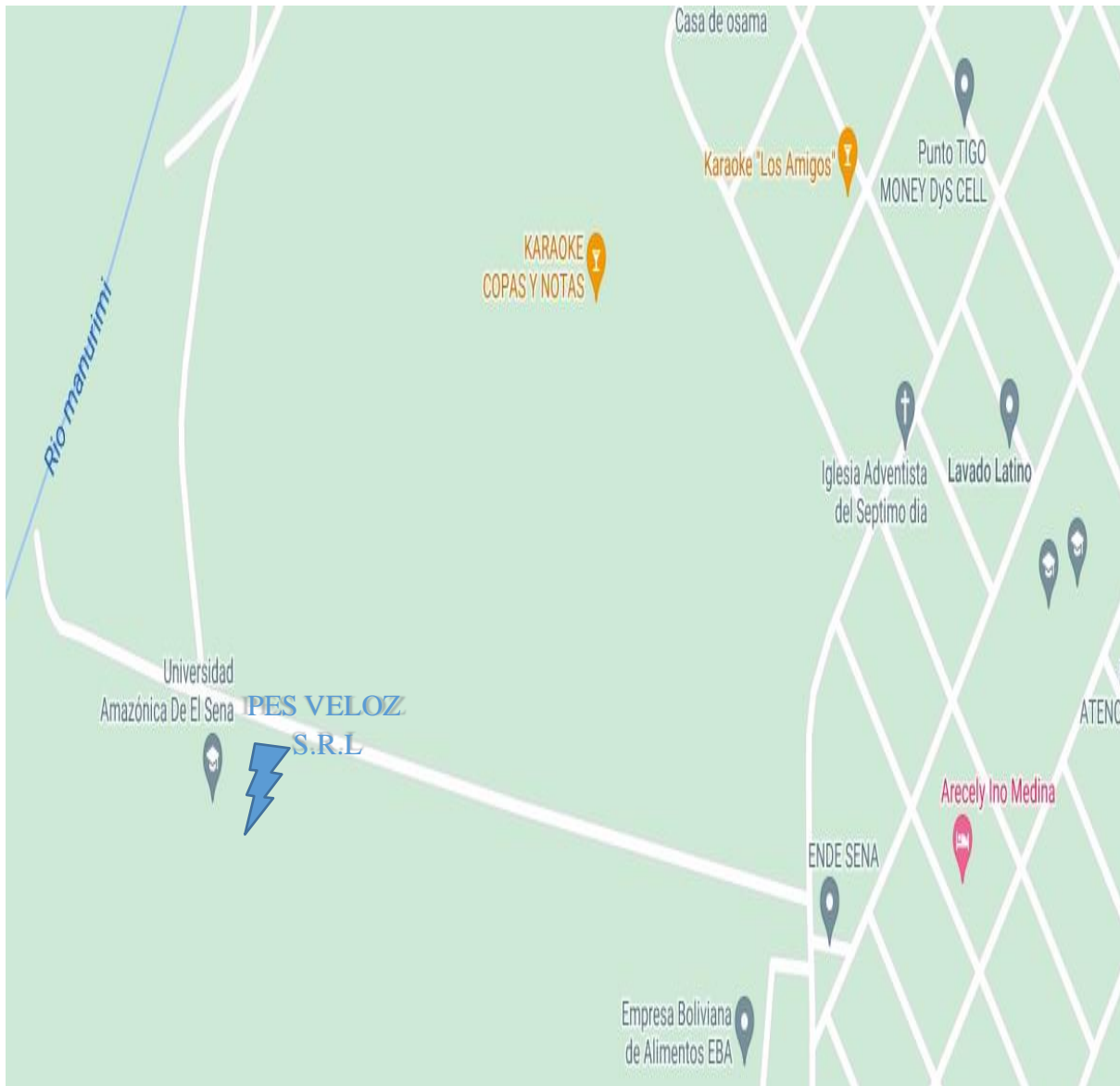


Figura n°2: Croquis de la microempresa

Fuente: Google

1.5.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el presente trabajo de investigación se llevó a cabo como objeto de estudio la factibilidad para la creación de una microempresa piscícola con el objetivo de satisfacer las necesidades de demanda de la población del Municipio el Sena, ya que en la actualidad se ha evidenciado un alto porcentaje de consumo de estas características de producto.

La problemática se origina por la poca comercialización de pacú la cual se realiza de manera empírica en forma discontinua, en precarias condiciones de conservación, transporte y venta, pero sobre todo rompiendo la cadena de refrigeración, todo esto debido a la falta de conocimiento de crianza de peces en la región.

El desarrollo de la comercialización de pacú (*colossoma macropomum*) ha ido creciendo enormemente entre los años (2008-2020), esto debido al incremento de la población la misma que es la demandante de los productos que ofertan los distintos comerciales de venta de pacú los cuales carecen de eficiencia en la distribución continua, Esto se suscita debido a que los productos son comercializados desde la ciudad de Riberalta lo que ocasiona una desconformidad por parte de los consumidores.

Este problema se delimita en el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú en el Municipio del Sena, como también en mercados externos mediante la distribución continua de pacú, los cuales proporcionan un alto valor nutricional, facilitando su venta a gran escala lo cual permitirá lograr los objetivos planteados.

En el municipio del Sena se considera un problema porque el clima no es considerable en base a las llenuras ocasionadas por el cambio de clima o desastres naturales por lo cual se evidencia que no se está aprovechando de manera adecuada, ni dando valor agregado a la producción de pacú, es decir que existe una comercialización limitada, todo esto ocasiona un alto porcentaje de incomodidad en la población, pero sobre todo un alto precio del producto.

Por lo tanto, con la presente investigación, se llevó a cabo el estudio de factibilidad para la creación de una empresa piscícola para la comercialización de pacú, con el objeto de mejorar el abastecimiento continuo dentro del municipio el Sena.

1.6.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo determinar el estudio de factibilidad para el establecimiento de una microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú en el municipio el Sena?

1.7.- JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfoca en el estudio de factibilidad para la crianza y comercialización de pacú (*colossoma macropomum*), cuyos clientes potenciales se ubican en el municipio el Sena, debido a la demanda actual de pacú que presenta esta región del país, por lo cual es una oportunidad de emprendimiento para la constitución de una microempresa.

Se busca la consolidación de una microempresa, aprovechando la alta demanda por parte del sector, en donde los pobladores presentan inconformismo por la poca oferta y el precio elevado del pacú, así el presente trabajo permitirá que, de este negocio, se puede obtener grandes beneficios, a partir de una comercialización eficaz y de calidad en el municipio el Sena, lo cual favorece a la generación de empleo y la prestación de un óptimo servicio.

De acuerdo a la elaboración del estudio de factibilidad antes mencionado los beneficiados serán tanto interno como externo, interno se refiere al dueño que creara su microempresa piscícola como también a los colaboradores de la misma organización, los cuales contarán con un empleo, el externo se refiere a los clientes consumidores del producto.

1.8.- OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS

1.8.1.- Objetivo General

Desarrollar un Estudio de factibilidad para la creación de una microempresapiscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú (*colossoma macropomum*) en el municipio el Sena.

1.8.2.- Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y demanda de pacú.
- Determinar el coste global del proyecto.
- Elaborar un estudio económico y financiero que indique la rentabilidad, factibilidad de la microempresa.

CAPITULO II
SUSTENTACIÓN
TEÓRICA

2.1.- MARCO TEÓRICO

2.1.1.- Estudio de Factibilidad

Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene a lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será atractivo o negativo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Duvergel Y, 2017, pág. 50)

El estudio de factibilidad se utilizará para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión. Su análisis se realizará cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación. (Duvergel Y, 2017, pág. 50)

2.1.1.1.- Factibilidad Operativa

Según (Garcés, 2021) Por un lado, la factibilidad operativa se relaciona con el personal que tiene que realizar el proyecto. Por eso se analiza si el personal posee las competencias laborales necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo.

2.1.1.2.- Factibilidad Técnica

De la misma forma, este aspecto evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene planificado. También se debe verificar si las personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario. (Garcés, 2021)

2.1.1.3.- Factibilidad Económica

En cuanto a la factibilidad económica, se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y poseer ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos. (Garcés, 2021)

2.1.1.4.- Factibilidad Comercial

Ahora, en la parte comercial se determina si existe una potencial posibilidad que exista un numero adecuados de clientes. Estos clientes deben de estar dispuestos a consumir o utilizar los productos que el negocio o proyecto permitirá ofrecer al mercado. Además, se evalúa la logística de distribución y comercialización para saber si se adecua a las necesidades del mercado. (Garcés, 2021)

2.1.1.5.- Factibilidad Política y Legal

Claro que, en esta parte se verifica si el tipo de negocio o de proyecto por desarrollar, no atenta o incumple alguna ley o norma de carácter municipal, estatal o mundial. De lo contrario no puede implementarse porque estará en contra de las disposiciones legales y por lo tanto no resulta viable. (Garcés, 2021)

2.1.1.6.- Factibilidad de Tiempo

Según (Garcés, 2021) Por último, la factibilidad de tiempo permite conocer si el tiempo que se tiene planificado para llevar a cabo el proyecto coincide con el tiempo real que se necesita para poderlo implementar.

2.1.2.- La Importancia del Estudio de Factibilidad

Según (Chaves, 2001, pág. 2) El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas. }
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.

- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

2.1.3.- Estudio de Mercado

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su oferta y demanda, los objetivos particulares del análisis serán ratificar la posibilidad real de colocar el producto o servicio que elaboraría el proyecto en el mercado, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer las características y la ubicación del mercado potencial. (Sapag & Ch., 2008, pág. 30)

2.1.3.1.- Mercado

El mercado no sólo es el lugar físico a donde vamos con mucha frecuencia a comprar verduras o la comida del día. El mercado también es un grupo de compradores y vendedores con los medios necesarios para realizar negocios. Los medios son, por ejemplo, un local, un vehículo, el teléfono, el fax, el correo electrónico Internet. (Nicaragua, 2012, pág. 31)

2.1.3.2.- Oferta

Según (Nicaragua, 2012, pág. 31) es la cantidad de producto o servicios que los microempresarios o microempresarias están en capacidad de ofrecer a un determinado precio, con una calidad adecuada exigida y en Un Momento Dado.

2.1.3.3.- Demanda

Es la cantidad de productos que los compradores están dispuestos a adquirir, a un determinado precio, con una calidad adecuada exigida y en un momento dado. Sapag, (2008: 61)

2.1.3.4.- Canal de Comercialización

Un canal de comercialización o distribución es el camino que recorre un producto o servicio desde el productor hasta el consumidor. Está formado por las personas y las empresas. (Nicaragua, 2012, pág. 31)

2.1.4.- Inversión

La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión obtendrá si se la destina a una actividad alternativa de similar riesgo. Las inversiones de naturaleza permanente y estable, se denominan inversiones de largo plazo, y se refieren a las adquisiciones de ciertos bienes que tienen un carácter operativo para la empresa, como los terrenos, edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y cuyo fin son dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios. Las inversiones cuya principal función es servir de soporte a las ventas, se las denominan de corto plazo, ya que se destinan a financiar los activos corrientes tales como: inventarios, cuentas por cobrar, cuentas que se recuperan en plazos inferiores a un año, repitiéndose el ciclo de inversión y recuperación en forma continua. (Estudio financiero, s.f., págs. 142,143)

2.1.4.1.- Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto. Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación. El terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor. (Estudio financiero, s.f., pág. 143)

2.1.4.2.- Activos Diferidos

Los activos intangibles o diferidos constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el estudio técnico, gastos de constitución, puesta en marcha y gastos de capacitación, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto. (Estudio financiero, s.f., pág. 145)

2.1.4.3.- Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. Sapag, (2008:). (Sapag & Ch., 2008, pág. 146)

2.1.4.4.- Estado de Resultado

El Estado de resultados de utilidad o pérdida es la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos realizados para obtener dichos ingresos, es decir permite establecer en qué medida los capitales invertidos rinden utilidades o generan pérdidas. Determina la efectividad económica del proyecto al presentar los resultados que se obtendrán por las operaciones de la empresa en un período de 5 años. (Sapag & Ch., 2008, pág. 153)

2.1.4.5.- Flujo de Fondos

Tiende a satisfacer las necesidades de los usuarios puesto que proporciona información contable sobre la utilidad para generar dinero y aplicarlo de manera eficiente. Constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en él se determinen. (Sapag & Ch., 2008, pág. 155)

2.1.4.6.- Valor Actual Neto

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. El VAN consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo, es decir la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto. (Sapag & Ch., 2008, pág. 159)

2.1.4.7.-Tasa Interna de Retorno

La TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial, es decir la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero o a su vez que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada. (Sapag & Ch., 2008, pág. 161)

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, “representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. Aunque ésta es una apreciación muy particular de estos autores (no incluye los conceptos de costo de oportunidad, riesgo ni evaluación de contexto de la empresa en conjunto), sirve para aclarar la intención del criterio. (proyectos, s.f.)

