

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA PESCA DEPORTIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA FLORIDA DEL
MUNICIPIO DE PEREIRA.**

**ANGELA MARIA MARIN CASTAÑEDA
NANCY STELLA DURAN BEDOYA
LUZ MARINA PIEDRAHITA MONCADA**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PEREIRA
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA PESCA DEPORTIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA FLORIDA DEL
MUNICIPIO DE PEREIRA.**

**ANGELA MARIA MARIN CASTAÑEDA
NANCY STELLA DURAN BEDOYA
LUZ MARINA PIEDRAHITA MONCADA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar por el título profesional de
administrador de empresas**

**Asesor:
JONATHAN FLOREZ**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PEREIRA
2018**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos

Las autoras de este proyecto queremos agradecer a nuestras familias por permitir culminar esta etapa de nuestro proyecto de vida, sacarlo adelante, a los docentes por el apoyo brindado, por sus conocimientos, experiencias transmitidas las cuales nos sirvieron como bases sólidas para culminar esta idea de negocio la cual hace que este sueño se haga realidad. A todos y todas mil y mil gracias.

Tabla de Contenido

1.	Definición del problema	14
1.1	Planteamiento del problema	14
1.2	Formulación del problema	15
1.3	Sistematización del problema.....	15
2.	Objetivos	16
2.1	Objetivo general	16
2.2	Objetivos específicos.....	16
3.	Justificación	17
4.	Marco Referencial.....	19
4.1	Marco de Antecedentes	19
4.2	Marco teórico	24
4.3	Marco Conceptual	32
4.4	Marco Legal	34
4.5	Marco contextual.....	36
5.	Diseño Metodológico.....	38
5.1	Tipo de Investigación.....	38
5.2	Instrumento a utilizar	38
5.2.1	Método según la selección de datos.....	38
5.2.2	Método según enfoque.....	38
5.2.3	Método según selección de la muestra.....	38
5.2.4	Método según la aplicación (consumo o industrial)	38
6.	Cronograma de actividades.....	41
7.	Presupuesto	42
1.	Diagnóstico situacional.....	43
1.1	Aspectos generales del sector	43
2.	Estudio de mercado.....	47
2.1	Identificación del producto o servicio.....	47
2.2	Análisis de la demanda e identificación del mercado	49
2.2.1	Distribución geográfica del mercado de consumo.....	49

2.2.2	Demanda Actual (Análisis de la tabulación de datos de fuentes primarias).....	49
2.2.3	Proyección de la demanda.	64
2.3	Análisis de la oferta.....	66
2.3.1	Caracterización de la competencia.....	66
2.3.2	Tipo de mercado.	67
2.4	La mezcla de mercadeo	67
2.4.1	Objetivo, metas y estrategias del producto.	67
2.4.2	Objetivo, metas y estrategias del precio.	68
2.4.3	Objetivo, meta y estrategia de promoción.	68
2.4.4	Objetivo, meta y estrategia de plaza (distribución).	69
2.5	Análisis de precios	69
2.5.1	Determinación del precio promedio.....	69
2.5.2	Análisis histórico y proyección de precios.	70
2.6	Comercialización y distribución del servicio o producto.....	72
2.6.1	Descripción de los canales de comercialización existentes.	72
2.6.2	Análisis de las ventajas y desventajas de los canales existentes.....	73
2.6.3	Descripción operativa del canal de comercialización seleccionado.	74
2.6.4	Mecanismos de Promoción y Publicidad.....	74
3.	Estudio técnico.....	75
3.1	Análisis del producto.....	75
3.1.1	Identificación del producto.	75
3.1.2	Materias primas básicas.	76
3.1.3	Maquinaria y equipo requerido.....	77
3.2	Descripción de operaciones.....	77
3.2.1	Descripción de las operaciones de la empresa.....	77
3.2.2	Descripción de las operaciones del proceso.....	79
3.2.3	Condiciones de operación.....	82
3.3	Ubicación geográfica de la empresa.....	85
3.3.1	Macrolocalización.....	85
3.3.2	Aspectos a tener en cuenta para la localización del proyecto.....	86
3.3.3	Microlocalización.	88

3.4	Especificaciones de la infraestructura	89
3.5	Recursos	90
3.5.1	Equipos y maquinaria.	90
3.5.2	Personal necesario.....	96
3.6	Distribución de la planta	97
3.6.1	Áreas.	97
3.6.2	Plano de distribución.....	98
3.7	Plan de producción	98
3.7.1	Consumos unitarios por producto.	98
3.7.2	Capacidad de producción.....	100
3.8	Costos de producción	101
3.8.1	Costo unitario variable del producto o servicio.	101
3.8.2	Costo total de mano de obra.....	101
4.	Estudio Administrativo, legal y ambiental.....	103
4.1	Aspectos administrativos.....	103
4.1.1	Estructura organizacional.....	103
4.1.2	Misión.	104
4.1.3	Visión.....	104
4.1.4	Objetivos organizacionales	104
4.1.5	Talento humano	104
4.2	Estudio o análisis legal.....	109
4.2.1	Requisitos de constitución	109
4.2.2	Normatividad nacional, departamental y municipal.	111
4.3	Estudio o análisis ambiental.....	112
4.3.1	Aguas residuales.	112
4.3.2	Residuos sólidos.....	112
4.3.3	Residuos inorgánicos	112
4.3.4	Actividades de ahorro de servicios públicos.....	113
4.3.5	Normatividad ambiental.....	114
5.	Estudio financiero	115
5.1	Inversión en activos fijos.....	115

5.2	Costos operacionales	118
5.3	Estados financieros proyectados	125
6.	Evaluación financiera.....	129
6.1	Flujo de caja libre.....	129
6.2	Valor presente neto – o VNA.....	130
6.3	Relación Beneficio – Costo. $R^{B/C}$	133
6.4	Tasa interna de retorno – TIR	133
6.5	Periodo de recuperación de la inversión	134
	Conclusiones	136
	Recomendaciones	138
	Bibliografía	139
	Apéndices.....	141

Lista de tablas

Tabla 1. Presupuesto para el desarrollo de la investigación.	42
Tabla 2. Producción de piscicultura por especies, departamentos y sistema de producción en toneladas, año 2011	45
Tabla 3. Descripción Producto No. 1	47
Tabla 4. Descripción Producto No. 2.....	48
Tabla 5. Descripción Producto No. 3.....	48
Tabla 6. Demanda potencial	64
Tabla 7. Indicadores para Proyecciones.....	65
Tabla 8. Proyección de la demanda	65
Tabla 9. Competidores	66
Tabla 10. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias del producto.....	67
Tabla 11. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias del precio	68
Tabla 12. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias de promoción.....	68
Tabla 13. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias de distribución.....	69
Tabla 14. Asignación de precios.....	70
Tabla 15. Análisis de precios de la competencia	70
Tabla 16. Proyección ventas en unidades y pesos	72
Tabla 17. Ventajas y desventajas canales existentes	73
Tabla 18. Materia prima Pesca Deportiva.....	76
Tabla 19. Materia prima Restaurante.....	76
Tabla 20. Materia prima Venta de Pescado	76
Tabla 21. Maquinaria y equipo requerido.....	77
Tabla 22. Condiciones de operación de pesca deportiva	82
Tabla 23. Condiciones de operación de Servicio de Restaurante	83
Tabla 24. Condiciones de operación de Criadero y Venta de peces.....	83
Tabla 25. Análisis de servicios localización del proyecto	86
Tabla 26. Análisis de condiciones de transporte localización del proyecto	86
Tabla 27. Análisis de condiciones de clima localización del proyecto.....	87
Tabla 28. Análisis de consecuencias del proceso técnico del proyecto.....	87
Tabla 29. Análisis de características de la población para la localización del proyecto	87

Tabla 30. Tabulación de factores y aspectos para elección del sitio	88
Tabla 31. Descripción estanque de geomembrana.....	90
Tabla 32. Descripción estanque de tierra.....	91
Tabla 33. Descripción bomba sumergible HCP.....	91
Tabla 34. Descripción oxímetro.....	92
Tabla 35. Descripción medidor PH.....	93
Tabla 36. Descripción balanza.....	93
Tabla 37. Maquinaria y equipo requerido.....	94
Tabla 38. Otros equipos requeridos	94
Tabla 39. Muebles y Enseres	95
Tabla 40. Equipo de comunicación y cómputo.....	95
Tabla 41. Mano de obra	96
Tabla 42. Consumos Unitarios Pesca Deportiva.....	99
Tabla 43. Consumos Unitarios Restaurante.....	99
Tabla 44. Consumos Unitarios Venta de Pescado	100
Tabla 45. Total de unidades anuales a producir.....	100
Tabla 46. Programa de producción en unidades	101
Tabla 47. Costo unitario variable del producto.....	101
Tabla 48. Costo mensual mano de obra	102
Tabla 49. Conversión en la alimentación.....	102
Tabla 50. Perfiles y funciones de los cargos.....	105
Tabla 51. Asignación salarial con prestaciones sociales para el primer año de operaciones	107
Tabla 52. Paso a paso para constitución de la empresa	109
Tabla 53. Normatividad	111
Tabla 54. Actividades de ahorro servicios públicos	113
Tabla 55. Normatividad ambiental	114
Tabla 56. Costo de la construcción.....	115
Tabla 57. Inversión en equipos y herramientas	115
Tabla 58. Total costo de equipos y herramientas.....	116
Tabla 59. Valor del equipo de cómputo.....	116
Tabla 60. Muebles y enseres	117

Tabla 61. Inversión en activos intangibles.....	117
Tabla 62. Total inversión fija inicial.....	118
Tabla 63. Costo de mano de obra directa.....	118
Tabla 64. Costo de materiales y demás insumos	119
Tabla 65. Gastos por depreciación.....	121
Tabla 66. Amortización diferida.....	121
Tabla 67. Remuneración del personal administrativo.....	122
Tabla 68. Porcentaje con que se calcula las prestaciones sociales	123
Tabla 69. Gastos de venta	123
Tabla 70. Otros gastos administrativos.....	124
Tabla 71. Fuentes de financiación	124
Tabla 72. Amortización del crédito	124
Tabla 73. Flujo de caja proyectado.....	125
Tabla 74. Estado de resultados proyectado.....	126
Tabla 75. Balance general proyectado	127
Tabla 76. Flujo financiero neto del proyecto	129
Tabla 77. Costo de capital.....	132
Tabla 78. VPN	133
Tabla 79. TIR.....	134
Tabla 80. PRI	134

Lista de figuras

Figura 1. Marco contextual de la investigación	36
Figura 2. Cronograma de actividades	41
Figura 3. Procesos de la empresa.....	77
Figura 4. Diagrama de flujo Pesca Deportiva.....	79
Figura 5. Diagrama de flujo Servicio de Restaurante	80
Figura 6. Diagrama de flujo Criadero y venta de peces.....	81
Figura 7. Microlocalización de la empresa.....	89
Figura 8. Distribución en planta.....	98
Figura 9. Organigrama	103

Lista de gráficas

Gráfica 1. Producción de la piscicultura en Colombia 1985 – 2011 (toneladas).....	44
Gráfica 2. Rango de edad promedio de los encuestados.....	50
Gráfica 3. Ingresos promedio de los encuestados.....	50
Gráfica 4. Cruce de variables entre la edad y los ingresos de las personas	51
Gráfica 5. Estrato socioeconómico al que pertenecen los encuestados	52
Gráfica 6. Estrato socioeconómico vs ingresos de las personas	53
Gráfica 7. Conocimiento de la actividad de la pesca deportiva.....	53
Gráfica 8. Conocimiento de la actividad de la pesca deportiva frente a la edad de las personas .	54
Gráfica 9. Opinión acerca de lo que los encuestados consideran la pesca deportiva	55
Gráfica 10. Personas que incluyen el pescado dentro de su alimentación.....	55
Gráfica 11. Manera de como consideran la pesca deportiva las personas	56
Gráfica 12. Opinión de lo que le aporta la pesca deportiva a la región	57
Gráfica 13. Intención de visitar una pesca deportiva por parte de las personas	58
Gráfica 14. Intención de visitar una pesca deportiva por parte de las personas vs sus ingresos ..	58
Gráfica 15. Intención de visitar una pesca deportiva por parte de las personas vs su edad.....	59
Gráfica 16. Frecuencia de visita la pesca deportiva.....	60
Gráfica 17. Dinero que estaría en disposición de gastar al visitar una pesca deportiva	61
Gráfica 18. Elementos adicionales que les gustaría encontrar en un centro de pesca deportiva ..	62
Gráfica 19. Opinión acerca del costo de visitar un centro de pesca deportiva	63
Gráfica 20. Otras atracciones que deben tener los centros de pesca deportiva.....	63

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la pesca deportiva en el sector turístico de la florida del municipio de Pereira.

1. Definición del problema

1.1 Planteamiento del problema.

La pesca es sin lugar a dudas, una de las primeras actividades realizadas por el hombre desde antes de Cristo; Según Luis (1997) y Enrique (2012), esta actividad se enmarco en una pesca artesanal con el propósito de satisfacer una de las necesidades alimenticias; así mismo, en el año 1100 después de cristo, se evidencio el caso de la emperatriz Zingo, quien fue la primera en elaborar un anzuelo casero y capturar su primera presa, provocando consigo que la pesca sufriera una transformación en su proceso de captura pasando de lo artesanal a lo industrial y posteriormente a una práctica deportiva, con el fin de crear un espacio de recreación, esparcimiento familiar, relajación y terapia anti estrés. Permitiendo a las personas divertirse en espacios naturales.

En Colombia, según información presentada por la revista dinero el 16 de febrero del 2017, se evidenció que el nivel de importaciones de pescado se enmarca en un 70% equivalentes a 285.592 toneladas; así mismo, describe que la producción nacional fue cercana a las 67.000 toneladas en el año 2016, por lo que se puede afirmar, que hay un creciente aumento en la demanda por este tipo de alimento en la población Colombiana.

Lo anterior también permite deducir, que, pese a que las condiciones en el territorio nacional están dadas para desarrollar proyectos de pesca, no se cubre la totalidad de la demanda y es preciso hacer importaciones para suplir el déficit presentado.

De la misma manera se ha identificado que la pesca deportiva es una actividad poco desarrollada en el territorio Colombiano, más aún en la Vereda Mangas corregimiento la Florida de la ciudad de Pereira, el cual se ha convertido en el nuevo destino de los turistas. En donde sus condiciones geográficas y el recurso natural concuerdan con esta clase de actividad, por lo cual nace la

necesidad de realizar un estudio de factibilidad en función de la creación de una empresa que se dedique a la actividad de pesca deportiva para el año 2018.

1.2 Formulación del problema

Una vez planteado el problema que se desea abordar en esta investigación, se abre la posibilidad de adelantar las fases correspondientes a los estudios de factibilidad para determinar la posibilidad de crear la empresa de pesca deportiva en la Vereda Mangas corregimiento la Florida, municipio de Pereira Risaralda, para ello el equipo de trabajo propone la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las condiciones actuales del mercado, los requerimientos de tipo técnico, administrativo, legal, ambiental y financiero, necesarias para determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la pesca deportiva ubicada en la Vereda Mangas corregimiento la Florida del municipio de Pereira Risaralda?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son las características del mercado que posee la vereda Mangas del corregimiento la Florida del municipio de Pereira, para colocar en operación una empresa de pesca deportiva en esta localidad?

¿Es factible desde el punto de vista técnico la creación de una empresa prestadora de servicios de pesca deportiva en la Vereda Mangas corregimiento la Florida de la ciudad de Pereira?

¿Qué aspectos administrativos y legales se deben considerar para la creación de una empresa de pesca deportiva?

¿Cuánta es la inversión requerida para colocar en operación la empresa y desde la perspectiva del inversionista cuál es la rentabilidad que arroja?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de pesca deportiva ubicada en la Vereda Mangas corregimiento la Florida del municipio de Pereira Risaralda, para el año 2019.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar aspectos del mercado como oferta, demanda, canales de distribución, mercado potencial, precios, entre otros, para establecer la factibilidad de la empresa de pesca deportiva.
- Efectuar un estudio técnico donde se determine las condiciones de tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Establecer los aspectos administrativos, los requerimientos legales y ambientales necesarios para colocar en funcionamiento la empresa para promover la actividad de pesca deportiva.
- Realizar un estudio financiero del negocio para determinar la factibilidad del proyecto desde la perspectiva del inversionista al año 2019.

3. Justificación

El consumo de pescado por parte de la población Colombiana es cada vez mayor, pasando de un consumo promedio de 350 a 585grs/mes, según un artículo del 4 de abril de 2017 publicado por la Autoridad Nacional de Agricultura y Pesca (AUNAP), se pudo establecer la inclusión en la dieta familiar, por sus grandes beneficios alimenticios que contienen proteínas y grasas insaturadas, fuentes minerales y vitaminas que el organismo necesita.

De acuerdo a ese incremento mostrado en el párrafo anterior, es decir, al aumento que se vienen presentado en la demanda nacional, es necesario igualmente evolucionar hacia un incremento en la oferta de este tipo de bienes alimenticios, por lo tanto, la idea de este proyecto no solo es la de aprovechar los recursos naturales existente para contribuir a solucionar el déficit de este alimento en la población colombiana, si no buscar hacerlo de una manera diferente a través de la pesca deportiva, pues es una práctica que se ha venido desarrollando en Colombia con gran éxito, explotando los suelos que no son aptos para la agricultura, además utilizando el recurso del agua y la tierra.

De igual manera, con la puesta en marcha de este tipo de alternativas de negocio, se busca contribuir a nivel local con una fuente de empleo, brindando mejorar los niveles de ingreso y a su vez mejorando la calidad de vida de las personas que participen del desarrollo de este proyecto; así mismo la pesca deportiva sería un gran aporte al desarrollo de la región por los benéficos que esta traería para el destino turístico del corregimiento de la Florida municipio de Pereira Risaralda.

Conjuntamente con lo anterior, es una oportunidad de fortalecer la productividad y competitividad de la región de Risaralda, como lo está proyectando la gobernación del departamento, procurando que el eje cafetero se consolide como un destino turístico y así incrementar el desarrollo socioeconómico. Constituyendo condiciones de vida digna, dando a la población la posibilidad de impulsar la creación de nuevas empresas (transporte, restaurantes, hoteles, caminatas turísticas, cabalgatas, centro recreacional, deportes extremos, zona camping entre otros), que conlleve al bienestar general gran parte de la población, tanto endógena como turistas que visiten la región.

Este proyecto busca originar cambios dando un valor agregado a la piscicultura, la sociedad hoy en día por el ritmo acelerado al que se encuentra sometida por el estrés, busca cambios en su cotidiano vivir, para ello pone la mirada en zonas alejadas de la ciudad, donde busca compartir más de la naturaleza. Con el estudio de factibilidad se necesita un conocimiento más profundo de lo que se ha visto en el transcurso de la carrera de Administración de Empresas y se determina desde el aspecto social la población afectada o beneficiada por esta actividad.

4. Marco Referencial

4.1 Marco de Antecedentes

- INTERNACIONAL

A nivel internacional se encontraron diversas investigaciones en las que se destacan fundamentalmente aquellas que de una u otra forma tienen alguna relación con el objetivo fundamental de la presente investigación.

Un primer antecedente que se puede mencionar está relacionado con el deporte y el turismo donde se establece la posibilidad de buscar lugares propicios para la práctica de un deporte en concreto. Que cuente con unas instalaciones apropiadas de manera que resulten ser un componente, cada vez más importante, donde se pudieran desarrollar una infinidad de grandes y pequeños acontecimientos deportivos. De acuerdo con Cajade, (2009, p.17), entre los grandes acontecimientos se pueden mencionar a los Juegos Olímpicos, Mundiales de fútbol o Campeonatos Nacionales, que son aprovechados como estándares turísticos para las ciudades que los organizan. Entre los pequeños eventos cabe destacar como ejemplo y ya que se está tratando este tema, un concurso de pesca, que puede llegar a cobijar durante un fin de semana a 6.000 personas en una misma localidad, tal es el caso de Bahía San Blas.

Al igual la pesca deportiva en México es una actividad de enormes aportes potenciales económicos, considerado como un motor de crecimiento según Ibáñez (2011). Dado a que es un efecto multiplicador a otros sectores que se pueden ver beneficiados.

Sobre todo, para la creación de empresa, se debe realizar estudios de factibilidad que permitan obtener una vista clara acerca de la oferta y demanda del mercado a incursionar, todo esto con el fin de minimizar el riesgo de fracaso o pérdidas económicas por parte de personas involucradas, según lo manifestado por Montaña & Sancho (2014), al desarrollar estudios de factibilidad en el vecino país del Ecuador.

Por otro lado en Tenerife España, Rosales y otros (2014) realizaron un proyecto de grado de contabilidad y finanzas donde estudian la factibilidad de montar una empresa destinada a la diversificación de la oferta de ocio, haciendo un estudio sobre el turismo deportivo en Tenerife, para centrar los resultados en una idea emprendedora de pesca deportiva, en él se destaca los procesos que se deben seguir para la creación de una empresa de pesca deportiva y el método de recolección de datos empleados fue el secundario, lo que indica que recurrieron a bases de datos históricas y proyecciones para la realización del trabajo.

Otro antecedente que se encuentra es el de Quiroga (2013), de la Universidad Tecnológica Israel – Ecuador. Es una Tesis de Maestría en Administración y Dirección de Empresas, donde proponen la implementación de piscinas para cultivo de Tilapia con práctica de pesca deportiva y restaurante en la parroquia Mera de la Provincia de Pastaza, con la finalidad de generar fuentes de trabajo, contribuir con la producción de alimentos y apoyar al turismo del sector, es decir que en cierta forma tiene un enfoque muy similar al estudio que se desarrolla aquí por tratarse de una pesca deportiva e impulsar el desarrollo de un sector económico específico.

Así mismo Díaz (2014), elabora un trabajo en el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo en México como tesis de grado de la Maestría en Desarrollo Regional, donde resalta la pesca deportiva como potencial de desarrollo regional, valora la contribución de la pesca deportiva como factor potencial de desarrollo regional sustentable, en complementariedad a la pesca comercial y como detonante de la actividad turística en el municipio de San Pedro de la Cueva. Dentro de un marco del desarrollo regional sustentable, se busca dar aprovechamiento a los recursos naturales, el crecimiento económico y un empoderamiento social, considerando como base de acción espacios regionales, lo que indica que este tipo de actividades promueven el desarrollo de la región.

Finalmente, dentro de los antecedentes internacionales se encuentra un estudio adelantado por Mejía y otros (2015), desarrollado en la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito como una Tesis Ingeniería de Gerencia y Liderazgo, donde proponen un diseño de un modelo de Gestión para la explotación ecoturística en el recinto “El suyo”, perteneciente a la parroquia Angamarca, ubicada en la provincia de Cotopaxi. El estudio se enfoca fundamentalmente a establecer pautas

para el aumento de la eficiencia al tener tareas correctamente definidas en los procesos de atención al cliente, mantenimiento de las instalaciones, traslado y transporte de turistas, producción y cultivo de alimentos, manutención de granjas y áreas recreativas, pago a proveedores y mantenimiento entre otros. Este estudio aporta en el sentido de que presenta el análisis de otras variables que se deben considerar al momento de colocar en práctica (funcionamiento) un negocio de esta índole.

- NACIONAL

A nivel nacional cabe resaltar un estudio realizado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA (2005), donde establece que la economía colombiana se apoya primordialmente en la producción de café, petróleo, carbón, producción industrial, diversos productos agropecuarios, mineros, la construcción y el comercio. No obstante, la actividad pesquera y acuícola, causa un impacto considerable en las regiones en donde se efectúa, por lo tanto, favorece a la consecución de los objetivos nacionales de contribuir con la generación de ingresos, empleo y seguridad alimentaria.

Pero al analizar resultados muestran que en el proceso organizativo de los pescadores artesanales del Norte Chocoano han estado presentes elementos como el interés, el compromiso, el respeto, la responsabilidad, la participación, el consenso, la continuidad, el crecimiento de acuerdo con Mosquera, (2014).

Otra investigación muestra que la práctica pesquera se ha encaminado a la extracción de carácter comercial ya sea para el consumo o de manera ornamental, la pesca deportiva ha contado con muy pocas normas y apoyo institucional en el país, es así como un informe realizado por Nakusa Red Turística y Carmencita Pineda (2015).

De acuerdo con Martínez y Valencia, Colombia ha tenido, en los últimos tiempos una tendencia a la mejora en sus niveles de vida, ha tenido un excelente desarrollo en la última década sobre todo por el boom del petróleo y la minería, aunado a la inversión extranjera en materias primas; así mismo la mejora en la seguridad ha contribuido a la reducción en la brecha del PIB per cápita del

país en relación con las economías de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE, 2016, p.18).

Finalmente, dentro de los antecedentes nacionales cabe mencionar el trabajo realizado por Nieto y Granados, el cual se trata de un plan de negocios para la implementación de la estación de pesca deportiva en el parque Panaca, lo que permitirá captar nuevos visitantes, generando un valor agregado y una utilidad adicional para el parque que lleva el mismo el mismo nombre.

