

## **PLAN DE NEGOCIOS**

**“Procesamiento, almacenamiento y comercialización de pescado”**

**ORGANIZACIÓN BENEFICIARIA:**

**ASOCIACIÓN DE PESCADORES ARTESANALES INDÍGENAS DE BRUS LAGUNA  
“APAIB”**

**EJECUTADO POR:**

**ASOCIACION GOAL INTERNACIONAL**

**UBICACIÓN:**

**Brus Laguna, Gracias a Dios**

## INDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO .....	4
II.	INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES .....	5
2.1.	Organización .....	5
2.2.	Actividades Económicas Principales .....	6
2.3.	Socios y Beneficiarios potenciales .....	6
2.4.	Organización Interna .....	6
2.5.	Composición de la Junta Directiva.....	6
2.6.	Información del proceso legal. ....	6
III.	INFORMACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO ACTUAL.....	7
3.1.	Descripción del Producto.....	7
3.2.	Condiciones actuales de producción .....	7
3.3.	Estrategia de comercialización actual .....	7
3.4.	Indicadores del negocio actual .....	7
IV.	ANÁLISIS DE MERCADO .....	8
4.1.	Definición de Producto .....	8
4.2.	Demanda Nacional .....	9
V.	RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO.....	9
5.1.	Definición y priorización de problemas .....	10
5.2.	Análisis de causas .....	10
VI.	INFORMACION SOBRE EL NEGOCIO QUE SE PROPONE.....	11
6.1.	Descripción de la Oportunidad de Negocio.....	11
6.2.	Organización.....	12
6.2.1.	Organización para el trabajo.....	13
6.2.2.	Estructura Organizativa del Negocio.....	13
6.3.	Finanzas.....	14
6.4.	Costos .....	15
6.5.	Mercadeo .....	15
6.6.	Estrategia de comercialización. ....	15
VII.	ANALISIS TECNICO PRODUCTIVO .....	16
7.1.	Aspectos generales en el proceso productivo .....	16

7.1.1.	<b>Inocuidad</b> .....	16
7.2.	<b>Localización del plan de negocio</b> .....	17
7.3.	<b>Requerimientos físicos y especificaciones técnicas</b> .....	17
7.3.1.	<b>Terrenos y Obras físicas</b> .....	17
7.3.2.	<b>Maquinaria y equipo</b> .....	18
7.3.3.	<b>Mobiliario</b> .....	18
7.3.4.	<b>Herramientas</b> .....	19
7.3.5.	<b>Movilización</b> .....	19
7.3.6.	<b>Legalización Empresarial</b> .....	20
VIII.	<b>EXPECTATIVA FINANCIERAS</b> .....	20
8.1.	<b>Proyeccion de Produccion</b> .....	20
8.2.	<b>Proyeccion de ventas.</b> .....	21
8.3.	<b>Proyección de ingresos.</b> .....	21
	Se calculo una proyeccion de ingreso para 5 años a una tasa pondera de incremento del 15.5. % al año. ....	21
8.4.	<b>Costo de Produccion</b> .....	22
IX.	<b>ANEXOS</b> .....	25
9.1.	<b>Convenio para la formalización de la alianza.</b> .....	25
9.2.	<b>Contratos de compra-venta formal.</b> .....	25
9.3.	<b>Copia de Identidad de beneficiarios directos del plan de negocios.</b> .....	25
9.4.	<b>Titulo propiedad</b> .....	25
9.5.	<b>Personería jurídica completa</b> .....	25
9.6.	<b>RTN</b> .....	25
9.7.	<b>Constancia de cuenta bancaria</b> .....	25
9.8.	<b>Permisos de operación,</b> .....	25
9.9.	<b>Licencia Sanitaria</b> .....	25
9.10.	<b>Constancia Ambiental</b> .....	25

## I. RESUMEN EJECUTIVO

La Asociación de Pescadores Artesanales - APAIB, se encuentra ubicada en la aldea de Twitanta, municipio de Brus Laguna, departamento de Gracias a Dios, a unos dos Kilómetros de distancia del edificio municipal, está en funciones desde el año 2005 y el giro de la misma es la venta de pescado seco y fresco entero. Está conformada por 42 socios de los cuales 12 son mujeres y 30 hombres. La asociación fue conformada para llevar a cabo la comercialización de sus pescados de forma conjunta y tener acceso a un mejor mercado, sin embargo, a la fecha, debido a la limitación de capacidades de la empresa, esta acción no se ha llevado a cabo. Los socios llevan a cabo sus labores y comercializan sus productos de forma independiente, La única actividad económica que realizan de manera conjunta es el tema de procesamiento y comercialización de hielo ya que se cuenta con una máquina de hacer hielo en funcionamiento.

Se busca instalar una planta de procesamiento de pescado fresco y seco - salado para su comercialización que permita darle un valor agregado al producto producido en la zona, pescado fresco limpio para su comercialización en el mercado local y las principales Ciudades del país como ser las Ciudades de Tocoa, La Ceiba, San Pedro Sula y Tegucigalpa.

Organizativamente no se cuenta con todos documentos legales pertinentes para el establecimiento de una negociación entre la asociación y un comprador formar, se han hecho en varios intentos de terminar el proceso legalización donde no se ha logrado avanzar con ningún tipo de trámite es por ello con este proyecto se pretende finalizar con este proceso de legalización de la empresa para que puede desarrollarse con facilidad en los mercados formales ya que la capacidad productiva de ellos en muy buena.

Con la ejecución de este plan de negocio, se contribuye directamente al desarrollo social, económico y cultural a los pescadores del municipio de Brus Laguna, se estimulará más aún la producción de pescado y se contribuirá a desarrollar ese aspecto cultural de consumir lo producido en la zona, convirtiéndose de esta manera, en un plan sostenible y con una cadena de valor estable.