2.2.- MARCO REFERENCIAL

2.2.1.- Antecedentes del tema de investigación

Se pudieron identificar estudios realizados que incluyen proyecto de grado y tesis de grado similares a nuestro tema ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PISCÍCOLA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PACÚ (COLOSSOMA MACROPOMUM) EN EL MUNICIPIO EL SENA.

- **Trabajo de proyecto de grado:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA ACUICULTURA EN PANDO.

Resumen. - lo que pretende alcanzar este trabajo de proyecto de grado, es demostrar que la actividad de crianza de peces en estanques si es factible a nivel del departamento de pando, generando así una fuente de empleo para las diversas familias y logrando de esta manera la incentivación a la crianza de peces.

- **Trabajo de tesis de grado:** ESTUDIO FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE PECES EN EL MUNICIPIO RIBERALTA

Resumen. – Con el trabajo de tesis de grado referido al estudio financiero para la implementación de una empresa dedicada a la crianza de peces, dando como resultado los costos de los alevines, la alimentación y el costo general de los materiales que se utilizarán para la construcción de la empresa, lo cual permite una visualización general de los costos, los mismos que permitirá a los inversionistas invertir con toda confianza en el proyecto.

CAPÍTULO III
MARCO
METODOLÓGICO

3.1- METODOLOGIA

3.1.1- Tipo de Investigación

La presente investigación es descriptiva, porque a partir de la consecución de los datos se procedió a describirlos, registrarlos, analizarlos e interpretar su naturaleza con respecto al tema objeto para el estudio de una (microempresa piscícola), hasta el punto de convertirse en un estudio analítico porque a partir de la verificación de sus razones y el comportamiento del estudio de mercado se pudo realizar predicciones o proyecciones hacia un futuro en el corto plazo del proyecto. De acuerdo con los objetivos planteados.

3.1.2.- Enfoque

El enfoque que se realizó es el enfoque mixto, ya que este recolecta, analiza y vierte datos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio.

- **Enfoque Cualitativo:** De acuerdo al estudio de mercado, se utilizó este enfoque porque a través de ello se estudió y observó los gustos y las preferencias del consumidor, para conocer que sienten, piensan y dicen, sobre el producto con la finalidad de saber si el producto tendría aceptación o no en el mercado.
- **Enfoque cuantitativo:** Se utilizó este enfoque porque nos ayudó a determinar los resultados estadísticamente de la recolección de datos que nos proporcionó conocer el porcentaje de aceptación o no del proyecto a implementarse.

3.1.3.- Método

En el presente trabajo de investigación se utilizarán estos tipos de métodos:

- **Método Analítico:** Se utilizará el método analítico, porque a través de este método se identificó cada una de las partes que componen el problema de investigación como aspectos técnicos, financieros, administrativos, para poder tener una mejor puesta en marcha de nuestro proyecto en el momento de implementarlo.
- **Método Deductivo:** Se investigó a partir de teorías administrativas y financieras generales de varios autores, para aplicarlas particularmente al desarrollo del proyecto.
- **Investigación de Campo:** En el lugar donde se construirá este proyecto se realizó una investigación de mercado, para determinar la acogida del mismo entre los habitantes del sector y sus expectativas, para esta manera proyectar la demanda.

3.1.4.- Población y Muestreo

- **Población:** La población que se tomó en cuenta para el presente proyecto son las amas de casa, ya que son los potenciales compradores del producto en la Localidad El Sena.
- **Muestreo:** Se aplicó el muestreo no probabilístico el cual se caracteriza en seleccionar la muestra de forma al azar según el investigador.

Tabla n° 1
Población y Muestra

Población	Muestreo
Personas de los 15 hasta los 60 años	282 Encuestas como objeto de estudio.

Fuente: Elaboración propia.

3.1.5.- Técnicas e Instrumentos de investigación

3.1.5.1.- Técnicas

De acuerdo con aquellas técnicas que existen para la recopilación de la información la cual depende del desarrollo de la investigación, las técnicas utilizadas fueron:

- **La Observación:** Es muy importante ya que llega a ser un elemento fundamental de cualquier proceso investigativo; ya que nos apoyaremos en ella para así poder obtener el mayor número de datos posibles.
- **Cuestionario:** El cuestionario es un instrumento de recolección de datos cualitativos o cuantitativos, a través de una serie de preguntas con el fin de recopilar información, ya que fue dirigido a la población con el fin de conocer los gustos y preferencias.
- **Documentación:** Utilizamos la observación como un medio para poder recopilar datos de diferentes medios como ser bibliografías, videos, audio o ya sea cualquier otro tipo de documento, para luego analizarlos y así se pueda aportar con un nuevo conocimiento sobre el tema que se quiere investigar.

3.1.5.2.- Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaron en el proyecto son:

- **Hoja de registro:** El cual nos permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse, por tener una relación directa con el problema de investigación.

- **Encuesta:** Se utilizó este instrumento porque nos permitió obtener información concreta y conocer mejor a nuestro público ya que, con la información recolectada, seremos capaces de poder responder mejor a las necesidades y expectativas de nuestros usuarios.
- **Ficha bibliográfica:** La cual tiene la facilidad de tener a mano la información, ya que es un instrumento en los que se registran de manera independiente los datos de las obras consultadas, esto nos permitirá identificar un libro en particular, localizarlo físicamente y clasificar las fuentes.

CAPITULO IV

PROPUESTA CENTRAL

4.1.- ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1.- Metodología del estudio de mercado

Los siguientes tipos de métodos utilizados en este proyecto son descriptivo, Analítico, cualitativo y cuantitativo a partir de información primaria y secundaria.

La indagación de mercado incluye análisis de demanda, oferta y demanda insatisfecha, y toda esta información nos dio nichos de mercado.

Este estudio en desarrollo se dirige a complacer una necesidad de la población El Sena, para poder recopilar datos de encuestas electrónicas, la demanda se realizó por medio de las aplicaciones de Google en la Plataforma de Formularios de Google Drive y WhatsApp que despegando usando la tecnología a través de un enlace virtual la cual me facilitó el trabajo de campo, donde los ciudadanos deciden la encuesta respondieron las preguntas utilizando un teléfono inteligente o ya sea una computadora.



Encuesta sobre el consumo de pacú

Figura n°3: Encuesta electrónica realizada en Google drive

Fuente: <https://forms.gle/ev2yyRjCkS5KNZyx9>

Todo el trabajo de encuestado se realizó en un periodo de 20 días a partir del primer día del mes de enero del año 2023.

4.1.2.- Marco Metodológico

Se elaboró un marco metodológico del estudio de mercado, para realizar un “Estudio de Factibilidad, para la creación de una microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú (*colossoma macropomum*) en la población el Sena.

Tabla n° 2
Marco Metodológico

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	INSTRUMENTOS
Realizar un estudio de mercado	Segmentación el mercado	Métodos de proyecciones
	Resultado del estudio de mercado	
	Análisis de la Demanda	Encuestas del estudio de mercado
	Análisis de la Oferta	Análisis de los precios de servicios existentes
	Análisis del Marketing	Estrategias y comercialización

Fuente: Elaboración propia

4.1.3.- Segmentación del Mercado

Para ejecutar la segmentación se debe dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características, como los comerciantes u amas de casa sabiendo así a dónde va a llegar nuestro producto. Se pretende que nuestro producto llegue a las personas del Municipio El Sena entre las edades de 15 a 60 años.

Como referencia se tomó la tasa del crecimiento poblacional del 1,05% cada año, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE).



Figura n°4: Censo

Fuente: Elaboración propia

4.1.3.1.- Determinación Geográfica

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa piscícola dedicada a la crianza y comercialización de pacú (*colossoma macropomum*) en la población El Sena, que forma parte de la amazonia boliviana y perteneciente al departamento de pando, esta localidad tiene predominio de personas de diferentes lugares de nuestro país, lo cual nos permitió realizar una proyección muy satisfactoria de la demanda.



Figura n°5: El mercado objetivo planteado es el municipio El Sena
Fuente: Obtenido de <http://www.google.com/maps/place/Sena,2023>

Tabla n°3
Proyección de habitantes del año 2023 al 2027

POBLACIÓN	2023	2024	2025	2026	2027	2028
El Sena	9,221	9,318	9,416	9.515	9,615	9,716

Fuente: Elaboración propia

4.1.3.2.- Tamaño de la Muestra

En este contexto de acuerdo al tamaño de la población, el número de personas 384 para encuestar se ha considerado según la fórmula de aceptación por variable, para poblaciones restringida, se utilizará el muestreo por variable ya que nuestras preguntas son dicotómicas y cerradas.

4.1.3.3.- Población (N)

La población El Sena, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE), para la gestión de 2023 ascienden a un total de 9,221 habitantes, el cual solo un 61% que representa 5,625 personas de la población entre las edades de 15 a 60 años del cual se estima realizar 384 encuestas alcanzando la tasa de confiabilidad de un 95%, a continuación, se describirá el cálculo de la muestra.

4.1.3.4.- Nivel de Confianza(Z)

Se considera como la probabilidad de que la muestra refleje de forma precisa la descripción del universo. Esta es la variable que nos permite darle representatividad a nuestra muestra junto con nuestro margen de error. El estándar mínimo aceptado para esta investigación es del 95% (1.96 en valor numérico). Este valor lo obtenemos de la siguiente tabla.

Tabla n°4
Cálculo del tamaño de una muestra

Tabla de valores ya establecidos a nivel probabilístico en estadística

Valores de Z

99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Fuente: Elaboración propia

4.1.3.5.- Margen de Error(e)

Se le conoce como intervalo de confianza al porcentaje que define la medida de los resultados de la encuesta reflejando las opiniones del universo investigado. Indicar cuanto menor sea el margen de error, más confianza puedes tener en los resultados que obtienes. Cuanto mayor sea el margen de error, más se desviarán de las opiniones de la población total.

Este porcentaje se obtuvo por lo que se expresa el máximo aceptado en la investigación es del 0.5% (0.05 en su valor numérico).

4.1.3.6.- Probabilidad

Para sustentar estas inclinaciones positivas o negativas se recomienda desarrollar una investigación exploratoria previamente al estudio probabilístico, de manera que estudios realizados con anterioridad u otras fuentes de información ayuden a ponderar estos porcentajes.

En caso de que no se tenga conocimiento previo sobre el tema, o bien si quieres manejar un enfoque equitativo e imparcial se debe considerar que la suma de ambos valores $p+q$ será invariablemente siempre igual a 1, cuando no contemos con suficiente información sobre el fenómeno de investigación, se le asigna $p = 0.50$ $q = 0.50$.

Formula

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

Datos

- Z= Margen de confiabilidad de la encuesta a 95%
- P= Probabilidad a favor 50%
- q= Nivel de variabilidad en contra 50%
- e= Error de estimación a 5%
- N= Población de estudio 5,585 habitantes
- n= Tamaño de muestra

Aplicando

- $Z = 95\% = 1,96$
- $P = 50\% = 0,50$
- $q = 50\% = 0,50$
- $e = 5\% = 0,05$
- $N = 5,625$
- $n = \text{¿Muestra?}$

Reemplazando datos:

$$n = \frac{1,96^2 * 5,625 * 0,50 * 0,50}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + (5,625 - 1) * 0,05^2}$$

$n = 384$ encuestas

4.1.4.- Resultados del Estudio de Mercado

El desarrollo de la dicha encuesta se realizó el 1 de enero y se culminó el 15 de junio del año en curso, y así se pudo lograr alcanzar la muestra que se calculó y los resultados se puede estimar en la tabla n°5.