Después de realizar la investigación de mercados, los investigadores concluyeron que la mujer es un factor clave de decisión en las familias en el momento de realizar la actividad de pesca deportiva. La inversión del proyecto al no ser tan alta y tener una tasa de retorno atractiva para cualquier inversionista, definen que el proyecto presenta una gran oportunidad de negocio para el parque y sus socios.

- REGIONAL

La pesca es una de las actividades que el gobierno pretende estimular, e impulsar proyectos para impulsar a este gremio, que durante varios años ha estado olvidado por las diferentes administraciones gubernamentales es por esto que se han adelantado diversas investigaciones al respecto, donde se mencionan las más relevantes para el efecto de la factibilidad del presente proyecto, tal como se desarrolla a continuación.

Una primera investigación que merece ser destacada es la desarrollada por Carrillo y Guzmán (2007), donde resaltan el incremento de proyectos de cachama y de tilapia que se están enfocando en la pesca deportiva, oficio que ha permitido a estos proyectos mantenerse debido al incremento en la demanda por este servicio y a los precios a que venden su producto al cliente final, mejorando sustancialmente su rentabilidad.

Así mismo se hace necesario mencionar a Martínez y Rodríguez (2015) donde a través de un esbozo a la ley 1558 de 2012 hacen relevancia a los principios de la industria turística. Dichos principios señalan que es muy importante el trabajo conjunto tanto de los actores públicos como

privados para poder lograr el desarrollo económico y social, y para cumplir con los objetivos comunes que beneficien el turismo. De igual manera hacen alusión a la necesidad de desarrollar el turismo en armonía con la naturaleza, velando por la protección y conservación de esta, destacando la competitividad que propicie el mejoramiento continuo.

De la misma manera Moncaleano y Pulido (2016) realizaron una investigación donde establecieron que el Eje Cafetero posee excelentes condiciones para implementar en forma empresarial el turismo rural, en aspectos tales como el agroturismo y ecoturismo. Pues al caracterizar la población pudieron definir que sus habitantes son amables, emprendedores y pujantes; características de las personas de esta región a lo largo de varias generaciones, donde han demostrado la capacidad de aprovechar e innovar el entorno que los rodea; de igual forma el turismo genera un mayor valor comercial a la región.

El estudio adelantado por Castrillón, Giraldo y Ramírez (2016), muestra los valores naturales y los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, establecen que el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeto el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza, siendo este proyecto de gran aporte para potencializar el turismo regional pero que sea sostenible y amigable con el medio ambiente.

Aunque en el eje cafetero la mayor parte de su economía se ha basado en la producción de café, recientemente se ha interesado por otros sectores, es así como Herrera, Serna y Zapata, (2017) plantean que muy importante concientizar a los ciudadanos que el ecoturismo podrá ser una alternativa para la diversificación de la economía de la ciudad de Pereira, la necesidad de crear estrategias que internacionalice la región y genere reconocimiento para ser competitivos no solo a nivel local sino internacional, siendo este tipo de proyectos que se estudia aquí su factibilidad una gran opción para diversificar y hacer conocer la región (en este caso la Florida), como un sitio turístico y apto para el desarrollo de actividades recreativas como la pesca deportiva.

4.2 Marco teórico

Teniendo en cuenta que aquí se adelanta un estudio de factibilidad el cual abarca una serie de etapas que de manera integral conllevan a definir la viabilidad de este proyecto, es decir, que permite tomar la decisión de llevarse o no a la realidad; es necesario para el desarrollo del presente proyecto apoyar este en diversos postulados como son teorías de mercado, teorías referentes al estudio técnico, administrativo y económico - financiero, que van a permitir definir la factibilidad o no de la inversión.

En este orden de ideas, para el desarrollo del análisis de mercado, se apoya teóricamente en lo que al respecto plantea Marcela Benanssini, donde establece que la premisa mayor del marketing es: conozca a su cliente. Cada vez más, en las empresas de América Latina es necesario cumplir con este requisito para tener éxito en los negocios por dos razones fundamentales: la internacionalización de los mercados ha avanzado en forma sobresaliente durante los últimos años, forzando a múltiples sectores de la economía y a muchos países menos desarrollados a volverse cada vez más competitivos, no sólo en el diseño y fabricación de sus productos y servicios, sino también en sus estrategias de promoción y distribución. En segundo lugar, la escasez de insumos y recursos financieros es un fenómeno mundial que ha obligado a las organizaciones a emprender proyectos cada vez más “a la segura”, basados en estudios serios y objetivos que proporcionen los lineamientos adecuados para lanzar bienes y servicios al mercado, para lo cual deben conocer las probabilidades de éxito, el secreto para llevar a cabo una buena investigación de mercados no radica sólo en la correcta aplicación de la técnica, también son válidos el sentido común y la creatividad, sobre todo cuando las circunstancias del medio son adversas para el uso de la metodología clásica. (Benassini, 2009).

De acuerdo a lo anterior, y también apoyados en el libro de marketing de Richard L. (Sandhusenson,2002), donde define el ciclo de vida del producto (Introducción, crecimiento, madurez y declive), y cada etapa plantea riesgos y oportunidades que los comerciantes deben tener en cuenta para mantener la rentabilidad del producto. (Sandhusenson, 2002). Se concluye que en

el momento de hacer un estudio de factibilidad de negocio se debe tener claro y conocer la actividad o producto que se va a desarrollar, a que sectores va dirigido, de allí que, si se tiene pleno conocimiento de este, la estrategia del producto puede nacer muerto; porque no va tener el nivel de exigencia que se quiere para entrar a competir con los diferentes mercados, aun así en el momento de entrar a competir se debe tener presente el comportamiento y aceptación.

La estructura de la organización es importante, pues determina el poder relativo de los individuos dentro de ella, así como la percepción de sus roles y satisfacción por el trabajo que realizan. Esto implica que el diseño se hará utilizando los conceptos de “División” del trabajo y “Delegación”, como lo más importante. (Vainrub, 1996).

Es de resaltar la afirmación de Juan José Gilli, donde manifiesta que una comprensión del diseño organizacional requiere identificar los elementos que comprende y que, como partes de un todo, se incluyen mutuamente como la estrategia, estructura, los procesos, el personal y la tecnología. (Gilli, Claves de la Estructura Organizativa, 2017).

Es así, como factor importante del área administrativa obtener el éxito total depende también de cómo se está organizado administrativamente, la empresa debe tener claro la estructura organizacional, es decir un organigrama que detalle las diferentes áreas que se van a ver involucradas en cada proceso a desarrollar, de allí que el personal debe contar con las competencias de acuerdo al cargo, teniendo claro la misión y visión de la empresa apoyados también de buenos elementos de uso tecnológico que facilite el desempeño de funciones asignadas. De acuerdo al libro de transformación de la cadena de suministro: contribuye a generar valor para los accionistas. Teniendo en cuenta la enorme publicidad que ha rodeado en los últimos diez años. No se trata de una argumentación de recorte de costes, aunque la excelencia de la cadena de suministro suele reducir espectacularmente los costes a largo plazo, el flujo esencial de materiales e información procede de los proveedores por toda la empresa hasta llegar a los clientes, la ausencia de personal del talento, una mala aplicación de la tecnología, los silos externos e internos, y una carencia de disciplina básica en la gestión del cambio. (Rubén E. Slone, 2012).

También como lo dice el autor Carlos Tarodo. Los clientes, a la hora de comprar, se ven motivados por diversos factores, como la moda, el interés económico, la comodidad, el afecto la seguridad o el orgullo. Por tanto, hay que conocer la motivación que tengan los clientes porque esta es la que hace que el proceso de decisión de compra, por parte de los clientes, cambie. Las motivaciones de los clientes se pueden clasificar desde diferentes criterios. Uno de ellos es el Criterio de Maslow, que las clasifica en Filosóficas, de seguridad, de pertenencia o afiliación, de estima o reconocimiento y de autorrealización. (Pisonero, 2014).

Es importante en el ámbito financiero empresas y personas planifican para tener una idea hacia donde nos llevarán las decisiones que adoptamos. En finanzas, la planeación es el proceso que permite traducir nuestra estrategia en variables financieras futuras.

El punto de partida de la planeación financiera es el plan estratégico de la empresa. Usualmente, este tiene un horizonte temporal de 5 años, aunque en industrias con escenarios más volátiles, en plazos más cortos. Sea que dure 5 años o menos, el plan estratégico visualiza, a futuro, la industria y la posición de la empresa dentro de esta.

Los objetivos estratégicos delineados por el plan estratégico, dan origen a planes operativos que se convierten, vía la planeación financiera, en proyecciones de caja (también conocido como flujo de tesorería) y estados financieros (estado de situación financiera y estado de resultados). No se debe confundir el flujo de tesorería con el flujo de caja, que se elabora cuando se evalúa un proyecto. Este último, busca saber cuánto efectivo pueden retirar los accionistas sin afectar la marcha del proyecto, en tanto que el flujo de tesorería de la empresa busca saber cuándo se tendrán excedentes o déficits de efectivo, así como cuantificarlo. (Briceño, 2016).

De la misma manera es importante dentro de este estudio de factibilidad tener presente el flujo de caja libre (FCL) ya que es una de las variables que miden de mejor forma la capacidad financiera de una empresa. El FCL consiste en la cantidad de dinero disponible para cubrir deuda o repartir dividendos, una vez se hayan deducido el pago a proveedores y las compras del activo fijo (construcciones, maquinaria...).

En general, este cálculo sirve para medir la capacidad de un negocio para generar caja independientemente de su estructura financiera. Es decir, el FCL es el flujo libre generado por la empresa que se encuentra disponible para satisfacer los pagos a los suministradores de financiación de la misma, ósea que se utiliza para remunerar a los accionistas vía dividendos o para amortizar el principal de la deuda y satisfacer los intereses.

De acuerdo con Contreras (2002), el FCL se calcula a partir de los presupuestos de ingresos y los costos de operación (costo de producción, ventas, administración). La diferencia entre ingresos y costos operacionales es igual a utilidad operacional, para obtener la utilidad neta se descuentan los impuestos.

Posteriormente se suma la depreciación y la amortización de diferido a la utilidad neta. La razón por la que se le suma estos dos valores a la utilidad neta, es para eliminar el doble cargo que se ha incurrido: como inversión y como costo.

Lo anterior se hace por dos beneficios que se obtiene al utilizar este mecanismo:

1. Para la recuperación del capital invertido.
2. Para disminuir el valor de los impuestos a pagar.

El resultado de este valor se conoce generalmente como el flujo neto de operación.

Por otra parte, se encuentra el flujo neto de inversión que está compuesto por la inversión en activo fijo, capital de trabajo y valor residual o de salvamento, este valor debe ser considerado como un ingreso al final del horizonte de evaluación del proyecto,

Finalmente se puede decir que el FCL es la diferencia entre el flujo neto de operación y el flujo neto de inversión, (Contreras, 2002, p.419).

Por su parte el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) también conocido como WACC (Weighted Average Cost of Capital), es una tasa de descuento que mide el costo promedio que han

tenido los activos operativos de una empresa, en función de la forma en que han sido financiados, ya sea a través de capital propio (patrimonio) o recursos de terceros (deuda).

De acuerdo con García (2003), el WACC es un costo esperado, no un costo histórico. Es fácil entender esto si se tiene en cuenta que esta cifra se utiliza para traer a valor presente flujos de caja libre (FCL), que están en el futuro. Por lo tanto, puede afirmarse que el WACC es un costo esperado en el largo plazo que recoge las expectativas de costo de deuda y patrimonio.

Para determinar el WACC se puede emplear la siguiente expresión:

$$WACC = K_e \frac{E}{(E+D)} + K_d (1-T) \frac{D}{(E+D)}$$

Dónde:

K_e = Tasa de costo de oportunidad esperada, o costo de los fondos propios

E = Capital aportado o fondos propios

D = Monto de la deuda financiera

K_d = Costo de la deuda financiera

T = Tasa de impuesto

En este sentido se puede decir que el Costo de la deuda financiera (K_d) es la tasa de interés que se estima cobrará el sistema financiero por participar en el proyecto, es decir, que la determinan las entidades financieras acorde a las tasas que ellos manejan y que deben estar dentro de los rangos establecidos por el Banco de la República.

El valor de la deuda financiera (D) o monto de esta, es la cantidad de recursos que se espera conseguir financiados para llevar a cabo el proyecto de inversión.

Por otro lado, la tasa de impuesto (t) es la tasa que establecida por el gobierno nacional que deben pagar todas las organizaciones empresariales que ejercen actividades en el territorio colombiano, para este caso específico la reforma tributaria (ley 1607 de 2012), estableció que dicho impuesto sería del 25% y del 8% de impuesta a la Equidad, para un total de 33% que deben pagar las organizaciones empresariales.

De igual manera el capital aportado (E) por los socios e inversionistas corresponde al monto requerido para complementar el 100% de la inversión, es decir, es la parte que de recursos propios que se debe aportar para ejecutar el proyecto.

Por último, se encuentra el K_e que es igual a la tasa de costo de oportunidad esperada por el inversionista, es decir, el porcentaje que espera que le rinda los recursos que aporta para la ejecución del proyecto.

Según García (2003), el costo del patrimonio es un referente, no una cifra caprichosa. Con frecuencia se escucha decir que los propietarios deben manifestarles a los gerentes sus expectativas de rentabilidad con el fin de que estos tengan un punto de referencia sobre lo que ellos esperan que sea su gestión. Si bien puede ser lógico que los propietarios manifiesten ese deseo, debe tenerse en cuenta que la rentabilidad mínima que debería esperar no es una cifra que se establece en forma caprichosa sino el resultado de un ejercicio que considera la rentabilidad que ganan las empresas del sector, las tasas de interés del mercado y el riesgo del país.

Estos elementos son considerados como el método más utilizado para calcular el costo del patrimonio, el modelo CAMP (Capital Assets Pricing Model), Modelo de valoración de activos del capital, (García 2003, p.248).

Para ello se puede emplear la siguiente expresión:

$$K_e = R_f + \beta \cdot (R_f - R_m)$$

Dónde:

K_e = Tasa de costo de oportunidad esperada, o costo de los fondos propios

R_f = Rentabilidad del activo libre de riesgo

R_m = Rentabilidad esperada del mercado

β (beta) = Indica la sensibilidad del rendimiento de un activo ante el cambio del rendimiento del mercado

De acuerdo con García (2003), la rentabilidad de los bonos del tesoro nacional es considerada como la rentabilidad libre de riesgo (rf).

Por otra parte, se encuentra el concepto de rentabilidad del mercado, donde García Serna (2003), al respecto establece que: el premio por el riesgo del mercado es la rentabilidad adicional que un inversionista obtiene por invertir en acciones en vez de hacerlo en bonos del tesoro.

Finalmente aparece el concepto de Beta (β), definido por García (2003), como la medida de riesgo que relaciona la volatilidad de la rentabilidad de una acción con la volatilidad de la rentabilidad del mercado. No obstante, a ello, García también establece que normalmente las betas de las diferentes acciones que se transan en las bolsas son calculadas por diferentes agentes del mercado y por lo tanto se suponen que están disponibles, a veces a un costo para quien las requiere con propósitos de análisis.

Dado que las β se calculan a partir de la observación histórica de la rentabilidad de las acciones, significa que ellas recogen el riesgo total incurrido por los accionistas, como quiera que la rentabilidad de las acciones se calcula después de considerar el efecto del endeudamiento de las empresas. Así, podría decirse que una parte de la β recoge el riesgo operativo y la otra parte recoge el riesgo financiero con lo que esta podría expresarse en la siguiente forma:

$$\beta \text{ Riesgo total} = \beta \text{ Riesgo operativo} + \beta \text{ Riesgo financiero}$$

Dado a que β Riesgo total recoge el riesgo asociado con el hecho de que la empresa está endeudada, es decir, que recoge el beneficio de su apalancamiento financiero, también se denomina β apalancada o β del patrimonio, (García, 2003, 257).

$$\beta_L = \beta_u \left[1 + \frac{D(1-t)}{E} \right]$$

Dónde:

β_L = beta apalancada

β_u = beta desapalancada

Por otro lado, la β Riesgo operativo refleja el riesgo de la empresa en ausencia de deuda, ya que el efecto de la deuda lo recoge el β Riesgo financiero. El riesgo de una empresa en ausencia de deuda corresponde a aquel que se asume por el hecho de desarrollar una determinada actividad, con unas determinadas estrategias, un determinado modelo de negocio, un determinado tamaño, enfrentando determinadas características del sector, etc. Por ello es que el β Riesgo operativo también se denomina β desapalancada o β operativa.

Como se puede apreciar para hallar la beta apalancada (β_L), se debe hallar la beta desapalancada (β_u). Para ello es necesario recurrir a múltiples fuentes de información externas como: Damodaran aswath, Mergemarket, Thomson Financial, entre otras que ya tienen calculada dicha información para las empresas de cada sector.

Para calcular la β_u se emplea la siguiente expresión:

$$\beta_u = \frac{\beta_L}{(1 + (1 - T) * D/E)}$$

4.3 Marco Conceptual

Cuicultura: es el conjunto de actividades, técnicas y conocimientos de cultivo de especies acuáticas vegetales y animales.

Infraestructura: Lugar donde se desarrolla el cultivo.

Flujo de caja libre: Es un cálculo de proyección de costos y gastos de una empresa, así como la depuración de inversiones y demás compromisos adquiridos por la organización.

Rebosadero: Sitio u orificio por donde rebosa un líquido. La piscicultura colombiana está representada por el cultivo de la tilapia (*Oreochromis sp*) y reúne múltiples actividades económicas relacionadas que van desde la producción de alevinos hasta el levante y engorde de estos, además existe en Colombia la infraestructura suficiente y necesaria para la fabricación de alimentos concentrados lo que da un valor agregado a esta cadena. Desde 2004 hay un incremento en la demanda para el consumo de la tilapia roja a escala nacional e internacional, principalmente en el mercado de los Estados Unidos creando una oportunidad que se debe aprovechar en este sector desde Colombia.

La piscicultura: También definida como aquella actividad dedicada al cultivo de peces bajo manejo e implementación de buenas prácticas (desarrollo genético, incubación, alimentación, reproducción y sanidad de las especies), ha crecido de manera considerable durante las últimas épocas.

Pesca artesanal: Es aquella que se realiza por personas naturales que incorporan a esa actividad su trabajo, o por cooperativas u otras asociaciones integradas por pescadores, cuando utilicen sistemas y aparejos propios de una actividad productiva de pequeña escala. Se entiende por actividad productiva de pequeña escala aquella que se caracteriza por el uso intensivo de la fuerza de trabajo del extractor primario para la obtención del recurso, sin la ayuda de mecanización sofisticada. Lo anterior limita su radio de acción y el volumen de captura por unidad de pesca.

Pesca deportiva: es la actividad deportiva relacionada con el ámbito de la pesca. Esta se realiza a nivel personal o en equipo de personas por ocio o competencia. Hay diversas técnicas para realizarla y también existen competencias que pueden ser realizadas en ríos, lagunas, orilla del mar y mar abierto.

WACC o Costo de capital: es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento. Este costo puede ser explícito o implícito y ser expresado como el costo de oportunidad para una alternativa equivalente de la inversión”.

4.4 Marco Legal

Las reglas de pesca han sido formuladas por la Asociación Internacional de Pesca Deportiva (IGFA por sus siglas en inglés) para promover las prácticas de pesca con caña, establecer normas uniformes para la recopilación de registros de peces y el establecimiento de marcas, proporcionar directrices básicas de pesca con caña para su uso en torneos de pesca y cualquier otra pesca en grupo. (Coast, 2016).

Las principales normas que rigen a la pesca y la acuicultura, se consignan en la ley 13/90 y el decreto reglamentario 2256/91, en los que se trata el tema de los permisos de cultivo (producción, procesamiento y comercialización) o licencias de funcionamiento que expide la autoridad competente para su ejercicio, el INCODER, a través de la Subgerencia de Pesca y Acuicultura, por medio de la oficina de registro y control. (fao.org, 2017).

Las Corporaciones Autónomas Regionales tendrán por objeto la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, así como dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento, conforme a las regulaciones, pautas y directrices expedidas por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

La ley 99 de 1993 General Ambiental de Colombia. Otorga concesiones, permisos, autorizaciones y licencias ambientales requeridas por la Ley para el uso, aprovechamiento o movilización de los recursos naturales renovables o para el desarrollo de actividades que afecten o puedan afectar el medio ambiente. Otorga permisos y concesiones para aprovechamientos forestales, concesiones para el uso de aguas superficiales y subterráneas y establecer vedas para la caza y pesca deportiva. (CARDER, 2012).

Según el artículo 5 de la ley 1258 del 2008, además del decreto 2020 de junio del 2009 basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 del 2006) en la que se habla de los pasos para la constitución de empresa. (Escobar, 2013).

Empresas que fomenta el emprendimiento en Colombia.

Fondo emprender SENA, Incubadoras de empresas de base tecnológica, Universidades consultorio general y jurídico, Fondo Nacional de garantías, Instituto de Fomento Industrial, Finamerica, Banco Caja Social, Finagro, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Proexport, Bancoldex, Dian y Cooperativas. (Mejia, 2012).

La constitución Política: Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y el artículo 158 sobre Unidad de Materia.

El decreto 393 DE 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

La ley 789 de 2002, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código sustantivo del trabajo. Norma por la cual se crea el Fondo Emprender (Art.40).

CONPES 3697 14 de julio de 2011, política para el desarrollo comercial de la biotecnología a partir del uso sostenible de la biodiversidad.

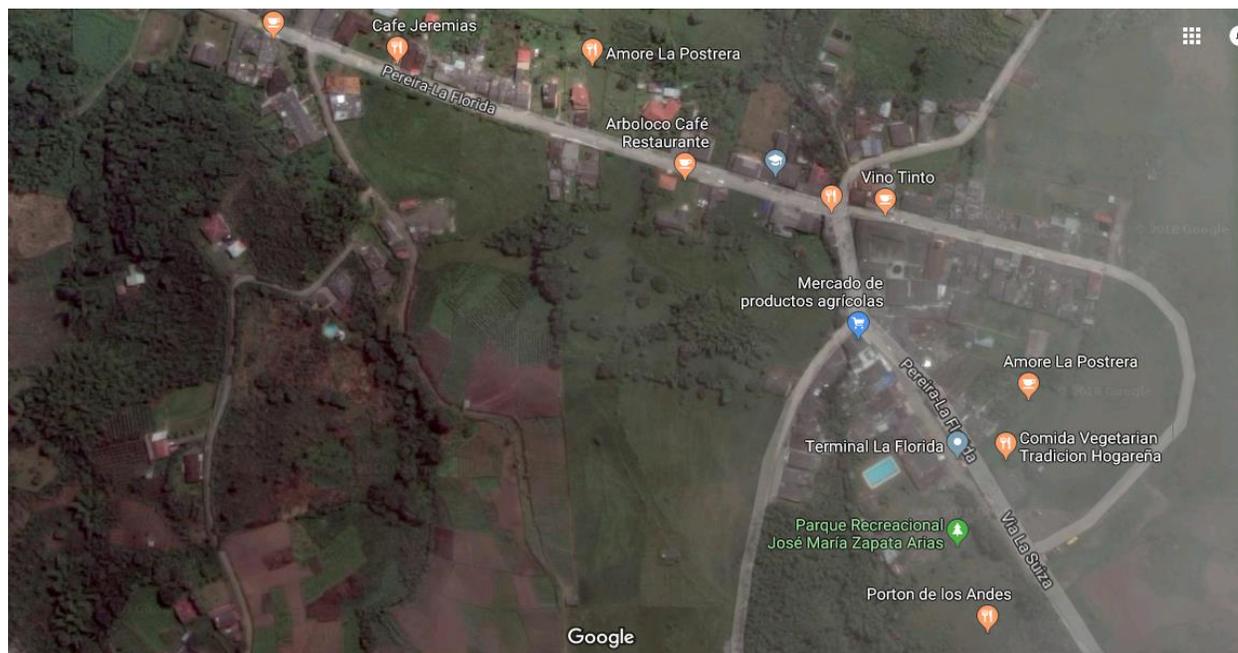
4.5 Marco contextual

El corregimiento de la Florida se encuentra ubicado en la cuenca media del río Otún en el sector Nor-oriente de Pereira. Limita al Norte con el río Otún, al Sur con el municipio de Salento (Quindío), y los corregimientos de Tribunas y la Bella, al Occidente con el área urbana de la Ciudad de Pereira y al Oriente con el departamento del Tolima.

La Florida inicia en los años 20, cuyos pobladores de estas tierras se encontraban concentradas en las familias Cardona, Ramírez, Zapata y Arias, cuyas familias aún persisten. Se declaró corregimiento en el año 1994, cuenta con una extensión de 12.197,3 hectáreas y está compuesto por 9 veredas que son: Libare, La Laguna, Porvenir, San José, La Bananera, La Suiza, La Florida, El Bosques, Plan el Manzano.