Se hará acompañamiento técnico y fortalecimiento a los conocimientos de los miembros de la empresa en temas de organización, administración, producción y comercialización manera de garantizar la sostenibilidad del negocio buscando como objetivo final el crecimiento de la economía local.

## II. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASOCIACIÓN DE PESCADORES ASOCIACIÓN DE PESCADORES ARTESANALES INDÍGENAS DE BRUS LAGUNA “APAIB”

Con el ánimo participar activamente en el sistema productivo y económico del país, en el año 2005 se constituyó la Asociación de Brus Laguna, con una membrecía de 28 socios, algunos renunciaron a la asociación, con el transcurso del tiempo se han sumados nuevos socios y actualmente cuenta con 42 socios.

La forma de explotación de la pesca es de forma artesanal, una parte lo realizan en la Laguna de Brus y la otra en el mar, los socios han venido trabajando no de forma empresarial sino de forma individual, donde cada uno tiene una lancha y su propio equipo de pesca y llevan a cabo la comercialización de los productos de forma individual.

El objetivo es establecer una empresa dedicada al procesamiento y comercialización de pescado en escala mayor, instalando las condiciones de infraestructura actas para el debido procesamiento, dotándolas de maquinaria y equipo necesario para tener mayor capacidad de producción y mejores condiciones de trabajo para los socios.

Esta iniciativa de proyecto, beneficiará directamente a los pescadores e indirectamente a las familias de los mismos, incluyendo los núcleos de familia, pescadores de la zona, y demás personas de todo género dispuestas a laborar en el centro de acopio

### 2.1. Organización

Datos Generales	
Nombre o Razón Social de la Organización	Asociacion de Pescadores Artesanales Indigenas de Brus Laguna (APAIB)
Principal actividad	Pesca y Comercializacion de Pescados
No. Personería Jurídica	1461-2008
N° Registro mercantil	En Tramite
N° Registro en la Camara de Comercio	En Tramite
N° Registro Tributario Nacional	En Tramite
N° Permiso de Operación	En Tramite
N° Cuenta de Bancos en cheques	En Tramite
Dirección Completa	Localidad: Brus Laguna

	<b>Municipio:</b>	<b>Brus Laguna</b>
	<b>Departamento</b>	<b>Gracias a Dios</b>
<b>Representante Legal</b>	<b>La representante legal es la señor: Erick Sterbroock Valladares con identidad N°: 0902-1967-00058</b>	
<b>Teléfono Fijo/Celular</b>	<b>8810-6753</b>	
<b>Correo Electrónico</b>	<b>En tramite</b>	

## 2.2. Actividades Económicas Principales

- Captura y comercialización de pescado
- Agricultura de subsistencia
- Comercio

## 2.3. Socios y Beneficiarios potenciales

En el siguiente cuadro se dan a conocer el nombre y datos personales de los socios que serán beneficiarios directos de este proyecto:

## 2.4. Organización Interna

La Organización no tiene una estructura organizativa conformada.

## 2.5. Composición de la Junta Directiva

JUNTA DIRECTIVA			
No.	Nombre completo del directivo	No. de Identidad	Cargo
1	Erick Sterbroock Valladares	0902-1967-00058	Presidente
2	Ligio Rigoberto Goof Munguia	0902-1960-00219	Vice - Presidente (a)
3	Teofilo Hernandez		Secretario (a)
4	Encarnacion Zavala Eude	0902-1972-00016	Tesorero (a)
5	Teofilo Esteban	0902-1957-00182	Fiscal
6	Ada Dereck Esterbroock	0902-1972-00093	Vocal I

## 2.6. Información del proceso legal.

Actualmente la Organización cuenta con algunos de los documentos legales de respaldo pero no los necesarios para el establecimiento de negociaciones formales, lo cual se ha tomado a bien apoyar a la legalización así para poder acceder a los mercados formales ya que participa activamente en los procesos de captura y comercialización de pescado fresco.

### III. INFORMACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO ACTUAL.

#### 3.1. Descripción del Producto.

Actualmente los productos que comercializan los pescadores socios de APAIB son: pescado rojo y pescado blanco entero (Tilapia gris, corvina, jurel, lisa, macarela, robalo, cabacha, wapote), sin procesar (eviscerado y con escamas) a los intermediarios de la zona de Bonito Oriental, Tocoa y La Ceiba.

#### 3.2. Condiciones actuales de producción

Los pescadores socios de APIB dependen en su mayoría de la pesca artesana, la cual es una actividad realizada por lancha al menos de dos a tres veces por semana, esta actividad se practica en grupos de cuatro a cinco personas, las cuales se organizan en lanchas logrando una captura promedio de 70 a 90 libras por lancha.

Se estima una producción semanal de escama de 3500 libras como mínimo, al momento de la captura el pescado es puesto en hielo donde muere, luego es eviscerado y posteriormente se preserva en hielo para mantenerlo fresco y de esta forma movilizado a los compradores ubicados en los municipios de Bonito Oriental, y La Ceiba

#### 3.3. Estrategia de comercialización actual

Los pescadores después de la faena se movilizan a la comunidad o el área de trabajo donde se realiza el proceso de desvicerado, enhielado y empaque donde lo almacenan por una cantidad de 3 a 5 días en frízer una vez adjuntada la cantidad deseada se empacan a los termos de una capacidad de 200 lb cada termo quienes envían los termos hacia la comunidad de Batalla por transportes de ruta fluvial en este punto, donde existe la ruta directa para las ciudades de Tocoa y Ceiba a 7 horas donde lo reciben los intermediarios; también hay compradores que se movilizan a la zona directamente, ya sea para consumo propio y en ocasiones llegan clientes mayoristas a comprarles todo el producto recolectado en la faena.