Tabla n°5

Resultados de la encuesta realizadas con formularios de Google Drive.

N°	Preguntas	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	¿Usted consume pacú?	Si	376	98%
		No	8	2%
2	¿Considera importante el consumo de pacú dentro de su canasta básica?	Si	380	99%
		No	4	1%
3	¿Cuántos kilos gramos de pacú consume mensualmente?	a) 8 Kg	361	94%
		b) 2 Kg	15	4%
		c) 1 Kg	8	2%
4	¿Conoce los beneficios nutricionales y usos que se le da a la carne de pacú?	Si	365	95%
		No	19	5%
5	¿Usted consumiría nuestro producto Carne de pacú y producida en la población El Sena?	Si	307	80%
		No	77	20%
6	En caso de que consuma ¿En qué peso le gustaría adquirir la carne de pacú?	a) 200 gramos	23	6%
		b) 500 gramos	142	37%
		c) 1 kg.	8	2%
		d) 2 kg.	211	55%
7	¿En cuál área de la población le gustaría que estuviese ubicado la venta de nuestro producto?	a) barrios	27	7%
		b) centro de la población	357	93%
8	¿le agradaría recibir nuestros productos en su domicilio?	a) Si	326	85%
		b) No	58	15%

Fuente: Elaboración propia

La encuesta la realizamos con el objetivo de comprender cuál es la demanda actual, y que aprobación tendrá este producto en el mercado, y también vamos a poder conocer que cantidad de personas están dispuestas a adquirir la prestación de este producto.

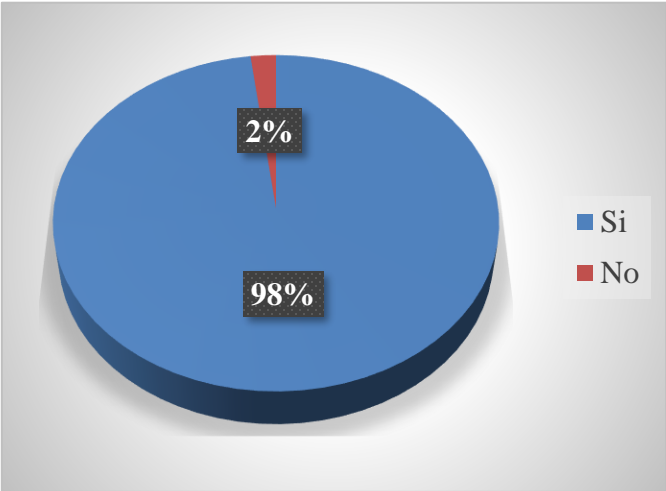


Figura n°6: ¿Usted consume pacú?
Fuente: Elaboración propia

Se pudo observar que el 98% de la población estaría dispuesto a consumir carne de pacú.

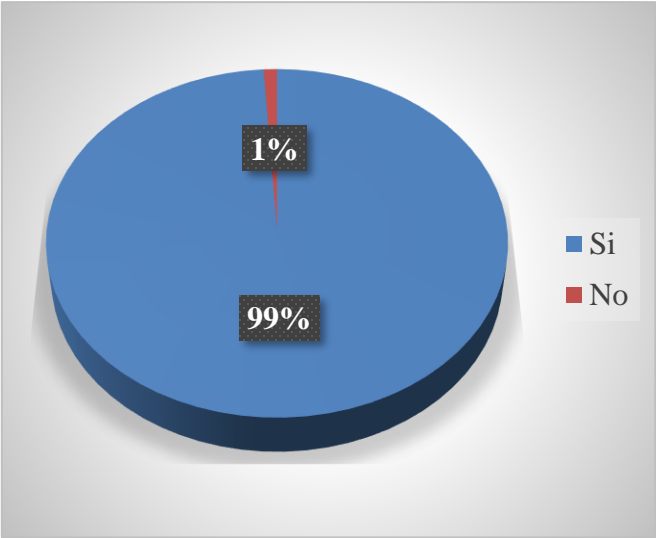


Figura n°7: ¿Considera importante el consumo de pacú dentro de su canasta básica?
Fuente: Elaboración propia

Por medio de estas encuestas se pudo observar que el 99% de las personas considera importante el consumo de la carne de pacú.

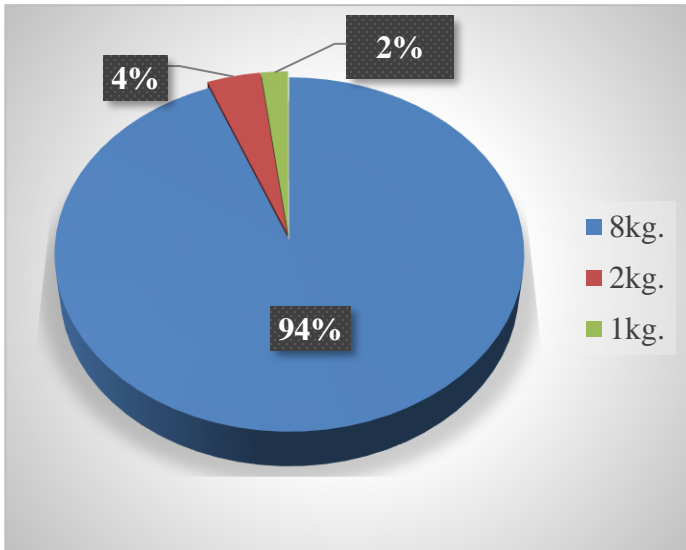


Figura n°8: ¿Cuántos kilos gramos de pacú consume mensualmente?
 Fuente: Elaboración propia

Los resultados de esta encuesta dicen que el 94% consume 8 Kg mensual.

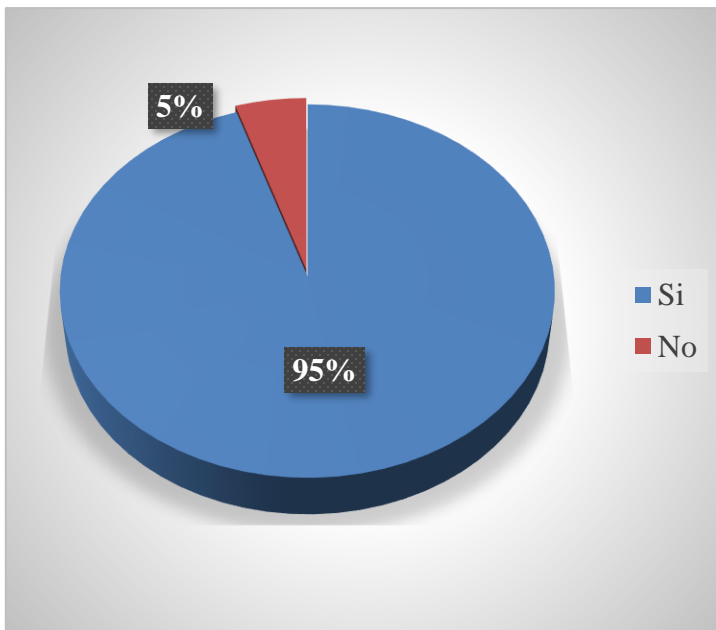


Figura n°9: ¿Conoce los beneficios nutricionales y usos que se le da a la carne de pacú?
 Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la mayoría de los encuestados conoce los beneficios nutricionales y usos de la carne de pacú con un 95% de porcentaje.

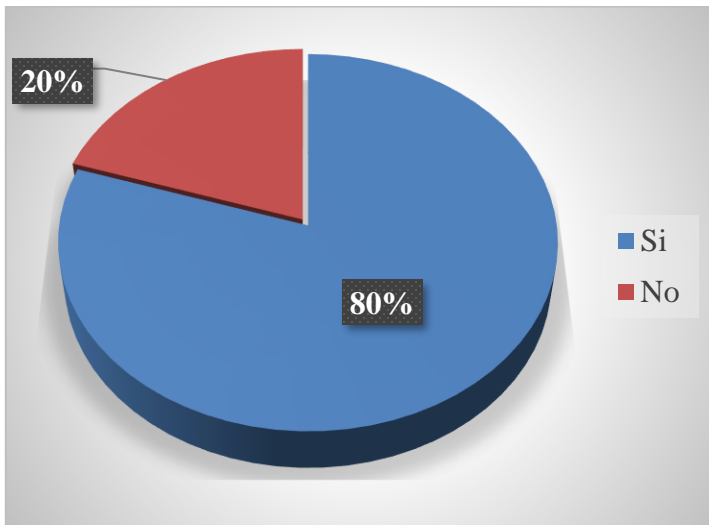


Figura n°10: ¿Usted consumiría nuestro producto Carne de pacú y producida en la población El Sena?

Fuente: Elaboración propia

En datos a esta pregunta se puede determinar que el 80% consumiría la carne de pacú producida en la población El Sena.

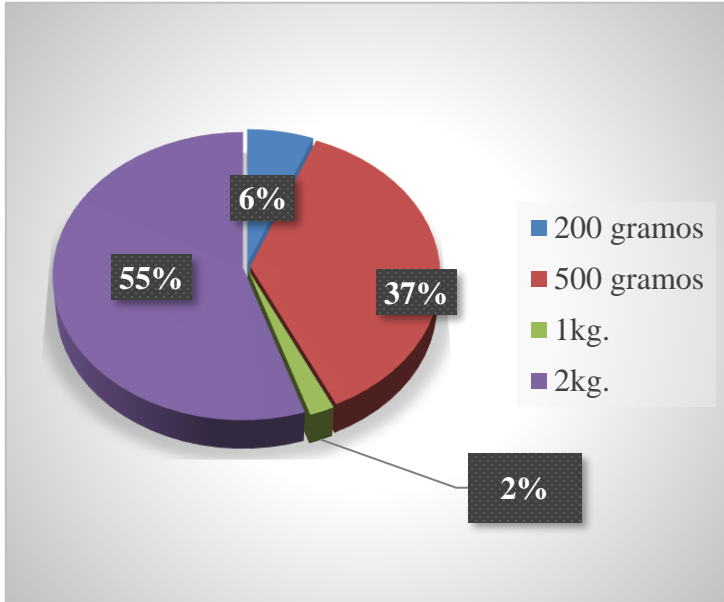


Figura n°11: En caso de que consuma ¿En qué peso le gustaría adquirir la carne de pacú?

Fuente: Elaboración propia

Se pudo observar que la mayoría de los consumidores le gustaría consumir la carne de pacú 2 kg.

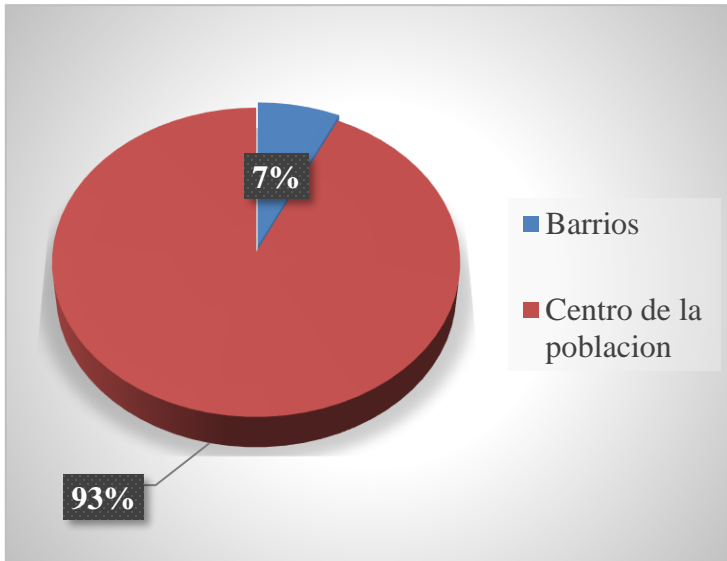


Figura n°12: ¿En cuál área de la población le gustaría que estuviese ubicado la venta de nuestro producto?