El siguiente mapa muestra la localización del marco contextual donde se desarrolla la investigación:

Figura 1. Marco contextual de la investigación.



Fuente: www.google.com.co/maps/place/Pereira-La+Florida,+Pereira,+Risaralda/@4.7742505,-75.6356936,499m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e38866245553425:0x13c3e

Este corregimiento es un paraíso turístico que conserva los componentes naturales y culturales que nos involucran en la vida rural, con sus respectivos productos y servicios. Sus dos principales bases turísticas son el recurso natural y el cultural: El recurso natural está representado por las áreas protegidas y toda la extensión del río Otún. Cuenta con dos parques nacionales naturales, un santuario de flora y fauna, es la zona con mayor demanda para ecoturismo en todo el departamento, ya que el Nevado Santa Isabel, Laguna del Otún, páramos, termales, flora y fauna, ríos, cascadas, sistemas productivos, entre otros se han convertido en los principales atractivos naturales de la Cuenca media y alta del Río Otún. El recurso cultural se construye a partir de las gentes y sus tradiciones, idiosincrasia, arquitectura, agricultura y los rasgos que caracterizan a las habitantes de estas tierras. El corregimiento de la Florida tiene una población de 3.891 habitantes, distribuidos en el 51.8 % de mujeres y el 48.2 % de hombres. En los últimos siete años ha incrementado la población en 238 habitantes más.

La ruta San José – Mangas – La Bananera – El Cedralito – La Florida, en un recorrido alternativo para llegar al corregimiento de La Florida y a diferencia de la ruta normal presenta desafíos físicos y técnicos más exigentes. Esta comienza al momento de llegar al puente de la vereda San José sobre el Río Otún y a partir de allí se empieza subir hacia la vereda Mangas, donde encontraran dos desvíos, uno hacia al Parque Regional Piedras Marcadas en el municipio de Dosquebradas y una más adelante que se dirige al municipio de Santa Rosa de Cabal; se recomienda seguir hacia dónde conduce la vía principal. Es importante tener en cuenta los desvíos antes de llegar al Puente de la vereda la Bananera y a partir de allí continuar la subida hasta la vereda El Cedralito donde se alcanza el punto máximo de altitud (1908 msnm).

En esta vereda se puede disfrutar de una panorámica que permite observar los corregimientos de La Florida, parte del corregimiento de La Bella y algunas veredas como La Bananera, La Colonia y El Manzano. Posteriormente se desciende por un camino cubierto de bosque de pinos para pasar luego por la quebrada San Eustaquio y llegar al puente Alban sobre el Río Otún en la vereda La María, lugar de bañistas que disfrutan del “paseo de olla” y unos metros más adelante llegar al corregimiento de La Florida. Es una ruta ideal para cross country y free ride y el descenso de El Cedralito a la Florida es perfecta para los amantes del Down hill.

5. Diseño Metodológico

5.1 Tipo de Investigación

Este proyecto de investigación es Descriptiva, lo que busca es especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, para este caso, las personas que deseen visitar sitios turísticos y participar de la pesca deportiva.

5.2 Instrumento a utilizar

La encuesta (ver anexo 1 – formato de encuesta)

5.2.1 Método según la selección de datos.

Fuentes primarias y secundarias

5.2.2 Método según enfoque.

Cualitativo, ya que lo se pretende es medir la intención de compra de un producto y uso de un servicio, para ello se emplea la técnica de observación directa, cuestionario o encuesta y otros instrumentos que permitan deducir la factibilidad del tema investigado.

5.2.3 Método según selección de la muestra.

Probabilístico (sistemática, aleatorio simple, estratificado, racimos o conglomerados) No probabilístico (muestreo de juicio, muestreo por conveniencia, muestreo por cuotas).

5.2.4 Método según la aplicación (consumo o industrial)

- **Población:** De acuerdo con las estadísticas que maneja la oficina de planeación municipal de Pereira, se tiene que: El corregimiento de la Florida tiene una población de 3.891 habitantes, distribuidos en el 51.8 % de mujeres y el 48.2 % de hombres. En los últimos siete años ha incrementado la población en 238 habitantes más, es decir, que en el 2017 la Florida contaría con una población de 4.129 personas.

Por otro lado, en un informe denominado “Risaralda un mundo natural por descubrir con un turismo comunitario y sostenible de la Gobernación de este departamento, se estableció que en promedio ese sitio es visitado en promedio por unos 6.875 turistas, (Gobernación de Risaralda, 2017), por lo tanto, este es otro grupo de personas a las cuales también se les puede recopilar información de primera mano.

En este sentido la población para la presente investigación está compuesta por un total de 11.004 personas, tanto turistas como habitantes del corregimiento.

- **Muestra:** Para determinar el tamaño de la muestra o parte de la población que sirva como fundamento para representar la misma, teniendo en cuenta que se está en frente de una población finita, es necesario en el proceso el diligenciamiento de encuestas, tener especial cuidado en abarcar la mayor parte de las características de la población objeto de investigación, que de acuerdo con el análisis de la población suma total de 11.004 personas, tanto turistas como personas del corregimiento de la Florida.

Se tendrá como herramienta el Método Estadístico muestreo aleatorio proporcional, ya que es un procedimiento en el que la muestra es seleccionada de modo aleatorio y todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Por lo anterior se utilizará la siguiente fórmula (Bernal, 2000, pág. 166):

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

Dónde:

n = Tamaño necesario de la muestra

Z = Nivel de Confianza 95%, es decir, Z = 1.96

e = Estimación de erro r= 0.05

P= probabilidad de que el evento ocurra = 50%

Q = probabilidad de que el evento no ocurra = 50%

N = Tamaño de la población = 11.004

Como ya se conoce la población que se pretende estudiar, se determinará la muestra empleando para ello la fórmula descrita anteriormente. De igual manera, es conveniente anotar aquí, que, para este tipo de investigación, según lo recomiendan los expertos, es apropiado trabajar con un nivel de confianza de 95 % que equivale a $Z=1.96$, y un margen de error de 5% (0.05).

Reemplazando en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{11.004 \left\{ 3,8416 \right\} 0,5 \left\{ 0,5 \right\}}{\left\{ 11.003 \right\} \left\{ 0,0025 \right\} + \left\{ 3,8416 \right\} \left\{ 0,5 \right\} \left\{ 0,5 \right\}}$$

$$n = \frac{10.568,2}{28,468}$$

$$n = 371$$

Como se puede apreciar, según la población objeto de estudio y para obtener una muestra representativa, se deben efectuar 371 encuestas; las cuales deben ser realizadas de manera aleatoria pero proporcional entre la población seleccionada para tal fin, es decir, se le debe aplicar la encuesta al 38% de la población de la Florida (139 encuestas) y el 62% a los turistas que visitan la región (232 encuestas), esto con en el fin de recopilar información que garantice el consentimiento del 100% de la población investigada.

6. Cronograma de actividades

Figura 2. Cronograma de actividades.

CRONOGRAMA	2017-1															
Actividades	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 5	Sem. 6	Sem. 7	Sem. 8	Sem. 9	Sem. 10	Sem. 11	Sem. 12	Sem. 13	Sem. 14	Sem. 15	Sem. 16
Planteamiento del problema																
Formulación Del Problema																
Objetivos generales y específicos																
Justificación																

CRONOGRAMA	2017-2											
Actividades	Sem. 17	Sem. 18	Sem. 19	Sem. 20	Sem. 21	Sem. 22	Sem. 23	Sem. 24	Sem. 25	Sem. 26		
Planteamiento del problema												
Formulación Del Problema												
Objetivos generales y específicos												
Justificación												
Marco referencial												
Marco teorico												
Marco Conceptual												
Marco legal												
Marco Contextual												

CRONOGRAMA	2018									
Actividades	Sem. 27	Sem. 28	Sem. 29	Sem. 30	Sem. 31	Sem. 32	Sem. 33	Sem. 34	Sem. 35	
Planteamiento del problema										
Formulación Del Problema										
Objetivos generales y específicos										
Justificación										
Marco referencial										
Marco teorico										
Marco Conceptual										
Marco legal										
Marco Contextual										
Diseño Metodológico										
Tipo de Investigación										
Métodos, Técnicas e Instrumentos										
Métodos según selección de datos										
Método según enfoque										
Método según aplicación										
Recolección de información										
Muestra										
Validación de Experto										
Prueban Piloto										
Aplicación del instrumento										
Cronograma										
Presupuesto										
Bibliografía										

Fuente: Elaboración propia de los autores

7. Presupuesto

En el siguiente cuadro se encuentra de manera detallada el presupuesto reservado y aportado por el equipo estudiantil para el desarrollo de la investigación:

Tabla 1. Presupuesto para el desarrollo de la investigación.

CONCEPTO	VALOR
Honorarios de los investigadores	\$ 450.000
Libros y revistas	\$ 60.000
Internet	\$ 70.000
Teléfono	\$ 40.000
Papelería e impresiones	\$ 150.000
Pago de encuestadores	\$ 70.000
Energía	\$ 60.000
Transportes	\$ 380.000
Otros gastos	\$ 260.000
TOTAL	\$ 1.540.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

1. Diagnóstico situacional

1.1 Aspectos generales del sector

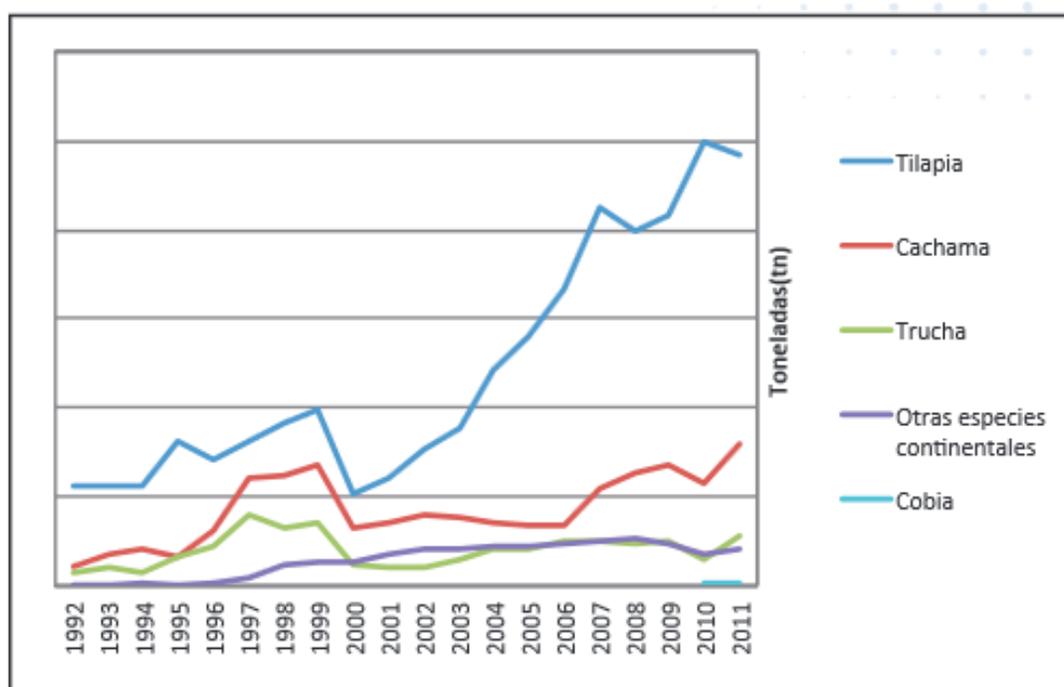
En Colombia el sector piscícola inició a finales de los años 30 del siglo XX al introducir la trucha arco iris como estrategia de repoblamiento de aguas de uso público de las lagunas ubicadas en la región andina, luego se introdujo la carpa común *Cyprinus carpio* y la Tilapia *rendalli* (AUNAP, 2014).

Posteriormente en la década de 1980 con ayuda de la Federación Nacional de Cafeteros y el Programa de Desarrollo Rural Integrado, se introdujeron al país las Tilapias *Oreochromis niloticus* y la *Oreochromis sp* con el fin de fomentar la piscicultura en estanques e impulsar a pequeños productores campesinos a diversificar sus fuentes de ingreso. Y por otro lado la Autoridad Nacional de Pesca y Acuicultura empezó a incentivar el cultivo de la cachama blanca en los Llanos Orientales.

Los primeros cultivos dieron su origen con la Piscicultura Continental produciendo tilapia roja y plateada, cachama, trucha y algunas especies nativas, siendo las dos primeras las de mayor participación en el mercado.

A continuación, se presenta la evolución en la producción de la piscicultura por especies en Colombia desde el año 1992 al 2011

Gráfica 1. Producción de la piscicultura en Colombia 1985 – 2011 (toneladas).



Fuente: Aunap (2012). Disponible en: <http://aunap.gov.co/wp-content/uploads/2016/04/25-Diagn%C3%B3stico-del-estado-de-la-acuicultura-en-Colombia.pdf>

La gráfica anterior muestra la producción que ha tenido Colombia en cuanto a la diversidad de peces desde los años 1992 a 2011. La grafica deja ver claramente como en los últimos años se ha incrementado el cultivo de la tilapia por encima de las demás especies.

Para el año 2011, la producción de piscicultura se desarrolló principalmente en dos sistemas de cultivo, estanques y jaulas o jaulones; a continuación, se presenta la producción de piscicultura por especies, departamentos, y sistemas de producción. (Diagnóstico Estado de la Acuicultura en Colombia. Mayo 2013):

Tabla 2. Producción de piscicultura por especies, departamentos y sistema de producción en toneladas, año 2011.

Sistema de producción	Departamentos	Tilapia roja	Tilapia plateada	Cachama	Trucha	Otras especies continentales	Cobia	Total
Estanques	Antioquia	1.744	0	809	1.501	20	0	4.074
	Boyacá	713	0	3	260	1	0	977
	Caldas	108	43	2	7	12	0	172
	Caquetá	10	0	1.068	0	34	0	1.112
	Casanare	1.246	0	482	0	54	0	1.782
	Cauca	62	23	40	795	19	0	939
	Córdoba	60	2	904	0	62	0	1.028
	Cundinamarca	456	4	296	246	15	0	1.017
	Guajira	145	0	130	0	105	0	380
	Huila	5.447	230	1.605	25	607	0	7.914
	Meta	6.646	21	4.108	4	60	0	10.839
	Nariño	89	24	78	122	28	0	341
	Putumayo	149	6	567	126	107	0	955
	Quindío	55	3	0	0	7	0	65
	Risaralda	228	19	16	30	21	0	314
	Santander	488	1	1.003	16	987	0	2.495
	Sucre	200	250	518	0	1.282	0	2.250
	Tolima	2.960	39	1.316	67	182	0	4.564
	Valle del Cauca	1.269	26	595	602	111	0	2.603
Otros departamentos	1.198	318	2.383	1.056	458	0	5.413	
Subtotal		23.273	1.009	15.923	4.857	4.172	0	49.234
Jaulas y jaulones	Antioquia	5						5
	Boyacá				403			403
	Huila	14.960	9.031					23.991
	Nariño				371			371
	Tolima	155						155
	Bolívar						111	111
Subtotal		15.120	9.031	0	774	0	111	25.036
TOTAL		38.393	10.040	15.923	5.631	4.172	111	74.270

Fuente: Aunap (2012). Disponible en: <http://aunap.gov.co/wp-content/uploads/2016/04/25-Diagn%C3%B3stico-del-estado-de-la-acuicultura-en-Colombia.pdf>

En Colombia, la piscicultura se localiza principalmente en la zona andina (58%), siguiendo la región caribe (17,5%), región Orinoquia (16%), Pacífica (6,5%) y Amazonía (2%) (AUNAP, 2014).

A la fecha no se ha realizado un censo de granjas o centros de producción de piscicultura y los datos con que se trabajó, han sido obtenidos de los registros administrativos que hacen las Secretarías de Agricultura de los departamentos y los datos de la Encuesta Nacional de Piscicultura que realiza la Corporación Colombia Internacional.

En el departamento de Risaralda ha mejorado el sector piscícola con la conformación del Comité de la Cadena Piscícola de Risaralda, a la cual hacen parte productores, profesionales y comercializadores que están dedicados a la producción de peces; uno de los aspectos importantes de este comité es el diseño de estrategias para el cumplimiento legal y normativo, el diseño de estrategias para mejorar los ingresos de los productores, el diseño de estrategias para mejorar la competitividad de los productores a través de la tecnificación de los procesos, y la integración de entidades como las universidades, asociaciones del sector privado, las casas productoras de concentrado, las administraciones municipales, entre otros, con el fin de complementar los análisis del sector (El Diario, 2015).

2. Estudio de mercado

2.1 Identificación del producto o servicio

La pesca deportiva brindará lo mejor en productos, servicios y atención al cliente, para que los visitantes puedan disfrutar de inolvidables momentos en un ambiente natural en compañía de sus familias y amigos.

Los principales productos a ofrecer en la Pesca Deportiva serán:

Tabla 3. Descripción Producto No. 1.

NOMBRE DEL PRODUCTO 1	
Pesca Deportiva	
	<p><u>Características</u></p> <p>Principal atractivo del sitio.</p> <p>Los clientes podrán disfrutar de la experiencia de pescar utilizando su ingenio y paciencia.</p> <p>Estarán equipados con una caña de pescar, balde pequeño, bolsa de carnadas.</p> <p>Se recibirán instrucciones por parte del encargado de los tanques.</p>

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 4. Descripción Producto No. 2.

NOMBRE DEL PRODUCTO 2	
Servicio de Restaurante	
	<p><u>Características</u></p> <p>Venta de almuerzo con el siguiente menú:</p> <p>Entrada: caldo de pescado.</p> <p>Plato fuerte: Tilapia, trucha o cachama acompañado de ensalada, arroz, patacones o papas fritas.</p> <p>Bebidas: gaseosa, limonada o jugos.</p>

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 5. Descripción Producto No. 3.

NOMBRE DEL PRODUCTO 3	
Cultivo y venta de pescado	
	<p><u>Características</u></p> <p>Venta de las especies que se cultivan en los lagos de pescar: Tilapia Roja, Trucha y Cachama por kilos.</p> <p>Los productos se entregan al cliente debidamente lavados.</p>

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.2 Análisis de la demanda e identificación del mercado

El corregimiento de la Florida ubicado en el municipio de Pereira, cuenta con pocos cultivos piscícolas y pescas deportivas, con el fin de planificar los procesos dentro de la empresa, es necesario conocer las expectativas de los clientes y las características del sitio que esperan encontrar; por esto es importante conocer como es la demanda de los productos que va a ofrecer la Pesca Deportiva.

Luego de realizar la investigación de mercados y analizar los resultados obtenidos, se puede identificar que la pesca deportiva es considerada como una actividad agradable (71%) e importante (6%); siendo esta información un aspecto positivo para la proyección del negocio.

Igualmente, en este resultado se observa que la pesca deportiva es considerada adecuada para el entretenimiento familiar (64%); entretenimiento personal (23%) y entretenimiento empresarial (4%).

Por último, los resultados obtenidos muestran que el uso y disfrute de la pesca deportiva es considerado poco costoso (22%) y adecuado a su presupuesto (43%).

Con esta información se observa que el establecimiento de una pesca deportiva en el corregimiento de la Florida en el municipio de Pereira es viable y que se tienen altas posibilidades para obtener posibles clientes.

2.2.1 Distribución geográfica del mercado de consumo.

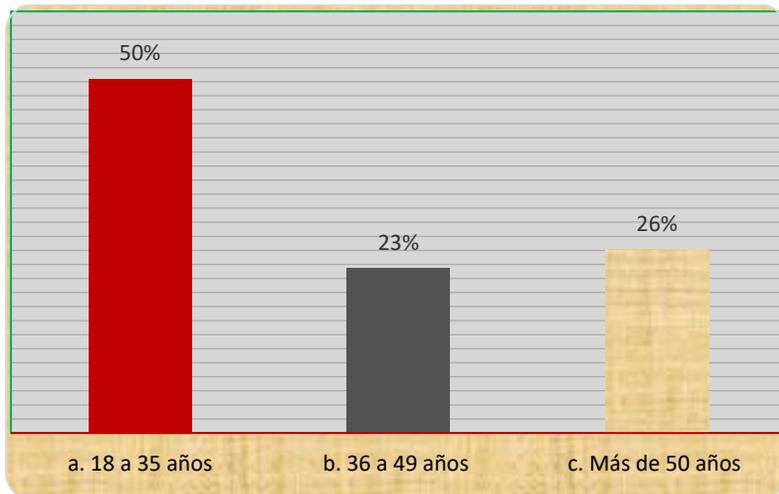
Los principales clientes para la pesca deportiva estarán ubicados en los municipios de Pereira y Dosquebradas, sin dejar de lado que los servicios ofertados están enfocados a diferentes clientes potenciales ubicados en el eje cafetero y a nivel nacional, gracias al impulso del turismo del corregimiento en el país.

2.2.2 Demanda Actual (Análisis de la tabulación de datos de fuentes primarias).

Se realiza aplicación de encuestas para evaluar la demanda actual y a través de técnicas estadísticas se analizan los resultados.

1. Su edad esta entre:

Gráfica 2. Rango de edad promedio de los encuestados.

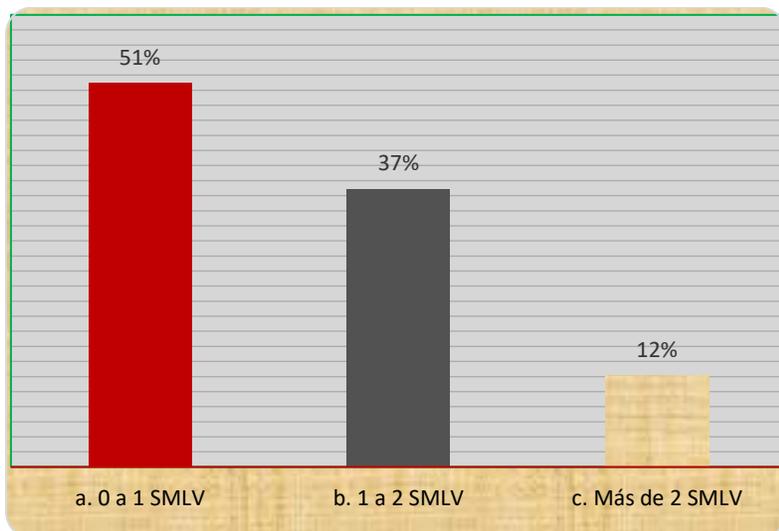


Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: La edad de los encuestados esta con 50% de 18 a 35 años, 23% de 36 a 49 años y 26% más de 50 años; lo cual refleja que la Pesca Deportiva es una actividad recreativa para cualquier edad.

2. Ingresos:

Gráfica 3. Ingresos promedio de los encuestados.

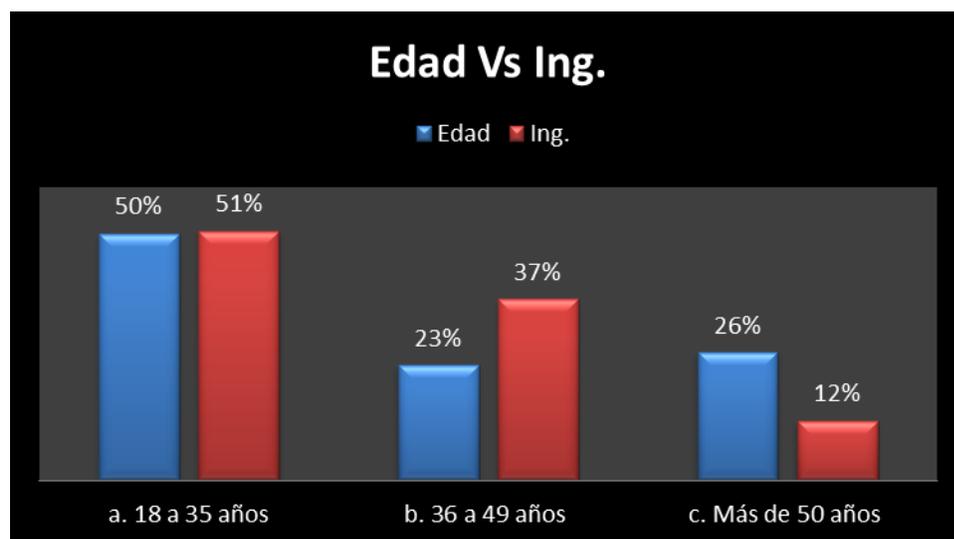


Fuente: Aplicación encuestas

Análisis: Los ingresos de los encuestados están con 51% de 0 a 1 SMLV, 37% de 1 a 2 SMLV y 12% más de 2 SMLV; esta información es importante al momento de la definición del precio en el análisis de mercado.

La siguiente gráfica permite establecer la comparación (cruce de variables), entre la edad de las personas frente a los ingresos de estas, así:

Gráfica 4. Cruce de variables entre la edad y los ingresos de las personas.