Por otro lado comercializan el pescado fresco en la comunidad a los comerciantes locales que tienen congeladores.

Cabe mencionar que estas actividades la realizan de manera individual esto implica un mayor gasto para cada pescador.

#### 3.4. Indicadores del negocio actual

TIPO DE INDICADOR	DESCRIPCIÓN
<b>De producción</b>	La producción de escama es de 6000 libras semanales, las cuales se comercializan para las ciudades de Bonito Oriental, Tocoa y La Ceiba.
<b>De productividad</b>	Actualmente para comercializar una libra de pescado fresco se necesitan dos libras de hielo, también se registra una pérdida de un 5% por daños mecánicos y deshidratación.

<b>De Calidad</b>	Actualmente la calidad es baja ya que no se toman en consideración alguno requerimientos de manejo de mariscos por falta de equipo y embarcaciones adecuadas para su transporte desde el momento de la faena
<b>De costos</b>	Actualmente el pescador no maneja sus costos de producción.

## IV. ANÁLISIS DE MERCADO

### 4.1. Definición de Producto

La pesca en Honduras ha sido una actividad generadora de ingresos para muchas familias. La pesca artesanal es tradición en muchos pueblos del país, ya que tienen disponibilidad y acceso al mar.

Los productos que la Organización estará ofreciendo son pescado seco salado y pescado fresco enhielado.

#### Pescado Seco-salado

El pescado seco salado es un producto tradicional de gran demanda a nivel nacional y a nivel centroamericano obtenido en un proceso de producción artesanal, donde se clasifica en dos categorías.

##### Primera Categoría

- Robalo
- Tiburon
- Mero

##### Segunda Categoría

- Tilapia Gris
- Curbina
- Jurel
- Bagre
- Guapote
- Macarela

El pescado seco salado será acopiado por la organización de manera de tener los datos precisos de producción y para una mejor negociación, donde será revisado y empacado en cajas de cartón de 50 libras en la planta de procesos y ser movilizado al lugar de recepción del cliente.

#### Pescado Fresco

El Róbalo, Guapote, Tilapia y Corvina, son los pescados que se comercializarán en fresco y tendrán una temporada de venta los 12 meses del año. El pescado fresco será mantenido en hielo con escamas por un período máximo de 5 días desde su captura hasta llegar al cliente, a una temperatura óptima para la preservación de la calidad y evitar la generación de bacterias.



En el proceso de producción se incentivarán las buenas prácticas de pesca artesanal con sus socios y la pesca sostenible para preservar la disponibilidad de los recursos. El pescado no será empacado, será transportado en bines para recepción del cliente, donde se le brindará la información del producto sobre la fecha de producción, tipo de especie, peso y tallas.

#### 4.2. Demanda Nacional

La demanda de estos productos es muy alta la cual no se supe por completo debido a que no existe en la zona un sistema integral de calidad y manejo del producto; también las empacadoras existentes en el litoral tienen un mercado internacional y no se distribuye el producto terminado a nivel nacional.

Un gran porcentaje de pescadores artesanales no están totalmente equipados, lo que causa que estos vendan a intermediarios su faena y por último a los restaurantes, hoteles, etc.

El consumo de pescado y derivados es de todo el año, aunque hay temporadas de mayor como son: semana santa y feriados extendidos, aunque esto no marca un parámetro definido, ya que los mariscos son parte de dieta alimenticia de los hondureños en especial el pescado entero y filete.

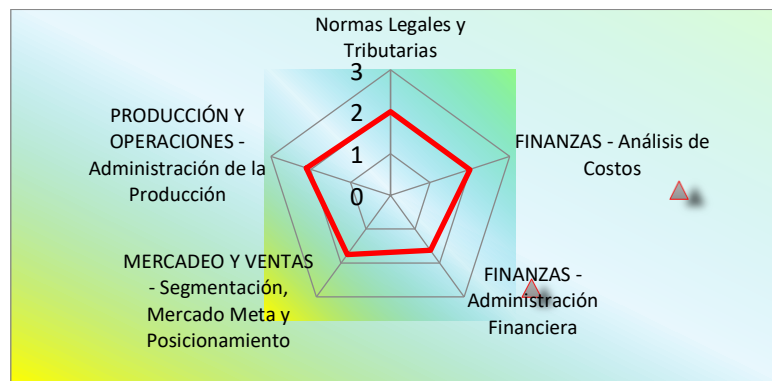
### V. RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO.

Se aplicó una herramienta diagnóstica donde se consideraron cinco aspectos de relativa importancia para el buen funcionamiento de la empresa, formulando una serie de preguntas en cada uno de los aspectos, a cada pregunta se le asignó un valor del 0 al 3 siendo cero el más bajo y tres el máximo valor de acuerdo al nivel de satisfacción.

Los aspectos son los siguientes:

- ORGANIZATIVO
- ADMINISTRATIVO
- COSTOS Y PRODUCCION
- MERCADEO Y COMERCIALIZACION

#### Grafica resumen



Como podemos observar en la gráfica cada uno de los aspectos se encuentran en un nivel bajo a lo aceptable esto refleja que la organización se encuentra débil en todos los aspectos para su funcionamiento siendo el más bajo el tema de finanzas, análisis de costos de producción y organización, poseen un mercado seguro para sus productos, encaminado a resolver estos problemas se diseñó el plan de mejora.