Fuente: Elaboración propia

En esta encuesta se pudo observar que un 93% de las personas encuestadas le gustaría que estuviese ubicado la venta de nuestro producto en el centro de la población.

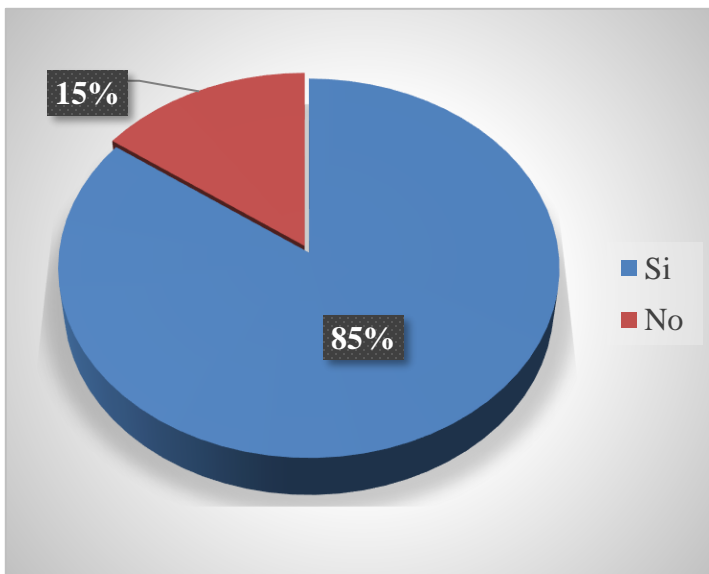


Figura n°13: ¿le agradaría recibir nuestros productos en su domicilio?

Fuente: Elaboración propia

En esta encuesta se pudo determinar que la mayoría de las personas le gustaría adquirir el producto en su domicilio teniendo un porcentaje de 85 %.

4.1.5.- Análisis de la demanda

Este análisis me permitirá determinar la demanda total, real y efectiva para así conocer en qué situación se encuentran cada una de ellas, en relación al producto que se quiere elaborar y comercializar.

Por otra parte, el análisis de la demanda me indicará cuales son las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos del producto por parte del mercado y de esta manera establecer las posibles oportunidades que tendrá esta microempresa para atender los requerimientos del mercado.

Tome la población de referencia o muestra que en este caso es de 384 y que equivale a 5,625 de la población total en el año 2023, continuando proyectar la población para los años de vida útil del proyecto, la tasa de crecimiento que se utilizó fue la tasa de crecimiento que da el INE del municipio el Sena que es de 1.05 %; con lo cual obtuve lo siguiente:

Tabla n°6
Análisis de la demanda

Años	Población
2023	5,625
2024	5,684
2025	5,744
2026	5,804
2027	5,865
2028	5,926

Elaboración: propia

Fuente: INE

➤ Demanda potencial

Con los datos obtenidos del incremento poblacional se realiza la obtención de la demanda potencial, se obtiene con el dato obtenido en la pregunta Nro.1 a los demandantes.

Para obtener los datos de Demanda Potencial tomamos:

DP= Población * Porcentaje

DP= 5,625*98% = 5,512

Tabla n°7
Demanda potencial

Periodo	Años	Población total t. c.	Demanda potencial
		1.05%	98%
0	2023	5,625	5,512
1	2024	5,684	5,570
2	2025	5,744	5,629
3	2026	5,804	5,688
4	2027	5,865	5,747
5	2028	5,926	5,807

Elaboración: propia

Fuente: INE

➤ **Demanda real**

Se calcula la demanda real en base de la demanda potencial del resultado de la pregunta Nro. 5 en la cual se pregunta ¿Usted consumiría nuestro producto Carne de pacú producida en la población El Sena?

Para obtener los datos de Demanda Real tomamos:

DR= Demanda Potencial * Porcentaje

DR= 5,512*80% = 4,410

Tabla n°8
Demanda real

Periodo	Años	Población total t. c.	Demanda potencial	Demanda real
		1.05%	98%	80%
0	2023	5,625	5,512	4,410
1	2024	5,684	5,570	4,456
2	2025	5,744	5,629	4,503
3	2026	5,804	5,688	4,550
4	2027	5,865	5,747	4,598
5	2028	5,926	5,807	4,646

Fuente: tabla n°7

Elaboración: propia

➤ **Demanda efectiva**

Para establecer la demanda efectiva se tomó en consideración los datos de la pregunta 2 que nos dice que del total de la demanda real de 4,410 correspondiente al 100% el 99% corresponden a la demanda efectiva del proyecto en números sería 4,366 que con el cálculo de la proyección dará datos para cada año en cuestión y un 94 % corresponde al consumo promedio que se obtuvo de la pregunta número 3 de la encuesta realizada.

$$DE = D. Real * Porcentaje \quad DE = 4,410 * 99\% = 4,366$$

Tabla n°9
Demanda efectiva

PERIODO	AÑOS	POBLACIÓN TOTAL T. C.	Demandapotencial	Demandareal	Demandaefectiva	Consumo promedio	Demandafutura
		1.05%	98%	80%	99%	2kg	
0	2023	5,625	5,512	4,410	4,366	2	8,732
1	2024	5,684	5,570	4,456	4,411	2	8,822
2	2025	5,744	5,629	4,503	4,458	2	8,916
3	2026	5,804	5,688	4,550	4,504	2	9,080
4	2027	5,865	5,747	4,598	4,552	2	9,104
5	2028	5,926	5,807	4,646	4,599	2	9,198

Fuente: tabla n°8 y <https://www.fao.org> (A nivel nacional Bolivia cuenta con un nivel de consumo de pescado de apenas 2kg per cápita).

Elaboración: propia

4.1.6.- Interpretación de la entrevista realizada

Tabla n°10

Resultados de las entrevistas realizadas

N°	Preguntas	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	¿El local en el que ofrece los productos es?	Propio	1	50%
		Arrendado	1	50%
2	¿Usted en su negocio ofrece diferentes tipos de carnes?	Si	2	100%
		No		
3	¿Qué tipo de carne vende más?	a) carne de pollo	0.5	25%
		b) carne de pescado	1	50%
		c) carne de res	0.5	25%
4	¿Cuántos kilos de carne de pacú vende mensualmente?	4 kg	2	100%
		6 kg.		%
5	¿Usted de donde adquiere los productos de carne de pacú?	Riberalta	2	100%
		El Sena		
6	¿A qué precio vende usted la carne de pacú?	a) 26 bs	1	50%
		b) 27bs	1	50%

Fuente: Entrevistas realizadas

Elaboración: propia

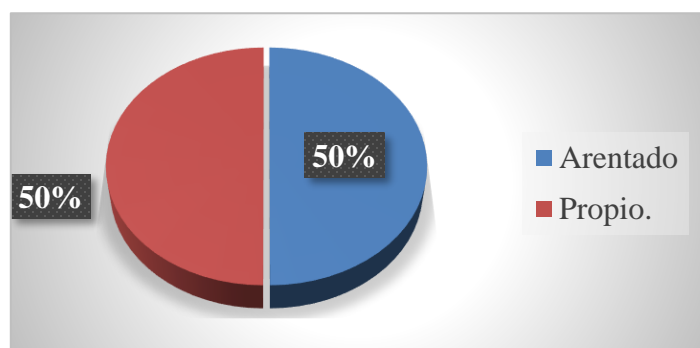


Figura n°14: ¿El local en el que ofrece los productos es?

Fuente: Elaboración propia

En datos a esta pregunta se puede determinar que el 50% no cuenta con local propio y el 50% Si cuenta con local propio.

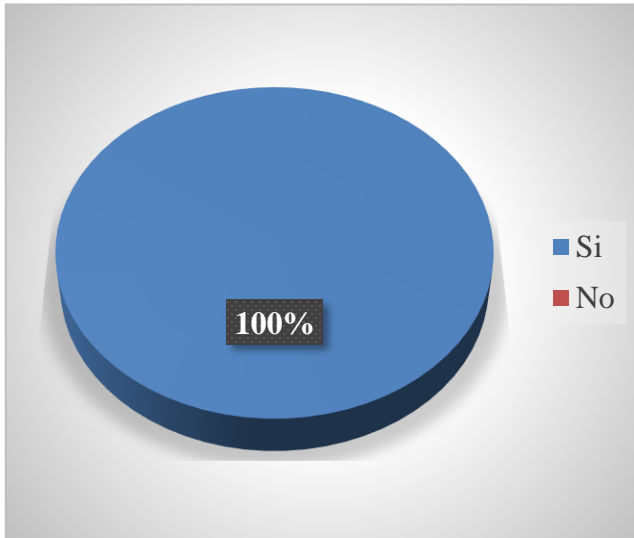


Figura n°15: ¿Usted en su negocio ofrece diferentes tipos de carnes?
Fuente: Elaboración propia

En datos a esta pregunta se puede determinar que el 100% venden diferentes tipos de carne

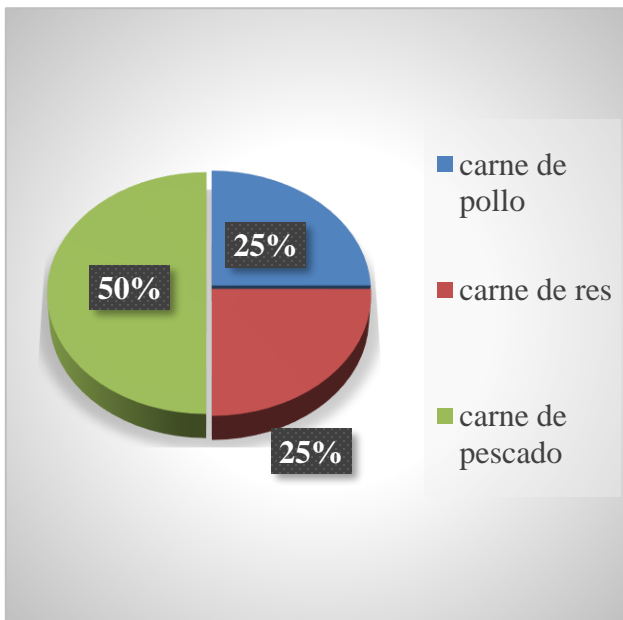


Figura n°16: ¿Qué tipo de carne vende más?
Fuente: Elaboración propia

En datos a esta pregunta se puede determinar que el 50% venden más carne de pescado.

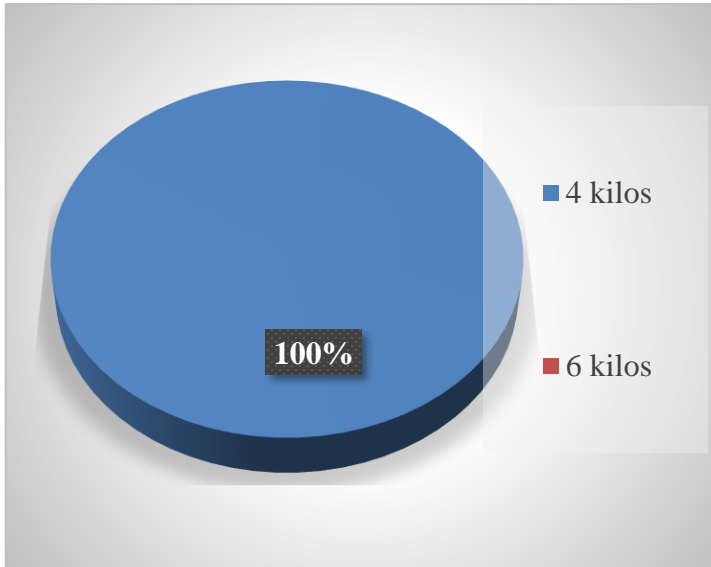


Figura n°17: ¿Cuántos kilos de carne de pacú vende mensualmente?

Fuente: Elaboración propia

En los datos a esta pregunta se puede determinar que el 100 % venden 4 kilos mensualmente.