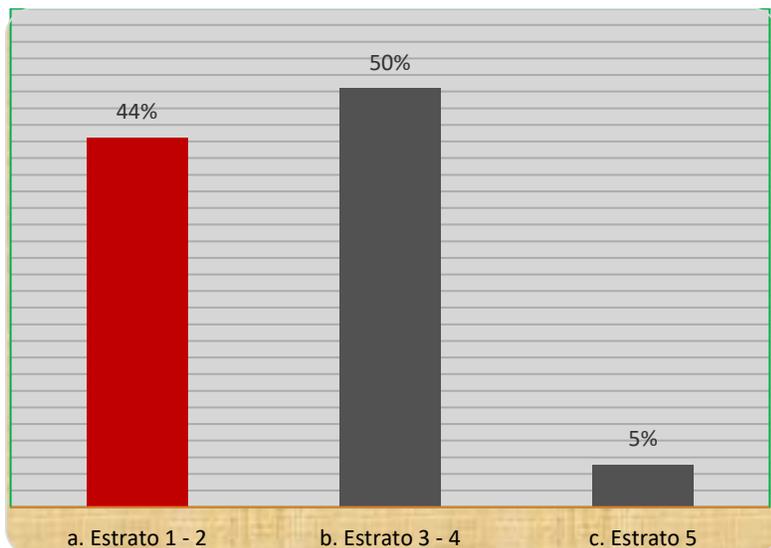
Fuente: Elaboración propia de los autores

La gráfica anterior permite establecer que las personas consideradas dentro del target de mercado, que tienen edades entre los 18 a 35 años, el 51% de ellos tienen ingresos promedio de un salario mínimo, mientras que el 23% de la población que tienen edades entre los 36 a 49 años, el 37% tienen ingresos en promedio de dos SMLMV. El restante de la población que tienen más de 50 años, sus ingresos son de más de dos salarios mínimos/mes.

Lo anterior permite establecer que este grupo de personas tienen ingresos bajos, por lo tanto, se deben establecer planes familiares a precios cómodos que se adecuen a la capacidad adquisitiva del mercado objetivo.

3. A qué estrato socioeconómico pertenece:

Gráfica 5. Estrato socioeconómico al que pertenecen los encuestados.



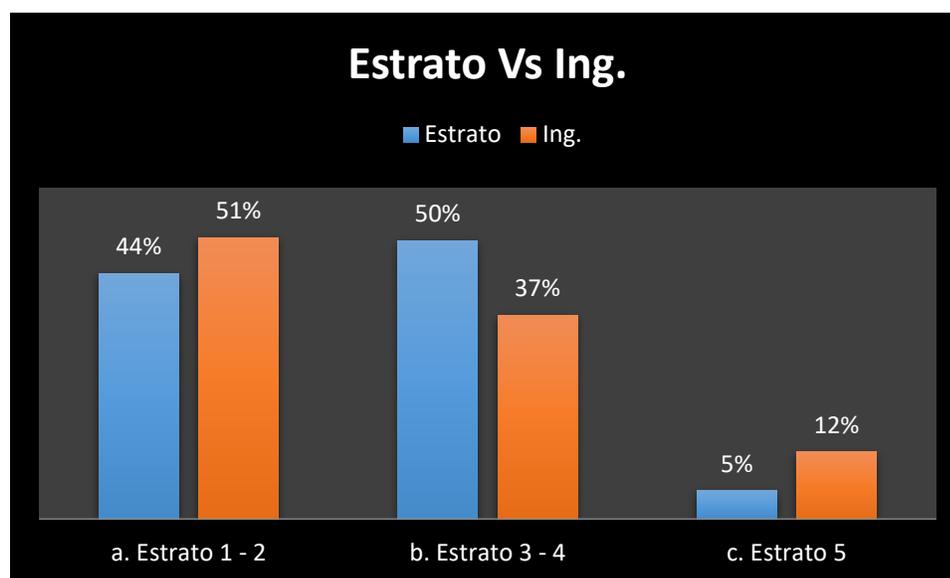
Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: El estrato socioeconómico al cual hacen parte los encuestados son 44% estrato 1 y 2, 50% estrato 3 y 4, y 5% estrato 5. Esta información es relevante al momento de definir el tipo de productos a ofrecer.

Lo anterior permite deducir que los productos – servicios están enfocados a personas con capacidad adquisitiva de este tipo de bienes, ya que el pescado es considerado un bien alimenticio necesario en la canasta familiar de los hogares colombiano.

La siguiente gráfica ilustra la participación de las personas por estrato socioeconómico frente a los ingresos percibidos en salarios mínimos legales mensuales vigentes, así:

Gráfica 6. Estrato socioeconómico vs ingresos de las personas.

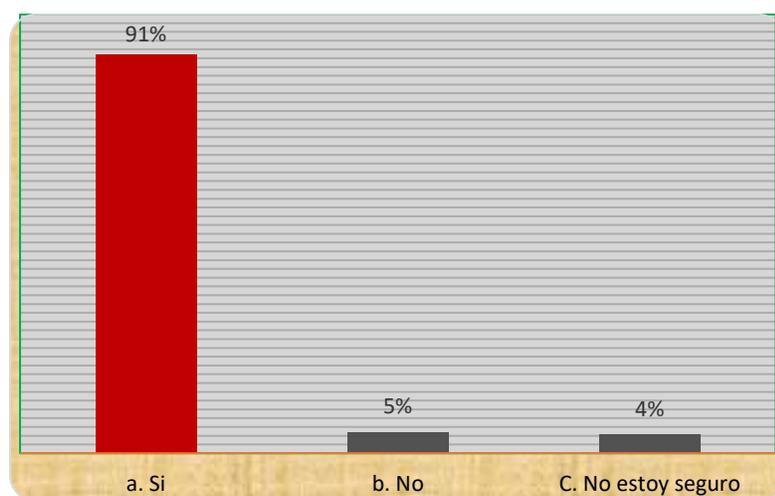


Fuente: Elaboración propia de los autores

La gráfica anterior ilustra el porcentaje de personas que viven en estratos uno y dos y que cuentan con ingresos promedio de un salario mínimo, así mismo permite establecer que el 50% de las personas que viven en estratos 3 y 4 tienen ingresos promedio de 2 SMLMV, mientras que las demás personas que viven en estratos 5 sus ingresos son mucho más elevados.

4. ¿Sabe usted qué es la pesca deportiva?

Gráfica 7. Conocimiento de la actividad de la pesca deportiva.

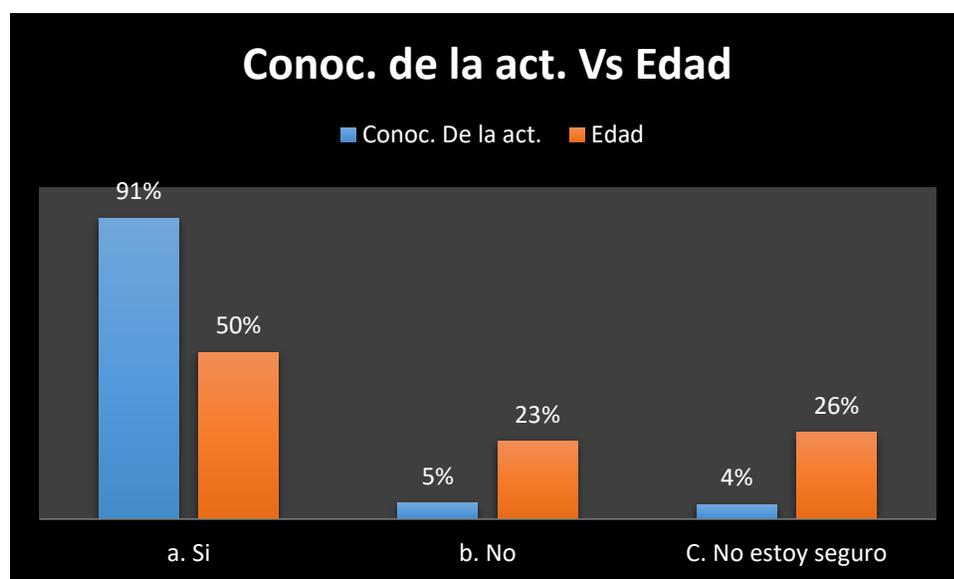


Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: el 91% de los encuestados conoce que es una pesca deportiva, el 5% no y el 4% no está seguro; este resultado es importante porque las personas conocerán el principal producto de nuestra empresa y las estrategias para dar a conocer esta actividad no serán muy necesarias durante el proyecto.

A continuación, se muestra el cruce de variables entre el grado de conocimiento de la actividad de pesca deportiva frente a la edad, así:

Gráfica 8. Conocimiento de la actividad de la pesca deportiva frente a la edad de las personas.

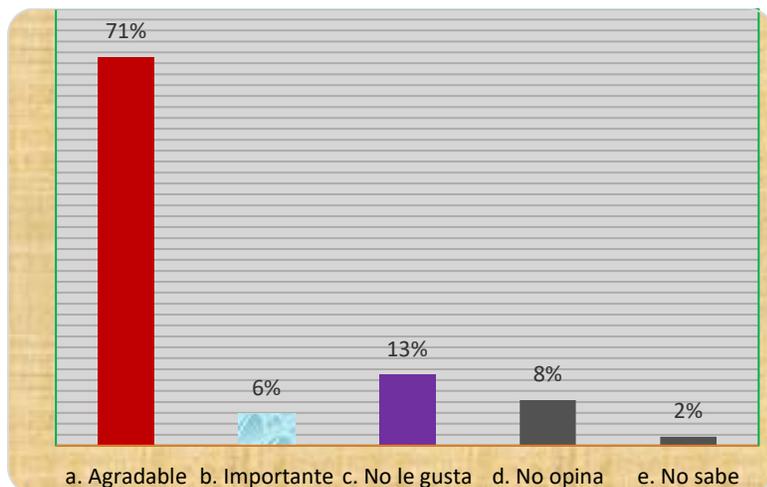


Fuente: Elaboración propia de los autores

La gráfica anterior permite deducir que el 50% de la población que participa en la investigación que posee edades entre los 18 a 35 años, con un alto porcentaje (91%), conocen de lo que se trata la actividad de la pesca deportiva. Como se puede apreciar, la mayoría de las personas jóvenes identifican con claridad que es una actividad recreativa de pesca deportiva, esto facilita llegarle al público ya que es algo común dentro de la población, el reto está en hacer conocer el negocio en el lugar donde este se ubicaría.

5. Usted considera la pesca deportiva como una actividad:

Gráfica 9. Opinión acerca de lo que los encuestados consideran la pesca deportiva.

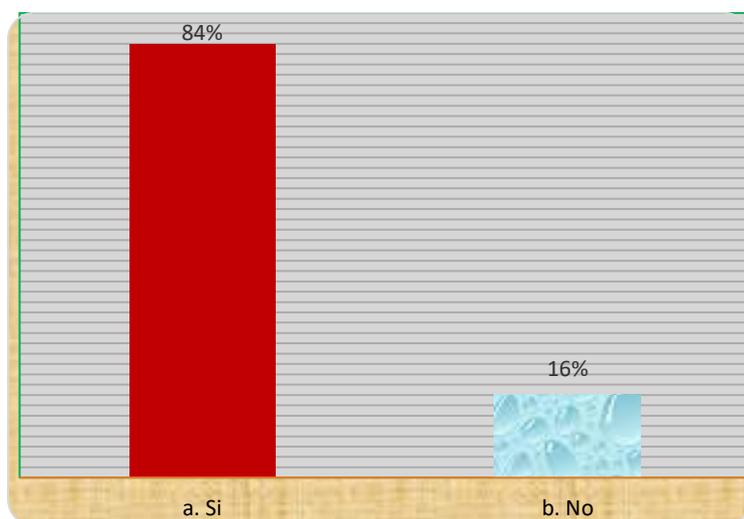


Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: El 71% de los encuestados considera la pesca deportiva como una actividad agradable; el 6% una actividad importante, el 13% no le gusta, el 8% no opina y el 2% no sabe; esta información es importante al momento de definir los productos a ofrecer por parte de la empresa.

6. ¿Acostumbra incluir dentro de su alimentación carne de pescado?

Gráfica 10. Personas que incluyen el pescado dentro de su alimentación.



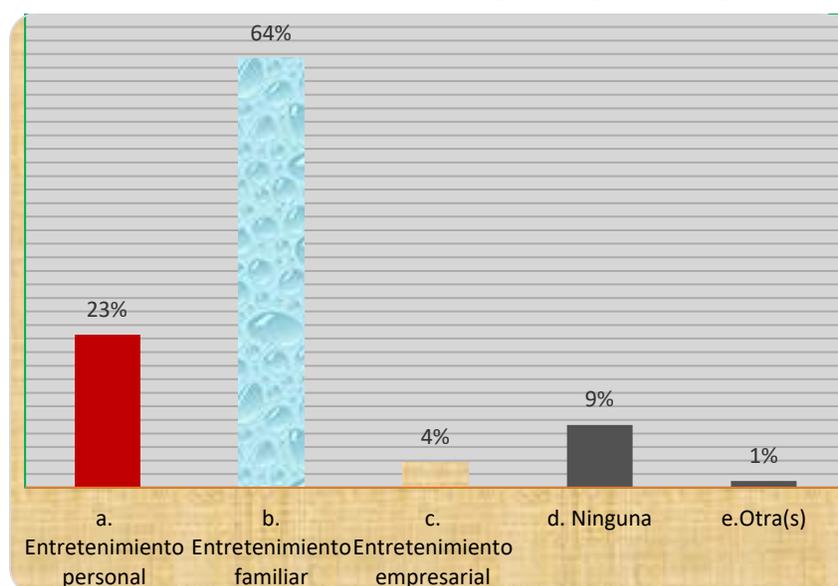
Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: De los encuestados el 84% acostumbra incluir carne de pescado dentro de su alimentación, y el 16% no; con esta información se podrán definir los productos a ofrecer por parte de la empresa.

La información anterior también permite establecer que, dentro del nicho de mercado seleccionado, el 16% de este, seguramente habrá que excluirlo, una vez que no les gusta usar dentro de su dieta alimenticia el pescado, de esta manera se depura el mercado hacia el cual va dirigido el bien y por ende el mismo servicio de pesca recreativa.

7. La pesca deportiva la considera adecuada para:

Gráfica 11. Manera de como consideran la pesca deportiva las personas.



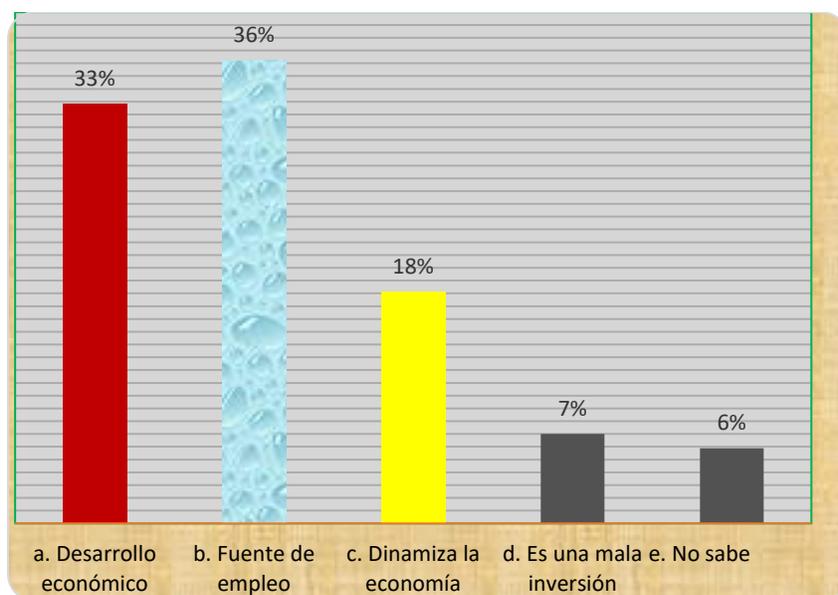
Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: El 23% de los encuestados consideran la pesca deportiva como una actividad de entretenimiento personal, el 64% como actividad de entretenimiento familiar, el 4% como actividad de entretenimiento empresarial, el 9% como ninguna de las anteriores y el 1% otra; con esta información se alimentarán las estrategias de definición de los productos y los valores agregados para satisfacción de toda la familia.

A partir de los datos anteriores se pueden diseñar estrategias para cautivar al público considerado mercado objetivo, para que asistan con la familia al centro de recreación para que lo hagan en plan familiar.

8. Cree usted que la creación de centros de pesca deportiva le aporta a la región:

Gráfica 12. Opinión de lo que le aporta la pesca deportiva a la región.



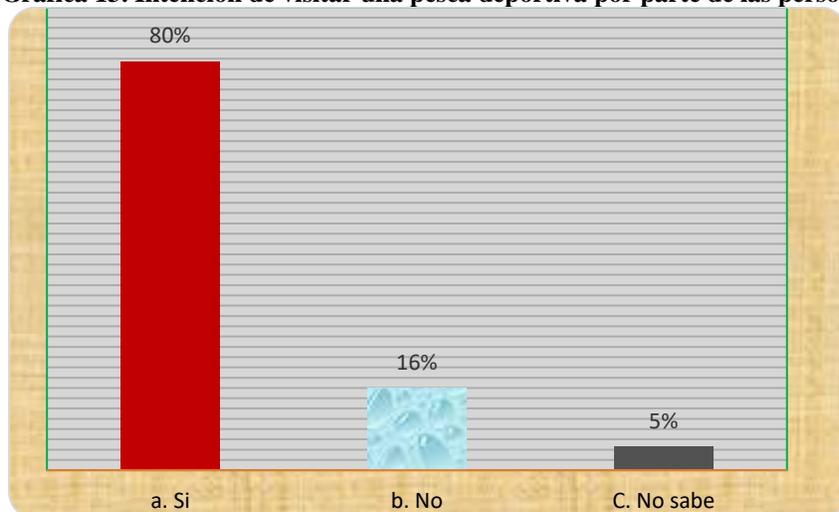
Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: Para el 33% de los encuestados la creación de centros de pesca le aportan a la región desarrollo económico, para el 36% son una fuente de empleo, para el 18% dinamiza la economía, para el 7% es una mala inversión y el 6% no sabe. Con la creación de la Pesca Deportiva en La Florida, será beneficioso tanto el desarrollo económico y turístico local y permitirá ser una fuente de empleo para la población.

9. ¿Visitaría usted un negocio de pesca deportiva ubicado en la Florida del municipio de Pereira?

Esta pregunta permite hacer diversos cruces de variables de las personas que visitaría la nueva pesca deportiva frente a los ingresos percibidos y la misma edad de las personas, tal como se muestra a continuación:

Gráfica 13. Intención de visitar una pesca deportiva por parte de las personas.

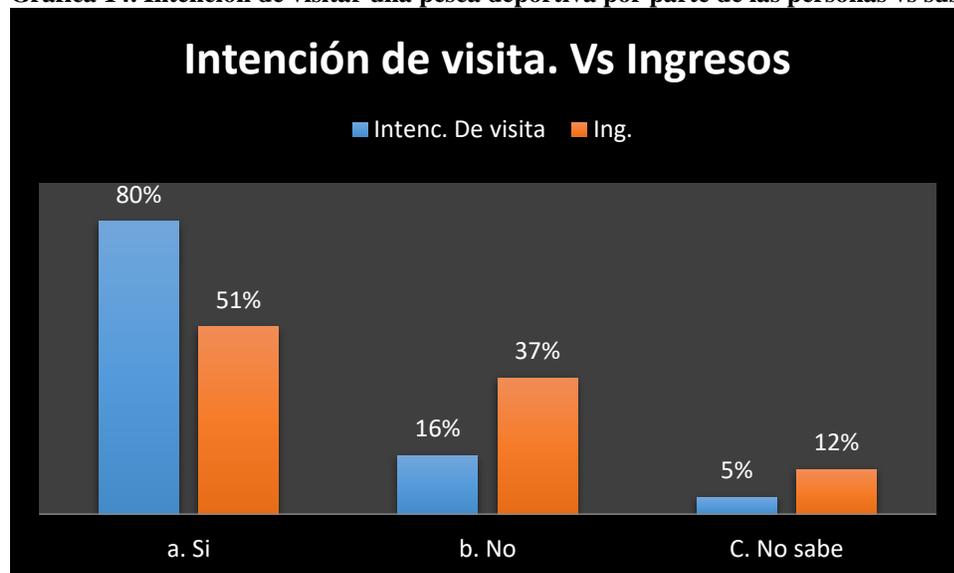


Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: El 80% visitaría un centro de pesca deportiva en La Florida, el 16% no y el 5% no sabe; este resultado es bastante positivo para el proyecto y para la viabilidad de ejecución en la localidad seleccionada.

La siguiente gráfica ilustra la intención de visita de las personas frente a los ingresos de las personas, así:

Gráfica 14. Intención de visitar una pesca deportiva por parte de las personas vs sus ingresos.



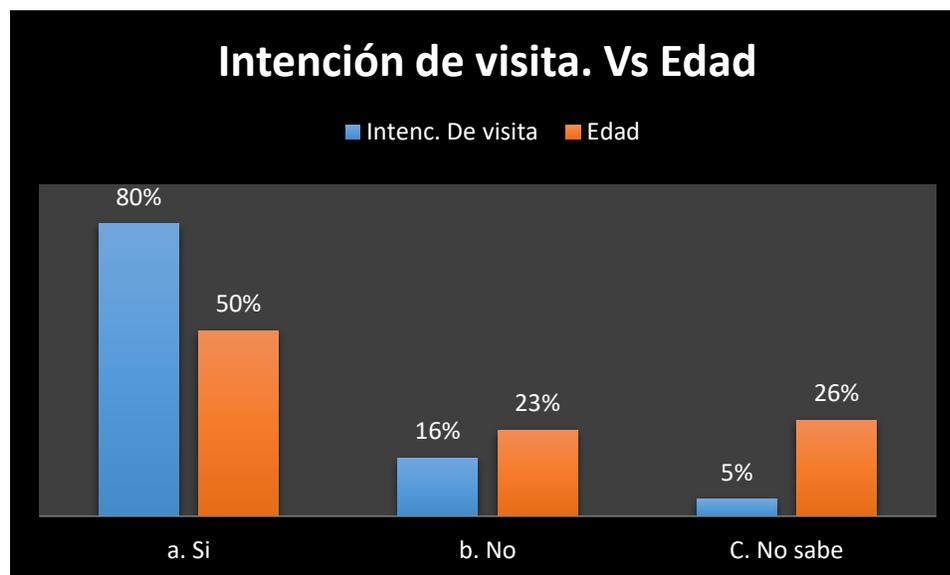
Fuente: Elaboración propia de los autores

La gráfica anterior permite determinar que el 51% de la población que poseen ingresos en promedio de un salario mínimo, en su gran mayoría (el 80%), manifestaban de manera positiva la posibilidad de asistir al centro de recreación y pesca deportiva, esto indica que ellos tienen conocimiento que este es un tipo de actividad que se puede desarrollar en familia y que en últimas resulta económico y al alcance de su presupuesto.

De la misma manera se puede decir que el 16% de la población que tienen en ingresos en promedio de dos SMLMV, 37% de ellos manifestaron la negatividad de asistir al centro de recreación, ya un mínimo porcentaje de personas que tienen ingresos de más de dos SMLMV, no saben o están indecisos.

Finalmente se establece la relación entre la posibilidad de visitar el centro de pesca deportiva y la edad de las personas, dicha relación se aprecia en la siguiente gráfica:

Gráfica 15. Intención de visitar una pesca deportiva por parte de las personas vs su edad.



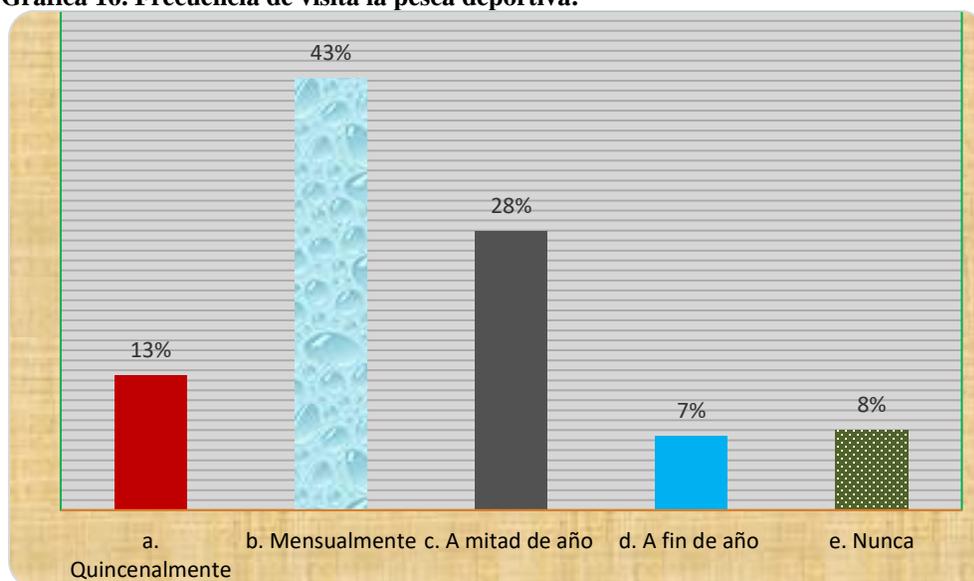
Fuente: Elaboración propia de los autores

Como se puede apreciar, el 50% de las personas que tienen entre 18 y 35 años de edad visitarían el centro de pesca en una gran proporción, es decir el 80%, mientras que el 23% de ellos que tienen edades entre 36 a 49 años, el 16% de ellos manifestaron la negativa de asistir.