### 5.1. Definición y priorización de problemas

**Organización:** en el tema organizativo es el mayor problema identificado ya que existe una visible falta de empoderamiento en casi la mayoría de los socios de la organización ya que no acuden a convocatorias además dejan libre a la junta directiva tomando decisiones sin consultar previamente así como no exigen explicaciones ni cuentas por decisiones importantes tomadas. No tienen claras las funciones de cada uno de los cargos en la junta directiva asumiendo una dependencia del presidente. Por otro lado no cuentan con ningún documento legal de respaldo para poder crear los mercados pertinentes para mejorar su sistema de organizativo.

**Administración financiera:** No existe ningún registro financiero o de control dentro de la organización, esto significa que no se lleva control de las ventas que se manejan de manera individual.

**Costos Productivos:** Tanto los socios pescadores como los directivos no llevan registros de sus actividades económicas, lo que no les permite conocer a detalle sus costos de producción imposibilitando la negociación objetiva con los clientes potenciales.

**Mercadeo y Comercialización:** Este aspecto depende mucho de la producción, en el caso de APAIB al no tener operación no han consolidado un mercado permanente y confiable que responda precios adecuados al producto.

### 5.2. Análisis de causas

**Organizativo:** Falta de empoderamiento por parte de los socios, existen varias causas probables para que se de este problema:

- Falta de incentivos
- No ve la posibilidad de generar negocios:
- Perdida de esperanza
- Falta de liderazgo
- Malas decisiones
- Falta de claridad cómo establecer los convenios para establecer un negocio.

**Financiero:** No llevan documentos financieros de respaldo

- Falta de exigencia de los socios
- Falta de conocimiento de los beneficios
- No existe la persona responsable de llevar los controles
- No saben cómo hacerlo

**Productivo:** No llevan control de costos de producción documentados

- Alguno no los consideran necesario
- Falta de conocimiento de los beneficios
- Existe apatía para llenarlos
- No saben cómo hacerlo

**Mercadeo:** No se cuenta con un mercado seguro para comercializar su producción.

- Falta de producto que ofrecer
- No existen compradores serios y responsables en la zona
- Falta de interés por parte de los socios
- No cumplen con las exigencias de los clientes.
- Poca actividad productiva de los socios.

## **VI. INFORMACION SOBRE EL NEGOCIO QUE SE PROPONE.**

### **6.1. Descripción de la Oportunidad de Negocio**

En este Plan de negocio se propone el fortalecimiento organizativo, administrativo, productivo y comercialización de la empresa para lograr aumentar los niveles de producción, productividad y distribución para poder acceder a nuevos mercados.

Con el fin aprovechar el gran potencial de pesca que representa la laguna de Brus laguna y las cercanías al mar caribe ya que su ubicación estratégica.

El negocio consiste en la Captura, procesamiento de pescado fresco y seco- salado para su comercialización con empresas empacadoras y exportadoras en las ciudades de La Ceiba, Tocoa y San Pedro Sula.

Por lo cual se plantea la construcción e instalación de un centro de acopio de pescado fresco y empaque de pescado seco salado, el fortalecimiento de las capacidades de producción y acopio de los socios para garantizar la calidad de la materia prima, la sensibilización de los pescadores de la zona en la pesca sostenible y el código de conducta de la pesca responsable para garantizar la disponibilidad de los recursos en el futuro, el fortalecimiento de las capacidades de la organización

en la administración de negocios, la apertura de los espacios de mercado para los productos y la recuperación de instalaciones físicas para llevar a cabo el proceso de empaque y almacenamiento de los productos.

Consiste compra del pescado fresco a los socios de la Organización quienes serán capacitados para implementar los mecanismos para la conservación de pescado enhielado. Donde la organización será quien proveerá el hielo a los pescadores para garantizar la calidad del producto, se recepcionara el producto para su debido procesamiento luego se clasificará y almacenará la producción de cuatro días en contenedores aisladores.

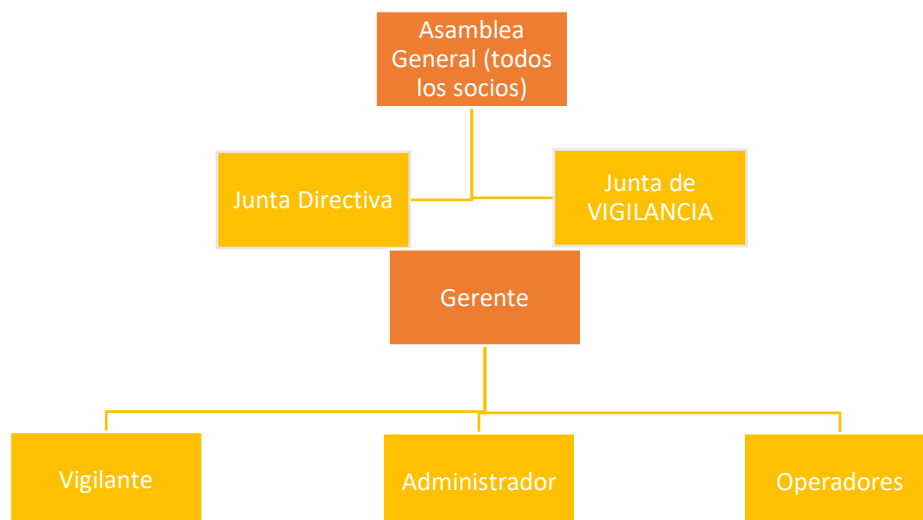
El producto será movilizado en lanchas a 4 horas del punto de carretera más cercana, luego se utilizara transporte terrestre con un tiempo de 7 horas hacia Ceiba, el lugar en donde será recibido por los clientes, durante este proceso se garantizara la conservación de la temperatura del producto.

La comercialización de pescado seco-salado se lleva a cabo mediante la compra del pescado seco-salado a los socios productores, verificación de la calidad, la clasificación, el empaque.

## 6.2. Organización

Para poder obtener una armonía empresarial será necesario tener los actores necesarios que dirijan la operación.