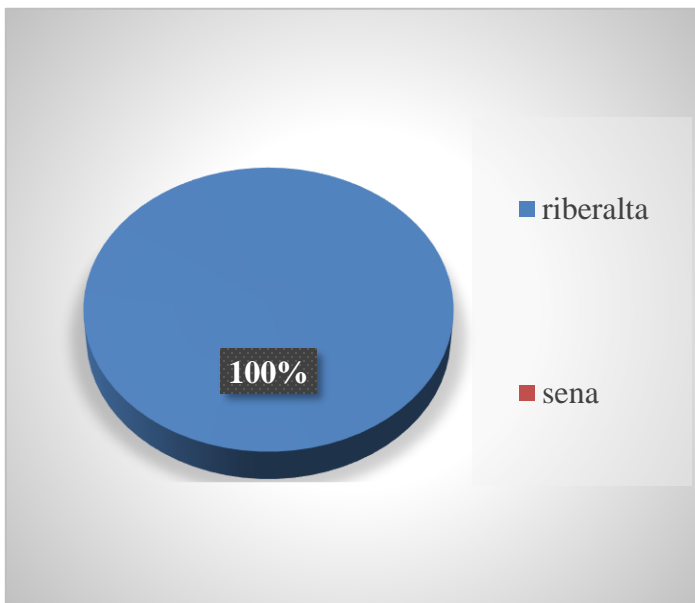


Figura n°18: ¿Usted de donde adquiere los productos de carne de pacú?

Fuente: Elaboración propia

En los datos a esta pregunta se puede determinar que el 100 % adquieren sus productos de carne de pacú de Riberalta.

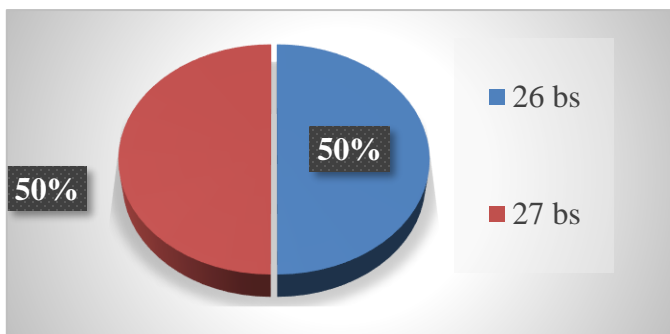


Figura n°19: ¿a qué precio vende usted la carne de pacú?

Fuente: Elaboración propia

En los datos a esta pregunta se puede determinar que el 50% vende el kilo de pacú a 27 bs y el otro 50% vende el kilo a 26 bs.

4.1.7.- Análisis de la oferta

para realizar el análisis de la oferta del proyecto que consiste ofrecer pescados pacú nutritivo a base de crianza se tomó en cuenta la competencia.

el municipio el Sena cuenta con un número pequeño de microempresas comercializadoras de pacú, las mismas que tratan de satisfacer la gran demanda que existen el municipio.

se ha tomado en consideración solamente los locales que se dedican a la venta del producto que se ofrece.

según los resultados de las entrevistas realizadas a los dos principales ofertantes de pacú se consideró la cantidad de 4 kilogramos al mes por cada negocio, dando un total de 8 kilos al mes lo que determinó que el consumo anual es de 96 kilogramos.

Tabla n°11

Proyección de oferta por año de los competidores

Años	Oferta
	5%
0	96
1	101
2	106
3	111
4	116
5	122

Fuente: información personal

Elaboración: propia

4.1.7.1.- Balance oferta – Demanda

Tabla n°12

Balance oferta y demanda

Años	Demanda -	Oferta	Demandano satisfecha
0	8,732	96	8,636
1	8,822	101	8,721
2	8,916	106	8,810
3	9,080	111	8,969
4	9,104	116	8,988
5	9,198	122	9,076

Fuente: tabla n°9 y 11

Elaboración: propia

4.1.8.- Participación en el mercado

La participación de nuestro producto en el mercado se efectuará moderadamente estoa causa de que en la mente del consumidor esta los productos de otras microempresas comoser: pandinita y frios que ofrecen el pacú a un elevado precio, nuestra participación en el mercado del Sena será de un 92.63% de un 100%.

Tabla n°13

Participación en el mercado

años	Demandano satisfecha	Capacidad instalada	Participación en el mercado
0	8,636	8.000	92.63%
1	8,721	8.000	91.8%
2	8,810	8.000	91%
3	8,969	8.000	90%
4	8,988	8.000	89.2%
5	9,076	8.000	88.2%

Fuente: tabla n.° 12

Elaboración: propia

4.1.9.- Potencial de ventas

Es la venta total de un mismo producto de la microempresa que comercializa el producto, en condiciones óptimas, durante un periodo determinado.

Se refiere a la parte de potencial de mercado, tomando en cuenta el tamaño, la ubicación, extractos de ingreso, las cantidades de clientes potenciales y costos de venta. Lamicroempresa tiene la esperanza de comercializar el producto, representa las ventas máximas posibles durante un periodo determinado.

4.1.10.- Pronóstico de ventas

El pronóstico de ventas es una estimación de ventas futuras ya sea en términos físicos o monetarios de las ventas del producto en unidades, generalmente para un periodo de tiempo determinado, así como las estrategias que se desarrollaran para lograrlo, tomando en cuenta las condiciones del contexto interno y externo. Los pronósticos de venta son indicadores de realidades económica empresariales (básicamente la situación de la microempresa en el mercado y la participación de la microempresa en el mercado).

4.1.11.- El cliente objetivo

Según los estudios realizados en el municipio del Sena se demostró que nuestro mercado objetivo son las carnicerías, friales y tiendas de barrio los cuales se dedican a la comercialización y la venta a los consumidores.

4.1.12.- Comportamiento del consumidor

el comportamiento del consumidor se debe por su cultura, estilo de vida, motivación, personalidad y edad. es entrar a la mente del consumidor a través de un buen servicio y producto de calidad.

4.1.12.1.- Influencias externas

para tener buenas influencias por parte de la sociedad lo que se realizara es realizar una buena atención a los clientes para que tengan buenas referencias de nuestra microempresa.

4.1.12.2.- Influencias internas

Para que nuestros empleados lleven buenas referencias de nuestro producto a la sociedad se los debe tener satisfecho y cómodo en su puesto de trabajo ya sea un operario o jefe de departamento sin distinción alguna y se los debe capacitar constantemente, así de esa manera nuestros empleados llevaran buenas referencias de nuestro producto.

4.1.12.3.- Enfoques de decisión de compra

Para que nuestro producto sea aceptado en el mercado y las personas puedan comprar nuestros productos tendremos algunos enfoques como:

a) Precios accesibles b) Hábitos de compra por parte de las personas c) Fácil preparado del producto.

4.1.13.- Objetivos de marketing

En esta parte tomaremos en cuenta los objetivos de marketing para que se pueda tener un mejor objetivo desarrollaremos estrategias y tácticas que nos puedan ayudar a alcanzar un mejor desempeño. Producir carne de pescado en base a alimentos naturales de la región y de otros sectores, satisfaciendo necesidades de la población.

4.1.13.1.- Objetivo del producto

- Introducir al mercado un producto existente con características únicas de calidad del producto, en vista de que existe dos competidores directos e indirectos de manera que pueda ser aceptada por la población.
- Crear una marca, que pueda insertar la imagen de la microempresa en los consumidores.
- Interactuar con nuestros clientes.

4.1.13.2.- Objetivo del precio

- Fijar los precios de acuerdo a la calidad de producto para que tenga aceptación en el mercado por parte de nuestros clientes.
- Fijar los precios un poco menos que la competencia de tal forma nos permita ingresar al mercado con nuestro producto.

4.1.13.3.- Objetivo de la comercialización

- La distribución de nuestro producto será de manera indirecta ya que el producto llegará a los intermediarios y luego llegará a los consumidores finales.
- Buscar clientes específicos que puedan comercializar nuestro producto de manera que los clientes queden satisfechos.

4.1.13.4.- Objetivo de la promoción o publicidad

- Dar a conocer los beneficios de nuestro producto así para atraer más clientes, para su posterior compra de nuestro producto.
- Lograr el posicionamiento de la marca del producto en la mente del consumidor para su lealtad y fidelidad.

4.1.14.- Estrategia de marketing

4.1.14.1.- Producto

El producto es una de las características principales que ve nuestro consumidor y el cliente es el que diferencia de un producto con otro, ósea de la competencia, si bien la carne de pescado pertenece al rubro piscícola donde en este sector existen dos microempresas que producen carne de pescado, para tener más mercado se debe ingresar con productos de calidad para que el cliente quede satisfecho.

La microempresa “**PEZ VELOZ SRL**” producirá carne de pescado natural que tengan valores nutricionales para el consumo de las personas y que no les afecte en su salud para este caso se ha tomado muy en cuenta algunos factores como:

4.1.14.1.1.- El Logotipo



Figura n°20: logotipo

Fuente: Elaboración propia

4.1.14.1.2.- La Marca

La marca es la imagen que será reconocido por nuestros clientes de tal forma que puedan identificarnos de manera rápida para adquirir nuestros productos.

4.1.14.1.3.- lema

“Pez veloz una alternativa saludable para nuestros consumidores”

4.1.14.1.4.- Precio

Relación que establece la proporción en que se intercambia entre si los productos, Es una señal atrás de la cual están los valores relativos de los bienes. (Guerra, 1995)

Es el valor monetario que el cliente está dispuesto a pagar con el fin de satisfacer sus necesidades de acuerdo a las expectativas que se hayan fijado.

Para hacer frente a la competencia debemos tomar bien en cuenta y analizar nuestro mercado para así determinar nuestros precios de acuerdo a nuestros costos de producción, para esto se ha determinado algunas estrategias, de tal forma que puedan determinar nuestros precios al mercado.

Para este caso el precio de la microempresa estará a un promedio de 34bs cuando el precio de la competencia este en ,26 y 27 bs para así ingresar al mercado.

4.1.14.1.5.- Distribución

Proceso o camino por medio del cual los bienes productivos llegan a ponerse a la disposición inmediata de sus últimos demandantes.

4.1.14.1.6.- La estrategia del ingreso

Para que nuestro producto pueda ingresar al mercado y pueda ser aceptada por los consumidores, lo que se pretende brindar unos productos de calidad.

4.1.14.1.7.- El posicionamiento

Para poder posesionar nuestro producto debemos tomar algunas estrategias como es la marca, eslogan lo que nos permitirá llegar a la mente del consumidor.

4.1.14.1.8.- A lo largo del ciclo de vida del producto

Nuestro producto tendrá un ciclo de vida que está dividido en cuatro partes se realizará un fuerte énfasis en la primer y última fase del ciclo.

- **Introducción.** - En esta fase tendremos la introducción de nuestro producto con un 34 bs el kilo y con una producción de 8.000 kilos de pacú en 12 mes lo cual genera utilidades y los gastos serán mayores, pero posteriormente se obtendrán beneficios.
- **Crecimiento.** - En esta fase se generarán utilidades lentamente, debido a que las ventas se incrementaran, también los rendimientos serán mejores en la medida que la microempresa realice inversiones.
- **Madurez.** - En esta fase se tendrán más utilidades y nuestro producto que dará posicionado en la mente del consumidor esto debido a que las ventas son mayores y

los costos de producción serán bajos debido a las estrategias que se han tomado.

- **Declinación.** - En esta fase las utilidades empezaran a reducir lo cual nos obliga a innovar nuestro producto , para su comercialización para que la microempresa no entre en quiebra, de ahí volver a recuperar más mercado.

4.1.15.- Operaciones (producción)

4.1.15.1.- Diseño y desarrollo del producto

El producto que vamos a producir es la carne de pescado, son producto de gran calidad es de fácil manejo, preparación para el consumo al igual que los pescados que se comercializa en el mercado, este producto se caracteriza por comercializar el pescado de calidad de una manera diferente de los demás, este producto proviene de la producción piscícola ubicado en el municipio del Sena.

4.1.15.2.- Descripción técnica y funcional del producto

Los pescados serán producidos en el municipio el Sena, estas estarán en estanques que estarán acondicionadas para los pescados, además los pescados serán alimentados de manera natural con alimentos de la región y suplementos del interior del país de manera que se pueda satisfacer las necesidades de la población, con un producto sano.

4.1.15.3.- Características de la calidad del producto

Los pescados tienen muchas características entre las cuales podemos mencionar algunas.