Lo anterior permite deducir que la mayoría de la población joven visitaría el centro de pesca deportiva, siendo este un mercado potencial importante por explotar, y que en cierta forma determina la factibilidad del proyecto desde la perspectiva de mercado.

10. ¿Con que frecuencia visitaría la pesca deportiva?

Gráfica 16. Frecuencia de visita la pesca deportiva.



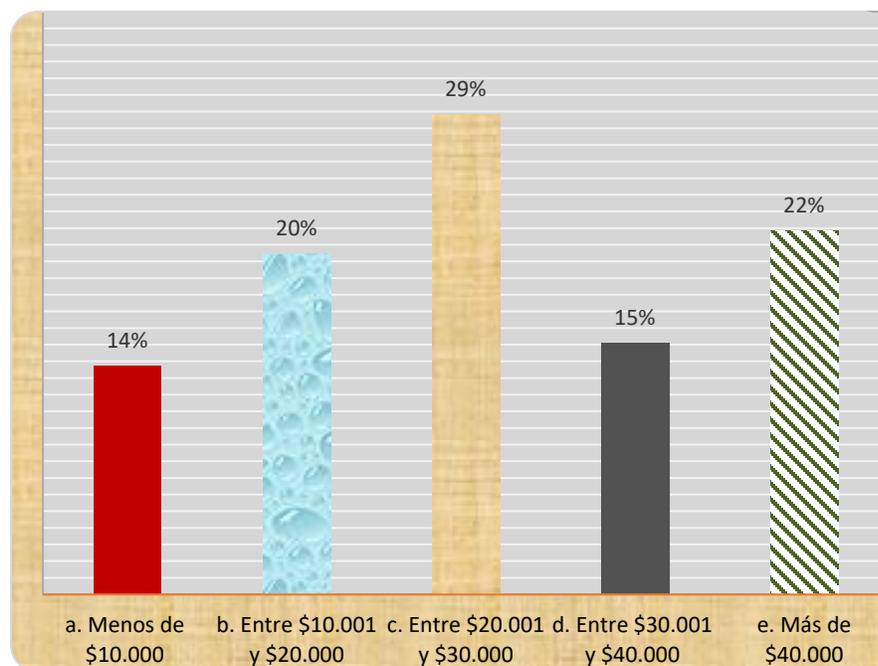
Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: De los encuestados el 13% visitaría la pesca deportiva quincenalmente, el 43% mensualmente, el 28% a mitad de año, el 7% a fin de año y el 8% nunca; con esta información se podrá definir la demanda de productos para ofrecer.

De la misma manera esta información es relevante en el sentido de que se puede establecer el programa de ventas, así mismo el de producción, tamaño de la empresa y otros aspectos que son determinantes para establecer la inversión inicial y la misma evaluación de la idea negocio, aspectos que se abordan en el estudio de técnico, administrativo y financiero.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de la actividad recreativa de pesca deportiva, cada vez que visita un sitio de estas condiciones?

Gráfica 17. Dinero que estaría en disposición de gastar al visitar una pesca deportiva.



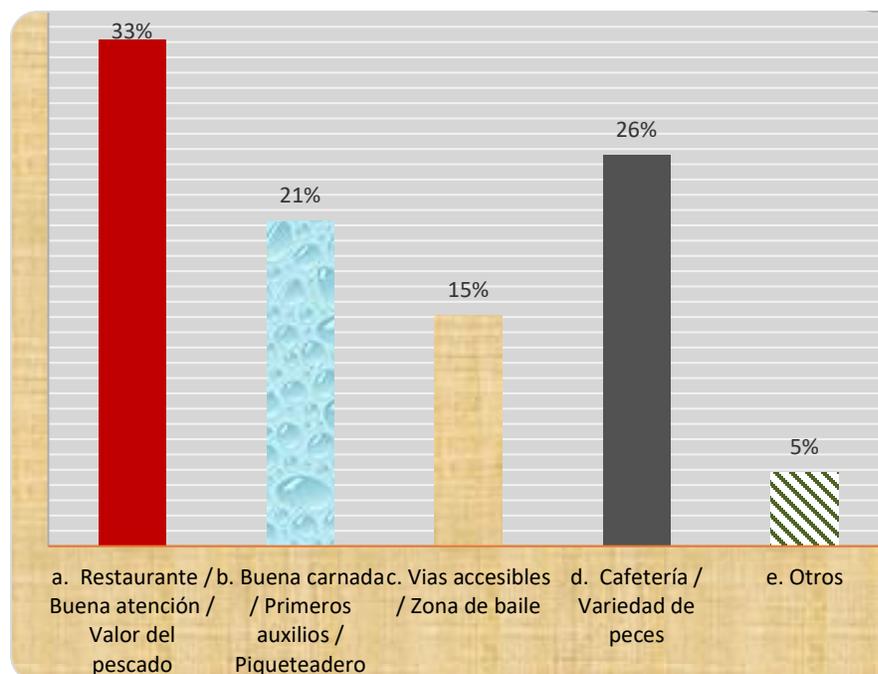
Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: El 14% estaría dispuesto a gastar en la pesca deportiva menos de \$10.000, el 20% entre \$10.001 y \$20.000, el 29% entre \$20.001 y \$30.000, el 15% entre \$30.001 y \$40.000, y el 22% más de \$40.000. Esta información será la base para la definición de los precios de los productos a ofrecer en el centro de Pesca Deportiva.

Para ello también se hace un análisis de costos de prestación del servicio y los productos a ofrecer de manera que esté acorde con lo que las personas que participaron en la investigación y que se consideran una muestra representativa de la población a la cual va dirigido el producto – servicio, este acorde lo que ellos manifestaron.

12. Qué elementos debe tener un negocio de pesca deportiva para su plena satisfacción, comodidad, disfrute, placer y beneplácito.

Gráfica 18. Elementos adicionales que les gustaría encontrar en un centro de pesca deportiva.

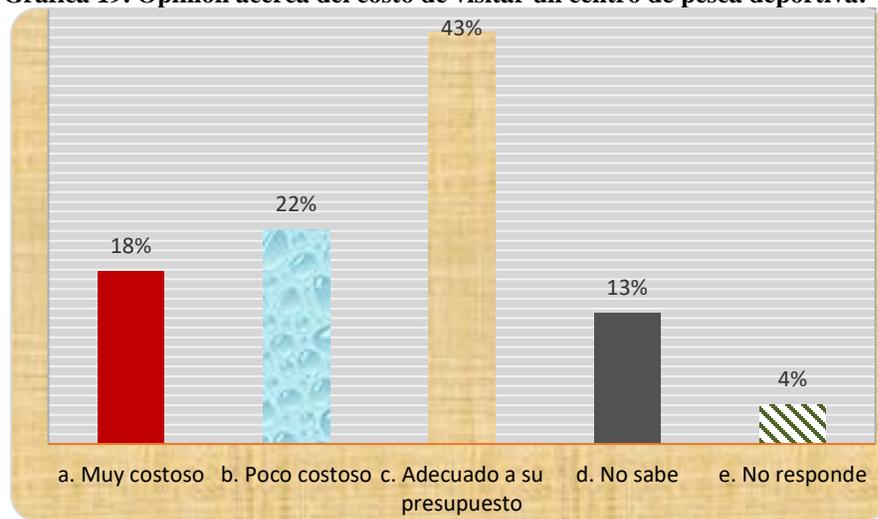


Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: Para los encuestados el 33% el centro de Pesca deportiva deberá contar con restaurante, buena atención y valor del pescado; el 21% buena carnada, primeros auxilios y piqueteadero; el 15% vías accesibles y zona de baile; el 26% cafetería y variedad de peces; y 5% otros. Esta información es importante al momento de proyectar los servicios y productos complementarios.

13. El uso y disfrute de la pesca deportiva lo considera

Gráfica 19. Opinión acerca del costo de visitar un centro de pesca deportiva.

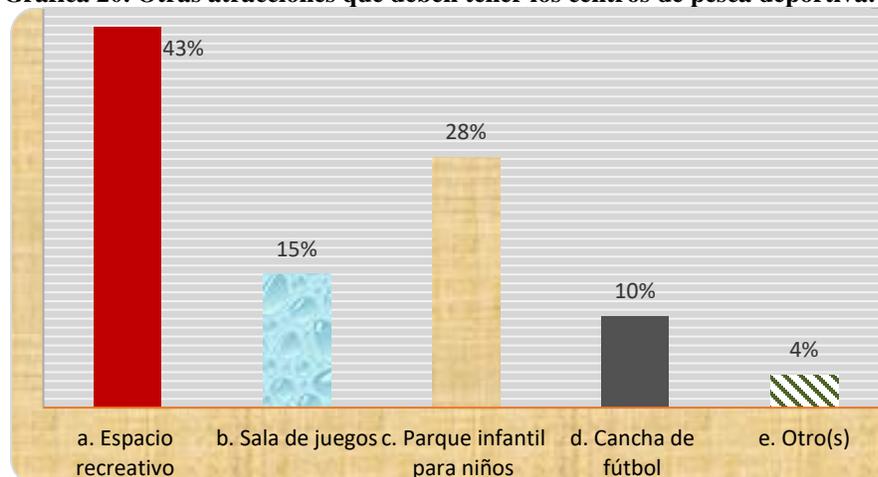


Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: Para los encuestados el uso y disfrute lo consideran muy costoso el 18%, poco costoso el 22%, adecuado a su presupuesto el 43%, no sabe el 13% y no responde el 4%. Esta información se tendrá en cuenta al momento del planteamiento del precio de los diferentes productos y servicios.

14. ¿Qué otro componente cree usted que debe tener el centro recreacional de pesca?

Gráfica 20. Otras atracciones que deben tener los centros de pesca deportiva.



Fuente: Elaboración propia de los autores

Análisis: Los encuestados esperarían de un centro de pesca deportiva, encontrar adicionalmente espacio recreativo 43%, sala de juegos 15%, parque infantil para niños 28%, cancha de fútbol 10%

y otros 4%. Con esta información se podrán formular los servicios complementarios a la pesca deportiva.

2.2.3 Proyección de la demanda.

Con los resultados obtenidos durante la aplicación de las encuestas a la población objeto de estudio (371 personas encuestadas) y luego de analizar la información se puede definir una demanda potencial aproximada y determinar la cantidad por tipo de productos durante el primer año de operaciones de la empresa, así:

Tabla 6. Demanda potencial.

Población (entre personas de la región y turistas)	11.004
Nivel de aceptación que tendrá la empresa (pregunta # 9)	80%
Total, clientes de acuerdo a nivel de aceptación	8.803
Frecuencia de consumo (pregunta #10)	24 veces/año
Consumo anual estimado	211.277
Porcentaje de mercado atender	20%
Total, clientes acordes a la capacidad de la empresa	42.255

Fuente: Cálculos propios a partir del trabajo de campo realizado

Se toma una participación del mercado del 20%, ya que es similar a la que están participando otras empresas dedicadas a actividades muy similares en la región.

Teniendo esta información como base, se proyecta la demanda potencial para los próximos cinco años para los productos, tomando en cuenta el crecimiento de la economía del país, donde las proyecciones más altas vienen de Bancolombia, a partir de las investigaciones y estimaciones realizadas por el equipo económico (Bancolombia, 2018).

Tabla 7. Indicadores para Proyecciones.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018py	2019py	2020py	2021py	2022py
Crecimiento del PIB (var. % anual)	4.87%	4.41%	3.05%	1.96%	1.8%	2.5%	3.2%	3.6%	3.4%	3.4%
Balance del Gobierno Nacional (% PIB)	-2.30%	-2.40%	-3.30%	-4.0%	-3.6%	-3.1%	-2.7%	-2.1%	-1.8%	-1.8%
Balance en cuenta corriente (% PIB)	-3.30%	-5.20%	-6.40%	-4.4%	-3.3%	-3.5%	-3.8%	-3.9%	-3.6%	-3.5%
Tasa de desempleo urbano (% PEA, promedio año)	10.6%	9.9%	9.8%	9.9%	10.6%	10.9%	10.7%	10.6%	10.6%	10.5%
Inflación al consumidor (var. % anual, fin de año)	1.94%	3.66%	6.77%	5.75%	4.09%	3.40%	3.90%	3.65%	3.35%	3.00%
Tasa de referencia BanRep (% anual, fin de año)	3.25%	4.50%	5.75%	7.50%	4.75%	4.25%	5.25%	5.00%	4.50%	4.00%
DTF 90 Días (% anual, fin de año)	4.06%	4.34%	5.25%	6.81%	5.23%	4.90%	5.65%	5.95%	5.40%	4.85%
IBR Overnight (% E.A, fin de año)	3.22%	4.52%	5.79%	7.51%	4.69%	4.20%	5.10%	4.90%	4.40%	4.00%
Tasa de cambio USDCOP (promedio de año)	1869	2000	2741	3052	2951	2960	2990	3063	3118	3163
Tasa de cambio USDCOP (promedio 4T)	1913	2173	3058	3016	2986	3000	3000	3080	3130	3170
Devaluación nominal (% promedio año)	3.9%	7.0%	37.0%	11.3%	-3.3%	0.3%	1.0%	2.4%	4.3%	3.3%
Precio promedio del WTI	97.9	93.0	48.7	43.5	51.0	57.0	51.5	53.7	55.7	56.6

Fuente: Grupo Bancolombia, DANE, BanRep. py: proyectado

Fuente: Grupo Bancolombia, DANE, BanRep.

Para proyectar la demanda se toma uno de los productos que se consideran sombrilla con la mayor participación y los otros tendrán una menor participación, así: Producto No. 1 Pesca Deportiva tendrá una participación del 35%, Producto No. 2 Restaurante, su participación será del 40% y finalmente el Producto No. 3 que corresponde a la Venta de Pescado, su participación será del restante 25%.

La siguiente tabla muestra la participación año tras año de los productos, acorde a los porcentajes que se estiman vender:

Tabla 8. Proyección de la demanda.

DESCRIPCIÓN	HORIZONTE DEL PROYECTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
INGRESOS						
Volumen de Ventas						
Producto No. 1 Pesca Deportiva	15.263	15.322	15.292	15.292	15.263	76.431
Producto No. 2 Restaurante	17.443	17.510	17.477	17.477	17.443	87.350
Producto No. 3 Venta de Pescado	10.902	10.944	10.923	10.923	10.902	54.593
Total, demanda anual de productos	43.607	43.776	43.692	43.692	43.607	218.374

Fuente: Elaboración Propia de los autores

Luego de analizar esta información se concluye que para los próximos cinco años la demanda permanecerá en un promedio de los 43.600 a 43.700 unidades de las tres variedades de productos que se estudian llevar al mercado, acorde a los porcentajes dados a cada producto.

2.3 Análisis de la oferta

2.3.1 Caracterización de la competencia.

En los municipios de Pereira y Dosquebradas que son los más cercanos al corregimiento de la Florida, hay diferentes Pescas deportivas dedicadas al cultivo de peces y a la atención al público para recreación; que ofrecen productos similares a los ofrecidos por la empresa que se estudia llevar al mercado; los principales competidores identificados en el mercado son:

Tabla 9. Competidores.

Nombre empresa	Productos	Ubicación
Restaurante y pesca deportiva El Placer	Venta de Tilapia y Cachama, Pesca Deportiva, Restaurante, Atención de eventos sociales y empresariales, Hospedaje, Alquiler de cancha de futbol Piscina	Km 5 vía a Combia 100 mts por la entrada al Marceliano sector el placer Pereira, Risaralda Colombia
Pesca Deportiva Llano Grande	Venta de Mojarra y Cachama por kilos Pesca Deportiva, Restaurante y Piscina	Vda. Llano La Playa Grande Combia Alta.
Pesca Deportiva La Herradura	Venta de Tilapia y Cachama, Pesca Deportiva, Restaurante, Atención de eventos sociales y empresariales	Vereda La playa Combia – Pereira
Pesca Deportiva El Bosque	Venta de Mojarra y Cachama por kilos, Pesca Deportiva, Restaurante, Piscina y Zona de baile	Salida Combia Pereira
Pesca Deportiva La Cabaña	Venta de Mojarra y Cachama por kilos, Pesca deportiva, Restaurante, Alquiler de cabañas, Zona de Camping, Bar,	Vereda Buena Vista Dosquebradas

Nombre empresa	Productos	Ubicación
	Recreación para niños, Zona de BBQ y Piscina natural	

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.3.2 Tipo de mercado.

En la región existe un mercado competitivo para la Pesca Deportiva por ser una empresa de servicios enfocada al turismo, aprovechando los recursos naturales de la zona. Los servicios ofrecidos cuentan con recursos de atracción e infraestructura adecuada para lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

Al tratarse de un mercado en el cual existen diferentes oferentes, no existe el riesgo de que puedan manipularse los precios para afectar al cliente, y estos tampoco tienen el poder de asignar los precios de compra; razón por la cual se trata de un estado de competencia perfecta.

2.4 La mezcla de mercadeo

2.4.1 Objetivo, metas y estrategias del producto.

Las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos referentes al producto se describen a continuación:

Tabla 10. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias del producto.

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA
Ampliación de nuestra línea de producto	Incluir 1 especie diferente cada año	Incursionar en el mercado con nuevas especies de peces en el cultivo
Lanzar una nueva línea de producto complementaria	Abrir el bar en un año luego de funcionamiento de la Pesca	Realizar análisis de mercado para incluir el servicio de Bar dentro de las instalaciones.

Incrementar la participación en el mercado	Aumento de ventas en un 10% anual	Abrir el alcance de las redes sociales y la publicidad a departamentos cercanos a Risaralda
--	-----------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.4.2 Objetivo, metas y estrategias del precio.

Las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos referentes al precio se describen a continuación:

Tabla 11. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias del precio.

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA
Fijar los precios por debajo a los del mercado	Mantener por 1 año los precios por debajo	Realizar estudios de mercado (precio) con la competencia cada seis meses para mantener los precios por debajo y bloquear la competencia
Bajar el precio con el paso del tiempo	Disminución del 2% en el precio al año tres de operación	Diseñar mecanismos de disminución del costo de producción

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.4.3 Objetivo, meta y estrategia de promoción.

Las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos referentes a la promoción se describen a continuación:

Tabla 12. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias de promoción.

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA
Generar alianzas empresariales	2 alianzas a finales del año uno de operación	Ofrecer nuestra empresa a organizaciones de los municipios de Pereira y Dosquebradas a través de cupones o vales de descuento
Crear sorteos entre nuestros clientes	Realizar 1 sorteo cada semestre	Diseñar sorteos para consumos dentro de nuestra empresa con los clientes
Posicionamiento de marca	Realizar 1 evento anual	Organizar un evento dentro de la empresa para dar a conocer los servicios y productos ofrecidos

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.4.4 Objetivo, meta y estrategia de plaza (distribución).

Las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos referentes a la plaza se describen a continuación:

Tabla 13. Mezcla de mercadeo: objetivo, metas y estrategias de distribución.

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA
Posicionar la empresa con los productos actuales	Página web creada a principios del primer año de operación	Crear una página web con nuestros productos y precios para hacerla tentadora a nuestros clientes
Realizar alianzas estratégicas con distribuidores locales	2 alianzas a finales del primer año de funcionamiento de la empresa	Promocionar nuestro producto (venta de pescado) a distribuidores locales y generar alianzas estratégicas de ventas

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.5 Análisis de precios

2.5.1 Determinación del precio promedio.

Para determinar el precio se tendrá en cuenta los costos de cada una de las materias primas utilizadas para cada producto y se adicionará una utilidad del 25%, con el fin de obtener el costo total.

Con el fin de incentivar a los clientes a utilizar el servicio de pesca deportiva y restaurante se ofrecerá una promoción, así: por la compra del almuerzo no se cobrará el alquiler de los implementos necesarios para la pesca deportiva.

Con el análisis realizado anteriormente se define el precio de los productos y servicios ofertados:

Tabla 14. Asignación de precios.

PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO
Producto No. 1 Pesca Deportiva (valor por persona alquiler de vara y balde)	\$2.000
Producto No. 2 Restaurante (valor por plato)	\$15.000
Producto No. 3 Venta de Pescado (valor por lb)	\$5.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercados los precios que se manejarán en la Pesca Deportiva se encuentran dentro de las posibilidades para acceder a esta actividad recreativa por parte de los clientes, ya que se obtuvo un 86% de personas con disposición de gastar de \$10.000 en adelante para esta actividad dos veces al mes.

2.5.2 Análisis histórico y proyección de precios.

Para determinar el precio promedio se tuvieron en cuenta los precios ofertados por los competidores identificados; teniendo en cuenta que ellos cobran cada uno de los servicios que prestan, así:

Tabla 15. Análisis de precios de la competencia.

Nombre empresa	Productos	Precios
Restaurante y pesca deportiva El Placer	Venta de Tilapia y Cachama	\$8.500 y \$10.500 el kg
	Pesca Deportiva	\$3.500 alquiler de implementos
	Restaurante	Platos desde \$15.000 hasta \$30.000
	Atención de eventos sociales y empresariales	De acuerdo al número de personas
	Hospedaje	Valor noche por persona \$50.000
	Alquiler de cancha de futbol	Valor hora \$25.000
	Piscina	No se cobra valor, tiene derecho por utilizar los demás servicios
Pesca Deportiva Llano Grande	Venta de Mojarra y Cachama por kilos	\$7.500 y \$10.500 el kg
	Pesca Deportiva	\$3.000 alquiler de implementos
	Restaurante	Platos desde \$20.000 hasta \$35.000

Nombre empresa	Productos	Precios
	Piscina	No se cobra valor, tiene derecho por utilizar los demás servicios
Pesca Deportiva La Herradura	Venta de Tilapia y Cachama	\$8.000 y \$9.500 el kg
	Pesca Deportiva	\$3.500 alquiler de implementos
	Restaurante	Platos desde \$18.000 hasta \$28.000
	Atención de eventos sociales y empresariales	De acuerdo al número de personas
Pesca Deportiva El Bosque	Venta de Mojarra y Cachama por kilos	\$9.000 y \$11.000 el kg
	Pesca Deportiva	\$3.500 alquiler de implementos
	Restaurante	Platos desde \$20.000 hasta \$40.000
	Piscina	No se cobra valor, tiene derecho por utilizar los demás servicios
	Zona de baile	Consumo mínimo \$20.000
Pesca Deportiva La Cabaña	Venta de Mojarra y Cachama por kilos	\$7.000 y \$10.000 el kg
	Pesca deportiva	\$3.000 alquiler de implementos
	Restaurante	Platos desde \$13.000 hasta \$30.000
	Alquiler de cabañas	Valor noche dos personas \$150.000
	Zona de Camping	Valor noche por persona \$10.000
	Bar	Consumo mínimo \$25.000
	Recreación para niños	No se cobra valor, tiene derecho por utilizar los demás servicios
	Zona de BBQ	No se cobra valor, tiene derecho por utilizar los servicios de alquiler de cabañas o zona de camping
	Piscina natural	No se cobra valor, tiene derecho por utilizar los demás servicios

Fuente: Elaboración propia de los autores

La proyección de los precios se calcula teniendo en cuenta la proyección de la demanda potencial y el incremento en los precios que es lo estimado por el grupo de investigaciones económicas de Bancolombia, en lo que ellos estiman que crecerá la inflación en los próximos años.

A continuación, se establece las ventas en unidades y pesos para los próximos 5 años:

Tabla 16. Proyección ventas en unidades y pesos.