Estructura organizativa propuesta.



### 6.2.1. Organización para el trabajo

Se propone contar con un consejo de administración el cual se reunirá cada 15 días para revisar indicadores de venta, indicadores de costos, márgenes, desempeño del personal, lo que permitirá la toma de decisiones de alto nivel y direccionar la empresa.

Este consejo directivo marcará las pautas que deberá seguir el gerente quien gobernará la parte operativa del negocio teniendo la responsabilidad de tomar las mejores decisiones del día a día en el negocio.

En la parte operativa contará con personal temporal capacitado en el área de proceso los cuales deberán ser pagados por producto completado de acuerdo a la demanda de los clientes, también contará con personas permanentes asignadas a diferentes labores especializadas en áreas específicas, como el área gerencial donde existirá un gerente general, en el área administrativa un Administrador y en el área de seguridad dos vigilantes.

### 6.2.2. Estructura Organizativa del Negocio.

A continuación la descripción del personal para el proceso productivo y comercialización:

Consejo de administración: este consejo será en el área operativa la máxima autoridad en la empresa y estará compuesto por cinco personas:

- **Presidente de la junta directiva**
- **Secretario de la junta directiva**
- **Tesorero de la junta Directiva**
- **Gerente de la planta**
- **Administrador**

✓ **Gerente:**

Será el encargado de transmitir las direcciones planteadas por el consejo administrativo y manejo de personal dentro de la empresa.

Se contratará un personal de alta calidad y nivel educativo superior para que se encargue del manejo de las actividades operativas de la empresa, apoyando con temas de comercialización y promoción del producto ante los clientes.

Perfil: Educación Media (En Administración de empresas, Bachiller Técnico, Agrónomo)  
Experiencia en procesamiento de mariscos, procesos de inocuidad, Sexo: Ambos sexo Edad:  
22 años en adelante

### ✓ **Administrador:**

Será el responsable de tareas económicas y financieras, supervisado por el gerente y consejo administrativo.

- ❖ Administrar correctamente los fondos de la empresa.
- ❖ Realizar los cobros y pagos de los servicios a proveedores.
- ❖ Tener pendiente que todo pago que haga deberá, acompañar un recibo o factura debidamente firmado y sellado.
- ❖ Hacer los depósitos en la respectiva cuenta bancaria a favor del proyecto.
- ❖ Mantener activas las cuentas bancarias necesarias para el manejo proyecto.
- ❖ Autorizar junto con el gerente los pagos de bienes y servicios.
- ❖ Presentar informes quincenales en las sesiones ordinarias de consejo de administración.
- ❖ Mantener al día los libros contables.

Perfil: Educación Media (En Administración de empresas, Tecnicos en finanzas, Perito Mercantil. Experiencia en manejo de contabilidad, Sexo: Ambos sexo Edad: 25 años en adelante

### ✓ **Operadores**

Será el personal diurno encargado del procesamiento, con un horario flexible de acuerdo a la demanda existente.

Para realizar las siguientes actividades:

- Recibimiento del pescado y calidad del producto
- Clasificación
- Pesado
- Empaque
- Almacenamiento

Perfil: Educación Primaria, Capacitado o con experiencia en procesamiento de mariscos, Edad: mayor de 18 años

### ✓ **Vigilantes:**

Estarán asignados a tareas estrictas de guardar el orden en la planta después de las labores procesamiento, habrá dos turnos (diurno y nocturno).

Perfil: Educación primaria, Servicio militar, Sexo masculino, Edad: mayor de 25 años

## **6.3. Finanzas**

En esta área se considera vital ya que es necesario medir constantemente el funcionamiento productivo de la empresa para poder tomar decisiones.

- Se está planificando una jornada de capacitación financiera en la cual participará el gerente y administrador de la empresa.

#### 6.4. Costos

Los costos serán determinados una vez capacitados el personal de finanzas o administración interna de la Organización.

#### 6.5. Mercadeo

Se están generando alianzas comerciales con tres clientes potenciales dos para mercado nacional y un tercero para exportación con esto se garantiza la compra permanente del producto, dependerá mucho de la constancia de las entregas y mantener la calidad del producto para poder crear confianza y fidelidad del comprador.

#### 6.6. Estrategia de comercialización.

**Producto:** Pescado blanco, Rojo limpio y el Pescado Seco- Salado, debidamente empacado listo para consumir y su reventa.

**Precio:**

N°	Producto	Precio
1	Pescado Rojo	L35.00
2	Pescado Blanco	L27.00
3	Pescado Seco-Salado	L65.00

Estos precios se determinan por el historial o antecedentes que se manejan haciendo un promedio de 5 años; también coinciden con los costos de producción de cada producto enlistado.

**Plaza:**

Será para los supermercados La Colonia, Walmart y distribuidor Frozen, en La Ceiba y San Pedro Sula.

**Promoción:**

Por medio de internet (creación de una página web) y visita a los clientes de manera constante.

**La Estrategia.**

Se ofrecerá a los clientes un producto de alta calidad, que cumpla con las expectativas particulares de cada cliente en el sentido de precios competitivos, volúmenes, características deseadas y constancia de entrega.

- Insertarse en los mercados formales y dinámicos para lograr mejores precios, mediante contratos previamente establecidos de compra y venta.
- Cumplir con los compromisos establecidos en relación a la calidad, cantidad y oportunidad de entrega de los productos, según contratos convencidos.
- Realizar alianzas estratégicas con otras empresas de la zona, para ofrecer mayor volumen.
- Adaptación del producto, para satisfacer las necesidades del cliente, en cuanto a tamaño, peso y calidad.