- La carne es de color blanco
- Es una carne blanda
- Agradable sabor
- Fácil manipuleo

4.1.15.4.- Beneficios

El producto traerá buenos beneficios entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

- Valores nutricionales
- Salud para nuestros consumidores
- Nutrición sana.

4.1.15.5.- Necesidades a Satisfacer

La sociedad está en constante búsqueda de alimento sano, para esto la microempresa pretende satisfacer en la alimentación de nuestros consumidores con un producto saludable.

4.1.16.- Proceso de producción

- Preparación de los estanques para la siembra de los alevines, la preparación de los estanques para los alevines se lo realizará después de que los estanques para los alevines hayan sido llenados de agua con una moto bomba, una vez llenado los estanques de los alevines se lo tendrá 1 semana en la etapa de desinfección, la preparación de los estanques es con cal mínimamente el 30% para evitar el filtrado de agua a unas 6 horas antes de su llegada para su acondicionamiento de los alevines.
- Llegada de los alevines (pacú). En esta sección tendremos ya la llegada de los peces bebés y se los proveerá de alimento Iniciador.
- Crecimiento. Una vez adecuado los pescados pacú crecerán a medida que pasan los días y el consumo de alimento se incrementará.
- Alimentación. En esta fase se tendrá muy en cuenta sobre la alimentación natural.
- Faenado. Una vez cumplida su etapa de producción y haber alcanzado el peso promedio su siguiente fase es que los pescados deben ir al sacrificio, para renovar el ciclo, para el sacrificio que es el faenado se utilizará la mano del hombre con la ayuda de algunas maquinarias para que se pueda realizar de manera rápida.
- Empaque para la comercialización. Una vez faenada a los pescados se los llevará a un lugar limpio para su posterior comercialización en el mercado.

4.1.17.- Tipo de proceso

El tipo de proceso que se utilizará en la producción de pacú será mixto, ya que esta será utilizada con maquinarias y en parte utilizada la mano del hombre.

4.1.17.1.- Funciones y cargos del área operativa

En esta área se mencionará las funciones detalladamente lo cual permitirá que la microempresa piscícola tenga éxito.

Tabla n°14
Funciones y cargos del área operativa

Nombre del cargo	limpieza
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivo	El objetivo principal es mantener limpia toda el área de la micro empresa como ser: los ambientes y los estanques.
Funciones	Estar al tanto de la limpieza y el orden de los ambientes de la microempresa. Velar por el buen mantenimiento que se debe hacer a los estanques. Realizar la limpieza de todo el área de la microempresa.
Requisitos del cargo.	Profesión: Título de bachiller Experiencia: con o sin experiencia.

Fuente: Elaboración propia

tabla n°15
Funciones del conductor del moto carro

Nombre del cargo	Conductor del motocarro
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivo	El objetivo principal del conductor es apoyar de manera primordial en el traslado de las materias primas y el producto terminado para una entrega o recepción de los materiales y ayudar de forma permanente a la parte administrativa.
Funciones	Estar al tanto del vehículo (motocarro) para su normal funcionamiento y mantener en buen estado. Velar por el buen mantenimiento que se le debe hacer al vehículo (motocarro), cambio de aceite, revisión de líquidos, frenos, motor, etc.
Requisitos del cargo.	Al finalizar del día presentar un informe sobre los movimientos que ha realizado en el transcurso del día. Profesión: Título de bachiller Experiencia: 1 Año en el manejo de motocarro

Fuente: Elaboración propia

4.1.18.- Materias primas pescados bebes



Figura n°21: Alevines

Fuente: Google

Los pescados recién nacidos pesan aproximadamente 1 a 25 Gramos y mide aproximadamente 2.5 centímetros.

Los pescados bebes son la materia prima principal que será utilizada para la microempresa “PEZ VELOZ”.

Los pescados tardan en nacer durante dos o tres meses, los huevos se ban desarrollando hasta llegar al estado de ojo para luego eclosionar y ser un alevín de saco queluego es absorbido para posteriormente dar paso a los alevines propiamente tales, se comienza su alimentación con un alimento balanceado completamente fina.

La microempresa para su buen funcionamiento y manejo adecuado en el crecimiento de los peces proveerá de las maquinarias y equipos de la empresa “DISTRIBUIDORA LA STIL” que se encuentra ubicado en avenida nueve de febrero, kilometro dos en la ciudad de cobija departamento de pando.

4.1.19.- Descripción maquinaria

4.1.19.1.- Equipos

Moto bomba eléctrica



Figura n°22: Motobomba eléctrica

Fuente: Google

- **Descripción.** – Moto bomba marca KOSHIN, modelo SEV-50X.
- **Función.** - Encargada de bombear agua a las Pozas de Crianza de Pacú.
- **Capacidad de producción.** - Motor de 2 tiempos Koshin original. Caudal 600 litros/hora, altura de aspiración 8 metros, altura de elevación 32 metros.

Freezer metal frio



Figura n°23: Freezer metal frio

Fuente: Google

- **Descripción.** – freezer metálico.
- **Función.** – Encargada de mantener en refrigeración a los pecados Pacú.
- **Capacidad de producción.** – un freezer tiene la capacidad de almacenar 500 kilos.

Recipientes



Figura n°24: Recipiente

Fuente: Google

- **Descripción.** - caja plástica color plomo marca brincor.
- **Función.** -Empaque de Pescado desde Unidades productivas a planta de faneo.

Recipientes térmicos



Figura n°25: Recipiente Térmico

Fuente: Google

- **Descripción.** – **caja Tecnopor de** Longitud Total 850 (mm) ,Altura Total 500 (mm)y Profundidad total 1550 (mm).
- **Función.** - Empaque de Pescado desde Unidades productivas a demandantes del producto.

Vehículo



Figura n°26: Vehículo motocarro

Fuente: Google

- **Descripción.** – motocarro modelo JL150zh-C , marca Jinlun.
- **Función.** - Encargada de trasladar el pescado de los estanques de crianza.
- **Capacidad de producción.** - tiene una capacidad de 350 kilos máximo.

4.1.20.- Insumos

Para la producción de pescados desde su llegada hasta el final de su proceso se utilizaron los siguientes insumos:

75 kilos de alimento balanceado (Iniciador). 3 meses

215 kilos de alimento balanceado (crecimiento). 5meces

310 kilos de alimento balanceado (finalizador). 4 meses

4.1.21.- Proveedores

Proveedores son las empresas que nos proporcionan de los equipos de maquinaria que vamos a trabajar en la producción de pescado y que se encuentra ubicado en avenida nueve de febrero, kilometro dos en la ciudad de cobija departamento de pando.

4.1.22.- Programación de producción

La programación de producción se realizará después de la planificación que ha realizado la microempresa, esta programación nos sirve para determinar cuándo se inicia y cuando termina el proceso de producción de los pescados, cuanto tiempo y que materiales vamos a utilizar, para iniciar la programación se requerirá un ambiente adecuado y estratégico para la recepción

De Los peces bebés alevines, luego brindarle una alimentación adecuada para su crecimiento efectivo y en su última fase se lo realizará la inspección, selección para su posterior comercialización.

4.1.23.- Capacidad de producción

La microempresa “PEZ VELOZ SRL” Pretende obtener una producción anual de 8.000 kg de carne de pacú.

4.1.23.1.- Capacidad instalada

Se toma la referencia de la tasa máxima de producción de pacú en un periodo anual.

4.1.23.2.- Unidades producidas

Unidades producidas 8.000 kg de carne de pacú en 365 días del año.

Tabla n°16

Unidades producidas

CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
8.000 kg	100%

Fuente: Elaboración propia.

4.1.23.3.- Localización de la planta

De acuerdo a sus dimensiones de la localidad el Sena y su relación con la localización y ubicación de la microempresa “PEZ VELOZ SRL” se encuentra en la tercera sección de la provincia madre de Dios del departamento de Pando.

La microempresa estará ubicada en un lugar adecuado con fácil acceso de los clientes que aspira a consumir carne de pescado.

4.1.23.4.- Distribución de las instalaciones

En primera instancia se debe tomar muy en cuenta el tamaño del terreno donde se desplazarán los estanques de acuerdo a la cantidad de los pescados que se requiere criar.

Este debe ser lo más económico posible, con características que se puedan adaptar al levantamiento y construcción de estanques dentro de esto lo más importante es que se tiene un fácil acceso a los servicios básicos.

4.1.24.- Plano de la microempresa

“Pez veloz. S.R.L.”

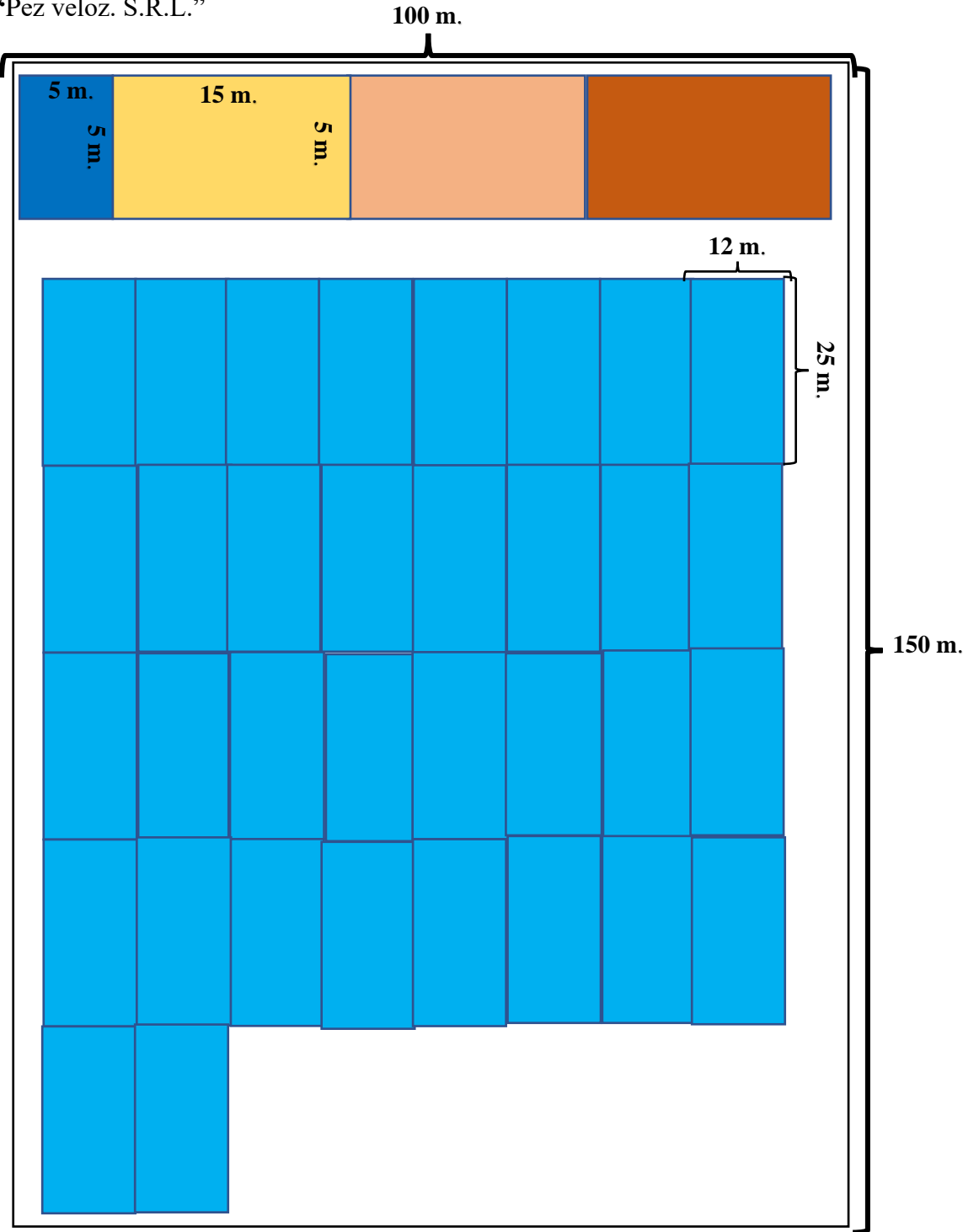


Figura n°27: Plano de la microempresa
Fuente: Elaboración propia

4.1.25.- Estudio técnico

A continuación, se presenta en detalle de las inversiones necesarias para los activos fijos. Estos comprenden el presupuesto para el equipamiento e instalaciones, muebles y enseres, equipo de computación, vehículo, estanques, y terreno, realizando un análisis de todos los cuadros para determinar la viabilidad del proyecto.