DESCRIPCIÓN	HORIZONTE DEL PROYECTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
INGRESOS						
Volumen de Ventas						
Producto No. 1 Pesca Deportiva	15.263	15.322	15.292	15.292	15.263	76.431
Producto No. 2 Restaurante	17.443	17.510	17.477	17.477	17.443	87.350
Producto No. 3 Venta de Pescado	10.902	10.944	10.923	10.923	10.902	54.593
Total	43.607	43.776	43.692	43.692	43.607	218.374
Precios de Ventas						
Producto No. 1 Pesca Deportiva	\$ 2.000	\$ 2.064	\$ 2.138	\$ 2.211	\$ 2.286	\$ 10.699
Producto No. 2 Restaurante	\$ 15.000	\$ 15.480	\$ 15.975	\$ 16.487	\$ 17.014	\$ 79.956
Producto No. 3 Venta de Pescado	\$ 5.000	\$ 5.160	\$ 5.325	\$ 5.496	\$ 5.671	\$ 26.652
Ingresos en Col\$						
Producto No. 1 Pesca Deportiva	\$ 30.525.012	\$ 31.623.912	\$ 32.699.125	\$ 33.810.896	\$ 34.892.844	\$ 163.551.790
Producto No. 2 Restaurante	\$ 261.642.960	\$ 271.062.107	\$ 279.196.063	\$ 288.130.337	\$ 296.775.362	\$ 1.396.806.828
Producto No. 3 Venta de Pescado	\$ 54.508.950	\$ 56.471.272	\$ 58.165.846	\$ 60.027.154	\$ 61.828.200	\$ 291.001.423
Total Ingresos de operación	\$ 346.676.922	\$ 359.157.291	\$ 370.061.035	\$ 381.968.386	\$ 393.496.406	\$ 1.851.360.041

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.6 Comercialización y distribución del servicio o producto

2.6.1 Descripción de los canales de comercialización existentes.

Los canales de comercialización existentes en este tipo de productos y servicios son Directo y a través de agentes. El tipo de comercialización directa, requiere un contacto personal entre el productor y el consumidor, para garantizar una mejor elección del producto o servicio, de acuerdo a sus necesidades y expectativas, y de esta forma garantizar una satisfacción al cliente.

El tipo de comercialización a través de agentes, este último es quien tiene la comunicación con el cliente final y es quien realiza la transferencia de los productos y servicios, de acuerdo a las necesidades del cliente; el productor nunca conoce a su consumidor final.

2.6.2 Análisis de las ventajas y desventajas de los canales existentes.

A continuación, se presentan las ventajas y desventajas de estos dos tipos de canales:

Tabla 17. Ventajas y desventajas canales existentes.

Tipo de Canal	Ventajas	Desventajas
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • El contacto es entre el productor y el consumidor • El productor participa en la reducción de costos en los productos • El productor interviene en la fijación de precios • El productor tiene una gran información sobre el producto, competencia y mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • El servicio postventa es desgastante para el productor • El productor tiene muchas funciones a su cargo en cuanto a comercialización
Agentes o representantes comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • El agente o representante comercial colabora con el aumento de la imagen de la empresa • El agente o representante comercial actúa como fuerza de ventas • El agente o representante comercial visita lugares de difícil acceso 	<ul style="list-style-type: none"> • El productor no tiene conocimiento actualizado del comportamiento de las ventas. • El productor tiene una relación directa con su consumidor. • La retroalimentación de las necesidades y expectativas del cliente no es inmediata y no permite generar estrategias rápidas para incursionar en nuevos mercados.

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.6.3 Descripción operativa del canal de comercialización seleccionado.

La comercialización de los servicios que prestará la Pesca Deportiva será de manera directa, es decir sin intermediarios; a través de un contacto personal entre el consumidor y el productor; de esta forma se garantiza la satisfacción del cliente.

2.6.4 Mecanismos de Promoción y Publicidad.

La estrategia de promoción de la Pesca Deportiva será ofrecer descuentos en los productos si se adquieren los tres productos ofrecidos al mismo tiempo por la misma persona, durante la temporada baja que es donde se presentaría menos flujo de personas.

La estrategia de publicidad se centrará en promocionar los servicios a ofrecer a través de medios de comunicación como volantes, radio, vallas publicitarias y publicidad en redes sociales.

3. Estudio técnico

3.1 Análisis del producto

3.1.1 Identificación del producto.

La pesca deportiva brindará lo mejor en productos, servicios y atención al cliente, para que los visitantes puedan disfrutar de inolvidables momentos en un ambiente natural en compañía de sus familias y amigos.

Los principales productos a ofrecer en la Pesca Deportiva serán:

Producto 1: Pesca deportiva

- Este servicio es el principal atractivo del sitio.
- Los clientes podrán disfrutar de la experiencia de pescar utilizando su ingenio y paciencia.
- Estarán equipados con una caña de pescar, balde pequeño, bolsa de carnadas.
- Se recibirán instrucciones por parte del encargado de los tanques.

Producto 2: Servicio de restaurante

Venta de almuerzo con el siguiente menú:

- Entrada: caldo de pescado.
- Plato fuerte: Tilapia, trucha o cachama acompañado de ensalada, arroz, patacones o papas fritas.
- Bebidas: gaseosa, limonada o jugos.

Producto 3: Cultivo y venta de pescado

- Especificaciones del cultivo: ganancia de peso, conversión alimenticia, crecimiento, asimilación de alimento natural y concentrado.

- Control de temperatura del agua: entre 17°C y 24°C
- Venta de las especies que se cultivan en los lagos de pescar: Tilapia Roja, Trucha y Cachama por kilos.
- Los productos se entregan al cliente debidamente lavados y empacados.

3.1.2 Materias primas básicas.

La materia prima necesaria para los productos y servicios a ofrecer en el centro de Pesca Deportiva son:

Tabla 18. Materia prima Pesca Deportiva.

PRODUCTO O SERVICIO Producto No. 1 Pesca Deportiva		
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Vara de pesca	1	unidad
Balde pequeño	1	unidad
Bolsa de carnada	20	gramos

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 19. Materia prima Restaurante.

PRODUCTO O SERVICIO Producto No. 2 Restaurante		
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Pescado	450	gramos
Caldo pescado	8	onzas
Ensalada	150	gramos
Arroz	200	gramos
Patacones o papas fritas	2	unidad
Bebida	1	unidad

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 20. Materia prima Venta de Pescado.

PRODUCTO O SERVICIO Producto No. 3 Venta de Pescado		
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Pescado	450	gramos

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.1.3 Maquinaria y equipo requerido.

La maquinaria y equipo requerido para los productos y servicios a ofrecer en el centro de Pesca Deportiva son:

Tabla 21. Maquinaria y equipo requerido.

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD
Estanque de geo membrana de 3 mts de diámetro	3
Estanque de geo membrana de 5 mts de diámetro	3
Tanque de pesca	2
Bomba sumergible	6
Oxímetro	1
Peachímetro	1
Balanza	1

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.2 Descripción de operaciones

3.2.1 Descripción de las operaciones de la empresa.

Se han definido los siguientes procesos dentro de la empresa para garantizar el funcionamiento y la producción de los productos y servicios, así:

Figura 3. Procesos de la empresa



Fuente. Elaboración propia de los autores

Procesos Gerenciales

El proceso gerencial identificado en el centro de Pesca Deportiva es Dirección, ya que desde allí es que se establecen las diferentes estrategias y el planteamiento de los objetivos para cumplir por parte de cada uno de los demás procesos identificados.

Procesos misionales

Los procesos misionales identificados son Cultivo de peces, prestación del servicio y comercialización, que son los relacionados con los productos y los servicios prestados en el centro de Pesca Deportiva:

- Cultivo de peces: son los encargados del criadero de las diferentes especies de peces que se venden por kilogramos y que son utilizados en los tanques de la pesca deportiva; se controlan las condiciones definidas para garantizar los productos de buena calidad.
- Prestación del servicio: corresponden a todas las actividades que tienen que ver con la venta de los almuerzos en el restaurante y la venta de los pescados por kilogramos; se tienen diferentes controles durante su ejecución para garantizar la calidad de los productos y la satisfacción del cliente.
- Comercialización: son los encargados de dar a conocer el centro de pesca deportiva y los productos y servicios que se manejan; a través de los diferentes medios de comunicación, con el fin de realizar captación de clientes locales y a nivel nacional.

Procesos de apoyo

Los procesos de apoyo identificados son Administración, Mantenimiento y Gestión Ambiental, que son los responsables de garantizar que se cuentan con los recursos necesarios para garantizar los productos y los servicios prestados en el centro de Pesca Deportiva:

- Administración: son los encargados de garantizar el personal necesario para la ejecución de las actividades del centro de pesca deportiva, así mismo se encargan de todas las actividades contables.
- Mantenimiento: son los encargados de garantizar el buen funcionamiento de los equipos y maquinaria utilizados dentro del centro de pesca deportiva.

- Gestión Ambiental: son los encargados de verificar los impactos ambientales generados por los procesos ejecutados dentro del centro de pesca deportiva.

3.2.2 Descripción de las operaciones del proceso.

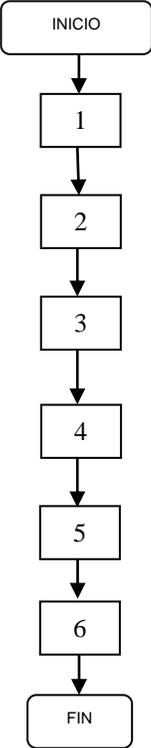
Las operaciones definidas para los productos y servicios ofrecidos por el centro de pesca deportiva se describen a continuación:

Figura 4. Diagrama de flujo Pesca Deportiva.

DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DEL PRODUCTO No. 1		
PESCA DEPORTIVA		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> 1[1] 1 --> 2[2] 2 --> 3[3] 3 --> 4[4] 4 --> PESCA{PESCA} PESCA -- NO --> 5[5] PESCA -- SI --> 6[6] 6 --> 7[7] 5 --> FIN([FIN]) 7 --> FIN </pre>	1. Recibir al cliente	Cajero - Recepcionista
	2. Entregar vara de pesca, balde y carnada	Cajero - Recepcionista
	3. Explicar al cliente sobre los cuidados a tener durante la pesca, el uso de los elementos entregados y la zona de pesca.	Cajero - Recepcionista
	4. Practicar el deporte de la pesca	Cliente
	5. Realizar el cobro del servicio prestado, y recepcionar los elementos entregados.	Cajero - Recepcionista
	6. Pasar al área de preparación para lavar y empacar el producto	Preparador de peces
	7. Realizar cobro de los pescados lavados y empacados, y el cobro del alquiler de los elementos entregados.	Cajero - Recepcionista

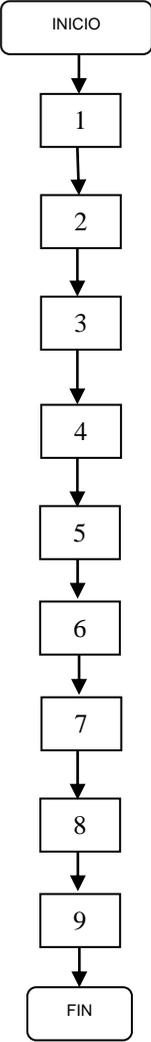
Fuente: Elaboración propia de los autores

Figura 5. Diagrama de flujo Servicio de Restaurante.

DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DEL PRODUCTO No. 2		
SERVICIO DE RESTAURANTE		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> 1[1] 1 --> 2[2] 2 --> 3[3] 3 --> 4[4] 4 --> 5[5] 5 --> 6[6] 6 --> FIN([FIN]) </pre>	1. Recibir al cliente y direccionarlo al restaurante	Cajero - Recepcionista
	2. Entregar información al cliente sobre el menú	Mesero
	3. Tomar el pedido al cliente	Mesero
	4. Realizar preparación de almuerzos	Auxiliar de cocina
	5. Entregar producto al cliente	Mesero
	6. Realizar el cobro del servicio prestado.	Cajero - Recepcionista

Fuente: Elaboración propia de los autores

Figura 6. Diagrama de flujo Criadero y venta de peces.

DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DEL PRODUCTO No. 3		
CRIADERO Y VENTA DE PECES		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> 1[1] 1 --> 2[2] 2 --> 3[3] 3 --> 4[4] 4 --> 5[5] 5 --> 6[6] 6 --> 7[7] 7 --> 8[8] 8 --> 9[9] 9 --> FIN([FIN]) </pre>	1. Realizar preparación del tanque	Técnico Piscicultura
	2. Realizar la siembra de los peces (alevinos)	Técnico Piscicultura
	3. Realizar alimentación y fertilización de los peces	Técnico Piscicultura
	4. Realizar evaluación del crecimiento y en etapa juvenil cambiarlos de estanque	Técnico Piscicultura
	5. Controlar calidad del agua del estanque	Técnico Piscicultura
	6. Realizar evaluación del crecimiento y en etapa de madurez cambiarlos al tanque de pesca	Técnico Piscicultura
	7. Al momento de llegar un cliente para compra, recibirlo e indicarle las especies que ha para la venta	Cajero - Recepcionista
	8. Pasar al área de preparación para lavar y empacar el producto	Preparador de peces
	9. Realizar el cobro del servicio prestado.	Cajero - Recepcionista

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.2.3 Condiciones de operación.

Para cada uno de los productos y servicios prestados se describe a continuación las condiciones de operación:

Tabla 22. Condiciones de operación de pesca deportiva.

NOMBRE DEL PRODUCTO No. 1	
PESCA DEPORTIVA	
Explicación al cliente	<p>Al momento de realizar la entrega de los elementos necesarios para la pesca deportiva (vara de pesca, balde y carnada), se explica al cliente sobre los cuidados a tener al permanecer cerca del lago.</p> <p>Igualmente se explica el manejo de la vara de pesca y la utilización de la carnada para lograr buenos resultados.</p> <p>También se explica sobre la pesca, que en el momento en que se saque una especie con la vara es necesario ponerla en el balde y no devolverla al tanque, ya que el pez queda herido y no es conveniente devolverlo con estas características al tanque de pesca.</p>
Área de lavado y empacado	<p>El preparador de peces se encarga de realizar el lavado de los peces:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quitar las escamas • Abrir y sacar órganos internos • Lavar con abundante agua • Empacar <p>Una vez se entregan los peces al cliente, se explica que éstos no deben permanecer por fuera de la nevera por un tiempo mayor a dos horas, para que no pierda las propiedades y no se vaya a dañar.</p>

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 23. Condiciones de operación de Servicio de Restaurante.

NOMBRE DEL PRODUCTO No. 2	
SERVICIO DE RESTAURANTE	
Informar al cliente sobre el menú	<p>El menú manejado por parte del centro de pesca deportiva contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrada: caldo de pescado. • Plato fuerte: Tilapia, trucha o cachama acompañado de ensalada, arroz, patacones o papas fritas. • Bebidas: gaseosa, limonada o jugos.
Preparación de almuerzo	<p>El auxiliar de cocina procede a la preparación de los alimentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar el caldo de pescado • Preparar el pescado de acuerdo a las indicaciones del cliente (frito, sudado, asado) • Preparar el arroz • Preparar la ensalada • Preparar los patacones o papas fritas de acuerdo a las indicaciones del cliente (fritas, sudadas o asadas) • Preparar la bebida <p>Una vez se encuentran preparados todos los productos, se realiza la servida del plato y se entrega al mesero para llevar a la mesa.</p>

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 24. Condiciones de operación de Criadero y Venta de peces.

NOMBRE DEL PRODUCTO No. 3	
CRIADERO Y VENTA DE PECES	
Preparación del tanque	<p>Para el acondicionamiento del fondo del estanque:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retirar plantas en descomposición, piedras, hojas entre otros materiales • Nivelar el fondo del estanque • Exponer el fondo del estanque al sol por 15 días para la mineralización de la materia orgánica.

	<p>Para el encalado del estanque:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corregir el PH del suelo • Desinfectar los taludes y el fondo • Aplicar cal viva o cal apagada en el fondo del estanque <p>Realizar abono inicial con el fin de producir alimento natural.</p> <p>Iniciar con el llenado del tanque:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe ser de forma gradual para evitar el deterioro del fondo y los taludes • Si se utiliza agua de una quebrada, colocar filtros en el canal de abastecimiento.
Siembra de peces (alevinos)	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un corto período de aclimatación introduciendo los alevines al tanque, en las bolsas utilizadas durante el transporte hasta el estanque • Dejar flotar las bolsas con peces durante 5 a 10 minutos. • Sacar los peces de las bolsas • Durante los días siguientes a la siembra, vigilar las orillas de los estanques para evitar que los peces se queden atascados.
Alimentación y fertilización de los peces	<p>Se utilizan tres tipos de alimentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Natural: correspondiente a larvas y microorganismos generados por las condiciones del estanque • Suplementario: a través de semillas • Completo: corresponde al concentrado para peces. <p>Para obtener un buen crecimiento, deben darse de 2 a 4 raciones diarias dependiendo del tamaño de los peces.</p> <p>Si el número de raciones es deficiente hay la posibilidad de que no se alimenten todos los peces.</p>
Evaluación del crecimiento	<p>Cada 30 días evaluar el crecimiento entre el 5 y el 10% de la población.</p> <p>Esta evaluación permite:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el peso promedio para conocer la biomasa y calcular la cantidad de alimento. • Conocer el estado de salud de los peces. • Eliminar peces depredadores y competidores. • Realizar cambios de estanque
Control de calidad del agua	<p>El Técnico en piscicultura, cada dos días a primera hora del día, realiza control de la calidad del agua, a través de las siguientes pruebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temperatura • Transparencia • Color • Oxígeno • PH • Alcalinidad
Área de lavado y empaçado	<p>El preparador de peces se encarga de realizar el lavado de los peces:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quitar las escamas • Abrir y sacar órganos internos • Lavar con abundante agua • Empacar <p>Una vez se entregan los peces al cliente, se explica que éstos no deben permanecer por fuera de la nevera por un tiempo mayor a dos horas, para que no pierda las propiedades y no se vaya a dañar.</p>

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3 Ubicación geográfica de la empresa

3.3.1 Macrolocalización.

El centro de pesca deportiva estará ubicado en el corregimiento de La Florida del municipio de Pereira (Risaralda), con el fin de realizar aprovechamiento de los recursos del entorno y que este destino está tomando fuerza por parte del turismo en la región.

3.3.2 Aspectos a tener en cuenta para la localización del proyecto

3.3.2.1 Servicios.

Tabla 25. Análisis de servicios localización del proyecto.

Criterios	Servicio energía	Servicio agua	Servicio de gas natural	Servicio de telecomunicaciones
Empresa encargada de suministrar el servicio	CHEC “Central Hidroeléctrica de Caldas”.	Acueducto rural	Gas del Risaralda	Claro Une
Calidad del suministro	Calidad óptima, no se presentan fallas repentinas	Calidad óptima, no necesita tratamiento posterior	Calidad óptima	Calidad óptima
Acondicionamiento especial	No requiere acondicionar a potencia superior a la utilizada	Acondicionar puntos hídricos para abastecimiento de cocina y baños	Acondicionar instalaciones en cocina	No requiere acondicionamientos especiales
Disponibilidad en el sector	Disponibilidad inmediata	Disponibilidad inmediata	Disponibilidad inmediata	Disponibilidad inmediata

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3.2.2 Condiciones del transporte.

Tabla 26. Análisis de condiciones de transporte localización del proyecto.

Criterio	Observaciones
Clase de transporte	Transporte terrestre

Tipo de transporte	La ubicación del centro de pesca permite todo tipo de transporte (bus, vehículo familiar, moto)
Tipo de vías de acceso	Carretera pavimentada
Estado vías de acceso	Buen estado

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3.2.3 Condiciones de clima.

Tabla 27. Análisis de condiciones de clima localización del proyecto.

Criterio	Observaciones
Temperatura	Entre los 15°C y 20°C
Tipo de precipitaciones	Lluvias pasajeras

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3.2.4 Consecuencias del proceso técnico.

Tabla 28. Análisis de consecuencias del proceso técnico del proyecto

Criterio	Observaciones
Efectos sobre el medio ambiente	No se detectan efectos como humos, vibraciones, olores. Se llevan a cabo actividades de gestión ambiental para preservar en entorno natural.
Manejo de desperdicios sólidos	Empresa de aseo de Pereira
Procesos de incineración de basura	No aplica
Sistema de alcantarillado	Sistema rural

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3.2.5 Características de la población.

Tabla 29. Análisis de características de la población para la localización del proyecto.

Criterio	Observaciones
Actividad económica	Agricultura
Servicios de educación	Se cuenta con escuelas para los niños y jóvenes de la localidad

Densidad de la población	Rural y urbana
Puestos de salud	El corregimiento cuenta con un puesto de salud
Seguridad	El corregimiento cuenta con un comando de policía
Normatividad	El corregimiento cuenta con cumplimiento normativo como uso de propiedad, permisos para construcciones, entre otros.

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3.3 Micro localización.

Con el fin de definir la ubicación en el corregimiento de La Florida, se realiza una evaluación de diferentes criterios como lo son: disponibilidad del terreno, topografía del terreno, cercanía con una fuente hídrica (rio o vertiente), accesibilidad de vías, seguridad de la ubicación, costos de arriendo; y se realiza un análisis de estas opciones empleando las siguientes puntuaciones: 1 malo - 2 aceptable – 3 excelente.

Tabla 30. Tabulación de factores y aspectos para elección del sitio

Factor que influye en la elección del sitio	Sector el Porvenir	Sector las Mangas	Sector la Estrella
Disponibilidad del terreno	2	3	1
Topografía del terreno	2	3	1
Cercanía con fuente hídrica	2	3	1
Accesibilidad de vías	2	3	1
Seguridad de la ubicación	2	3	1
Costos de arriendo	1	2	3
TOTAL	11	17	8

Fuente: Elaboración propia de los autores

Con los datos obtenidos en la tabla anterior, el sector que cuenta con mayor cumplimiento de los criterios de selección es Las Mangas.

En el siguiente mapa de la región se puede apreciar con mayor detalle el sitio seleccionado para desarrollar la operación de la compañía:

Figura 7. Micro localización de la empresa.



Fuente: Google maps (2018). Disponible en: <https://www.google.com.co/maps/search/la+florida+pereira/@4.7779993,-75.6389335,15.25z?dcr=0>

El sector de Las Mangas en el corregimiento de la Florida, cuenta con los servicios públicos necesarios para la operación del centro de pesca deportiva, como son el agua, la energía eléctrica y el teléfono.

Las vías de acceso hasta este sector permiten las facilidades de transporte tanto para la movilidad de clientes como para el acercamiento de los proveedores hasta las instalaciones del centro.

3.4 Especificaciones de la infraestructura

El área necesaria para la instalación de las unidades productivas es de 500 m² donde se ubicará el restaurante, el área de preparación de los pescados, los tanques de crecimiento, los tanques de la pesca deportiva y una zona de juegos para niños.

Los tanques de crecimiento de los peces serán construidos en geomembrana y para estos solo es necesario tener un terreno plano, cerca de fuentes hídricas; el estanque para la pesca deportiva será construido en tierra y también es necesario contar con un terreno plano con un desnivel del

5% aproximadamente, y cerca de fuentes hídricas; el restaurante y la zona de preparación y lavado de peces serán construidos en guadua para crear un ambiente rustico; las zonas de juegos infantiles serán construidos en madera; y el área de almacenamiento de los materiales de mantenimiento, pruebas de calidad y oficinas administrativas será construido en concreto.

Dentro del centro de pesca deportiva se contará con los servicios sanitarios requeridos para que los clientes estén tranquilos y seguros; dentro del restaurante se contará con dos baños (uno de damas y uno de caballeros), y fuera del restaurante se contará igualmente con dos baños (uno de damas y uno de caballeros), con sus respectivos lavamanos.

3.5 Recursos

3.5.1 Equipos y maquinaria.

A continuación, se describen los equipos y maquinarias necesarias para el funcionamiento del centro de Pesca Deportiva:

Tabla 31. Descripción estanque de geomembrana.

<u>Estanque de Geomembrana</u>	
	<p style="text-align: center;"><u>Características:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Garantiza la calidad del pescado. Posibilidad de movilizar el criadero a otros lugares. Recuperar la inversión al poder vender los estanques piscícolas si desea finalizar el proyecto. Máximo aprovechamiento del agua. Disminución en los costos de producción. Utilización de poco espacio. Duración de los tanques hasta 40 años. Facilidad para la manipulación de los alevinos y peces adultos. Facilidad para criar alevinos. Se reduce el tiempo de producción.

	<p>Mayor producción, mayor número de peces por metro cuadrado.</p> <p>Mínimo impacto ambiental.</p>
--	---

Fuente: <http://www.cultivodetilapiamojarraroja.com/>

Tabla 32. Descripción estanque de tierra.

<u>Estanque de Tierra</u>	
	<p style="text-align: center;"><u>Características:</u></p> <p>Sistema sencillo de estanque pequeño de agua dulce, utilizado para la cría de peces herbívoros y filtradores.</p> <p>Este estanque es utilizado en la piscicultura tradicional, donde la densidad de la siembra es baja y no se requieren grandes inversiones.</p>

Fuente: <http://peceslagranjatolima.blogspot.com.co/2008/09/i.html>

Tabla 33. Descripción bomba sumergible HCP.

<u>Bomba Sumergible HCP</u>	
	<p><u>Descripción</u></p> <p>Potencia 3,0 HP (2200 vatios)</p> <p>Descarga 6" (150 mm); Fase 3Ø</p> <p>Altura máxima de 6 metros</p> <p>Velocidad de flujo máxima 3.3 m³ / min</p> <p><u>Características:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuicultura bombeo de agua y desagüe de grandes volúmenes agua. • Suministro de agua para el paisaje, drenaje para uso industrial. • Drenaje para ríos, lagos y embalses.