## **VII. ANALISIS TECNICO PRODUCTIVO**

Por las características nutritivas de pescados y mariscos, los expertos recomiendan que la ración de consumo sea de 125-150 g (peso neto), y su consumo sea como mínimo de 3 veces por semana.

### **7.1. Aspectos generales en el proceso productivo**

#### **7.1.1. Inocuidad**

Lo que se busca con este punto es no causar daño al consumidor donde La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha generado el conocimiento necesario para mantener la inocuidad para mantener la inocuidad en los alimentos en cinco principios fundamentales.

- ✓ Mantener la Limpieza
- ✓ Separar los alimentos crudos de los cosidos
- ✓ Cocine completamente
- ✓ Mantener los alimentos a temperaturas seguras
- ✓ Usar aguas y materias primas seguras

A lo establecido por la OMS podemos agregar los aspectos de

Planificación, Organización, Preparación con anticipación, realización de un procesamiento rápido de esta manera garantizar un producto de calidad.



La Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son las condiciones que se deben cumplir en el establecimiento, así como las condiciones de higiene que deberán mantener las personas que procesan de esta manera asegurar que los productos sean inocuos para el consumidor.

#### Consideraciones del sistema BPM

- Instalaciones
- Equipos
- Personal
- Higiene y Limpieza
- Transporte y almacenamiento
- Uso de hielo y agua en todo los procesos
- Manejo de desechos
- Manejo integral de plagas

Se elabora un programa escrito con los detalles cada procedimiento (POES) donde se va especificar la frecuencia en la que se deben aplicar.

### 7.2. Localización del plan de negocio

El negocio se establecerá en la comunidad de Twitanta, Municipio de Brus Laguna departamento de Gracias a Dios, el terreno donde se hará la instalación del centro de acopio de la empresa. La empresa cuenta con alguns servicios básicos como ser agua por medio de una bmba, un generador eléctrico, con acceso a telefonía celular, rutas de transporte fluvial y una carretera de tierra en buen estado durante todo el año y acceso a internet.

### 7.3. Requerimientos físicos y especificaciones técnicas

#### 7.3.1. Terrenos y Obras físicas

La empresa cuenta con su propio terreno donde actualmenta cuenta con lo siguiente, una área para el generador diésel, área de producción de hielo faltando una área de procesamiento y mantenimiento de producto, donde se ha pensado la construcción de una sala de procesamiento de pescado junto a ello un espacio para almacenamiento.

Nº	Item	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario L.	Costo Total
1	Área de Construcción de la sala de procesamientos y mejoramiento fisico de la fabrica	m2	1.00	200,000.00	200,000.00

2	Seguro de riesgos (2% de Infraestructura)	1.00	4,000.00	4,000.00
<b>TOTAL OBRAS FISICAS L.</b>				<b>204,000.00</b>

### 7.3.2. Maquinaria y equipo

A continuación se presenta los requerimientos de maquinaria y equipo para la implementación de este Plan de Negocios, ya que la empresa cuenta con algunos de los equipos importantes para su funcionamiento.

Nº	Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario L.	Costo Total L.
1	Bomba de Agua Honda 5.5 Hp	Unidad	1	L7,500.00	7,500.00
2	Tanque de agua Rotoplax	Unidad	1	L26,700.00	26,700.00
3	Bascula 500 libras	Unidad	1	L3,500.00	3,500.00
4	Balanza 40 libras	Unidad	1	L2,300.00	2,300.00
5	Bins	Unidad	5	L8,000.00	40,000.00
6	Mesas de acero inoxidable	Unidad	2	L15,000.00	30,000.00
7	Frezer 25 pies	pza.	3	L28,000.00	84,000.00
8	Termos	Unidad	10	L4,300.00	43,000.00
<b>TOTAL MAQ. &amp; EQUIPO L.</b>					<b>237,000.00</b>

### 7.3.3. Mobiliario

El siguiente cuadro nos muestra la necesidad de inversión en mobiliario que básicamente es para tener una eficiencia en la Organización dentro de la Empresa y los diferentes controles Administrativo de la Empresa.

Nº	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario L.	Costo Total L.
1	Computadora Portatil	Unidad	1	11,300.00	11,300.00
2	Impresora	Unidad	1	5,400.00	5,400.00
3	Sillas y Mesas	Juego	2	2,800.00	5,600.00
4	Escritorio	Unidad	1	4,300.00	4,300.00

5	Archivador	Unidad	1	3,600.00	3,600.00
6	Papeleria	Global	1	2,500.00	2,500.00
7	Calcuradora Profesional	Unidad	1	860.00	860.00
<b>TOTAL MOBILIARIO L.</b>					<b>33,560.00</b>

### 7.3.4. Herramientas

A continuación se presenta los requerimientos de Herramienta para la implementación de este Plan de Negocios para un trabajo mas eficiente en los diferentes procesos para la producción.

Nº	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario L.	Costo Total
1	Descamadores	Pza.	10	250.00	2,500.00
2	Cuchillos de acero inoxidable	Pza.	12	155.00	1,860.00
3	Lima	Caja	1	650.00	650.00
4	Gabachas	Pza.	6	450.00	2,700.00
5	Gorros	Pza.	6	125.00	750.00
6	Canastas de Plastico	Pza.	12	300.00	3,600.00
7	Mangueras 25 pie	Pza.	2	550.00	1,100.00
8	Baldes	Pza.	10	130.00	1,300.00
9	Tinas	Pza.	6	650.00	3,900.00
10	Barriles	Pza.	6	950.00	5,700.00
11	Baldes Platicos de 25 Litros con tapadera	Pza.	10	165.00	1,650.00
12	Botas de Hulle	Pares	10	260.00	2,600.00
<b>TOTAL HERRAMIENTAS Lp.</b>					<b>28,310.00</b>

### 7.3.5. Movilización

El siguiente cuadro muestra los detalles que se necesitan para la movilización del producto tanto el proceso de compra como el proceso de ventas.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario L/U	Costo Total L/U
<b>Motor de 40 hp</b>	<b>Unidad</b>	1	L87,000.00	87000
<b>Lancha de 28 pie</b>	<b>Unidad</b>	1	L105,000.00	105,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>192,000.00</b>

### 7.3.6. Legalización Empresarial

Dentro del cuadro del resumen para el desarrollo de la legalización de la empresa se detalla los gastos pertinentes.