4.1.25.1.- Terreno e Infraestructura

Para la implementación de la microempresa piscícola se contará con un terreno dotado por la alcaldía del municipio el Sena que será de 100 x150 m², que estará situada a continuación de la empresa eba.

Tabla n°17
Terreno

Terreno	
Detalle	Precio (bs)
Terreno de 100m x150m	5.000
Total	5.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°18
Infraestructura

Edificaciones				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Total (Bs.)
Construcción 5 m x 15 m	Unidad	450	40	18.000
Suma total				18.000

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.2.- Construcción de estanques

Tabla n°19
Construcción de estanques

Construcción de estanques					
Detalle	Unidad	Metros	Cantidad (estanques)	Precio unitario (bs.)	Total (Bs.)
Estanques 12 m x 25 m	Metros	300	34	210,00	7.140,00
		Suma total			7.140,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°20
Flete de la oruga

Detalle	Unidad	Cantidad (horas)	Precio unitario (bs.)	Total (bs.)
Cabadora Oruga	Servicio	34	210	7.140,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.3.- Muebles y Enseres

Los muebles y enseres ayudarán para el complejo de trabajo que se realiza en toda la microempresa que esta denominada PEZVELOZ, la cual se da a conocer en la tabla n° 21.

Tablan°21
Muebles y enseres

Muebles y Enseres				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Total (bs.)
Escritorio 1 m x 1.5 m	Unidad	1	700	700,00
Mesas de 1 m x 3 m	Unidad	3	600	1.800,00
Silla de Giratoria	Unidad	1	400	400,00
Sillas de Madera	Unidad	4	150	600,00
Suma total				3.500,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.4.- Vehículo y Equipamiento

Tabla n°22
Vehículo y Equipamiento

Vehiculo y Equipamiento				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Total (bs.)
Motocar	Unidad	1	10000	10.000,00
Frizzer de 500 Kg.	Unidad	3	4000	12.000,00
Motobomba	Unidad	1	6000	6.000,00
Suma total				28.000,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.5.- Equipo de Computación

Es una herramienta de trabajo que será muy esencial para cuando se deberá almacenar información en la microempresa, para obtener datos importantes.

Tabla n°23
Equipo de computación

Equipo de computacion				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Total (bs.)
Computadora de Escritorio	Unidad	1	4000	4.000,00
Impresora	Unidad	1	2000	2.000,00
Suma total				6.000,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.6.- Depreciación de los activos fijos

Tabla n°24
Depreciación de activos fijos

Nro.	Detalle	Precio (bs.)	Vida util	Depreciacion Años 1-5 (bs.)	Valor en libro(bs.)
Edificaciones					
1	Construcción 5 m x 15 m	18.000,00	40	450,00	15.750,00
Vehiculo y equipamiento					
2	Motocarro	10.000,00	5	2.000,00	
3	Frizzer de 500 Kg.	12.000,00	5	2.400,00	
4	Motobomba	6.000,00	3	2.000,00	
Equipo de computacion					
6	Computadora de Escritorio	4.000,00	5	800,00	
7	Impresora	2.000,00	5	400,00	
Muebles y enseres					
8	Escritorio 1 m x 1.5 m	700,00	10	70,00	350,00
9	Mesas de 1 m x 3 m	1.800,00	10	180,00	900,00
10	Silla de Giratoria	400,00	5	80,00	
11	Sillas de Madera	600,00	10	60,00	300,00
Suma total		55.500,00	98	8.440,00	17.300,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.7.- Determinación de los costos de producción

Como se ha podido observar se ha presentado el cuadro de costos de producción donde se ha previsto producir 8,000 kilos de pacú cada doce meses, viendo también todos los costos que se requiriera para la crianza de pescado pacú, como resultado se ha obtenido un dato de costo de producción anual.

Tabla n°25
Determinación de costo de producción

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario (bs.)	Kilogramo anual	Total (bs.)
Alevines	Millar	4,000	1	8,000	4,000.00
Alimentación	Kilo	600	7		600.00
Costo total de materia prima					4,600.00
Costo de producción sin mano de obra					0.57
Mano de Obra Directa			95,110.59		
Mano de Obra Indirecta			75,026.00		
Costo de mano de obra					21.27
Costo de producción anual					21.84

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°26
Costo de producción anual

Costo de producción anual				
Periodo	Año	Demanda(kg.)	Costo (bs.)	Total
1	2023	8.000	21,84	174.720
2	2024	8.000	21,84	174.720
3	2025	8.000	21,84	174.720
4	2026	8.000	21,84	174.720
5	2027	8.000	21,84	174.720

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.8.- Determinación de Ingresos

4.1.25.8.1.- Precio de Venta

El precio de venta se determinó de acuerdo al costo de producción según las tablas 31 y el margen de ganancia deseado del 56%.

Tabla n°27
Precio de venta

Precio de venta		
Detalle	Cantidad (kg.)	Precio (bs.)
Pacú (Carne)	1,000Kg.	34

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°28
Determinación de venta de pacú

Determinación de venta de pacu				
Period	Año	Demanda (kg.)	Costo (bs.)	Total
1	2023	8.000	34.00	272.000
2	2024	8.000	34.00	272.000
3	2025	8.000	34.00	272.000
4	2026	8.000	34.00	272.000
5	2027	8.000	34.00	272.000
Proyeccion de ingresos anual				1,360.000

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.9.- Materia Prima e Insumo

Tabla n°29
Materia prima e insumos

Materia prima e insumo				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Total (bs.)
Materia Prima				
Alevines	Unidad	1	4000	4.000,00
Alimentos Balanceado	Unidad	1	2000	2.000,00
Insumo				
Cal	Kilo	60	2,5	150,00
Estuco	Kilo	60	1,5	90,00
Gasolina	Litros	4522	3,72	16.821,84
Suma total				23.061,84

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.9.- Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que no se modifican en la microempresa, estos costos permanecen constantes cuando el volumen de producción se incrementa o disminuye.

4.1.25.9.1.- Sueldos y Salarios para el Personal Administrativo y Operativo

Tabla n°30

Sueldos y salarios para el personal administrativo y operativo en Bs.

Detalle	Cantidad	Mano de obra directa				Total c beneficio
		Haber basico mensual	Haber basico anual	Aguinaldo	Aportes patronales (16.71)	
Técnico de producción	1	2.122,00	25.464,00	2.122,00	4.117,53	6.239
Conductor de motocarro	1	2.122,00	25.464,00	2.122,00	4.117,53	6.239
Limpieza	1	2.122,00	25.464,00	2.122,00	4.117,53	6.239
		Suma total				
Mano de obra indirecta						
Gerente	1	5.000,00	60.000,00	5.000,00	10.026,00	15.026,0
		Suma total				

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.9.2.- Costo de Energía Eléctrica

Tabla n°31

Costo de energía eléctrica

Maquinarias y equipos	Unidad	Potencia promedio (watt)	Potencia en kw	Tiempo promedio de operación (h*días anual)	Consumo de energía eléctrica (kwh/ anual)
Frizzer de 500 Kg.	2	250	0,25	453,00	113,25
Computadora de Escritorio	1	300	0,30	453,00	135,90
Impresora	2	100	0,10	815,40	81,54
Horas anual				1.721,40	
Suma total kwh anual					330,69

Fuente: elaboración propia

Tabla n°32

Consumo de energía eléctrica anual

Detalle	Consumo de energía eléctrica (kwh/anual)	Gasto kwh	Gasto total anual
Maquinarias y Equipos	330,69	1,64	540,68

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.9.3.- Servicios Básicos

Tabla n°33

Servicio Básicos

Servicio basicos			
Detalle	Unidad	Mes (bs.)	Anual (bs.)
Servicio de Agua	Servicio	35,00	420,00
Servicio de Luz Eléctrica	Servicio	45,06	540,68
Internet	Servicio	90,00	1.080,00
Suma total		170,06	2.040,68

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.9.4.- Mantenimiento de maquinarias y estanques

Tabla n°34

Mantenimiento de estanques

Mantenimiento de maquinarias y estanques				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio (bs.)	Total (bs.)
Aceite	litros	12	30,00	360,00
Estuco	kilo	60	2,50	150,00
Cal	kilo	60	1,50	90,00
gasolina	litros	4.522	3,72	16.821,84
Suma total anual				17.421,84

Fuente: Elaboración propia

4.1.25.9.5.- Costo y Gasto Administrativo

Dentro de los costos de la administración se tomó en cuenta los costos de los materiales administrativos.

4.2.25.9.5.1.- Materiales de Trabajo

Tabla n°35

Herramientas para el proceso de producción

Accesorios de trabajo				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio (bs.)	Total (bs.)
red	unidad	1	600,00	600,00
manguera	metros	150	25,00	3.750,00
termos	unidad	5	80,00	400,00
cuchillos	unidad	2	20,00	40,00
botas	unidad	2	25,00	50,00
recipiente térmico	unidad	2	100,00	200,00
Suma total anual				5.040,00

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.9.5.2.- Materiales de Oficina y Limpieza

Para los gastos de oficina se considerarán principalmente materiales que son de mucha importancia para el buen funcionamiento de las diferentes áreas administrativas.

Tabla n°36
Materiales de Oficina

Material de oficina				
Detalle	Unidad	Catidad	Precio (bs.)	Total (Bs.)
Caja de Bolígrafo	Caja	1	30,00	30,00
Papel Boom	Resma	4	45,00	180,00
Grapa	Caja	3	20,00	60,00
Saca grapa	Unidad	2	15,00	30,00
Perforadora	Unidad	2	30,00	60,00
Tintas para Impresora	Unidad	8	80,00	640,00
Suma total anual				1.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°37
Materiales de Limpieza

Material de limpieza				
Detalle	Unidad	Catidad	Precio (bs.)	Total (bs.)
Ace	Paquete	1	30,00	30,00
clorito de litro	Unidad	5	5,00	25,00
trapedor	Unidad	2	10,00	20,00
escobas	Unidad	2	15,00	30,00
goma jala agua	Unidad	1	20,00	20,00
basurero	Unidad	2	15,00	30,00
Suma total anual				155,00

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.9.5.3.- Licencia de Funcionamiento

Los activos fijos tangibles, son muy necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa, estos permisos servirán para el adecuado funcionamiento legal de la empresa.

Tabla n°38
Licencia de Funcionamiento

Licencia de funcionamiento			
Detalle	Tipo (año)	Precios bs.)	Total (bs.)
licencia	1	200	200
Padrón municipal	1	150	150
Suma total			350

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.9.5.- Resumen Gastos Administrativo

Tabla n°39
Resumen Gastos Administrativo

Gastos administrativos	
Detalle	Total
Materiales de trabajo	5.040
Materiales de oficina	1000
Materiales de limpieza	155
Licencia de funcionamiento	350
Suma total anual	6.545

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°40
Costos fijos

Costos fijos	
Descripcion	Costo total
sueldos y salarios	170.136,59
Servicios básicos	2.040,68
Depreciaciones	8.440,00
Mantenimientos de maquinarias y estanques	17.421,84
Gastos de administración	6.545
Total anual	204.584,11

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.10.- Estructura de Inversión

Al considerar una inversión total para el emprendimiento es necesario tomar en cuenta el monto que se requerirá para la inversión para lo cual se necesita 267.283,43 Bs.