Fuente: <http://tecnoaquasas.com/catalogo>.

Tabla 34. Descripción oxímetro.

<u>Oxímetro</u>	
	<p><u>Descripción:</u></p> <p>El Oxímetro YSI DO-200A de membranas, ofrece un rápido tiempo de respuesta en las aguas residuales, las aguas superficiales y las aplicaciones de la acuicultura. Calibra fácilmente en un ambiente de aire saturado y muestra los valores de% o ppm (mg/L), que le da una mejor calidad posible de los datos.</p> <p><u>Características:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumento de 1 año, DO garantía electrodo y el cable. • IP67 resistente al agua. • Tornillo en membrana de la tapa. • Indicador de batería baja con la vida de la batería 500 horas. • Apagado automático después de 30 minutos de inactividad. • La salinidad, presión y compensación de temperatura. • Conformidad CE. • 1, 4 ó 10 metros de longitud de los cables disponibles; Sonda BOD disponibles. • 50 conjuntos de datos de memoria revisable.

Fuente: <http://tecnoaquasas.com/catalogo/>

Tabla 35. Descripción medidora PH.

<u>Medidor de PH</u>	
	<p><u>Descripción:</u></p> <p>El pH10A es el instrumento perfecto para el muestreo de pH y temperatura en aplicaciones tales como aguas residuales, aguas superficiales, acuicultura, hidroponía, piscinas, y educación. Disponible con electrodos de acción simple o doble unión (viene con electrodos de una sola unión).</p> <p><u>Características:</u></p> <p>Certificaciones: IP67 a prueba de agua.</p> <p>Rango de medición: pH 0.00 a 14.00 unidades con temperatura.</p> <p>Memoria: 50-conjunto de memoria (pH, fecha y hora), Temp.</p> <p>Temperatura de funcionamiento: 0 a 50 ° C (32 a 122 ° F).</p> <p>Los parámetros medidos: el pH, la temperatura.</p> <p>Unidad de medida: ° C, Temperatura: ° C, unidad de pH.</p> <p>Garantía: instrumento de 1 año, 6 meses electrodo• 50 conjuntos de datos de memoria revisable.</p>

Fuente: <http://tecnoaquasas.com/catalogo/>

Tabla 36. Descripción balanza.

<u>Balanza</u>	
	<p><u>Características:</u></p> <p>Es un instrumento que permite medir el gramaje; la balanza es muy común en la industria, existen balanzas industriales que tienen una capacidad más de 1 tonelada, están las balanzas de laboratorio donde se manejan unidades significativas y pueden ofrecer mayor precisión.</p>

Fuente: <http://www.basculasmoresco.com/ficha-tecnica-grameras.html>

La maquinaria y equipo requerido para los productos y servicios a ofrecer en el centro de Pesca Deportiva son:

Tabla 37. Maquinaria y equipo requerido.

Selección de Maquinaria y equipo requerido			
Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Estanque de geomembrana de 3 mts de diámetro	3	\$ 2.500.000	\$ 7.500.000
Estanque de geomembrana de 5 mts de diámetro	3	\$ 3.100.000	\$ 9.300.000
Tanque de pesca	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Bomba sumergible	6	\$ 1.150.000	\$ 6.900.000
Peachímetro	1	\$ 431.000	\$ 431.000
Equipo de Análisis de Agua	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Compresor con Mangueras	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
Pesa de Reloj 30 Kg. - Balanza	1	\$ 125.000	\$ 125.000
Gramera (Peso)	1	\$ 55.000	\$ 55.000
Escopeta	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Molino	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Mesa de preparación peces	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Carretilla	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Herramientas Varias	1	\$ 436.000	\$ 436.000
TOTAL			\$ 32.207.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

La siguiente tabla muestra la relación de otros elementos (equipos) que se requieren para poder operar de manera apropiada, así:

Tabla 38. Otros equipos requeridos.

Otro Equipos - Herramientas			
Detalle de Inversión	Unidades	Costo unitario	Costo total
Sillas área de pesca	20	\$ 50.000	\$ 1.000.000
Mesa preparación de alimentos	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Nevera	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000

Estufa	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Horno	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Elementos de cocina	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Menaje restaurante	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Mesas y sillas tipo restaurante	10	\$ 190.000	\$ 1.900.000
Basureros grandes	5	\$ 90.000	\$ 450.000
Estanterías	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Elementos preparación peces	1	\$ 850.000	\$ 850.000
Juegos infantiles	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Varas de pesca	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000
Baldes para pesca	50	\$ 5.000	\$ 250.000
TOTAL			\$ 17.150.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

Igualmente se relacionan los muebles y enseres necesarios para el funcionamiento del centro de pesca deportiva:

Tabla 39. Muebles y Enseres.

Muebles y Enseres			
Detalle de Inversión	Unidades	Costo unitario	Costo total
Escritorios	4	\$ 300.000	\$ 1.200.000
Silla Giratoria tipo gerente	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Silla Giratoria	4	\$ 120.000	\$ 480.000
Archivador	2	\$ 280.000	\$ 560.000
Basureros oficina	3	\$ 40.000	\$ 120.000
TOTAL			\$ 2.610.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

En cuanto a equipo de comunicación y cómputo se tiene:

Tabla 40. Equipo de comunicación y cómputo.

Equipos de Comunicación y Cómputo			
Detalle de Inversión	Unidades	Costo unitario	Costo total
Teléfono fijo	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Teléfono celular	2	\$ 550.000	\$ 1.100.000
Computador	4	\$ 1.700.000	\$ 6.800.000
Impresora	1	\$ 320.000	\$ 320.000
TOTAL			\$ 8.310.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.5.2 Personal necesario.

A continuación, se describe el recurso humano necesario para el funcionamiento del centro de pesca deportiva:

Tabla 41. Mano de obra

CARGO	CANTIDAD
Gerente - Administrador	1
Cajero - Recepcionista	1
Auxiliar de Cocina	2
Mesero	1
Auxiliar de mantenimiento y limpieza	1
Técnico en Piscicultura	1
Preparador de peces	1

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.6 Distribución de la planta

3.6.1 Áreas.

A continuación, se describen las diferentes áreas que tendrá el centro de Pesca Deportiva para garantizar el cumplimiento de sus actividades:

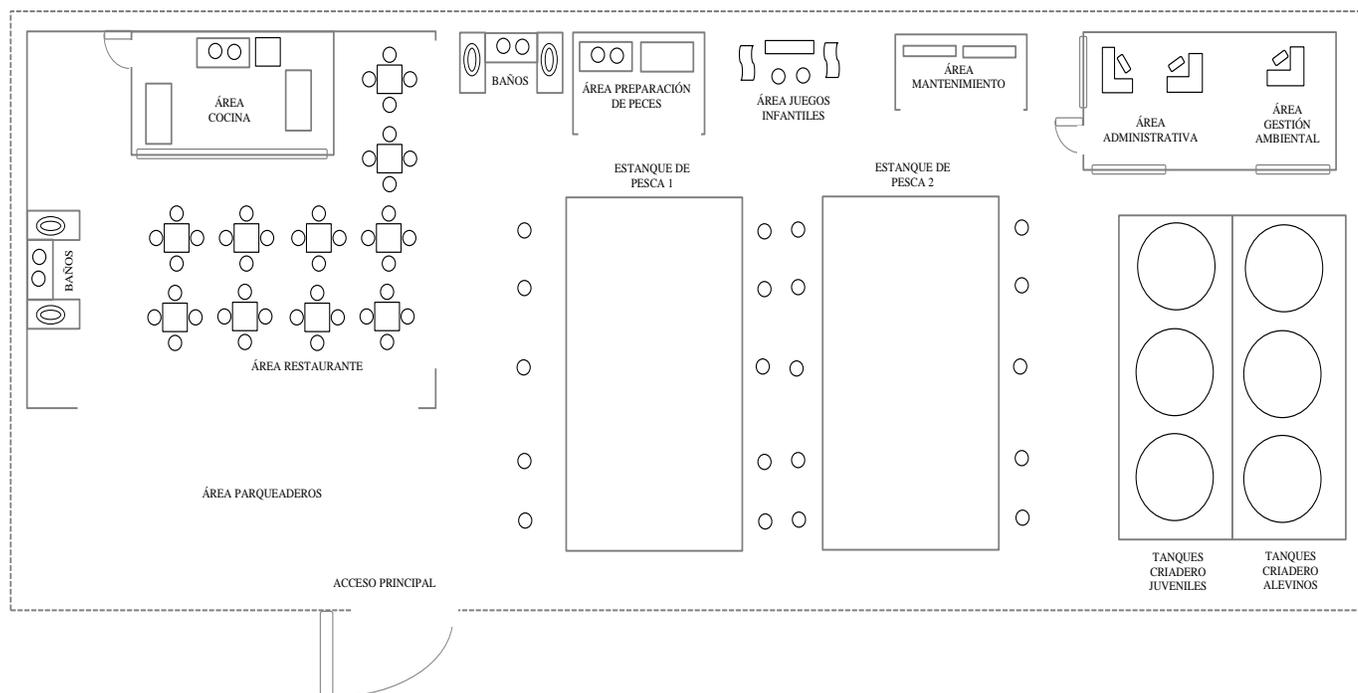
- Área de cultivo de peces: estanques en geomembrana ubicados para el cultivo de los peces en sus etapas de alevinos y juveniles.
- Área de Pesca Deportiva: tanques de tierra ubicados cerca del restaurante para el entretenimiento de los visitantes.
- Área de Restaurante: área encargada de abastecer a los clientes de los almuerzos ofrecidos, está conformado por la cocina para la preparación de los alimentos y el salón de restaurante para la atención de los visitantes.
- Área de Preparación de peces: área encargada de realizar el lavado y la preparación de los peces, tanto de los que son pescados a través de la pesca deportiva, como los que son para venta al público.
- Área administrativa: área encargada de la planeación y definición de estrategias de comercialización y mercadeo de la empresa, los productos y servicios ofrecidos.
- Área de mantenimiento: área encargada de garantizar el adecuado funcionamiento de la maquinaria y equipo utilizados en los diferentes procesos.
- Área de gestión ambiental: área encargada de verificar los aspectos ambientales necesarios durante el cultivo de los peces, y el impacto generado por los procesos ejecutados.
- Área de juegos infantiles: área dotada con juegos infantiles de madera para la recreación y esparcimiento de los niños visitantes del centro de pesca deportiva.

- Área de Sanitarios: área equipada con los elementos de higiene básicos.

3.6.2 Plano de distribución.

La siguiente figura ilustra el plano de la distribución en planta propuesta para la empresa que se estudia colocar en operación:

Figura 8. Distribución en planta



Fuente: Elaboración propia de los autores

3.7 Plan de producción

3.7.1 Consumos unitarios por producto.

En las siguientes tablas se detallan las cantidades de materia prima por tipo de producto a fabricar:

Los consumos unitarios necesarios para los productos y servicios a ofrecer en el centro de Pesca Deportiva son:

Tabla 42. Consumos Unitarios Pesca Deportiva.

Producto o Servicio				
Producto No. 1 Pesca Deportiva				
Materia prima	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Vara de pesca	1	unidad	\$300	\$300
Balde pequeño	1	unidad	\$1.000	\$1.000
Bolsa de carnada	20	gramos	\$15	\$300
TOTAL				\$1.600

Fuente: Elaboración propia de los autores

Nota: se debe resaltar que este sería el costo de la prestación de este servicio, ya que los baldes y la vara de pesca solo se adquieren una sola vez y será catalogado como una inversión inicial. Por lo tanto, para efectos de costo solo se tendrá en cuenta el costo de la bolsa de carnada.

Tabla 43. Consumos Unitarios Restaurante.

Producto o Servicio				
Producto No. 2 Restaurante				
Materia prima	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Pescado	450	gramos	\$10	\$4.500
Caldo pescado	8	onzas	\$125	\$1.000
Ensalada	150	gramos	\$7	\$1.050
Arroz	200	gramos	\$5	\$1.000
Patacones o papas fritas	2	unidad	\$500	\$1.000
Bebida	1	unidad	\$1.000	\$1.000
TOTAL				\$9.550

Fuente: Elaboración propia de los autores

Nota: para efectos del costeo, el costo del pescado está incluido en el concentrado que se les da a los peces, por eso, en el estudio financiero este valor se omite, solo se costeará el resto de los materiales que lleva cada plato. El costo del caldo está relacionado con los elementos que lleva este como son la misma agua, los aliños y demás que se adjuntan para darle un buen sabor.

Tabla 44. Consumos Unitarios Venta de Pescado.

Producto o Servicio				
Producto No. 3 Venta de Pescado				
Materia prima	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Pescado	450	gramos	\$10	\$4.000
TOTAL				\$4.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.7.2 Capacidad de producción.

Determinar la capacidad de producción es el resultante de tomar la proyección de la demanda y a partir de ahí establecer cuánto estaría en capacidad de producir la nueva empresa, es decir, de ese total de demanda cuánto estaría en capacidad de cubrir del mercado, para el caso del Centro de Pesca Deportiva se definió que este porcentaje sería del 20% del total de la demanda, e ir incrementando paulatinamente dicho porcentaje acorde al incremento del PIB que para tal efecto lo ha definido Bancolombia y que ya fue discriminado anteriormente para los cinco años posteriores a la puesta en marcha del proyecto; los resultados de las unidades anuales a producir, se presentan a continuación:

Tabla 45. Total, de unidades anuales a producir.

Año	Producción
Año 1	43.607
Año 2	43.776
Año 3	43.692
Año 4	43.692
Año 5	43.692

Fuente: Elaboración Propia de los autores

Para determinar las unidades a producir por cada tipo de producto o servicio, se toma el cálculo de la demanda que hace referencia al consumo total anual, así:

Tabla 46. Programa de producción en unidades.

Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto No. 1 Pesca Deportiva	15.263	15.322	15.292	15.292	15.263
Producto No. 2 Restaurante	17.443	17.510	17.477	17.477	17.443
Producto No. 3 Venta de Pescado	10.902	10.944	10.923	10.923	10.902
TOTAL	43.607	43.776	43.692	43.692	43.607

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.8 Costos de producción

A continuación, se describen de manera detallada los costos de producción:

3.8.1 Costo unitario variable del producto o servicio.

A continuación, se describe el costo unitario de los productos y servicios para el funcionamiento del centro de pesca deportiva con los costos mensuales:

Tabla 47. Costo unitario variable del producto

NOMBRE DEL PRODUCTO	COSTO UNITARIO
Pesca Deportiva	\$1.600
Restaurante	\$9.550
Venta de pescado	\$4.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.8.2 Costo total de mano de obra

A continuación, se describe el recurso humano necesario para el funcionamiento del centro de pesca deportiva con los costos mensuales:

Tabla 48. Costo mensual mano de obra.

Cargo	Remuneración mensual \$	Subsidio de transporte
Gerente - Administrador	1.500.000	88.211
Cajero - Recepcionista	781.242	88.211
Auxiliar de Cocina (1)	781.242	88.211
Auxiliar de Cocina (2)	781.242	88.211
Mesero	781.242	88.211
Auxiliar mantenimiento y limpieza	781.242	88.211
Técnico en Piscicultura	900.000	88.211
Preparador de peces	781.242	88.211
Contador	700.000	0
Total	7.787.452	705.688

Fuente: Elaboración propia de los autores

La siguiente tabla muestra la conversión en alimentación de los peces:

Tabla 49. Conversión en la alimentación.

Coversión en la alimentación				
Bultos	Kgs x bulto	Total kgs	Grs. X bulto	Total el grs.
600	50	30.000	1.000	30.000.000
Alevinos	43.607			
Grs. X pescado	450			
Total grs.	19.623.222	31.397.155	Grs requeridos en alimentación	

Fuente: Elaboración propia de los autores, a partir de las conversiones en alimentación dadas por el ing. Harold

4. Estudio Administrativo, legal y ambiental

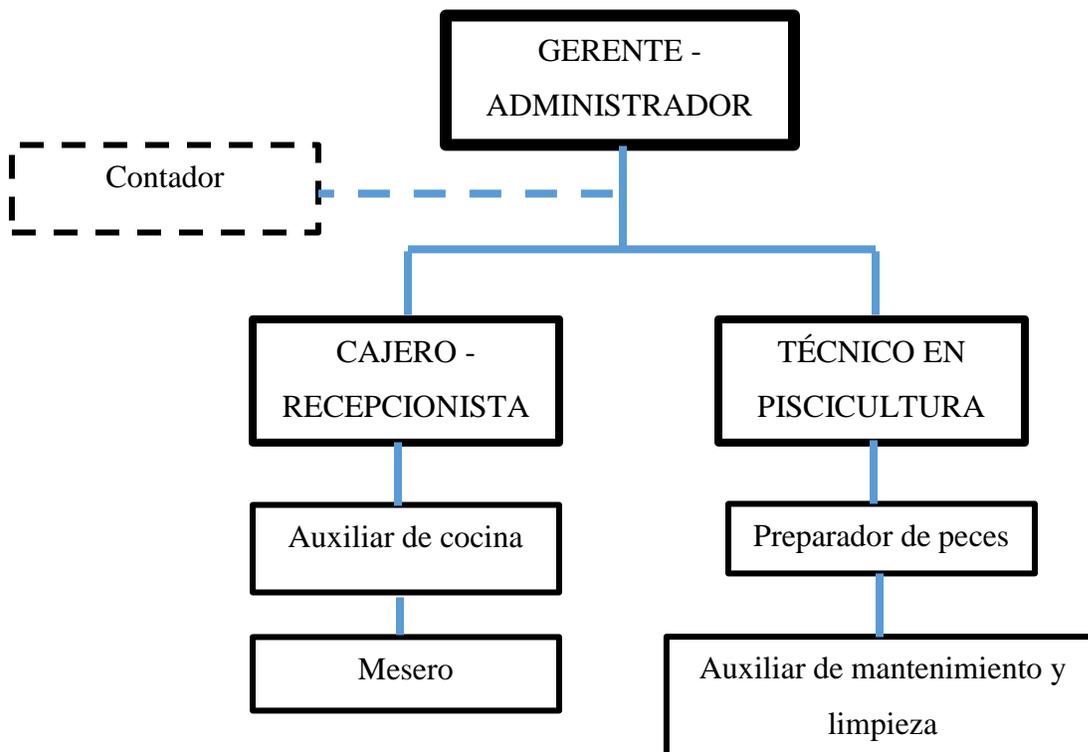
4.1 Aspectos administrativos

Los siguientes aspectos determinan el direccionamiento estratégico de la compañía.

4.1.1 Estructura organizacional.

La estructura organizacional del centro de Pesca Deportiva será vertical, ya que es considerada una empresa pequeña y la autoridad está a cargo del gerente, y bajo su responsabilidad se encuentran los demás cargos.

Figura 9. Organigrama



Fuente. Elaboración Propia de los autores

4.1.2 Misión.

Somos un centro de pesca deportiva, restaurante y criadero de peces, que brinda bienestar, satisfacción, diversión y recreación a sus clientes a través de productos y servicios de excelente calidad, buscando siempre satisfacer a nuestros clientes y contribuir con el desarrollo económico de la región.

4.1.3 Visión.

Para el año 2022 seremos la mejor alternativa para el turismo local y regional brindando productos y servicios de calidad con actividades de recreación y esparcimiento. Nos apoyamos en un talento humano cálido y competente y una infraestructura que garantiza el ambiente óptimo para que nuestros clientes puedan disfrutar de momentos de relajación y diversión.

4.1.4 Objetivos organizacionales

- Incrementar el número de visitantes de la pesca deportiva en un 25% anual.
- Realizar torneos de pesca deportiva para estimular la participación de turistas.
- Ampliar otras áreas de recreación.
- Posicionar el centro de pesca deportiva en la localidad de la Florida.
- Incrementar la rentabilidad anual de la organización en un 15%.

4.1.5 Talento humano

4.1.5.1 Perfiles y funciones de los cargos.

La siguiente tabla presenta los diferentes cargos que debe tener la empresa para que funcione de manera apropiada, allí se puede notar el cargo, el perfil requerido para desempeñar dicho cargo, así como las principales funciones que debe desarrollar acorde al cargo que ocupa dentro de la organización:

Tabla 50. Perfiles y funciones de los cargos.

Cargo	Perfil	Funciones
Gerente - Administrador	Administrador de negocios o Administrador de empresas o Ingeniero Industrial o hasta un Tecnólogo en administración	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal de la empresa. • Fijar políticas empresariales • Analizar la información contable en conjunto con el Contador. • Definir las estrategias y metas. • Creación de estrategias de comercialización y posicionamiento del negocio. • Responsable de las actividades del talento humano • Definir manuales de funciones • Manejo de base de datos de los empleados • Realizar pago de nómina. • Realizar pago de proveedores. • Apertura y cierre de del centro de pesca. • Dar solución a las quejas y reclamos.
Cajero - Recepcionista	Bachiller con conocimientos básicos en manejo de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y atender los clientes que lleguen al centro de pesca deportiva. • Entregar elementos necesarios para la pesca deportiva. • Realizar las reservaciones que realicen los clientes • Recibir pagos de los clientes por servicios del centro de pesca deportiva. • Realizar cierre de caja al final del día.
Auxiliar de cocina	Bachiller con conocimientos básicos en cocina	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del inventario y manejo de producto dentro de la cocina. • Controlar fechas de vencimiento de productos de cocina. • Realizar la preparación de los alimentos. • Encargado de despacho de pedidos a clientes.

Cargo	Perfil	Funciones
		<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la calidad del producto. • Responsable del aseo en el área de cocina.
Mesero	Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener organizado y bien presentado el restaurante. • Preparar el menaje del restaurante. • Tomar los pedidos de los clientes. • Entregar los pedidos a los clientes.
Auxiliar de mantenimiento y limpieza	Técnico en mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la limpieza del centro de pesca deportiva. • Mantener en funcionamiento los equipos y maquinaria del centro de pesca deportiva. • Organizar cada una de las áreas del centro de pesca deportiva.
Técnico en piscicultura	Técnico en piscicultura	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar la producción de las especies en todas sus etapas. • Controlar el inventario de todo lo que implique el cultivo de los peces. • Controlar la sanidad del área de cultivo de peces. • Llevar registros de horarios de alimentación, cantidades, mortandad, tiempo, entre otros. • Controlar las condiciones del cultivo de los peces.
Preparador de peces	Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar al cliente las especies disponibles para la venta. • Realizar la pesca de los productos requeridos por el cliente. • Realizar lavado de los productos. • Realizar empaque de los productos. • Apoyo en la recepción de los clientes.

Fuente. Elaboración Propia de los autores

4.1.5.2 Fortalecimiento de competencias.

Para fortalecer las competencias de los empleados se brindarán capacitaciones frecuentes en los siguientes temas:

- ✓ Técnicas de acuicultura (Técnico en piscicultura – Gerente)
- ✓ Manejo de cultivo de peces (Técnico en piscicultura – Gerente)
- ✓ Mantenimiento de estanques para criadero de peces (auxiliar de mantenimiento y limpieza)
- ✓ Buenas prácticas de manufactura (personal de cocina – preparador de peces)
- ✓ Manejo de residuos (todos los empleados)
- ✓ Atención al cliente (todos los empleados)
- ✓ Atención de primeros auxilios (brigada de emergencias)
- ✓ Inducción en SG-SST (todo el personal)
- ✓ Capacitación en identificación de peligros y riesgos (todo el personal)

4.1.5.3 Asignación salarial

El recurso humano que se manejará en el centro de pesca deportiva, contará con la siguiente asignación salarial:

Tabla 51. Asignación salarial con prestaciones sociales para el primer año de operaciones.

Cargo	Remuneración mensual \$	Subsidio de transporte	Remuneración anual
Gerente - Administrador	1.500.000	88.211	18.000.000
Cajero - Recepcionista	781.242	88.211	10.433.436
Auxiliar de Cocina (1)	781.242	88.211	10.433.436
Auxiliar de Cocina (2)	781.242	88.211	10.433.436
Mesero	781.242	88.211	10.433.436
Auxiliar mantenimiento y limpieza	781.242	88.211	10.433.436
Técnico en Piscicultura	900.000	88.211	11.858.532
Preparador de peces	781.242	88.211	10.433.436
Contador	700.000	0	8.400.000
Total	7.787.452	705.688	100.859.148

Fuente. Elaboración Propia de los autores

4.1.5.4 Contratación.

La contratación del personal necesario para el centro de pesca deportiva, será a término fijo a un año, contando con todos los requerimientos establecidos por el Ministerio de Trabajo; y evaluando las competencias del empleado durante el tiempo del contrato antes de tomar la decisión de renovación del mismo.

Todos los aspectos relacionados con la dotación y la seguridad laboral estarán definidos de acuerdo a lo establecido en el decreto 1072 de 2015. El pago de la nómina será quincenalmente a través del pago directo al empleado; en cuanto a la prima de servicios, prestaciones sociales, y aportes de seguridad social serán los establecidos por la ley.