Nº	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario L.	Costo Total L.
1	Personeria Juridica/Escritura Publica	Unidad	1	10,000.00	10,000.00
2	Inscripcion al Registro Mercantil	Unidad	1	2,500.00	2,500.00
3	Inscripcion en la camara de comercio	Unidad	1	2,100.00	2,100.00
4	Resgistro Nacional Tributario de la Empresa	Unidad	1	3,500.00	3,500.00
5	Permiso Legal de Operación	Unidad	1	3,500.00	3,500.00
6	Licencia Sanitaria (si aplica)	Unidad	1	2,200.00	2,200.00
7	Solicitar de Registro de Marca (si aplica)	Unidad	1	4,500.00	4,500.00
8	Registro Propiedad	pza.	1	2,800.00	2,800.00
9	Autorización de Libros Contables	Unidad	4	350.00	1,400.00
10	Autorización de Libros de Actas	Unidad	1	500.00	500.00
11	Apertura de Cuenta de Banco	Global	1	1,500.00	1,500.00
12	Facturacion	Global	5	750.00	3,750.00
<b>TOTAL</b>					<b>38,250.00</b>

## VIII. EXPECTATIVA FINANCIERAS

Se proyecta un acopio de 6,000.00 libras semanales de pescado rojo y pescado blanco donde se va contar con una lancha de 40 pie para la compra de pescado diario un total de 1500.00 lbs al dia donde el 70% del producto producido en la zona es pescado blanco y el otro 30% es pescado rojo, considerando los tiempos de lluvia u otros factores se estima trabajar un tiempo determinado de 9 meses.

### 8.1. Proyeccion de Produccion

Las ventas estan proyectadas tomando en cuenta un 3% de perdidas por calidad, daños mecanicos y deshidratacion.

PRODUCTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Pescado fresco de Rojo	0	66,744	73,418	80,760	88,836	97,720
Pescado Fresco Blanco	0	155,736	171,310	188,441	207,285	228,013

<b>Pescado Seco Salado</b>	0	52,736	58,010	63,811	70,192	77,211
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>275,216</b>	<b>302,738</b>	<b>333,011</b>	<b>366,312</b>	<b>402,944</b>

### 8.2. Proyección de ventas.

En el siguiente cuadro se presenta las proyecciones de ventas de la empresa calculando un 10% de incremento al año.

PRODUCTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
<b>Incremento anual (%)</b>			10%	10%	10%	10%
<b>Pescado fresco de Rojo</b>	0	64,800	71,280	78,408	86,249	94,874
<b>Incremento anual (%)</b>			10%	10%	10%	10%
<b>Pescado Fresco Blanco</b>	0	151,200	166,320	182,952	201,247	221,372
<b>Incremento anual (%)</b>			10%	10%	10%	10%
<b>Pescado Seco Salado</b>	0	51,200	56,320	61,952	68,147	74,962
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>267,200</b>	<b>293,920</b>	<b>323,312</b>	<b>355,643</b>	<b>391,208</b>

### 8.3. Proyección de ingresos.

Se calculo una proyección de ingreso para 5 años a una tasa pondera de incremento del 15.5. % al año.

PRODUCTOS	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>Pescado fresco de Rojo</b>					
Precio unitario (L)	35.00	36.75	38.59	40.52	42.54
Cantidad (u)	64,800.00	71,280.00	78,408.00	86,248.80	94,873.68
<b>SUBTOTAL 1</b>	<b>2,268,000.00</b>	<b>2,619,540.00</b>	<b>3,025,568.70</b>	<b>3,494,531.85</b>	<b>4,036,184.29</b>
<b>Pescado Fresco Blanco</b>					
Precio unitario (L)	27.00	28.35	29.77	31.26	32.82
Cantidad (U)	151,200.00	166,320.00	182,952.00	201,247.20	221,371.92
<b>SUBTOTAL INGRESOS 2</b>	<b>4,082,400.00</b>	<b>4,715,172.00</b>	<b>5,446,023.66</b>	<b>6,290,157.33</b>	<b>7,265,131.71</b>
<b>Pescado Seco Salado</b>					
Precio unitario (L)	65.00	68.25	71.66	75.25	79.01
Cantidad (U)	51,200.00	56,320.00	61,952.00	68,147.20	74,961.92
<b>SUBTOTAL INGRESOS 3</b>	<b>3,328,000.00</b>	<b>3,843,840.00</b>	<b>4,439,635.20</b>	<b>5,127,778.66</b>	<b>5,922,584.35</b>
<b>TOTAL INGRESOS L.</b>	<b>9,678,400.00</b>	<b>11,178,552.00</b>	<b>12,911,227.56</b>	<b>14,912,467.83</b>	<b>17,223,900.35</b>
<b>Tasa Anual Ponderada de Crecimiento</b>		15.50%	15.50%	15.50%	15.50%

#### 8.4. Costo de Produccion

<b>PRODUCTO</b>	<b>Pescado fresco de Rojo</b>
<b>CANTIDAD A PRODUCIR</b>	<b>66744</b>