Tabla n°41
Estructura de inversión

Estructura de inversion	
Inversiones	Costo total en (bs.)
Activos fijos	67.640
Terreno	5.000
Construcción de Estanques	7.140,00
Edificaciones	18.000
Muebles y enseres	3.500,00
Vehículo y Equipamiento	28.000,00
Equipo de Computación	6.000,00
Capital de trabajo	199.743,43
Materia prima y insumos	23.061,84
M.O.D.	95.110,59
M.O.I.	75.026,00
Gastos de administración	6.545
Totales	267.283,43

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.10.- Flujo de caja Económico

El flujo financiero nos permitirá la evaluación y la administración del peligro, con el objetivo de evitar imprevistos que puedan provocar en un futuro las grandes pérdidas económicas, En la tabla n° 42 se muestra el flujo de efectivo proyectado para 5 años.

Tabla n°42
Flujo de caja económico

Descripción	Años					
	0	1	2	3	4	5
1.- Ingresos		272.000,00	272.000,00	272.000,00	272.000,00	272.000,00
Ventas		272.000,00	272.000,00	272.000,00	272.000,00	272.000,00
2.- Costos		191.745,68	191.745,68	191.745,68	191.745,68	191.745,68
Costo de Producción		174.720,00	174.720,00	174.720,00	174.720,00	174.720,00
Gastos administrativos		6.545	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00
Servicio Básico		2.040,68	2.040,68	2.040,68	2.040,68	2.040,68
Depreciaciones		8.440,00	8.440,00	8.440,00	8.440,00	8.440,00
3.- Utilidad Gravable (1-2)		80.254,32	80.254,32	80.254,32	80.254,32	80.254,32
4.- Impuesto (14,70% de 3)		11.797,39	11.797,39	11.797,39	11.797,39	11.797,39
Utilidad Neta (3-4)		68.456,93	68.456,93	68.456,93	68.456,93	68.456,93
Depreciaciones (+)		8.440,00	8.440,00	8.440,00	8.440,00	8.440,00
Recup. Capital de Trabajo (+)						199.743,43
Inversión ACTIVOS (-)	67.640					
Capital de Trabajo (-)	199.743,43					
Flujo Neto	267.383,43	76.896,93	76.896,93	76.896,93	76.896,93	276.640,32

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.11.- Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)

Analizando la evaluación financiera del VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO se ha obtenido un resultado positivo, lo cual significa que el emprendimiento es rentable

Tabla n°43
Evaluación financiera (VAN Y TIR)

Proceso para determinar el VAN	
VAN	= Flujo Neto Actualizado - Inversión Inicial
VAN	= 583.828,08 - 267.383,43
VAN	= 316.444,65
Proceso para determinar la TIR	
TIR	= Inversión Inicial/Flujo de Efectivo Actualizado
TIR	= 267.383,43 / 583.828,08
TIR	= 46%

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.12.- Relación beneficio costo

Tabla n°44
Relación beneficio costo

Proceso para determinar el RBC	
RBC	= Flujo de Ingreso/Flujo de Egreso
RBC	= 1.360.000,00 / 958.728,40
RBC	= 1,42

Fuente: Elaboración propia

4.2.25.13.- Organización empresarial.

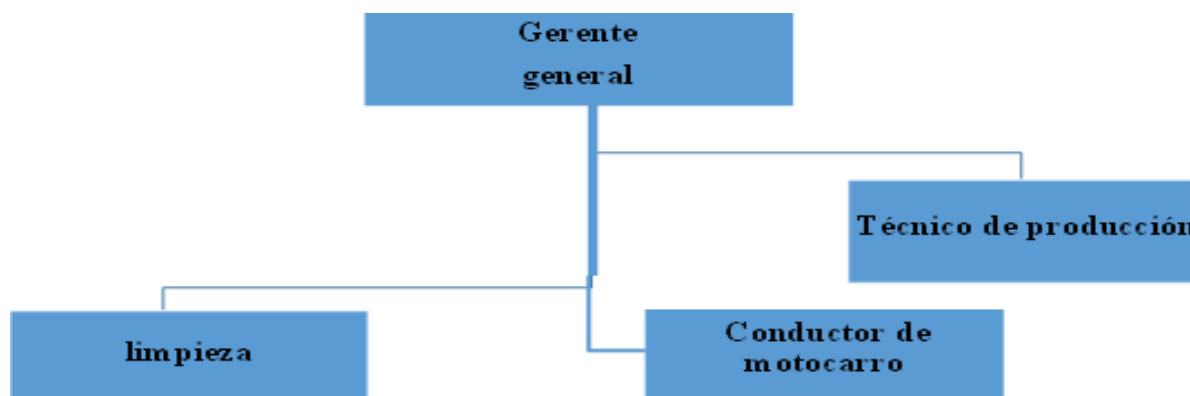


Figura n°28 Organización empresarial
Fuente: Elaboración propia

4.2.25.13.1.- Funciones y cargos área administrativa

Tabla n°45

Funciones y cargos área administrativa

Nombre del cargo	Gerente general
Jefe inmediato	Junta de socios
Número de personas a cargo	3
Objetivo	El objetivo principal es la administración de la microempresa para un buen funcionamiento y una comunicación fluida con el técnico de producción y los empleados.
Funciones. -Planificar, organizar, dirigir, controlar y orientar a los empleados. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los trabajadores de la microempresa. Aprobar los procedimientos de las compras (es decir la materia prima, de los insumos y el precio adecuado). Llevar a la microempresa a competir en el mercado.	
Requisitos del cargo. -Profesión: Licenciatura en Administración de empresas Experiencia: 1 Año	
Nombre del cargo	Técnico de producción
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivo	El objetivo principal es controlar el proceso productivo de la microempresa de forma correcta para así tener un producto de calidad para nuestros clientes.
Funciones. -Supervisar las líneas de producción durante todo el proceso., Analiza todos los fallos o imprevistos durante la producción y los soluciona. Se encarga de la distribución y almacenamiento del producto. Requisitos del cargo. Profesión: técnico medio en agropecuaria Experiencia: 1 año	

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V
PRESUPUESTO
Y
CRONOGRAMA

5.1.- PRESUPUESTO DE INVERSION DE LA PROPUESTA

5.1.1.- Estructura de financiamiento

Tabla n°46

Presupuesto de inversión de la propuesta

Inversion			Capital de trabajo		
Nro.	Detalle	total (bs.)	nro.	Detalle	Total (bs.)
1	Terreno	5.000,00	1	Mano de Obra Directa	95.110,59
2	Construcción de estanques	7.140,00	2	Mano de Obra Indirecta	75.026,00
3	Edificaciones	18.000,00	3	Materia prima y insumos	23.061,84
4	Vehículo y Equipamiento	28.000,00	4	Gastos de administración	6.545
5	Muebles y Enseres	3.500,00			
6	Equipo de computación	6.000,00			
Suma total		67.640,00	Suma total		199.743,43
		Costo total			267.383,43

Fuente: elaboración propia

5.2.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla n°47

Cronograma de actividades

Gestión 2023						
Actividades	Septiembre				Octubre	
	1	2	3	4	1	2
Constitución de la microempresa mediante fe notarial						
Registro legal de la microempresa en SEPREC						
Determinación geográfica y estratégica para la instalación de la microempresa.						
Construcción de la infraestructura.						
Elaboración de estanques						
Compras de Equipos						
Prueba y Entrega de Equipos						
Compra de Materia Prima						
Compra de Insumos						
Inicio de Trabajo de la microempresa						

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

6.1.- CONCLUSIONES

Para la realización del proyecto se consideró analizar cada capítulo, los hallazgos más importantes son los siguientes:

Con la realización del estudio de mercado se logró identificar la oferta y la demanda actual del mercado, como también las necesidades que el mercado presenta por el producto, además se identificó cuál es el mercado objetivo para el producto.

Del estudio técnico se desprende que la ubicación óptima del proyecto favorece su implementación, debido a que es un lugar comercial, como también se estableció los aspectos técnicos para realizar las actividades eficientemente.

Con los resultados obtenidos del estudio financiero se determina la factibilidad del proyecto y el tiempo en el cual se podrá recuperar la inversión realizada.

Con el análisis de la organización de la microempresa se diseñó la parte organizativa y administrativa permitiendo identificar el orgánico funcional de la microempresa, como también las políticas y reglamentos que se deben seguir, al igual funciones y responsabilidades de cada uno de los empleados.

Los impactos que genera el proyecto son positivos, debido a que el proyecto está encaminado al desarrollo productivo y comercial.

6.2.- RECOMENDACIONES

- Se recomienda desarrollar el proyecto y aprovechar al máximo los factores que se mostraron con el estudio de mercado aplicado al municipio el Sena.
- Tener un constante control y mantenimiento de la infraestructura como también de la maquinaria y equipo que se utiliza en la producción de pescado.
- Realizar un control de las operaciones financieras para determinar la posibilidad de reducir costos de producción.
- Estar pendiente que se cumpla lo dispuesto en las reglas establecidas, como también el cumplimiento de metas.
- Controlar que se aplique de manera efectiva las medidas preventivas sobre los impactos que el proyecto ocasionará durante su aplicación.

BIBLIOGRAFIA

- FAO, (1997). Algunos Elementos Básicos de la Acuicultura. Recuperado el 1 de Enero del 2023, en https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/acuicultura/publicaciones/_archivos/000000_Informaci%C3%B3n%20y%20noticias%20vinculadas%20al%20sector/170424_Historia%20de%20la%20Acuicultura%20FAO.pdf
- Núñez J. (1997) Estudio de mercado. Recuperado el 30 de enero del 2023 en <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/8.pdf>
- Núñez J. (1997) Aspectos administrativos Recuperado el 15 de febrero del 2023 en <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/10.pdf>
- Hernández (2011) Ventajas e inconvenientes de tener una empresa propia. Recuperado el 20 febrero del 2023 en <https://observatorio.umh.es/files/2011/06/2002-manual-para-la-creacion-de-empresas-por-universitarios.pdf>
- ECONOMICA, Z. (s.f.). *Estudio Financiero*. recuperado el 30 de febrero del 2023 Obtenido de Estudio Financiero <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- ESTUDIO ADMINISTRATIVO*. Recuperado el 15 de marzo de 2023 (s.f.). Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADHE0000713/C3.pdf>
- ESTUDIO FINANCIERO*. recuperado el 30 de marzo del 2023 (s.f.). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20est%C3%A1%20definida%20como%20>
- Atucha y gualdoni (2018:) El funcionamiento de los mercados. Recuperado el 2 de abril del 2023 en <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- Tomas (2016) Localización del Proyecto. Recuperado el 10 de abril del 2023 en http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html
- Garcés, G. (18 de Agosto de 2021). *Economipedia*. recuperado el 15 de mayo del 2023 Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- GESTIOPOLIS. (8 de Abril de 2001). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?* recuperado el 20 de mayo del 2023 Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

ANEXOS

Anexo 1: La encuesta realizada por medio de Formularios de Google Drive.

Género: Hombre Mujer Edad.....

1.- ¿Usted consume pacú?

a. Si b. No

2.- ¿Considera importante el consumo de pacú dentro de su canasta básica?

a. Si b. No

3.- ¿Cuántos kilos gramos de pacú consume mensualmente?

8 kg 2Kg 1 kg

4.- ¿Conoce los beneficios nutricionales de la carne de pacú?

Si b. No

¿Usted consumiría nuestro producto de carne de pacú producida en la población de El Sena?

Si

No

5.- ¿En caso de que consuma ¿En qué peso le gustaría adquirir la carne de pacú ?

200 gramos 500 gramos 1kg 2 kg

6.- ¿En cuál área de la población le gustaría que estuviese ubicado la venta de nuestro producto?

barrios

centro de la población

7.- ¿Le agradecería recibir nuestros productos en su domicilio?

Si No

Anexo 2: Logotipo



Anexo 3: Tarifas de consumo según la empresa (ENDE) de la población El Sena.

PERIODO noviembre 2022				
CATEGORIA DOM				
	Escala	Consumo kWh	Tarifa Bs.	Monto Bs.
minimo	0 a 20	20.00	14.757	14.757
	2 21 a 50	5.00	0.836	4.18
	3 51 a adel		0.984	0
		25.00		18.94
CATEGORIA GEN				
	Escala	Consumo kWh	Tarifa Bs.	Monto Bs.
minimo	0 a 20	20	50.861	50.861
	2 21 a 50	30	1.425	42.75
	3 51 a adel	50	1.635	81.75
		100		175.36