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad por unidad de producto	Cantidad * Ud de Materia Prima	Cantidad Total de Materia Prima	Costo Unitario	Costo Total
Hielo	Libras	1	66,744.00	66,744	2.00	133,488.00
<b>TOTAL INSUMOS</b>						<b>133,488.00</b>
Pescado compra	libras	1	66744	66744	27.00	1,802,088.00
<b>TOTAL</b>						<b>1,802,088.00</b>
<b>TOTAL EMPAQUE</b>						<b>0.00</b>
<b>COSTOS RECURSOS FISICOS (L.)</b>						<b>1,935,576.00</b>
<b>COSTOS RECURSOS FISICOS POR UNIDAD DE PRODUCCION (L./U)</b>						<b>29.00</b>

<b>RESUMEN DE COSTOS PRODUCTO 1</b>	
<b>COSTO INSUMOS</b>	<b>133,488.00</b>
<b>COSTO DE PRODUCTO</b>	<b>1,802,088.00</b>
<b>COSTO PARCIAL PRODUCCION</b>	<b>1,935,576.00</b>

#### Producto 2.

<b>PRODUCTO</b>	<b>Pescado Fresco Blanco</b>
<b>CANTIDAD A PRODUCIR</b>	<b>155736</b>

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad por unidad de producto	Cantidad * Ud de Materia Prima	Cantidad Total de Materia Prima	Costo Unitario	Costo Total
Hielo	Libras	1	155,736	155,736	2.00	311,472.00
<b>TOTAL INSUMOS</b>						<b>311,472.00</b>
COMPRA DE PESCADO	LIBRAS	1	155736	155736	20.00	3,114,720.00
<b>TOTAL</b>						<b>3,114,720.00</b>
						<b>0.00</b>
<b>COSTOS RECURSOS FISICOS (L.)</b>						<b>3,426,192.00</b>
<b>COSTOS RECURSOS FISICOS POR UNIDAD DE PRODUCCION (L./U)</b>						<b>22.00</b>

RESUMEN DE COSTOS PRODUCTO 2	
COSTO MATERIA PRIMA, E INSUMOS	311,472.00
COSTO SUMINISTRO Y EMPAQUE	3,114,720.00
<b>COSTO PARCIAL PRODUCCION</b>	<b>3,426,192.00</b>

### Producto 3.

PRODUCTO	Pescado Seco Salado
CANTIDAD A PRODUCIR	52736.00

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad por unidad de producto	Cantidad * Ud de Materia Prima	Cantidad Total de Materia Prima	Costo Unitario	Costo Total
Compra de Pescado	Libras	1	52736.00	52,736	45.00	2,373,120.00
<b>TOTAL INSUMOS</b>						<b>2,373,120.00</b>
Cajas Para Empaque	Caja	2	52736.00	105,472	0.50	52,736.00
<b>TOTAL SUMINISTROS</b>						<b>210,944.00</b>
<b>COSTOS RECURSOS FISICOS (L.)</b>						<b>2,584,064.00</b>
<b>COSTOS RECURSOS FISICOS POR UNIDAD DE PRODUCCION (L./U)</b>						<b>49.00</b>

RESUMEN DE COSTOS PRODUCTO 3	
COSTO MATERIA PRIMA, E INSUMOS	2,373,120.00
COSTO SUMINISTRO Y EMPAQUE	210,944.00
<b>COSTO PARCIAL PRODUCCION</b>	<b>2,584,064.00</b>

### 8.5. Flujo de caja del negocio.

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		9,678,400.00	11,178,552.00	12,911,227.56	14,912,467.83	17,223,900.35
Costos producción		8,881,832.00	10,258,515.96	11,848,585.93	13,685,116.75	15,806,309.85
Costos administración		248,400.00	286,902.00	331,371.81	382,734.44	442,058.28
Depreciación		71,024.50	71,024.50	71,024.50	71,024.50	71,024.50
Intereses		30,000.00	22,481.20	12,706.77	0.00	-16,518.80

<b>Costos Operativos</b>		<b>9,231,256.50</b>	<b>10,638,923.66</b>	<b>12,263,689.01</b>	<b>14,138,875.69</b>	<b>16,302,873.83</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>0.00</b>	<b>447,143.50</b>	<b>539,628.34</b>	<b>647,538.55</b>	<b>773,592.14</b>	<b>921,026.51</b>
Impuestos	0.00	111,785.88	134,907.08	161,884.64	193,398.03	230,256.63
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>0.00</b>	<b>335,357.63</b>	<b>404,721.25</b>	<b>485,653.91</b>	<b>580,194.10</b>	<b>690,769.89</b>
Depreciación		71,024.50	71,024.50	71,024.50	71,024.50	71,024.50
Inversión inicial	1,205,470.00					
Inversión capital de trabajo	-192,000.00					192,000.00
Préstamo	100,000.00					0.00
Amortización de préstamo	0.00	-25,062.66	-32,581.45	-42,355.89	-55,062.66	-71,581.45
Valor de desecho (residual)						355,335.00
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>1,297,470.00</b>	<b>381,319.47</b>	<b>443,164.30</b>	<b>514,322.52</b>	<b>596,155.95</b>	<b>1,237,547.93</b>

INDICADORES	Valor
VAN (12%)	843,452.10
TIR	31.13%
Recuperac.Invers. (meses)	29
Relación B/C	1.05



## **IX. ANEXOS**

- 9.1. Convenio para la formalización de la alianza.**
- 9.2. Contratos de compra-venta formal.**
- 9.3. Copia de Identidad de beneficiarios directos del plan de negocios.**
- 9.4. Título propiedad**
- 9.5. Personería jurídica completa**
- 9.6. RTN**
- 9.7. Constancia de cuenta bancaria**
- 9.8. Permisos de operación,**
- 9.9. Licencia Sanitaria**
- 9.10. Constancia Ambiental**