4.1.5.5 Contratación con terceros

Para el apoyo financiero y contable se contratará un Contador externo con los siguientes honorarios: Contador, honorarios por \$700.000 mensuales

4.1.5.6 Horario laboral

Los horarios de trabajo dentro de la empresa están establecidos de la siguiente forma:
Martes a Domingo y/o festivos: 9:00 a.m. a 6:00 p.m.

Si llegará a ser necesario el trabajo de horas extras, será informado a los empleados y su liquidación será de acuerdo a lo establecido por la ley.

4.2 Estudio o análisis legal

4.2.1 Requisitos de constitución

El Centro de Pesca Deportiva será una Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S), ya que su figura jurídica cumple una serie de características apropiadas para este proyecto y su legalización es sencilla.

Los requisitos para la creación de este tipo de empresas son:

- Razón social: Centro de Pesca las Mangas
- Número de socios: Tres
- Constituida por: contrato o acto unilateral
- Capital: Dividido en cuotas iguales, pagaderas en su totalidad en el momento de la constitución.
- Administración: A cargo de los socios, inicialmente.

En la siguiente tabla se muestra el paso a paso para la constitución del centro de Pesca Deportiva:

Tabla 52. Paso a paso para constitución de la empresa.

Actividad	Tiempo	Trámite
Verificación del nombre de la empresa	1 hora	Verificar en la Cámara de Comercio de Pereira que no exista un nombre o razón social igual o similar al establecimiento de comercio.
Elaborar la minuta y presentar los estatutos de la compañía ante un notario para la constitución de la empresa	1 día	Elaborar la minuta de constitución y presentar en la notaria con los siguientes datos básicos: nombre, razón social, clase de sociedad, identificación de los socios, nacionalidad, duración domicilio, aportes de capital, representante legal y facultades, distribución de utilidades, causales de disolución entre otros.

Actividad	Tiempo	Trámite
Pagar el impuesto departamental de registro en el Banco	1 día	Requerir liquidación y obtener el recibo final del impuesto departamental de registro en la Oficina de Impuestos Departamental
Registrar la empresa ante el Registro Mercantil.	4 días	Formulario de registro Inscripción a la cámara de comercio Certificados de existencia y Representación Legal Adquisición y Registro de libros de la empresa
Inscripción a entidades municipales	1 día	Realizar la inscripción ante el SENA, el ICBF, y la Caja de Compensación Familiar; presentando la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> • Formulario de afiliación • Certificado de existencia y representación legal • Fotocopia de la cédula del representante legal • Nómina o listado de personas que tendrá la sociedad con las respectivas fotocopias de las cédulas de ciudadanía y de los documentos de los hijos de los empleados.
Permiso de concesión de aguas superficiales	10 días	Solicitar ante la CARDER el derecho de usar o aprovechar las aguas de uso público para acuicultura y pesca.
Permiso de vertimiento	10 días	Solicitar ante la CARDER el permiso para generar vertimientos en las aguas superficiales, marinas o al suelo asociado a un acuífero.
Concepto uso del suelo	30 días	Obtener el certificado de uso del suelo en la Oficina de Gobierno Municipal
Concepto de seguridad	15 días	Solicitar el concepto de bomberos y obtener el concepto sanitario.

Actividad	Tiempo	Trámite
Formalizar la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)	1 día	Dirigirse a la DIAN para obtener el número de identificación tributaria (NIT). Solicitar el formulario de registro único tributario (RUT).
Seguridad social	5 días	Inscribir la empresa ante la administración de riesgos laborales y afiliar a los trabajadores al sistema de seguridad social (EPS), fondo de pensiones y cesantías ante las entidades correspondientes.
Registro de libros de comercio	2 días	Registrar los libros de contabilidad: diario, mayor, inventario y balances, acta de constitución; en la Cámara de Comercio de Pereira.

Fuente: Elaboración Propia de los autores

4.2.2 Normatividad nacional, departamental y municipal.

Para la creación del centro de Pesca Deportiva es necesario verificar la aplicación de la siguiente normatividad:

Tabla 53. Normatividad.

Código	Descripción
Ley 1429 de 2010	Ley de Formalización y Generación de Empleo
Ley 590 de 2000 de (julio 10)	Expedida por el Congreso de la República, "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".
Decreto No. 2706 del 27 de diciembre de 2012	Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.
Resolución número 1021 de 2013	" Por la cual se adopta el manual de contratación, supervención e interventoría del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo"
Decreto 1072 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo

Fuente: Mipymes (2018). Disponible en: <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/2492/Normatividad>

4.3 Estudio o análisis ambiental

4.3.1 Aguas residuales.

Con el fin de mitigar la contaminación por residuos procedentes de aguas residuales, se tomarán las siguientes acciones:

Trampa de grasa: esta trampa se debe remover por lo menos una vez al mes, eliminando las natas y flotantes que se forman en la superficie del agua; recolectarlas en recipiente hermético y luego entregarlas a la empresa de aseo para su disposición.

Tanque séptico: se implementará como tratamiento primario de los residuos de líquidos, se verificará cada seis meses con el fin de medir el nivel de lodos sedimentados, en caso de ser necesario, retirar el sedimento del fondo con ayuda de palas.

4.3.2 Residuos sólidos.

Con el fin de mitigar la contaminación por residuos sólidos, se tomarán las siguientes acciones:

- Determinar contenedores para el tratamiento de residuos sólidos
- Realizar separación de los residuos sólidos
- Depositar los residuos en los contenedores determinados
- Informar de las características de los residuos y de los requisitos para su correcta gestión a la empresa de recolección
- Diseñar campañas de concientización a los clientes del centro de pesca deportiva

4.3.3 Residuos inorgánicos

Con el fin de mitigar la contaminación por residuos inorgánicos, se designarán contenedores de diferentes colores y se tomarán las siguientes acciones:

- Contenedor azul: depositar vidrio, residuos como botellas de vidrio. Se debe garantizar que los recipientes estén limpios.

- Contenedor verde: depositar envases, residuos como envases plásticos, bolsas plásticas, latas. Se debe garantizar que los envases estén limpios.
- Contenedor gris: depositar cartón y papel, residuos como envases de cartón, revistas, periódicos, entre otros. Se debe garantizar que no se depositan papeles sucios.
- Contenedor rojo: depositar papel sanitario de los baños.

4.3.4 Actividades de ahorro de servicios públicos

Para el ahorro de los servicios públicos se incentivarán las siguientes actividades

Tabla 54. Actividades de ahorro servicios públicos.

Servicio	Actividades de ahorro
Energía	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar la luz del sol siempre que sea posible. • Usar lámparas fluorescentes compactas que producen menos calor y tienen mayor durabilidad. • Aplicar un control al consumo de energía.
Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de normas para la cocina (lavada de la loza), para los baños (uso de lavamanos), para mantenimiento (limpieza del establecimiento). • Aplicar un control al consumo de agua.
Papel	<ul style="list-style-type: none"> • Papel electrónico para la estandarización y normalización de los procesos. • Diseñar impresiones solo cuando sea necesario.
Reutilización de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias para reciclado. • Separar residuos en contenedores diferentes. • Alianzas con proveedores de tecnología para disposición por parte de ellos.

Fuente: Elaboración propia de los autores

4.3.5 Normatividad ambiental

Tabla 55. Normatividad ambiental.

Código	Descripción	Ente regulador
Resolución 1362	Por la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el Registro de Generadores de Residuos o Desechos Peligrosos, a que hace referencia los artículos 27 y 28 del Decreto 4741 del 30 de diciembre de 2005.	Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial
Decreto 4741	Por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral.	Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial
Decreto 1299	Por el cual se reglamenta el Departamento de gestión ambiental de las empresas a nivel industrial y se distan otras disposiciones.	Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial
Decreto 1713	Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos.	Ministerio de desarrollo económico

Fuente: EAN (2018). Disponible en: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1615/NormasAmbientales.pdf?sequence=1>

5. Estudio financiero

5.1 Inversión en activos fijos

- **Inversión en Construcciones y edificaciones:** La siguiente tabla muestra el costo total de las adecuaciones que se deben realizar en los estanques de manera que quede apta para el levante, engorde y comercialización de la actividad a que se dedicará la empresa.

Tabla 56. Costo de la construcción.

Detalle	Valor
Aviso de la empresa	500.000
Iluminación	1.300.000
Adecuaciones e instalaciones	7.250.000
Imprevistos (10%)	905.000
Total Inversión adecuaciones	\$ 9.955.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Inversiones en Equipos y herramientas**

Tabla 57. Inversión en equipos y herramientas.

EQUIPOS - HERRAMIENTAS				Vida Útil (años)
Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Estanque de geomembrana de 3 mts de diámetro	3	\$ 2.500.000	\$ 7.500.000	10
Estanque de geomembrana de 5 mts de diámetro	3	\$ 3.100.000	\$ 9.300.000	10
Tanque de pesca	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000	10
Bomba sumergible	6	\$ 1.150.000	\$ 6.900.000	10
Peachímetro	1	\$ 431.000	\$ 431.000	10
Equipo de Análisis de Agua	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	10
Compresor con Mangueras	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	10
Pesa de Reloj 30 Kg. - Balanza	1	\$ 125.000	\$ 125.000	10
Gramera (Peso)	1	\$ 55.000	\$ 55.000	10
Escopeta	1	\$ 350.000	\$ 350.000	10
Molino	1	\$ 90.000	\$ 90.000	10
Mesa de preparación peces	1	\$ 350.000	\$ 350.000	10
Carretilla	1	\$ 120.000	\$ 120.000	10
Herramientas Varias	1	\$ 436.000	\$ 436.000	10
TOTAL			\$ 32.207.000	

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 58. Total, costo de equipos y herramientas.

EQUIPOS Y/O HERRAMIENTAS				Vida Útil (años)
Detalle de Inversión	Unidades	Costo unitario	Costo total	
Sillas área de pesca	20	\$ 50.000	\$ 1.000.000	10
Mesa preparación de alimentos	2	\$ 350.000	\$ 700.000	10
Nevera	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	10
Estufa	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	10
Horno	1	\$ 900.000	\$ 900.000	10
Elementos de cocina	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	10
Menaje restaurante	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	10
Mesas y sillas tipo restaurante	10	\$ 190.000	\$ 1.900.000	10
Basureros grandes	5	\$ 90.000	\$ 450.000	10
Estanterías	2	\$ 150.000	\$ 300.000	10
Elementos preparación peces	1	\$ 850.000	\$ 850.000	10
Juegos infantiles	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	10
Varas de pesca	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000	10
Baldes para pesca	50	\$ 5.000	\$ 250.000	
TOTAL			\$ 17.150.000	10

TOTAL EQUIPOS Y HERRAMIENTAS**\$ 49.357.000**

Fuente: Elaboración propia de los autores

- Inversiones en equipo de cómputo**

Tabla 59. Valor del equipo de cómputo.

EQUIPOS DE COMUNICACIÓN Y CÓMPUTO			
Detalle de Inversión	Unidades	Costo unitario	Costo total
Teléfono fijo	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Teléfono celular	2	\$ 550.000	\$ 1.100.000
Computador	4	\$ 1.700.000	\$ 6.800.000
Impresora	1	\$ 320.000	\$ 320.000
TOTAL			\$ 8.310.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Inversión en Muebles y enseres**

Tabla 60. Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES			
Detalle de Inversión	Unidades	Costo unitario	Costo total
Escritorios	4	\$ 300.000	\$ 1.200.000
Silla Giratoria tipo gerente	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Silla Giratoria	4	\$ 120.000	\$ 480.000
Archivador	2	\$ 280.000	\$ 560.000
Basureros oficina	3	\$ 40.000	\$ 120.000
TOTAL			\$ 2.610.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Inversión en activos intangibles**

Se requiere de registros y licencias del ICA así como un software para llevar a cabo el proceso de control, producción y comercialización del pescado de manera que se certifique que está libre de enfermedades, para ello se ha presupuestado los siguientes activos intangibles.

Tabla 61. Inversión en activos intangibles.

INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	Valor
Costo de estudios (Prefactibilidad y factibilidad)	\$ 3.000.000
Inscripcion Escritura Publica	\$ 325.000
Formulario de Inscripcion Cámara Comercio	\$ 3.200
Registro Cámara de Comercio	\$ 252.000
Licencias ante el ICA, para producir carne de pescado	\$ 280.000
Registro Establecimiento de Comercio	\$ 730.000
Software contable	\$ 1.800.000
Licencia antivirus y office	\$ 750.000
Sayco y Acinpro	\$ 160.000
SUB-TOTAL	\$ 7.300.200
Imprevistos (10%)	\$ 730.020
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS INTAGIBLES	\$ 8.030.220
TOTAL ACTIVOS PREOPERATIVOS	\$ 17.985.220

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Total, inversión inicial**

Tabla 62. Total, inversión fija inicial.

CONCEPTO	INVERSIÓN INICIAL
Activos fijos tangibles	
Equipo de cómputo	8.310.000
Maquinaria y Equipos	49.357.000
Muebles y enseres	2.610.000
Subtotal	60.277.000
Activos diferidos	
Gastos preoperativos	17.985.220
Subtotal	17.985.220
Total, inversión fija	78.262.220
Capital de trabajo	22.701.810
INVERSIÓN TOTAL	100.964.030

Fuente: Elaboración propia de los autores

5.2 Costos operacionales

- **Costo de mano de obra directa**

Tabla 63. Costo de mano de obra directa.

Sueldos Básicos					
Auxiliar de cocina1	\$ 781.242	\$ 806.242	\$ 832.041	\$ 858.667	\$ 886.144
Auxiliar de cocina 2	\$ 781.242	\$ 806.242	\$ 832.041	\$ 858.667	\$ 886.144
Mesero	\$ 781.242	\$ 806.242	\$ 832.041	\$ 858.667	\$ 886.144
Auxiliar de Mantenimiento y Limpieza	\$ 781.242	\$ 806.242	\$ 832.041	\$ 858.667	\$ 886.144
Técnico de Piscicultura	\$ 900.000	\$ 928.800	\$ 958.522	\$ 989.194	\$ 1.020.849
Preparador de Peces	\$ 781.242	\$ 806.242	\$ 832.041	\$ 858.667	\$ 886.144
Total, Mensual	\$ 4.806.210	\$ 4.960.009	\$ 5.118.729	\$ 5.282.528	\$ 5.451.569
Total, Anual	\$ 57.674.520	\$ 59.520.105	\$ 61.424.748	\$ 63.390.340	\$ 65.418.831
Prestaciones					
Cesantía (mes)	\$ 400.516	\$ 413.332	\$ 426.559	\$ 440.209	\$ 454.296
Intereses de Cesantía (mes)	\$ 4.005	\$ 4.133	\$ 4.266	\$ 4.402	\$ 4.543
Vacaciones (mes)	\$ 200.419	\$ 206.832	\$ 213.451	\$ 220.281	\$ 227.330
Prima de Servicios (mes)	\$ 400.516	\$ 413.332	\$ 426.559	\$ 440.209	\$ 454.296
Total, Prestaciones Sociales mes	\$ 1.005.456	\$ 1.037.631	\$ 1.070.835	\$ 1.105.101	\$ 1.140.465

Total, Anual	\$ 12.013.603	\$ 12.451.566	\$ 12.850.016	\$ 13.261.217	\$ 13.685.576
Parafiscales y seguridad social					
Aporte en Salud Eps (mes)	\$ 408.528	\$ 421.601	\$ 435.092	\$ 449.015	\$ 463.383
Aporte en Pensión (mes)	\$ 576.745	\$ 595.201	\$ 614.247	\$ 633.903	\$ 654.188
Arp (mes)	\$ 38.450	\$ 39.680	\$ 40.950	\$ 42.260	\$ 43.613
Total, aportes Patronales	\$ 1.023.723	\$ 1.056.482	\$ 1.090.289	\$ 1.125.179	\$ 1.161.184
Total, Anual	\$ 12.284.673	\$ 12.677.782	\$ 13.083.471	\$ 13.502.142	\$ 13.934.211
Auxilio de transporte					
Auxilio de transporte	\$ 529.266	\$ 581.907	\$ 581.907	\$ 581.907	\$ 581.907
Total, año	\$ 6.351.192	\$ 6.982.888	\$ 6.982.888	\$ 6.982.888	\$ 6.982.888
Total, Mensual	\$ 7.364.655	\$ 7.636.028	\$ 7.861.760	\$ 8.094.716	\$ 8.335.125
TOTAL, OPERACIÓN	\$ 88.323.987	\$ 91.632.341	\$ 94.341.124	\$ 97.136.587	\$ 100.021.506

Fuente: Elaboración propia de los autores

- Costo de materiales**

Tabla 64. Costo de materiales

COMPRA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS					
	VOLUMEN DE COMPRA				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alevinos	50.148	50.343	50.245	50.245	50.148
Bolsa de encarnada	305.250	306.433	305.842	305.842	305.250
Caldo de pescado	122.100	122.573	122.337	122.337	122.100
Ensalada	2.289.376	2.298.249	2.293.813	2.293.813	2.289.376
Arroz	3.052.501	3.064.333	3.058.417	3.058.417	3.052.501
Patacones	30.525	30.643	30.584	30.584	30.525
Bebida	15.263	15.322	15.292	15.292	15.263
	PRECIO DE COMPRA				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alevinos	\$ 180	\$ 187	\$ 194	\$ 200	\$ 206
Bolsa de encarnada	\$ 15	\$ 16	\$ 16	\$ 17	\$ 17
Caldo de pescado	\$ 10	\$ 10	\$ 11	\$ 11	\$ 11
Ensalada	\$ 7	\$ 7	\$ 8	\$ 8	\$ 8
Arroz	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 6	\$ 6
Patacones	\$ 500	\$ 520	\$ 538	\$ 557	\$ 573
Bebida	\$ 1.000	\$ 1.039	\$ 1.077	\$ 1.113	\$ 1.146
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	TOTAL EGRESOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alevinos	\$ 9.026.682	\$ 9.415.074	\$ 9.739.885	\$ 10.066.171	\$ 10.348.102
Bolsa de encarnada	\$ 4.578.752	\$ 4.775.762	\$ 4.940.522	\$ 5.106.029	\$ 5.249.037

Caldo de pescado	\$ 1.221.000	\$ 1.273.537	\$ 1.317.472	\$ 1.361.608	\$ 1.399.743
Ensalada	\$ 16.025.631	\$ 16.715.168	\$ 17.291.825	\$ 17.871.102	\$ 18.371.631
Arroz	\$ 15.262.506	\$ 15.919.208	\$ 16.468.405	\$ 17.020.097	\$ 17.496.791
Patacones	\$ 15.262.506	\$ 15.919.208	\$ 16.468.405	\$ 17.020.097	\$ 17.496.791
Bebida	\$ 15.262.506	\$ 15.919.208	\$ 16.468.405	\$ 17.020.097	\$ 17.496.791
Total Compras	\$ 76.639.584	\$ 79.937.165	\$ 82.694.920	\$ 85.465.200	\$ 87.858.887

COMPRA DE INSUMOS					
	HORIZONTE DEL PROYECTO				
Volumen de compra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Concentrado 45%	180	180	180	180	180
Concentrado 35%	180	180	180	180	180
Concentrado 24%	240	240	240	240	240
Total	600	600	600	600	600
PRECIO DE INSUMO					
Concentrado 45%	\$ 29.000	\$ 30.131	\$ 31.231	\$ 32.277	\$ 33.245
Concentrado 35%	\$ 26.000	\$ 27.014	\$ 28.000	\$ 28.938	\$ 29.806
Concentrado 24%	\$ 21.000	\$ 21.819	\$ 22.615	\$ 23.373	\$ 24.074
TOTAL EGRESOS					
Concentrado 45%	\$ 5.220.000	\$ 5.423.580	\$ 5.621.541	\$ 5.809.862	\$ 5.984.158
Concentrado 35%	\$ 4.680.000	\$ 4.862.520	\$ 5.040.002	\$ 5.208.842	\$ 5.365.107
Concentrado 24%	\$ 5.040.000	\$ 5.236.560	\$ 5.427.694	\$ 5.609.522	\$ 5.777.808
Total					
Total Egreso Mater e insumos	\$ 14.940.000	\$ 15.522.660	\$ 16.089.237	\$ 16.628.227	\$ 17.127.073

TOTAL COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	\$ 91.579.584	\$ 95.459.825	\$ 98.784.157	\$ 102.093.427	\$ 104.985.960
---	----------------------	----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------

Fuente: Elaboración propia de los autores

El costo de los concentrados para alimentar la cantidad de peces establecidos en el programa de manera anual, fueron calculados de acuerdo a la alimentación que se debe proporcionar a estos animales, dicho cálculos fueron realizados con el acompañamiento y asesoría del señor Harold, zootecnista e instructor del SENA Pereira. Estos precios corresponden a precios de abril de 2018.

- **Costo de otros insumos (CIF)**

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento Instalaciones	\$ 1.800.000	\$ 1.870.200	\$ 1.938.462	\$ 2.003.401	\$ 2.063.503
Servicios Públicos	\$ 6.218.400	\$ 6.417.389	\$ 6.648.415	\$ 6.874.461	\$ 7.108.193
Arriendos	\$ 36.000.000	\$ 37.152.000	\$ 38.489.472	\$ 39.798.114	\$ 41.151.250
Dotación	\$ 490.000	\$ 505.680	\$ 523.884	\$ 541.697	\$ 560.114
Depreciación Operativa	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700
Total Costos	\$ 49.444.100	\$ 50.880.969	\$ 52.535.934	\$ 54.153.372	\$ 55.818.760

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Gastos por depreciación**

Tabla 65. Gastos por depreciación.

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES					
OPERACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Maquinaria y Equipos	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700
Total, Depreciación Operación	\$ 4.935.700				
ADMINISTRACIÓN					
Equipos Administrativa	\$ 1.662.000	\$ 1.662.000	\$ 1.662.000	\$ 1.662.000	\$ 1.662.000
Muebles y Enseres	\$ 261.000	\$ 261.000	\$ 261.000	\$ 261.000	\$ 261.000
Total, Depreciación Administra	\$ 1.923.000				
Total, Gastos por Depreciación	\$ 6.858.700				

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Amortización diferidos**

Tabla 66. Amortización diferida.

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencias y tramites legales	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Remuneración del personal administrativo**

Tabla 67. Remuneración del personal administrativo.

NOMINA PARA EL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Básicos					
Gerente administrador	\$ 1.500.000	\$ 1.548.000	\$ 1.597.536	\$ 1.648.657	\$ 1.701.414
Cajero Recepcionista	\$ 781.242	\$ 806.242	\$ 832.041	\$ 858.667	\$ 886.144
Total Mensual	\$ 2.281.242	\$ 2.354.242	\$ 2.429.577	\$ 2.507.324	\$ 2.587.558
Total Anual	\$ 27.374.904	\$ 28.250.901	\$ 29.154.930	\$ 30.087.888	\$ 31.050.700
Prestaciones					
Cesantía (mes)	\$ 190.103	\$ 196.186	\$ 202.464	\$ 208.943	\$ 215.629
Intereses de Cesantía (mes)	\$ 1.901	\$ 1.962	\$ 2.025	\$ 2.089	\$ 2.156
Vacaciones (mes)	\$ 95.128	\$ 98.172	\$ 101.313	\$ 104.555	\$ 107.901
Prima de Servicios (mes)	\$ 190.103	\$ 196.186	\$ 202.464	\$ 208.943	\$ 215.629
Total Prestaciones Sociales mes	\$ 477.234	\$ 492.506	\$ 508.266	\$ 524.530	\$ 541.315
Total Anual	\$ 5.702.193	\$ 5.910.070	\$ 6.099.192	\$ 6.294.366	\$ 6.495.786
Parafiscales y seguridad social					
Aporte en Salud Eps (mes)	\$ 193.906	\$ 200.111	\$ 206.514	\$ 213.123	\$ 219.942
Aporte en Pensión (mes)	\$ 273.749	\$ 282.509	\$ 291.549	\$ 300.879	\$ 310.507
Arp (mes)	\$ 18.250	\$ 18.834	\$ 19.437	\$ 20.059	\$ 20.700
Total, aportes Patronales	\$ 485.905	\$ 501.453	\$ 517.500	\$ 534.060	\$ 551.150
Total, Anual	\$ 5.830.855	\$ 6.017.442	\$ 6.210.000	\$ 6.408.720	\$ 6.613.799
Auxilio de transporte					
Auxilio de transporte	\$ 176.422	\$ 182.068	\$ 188.622	\$ 195.035	\$ 201.666
Total, año	\$ 2.117.064	\$ 2.184.810	\$ 2.263.463	\$ 2.340.421	\$ 2.419.995
Total, Mensual	\$ 3.420.803	\$ 3.530.269	\$ 3.643.965	\$ 3.760.950	\$ 3.881.690
TOTAL, ADMINISTRACION	\$ 41.025.015	\$ 42.363.222	\$ 43.727.585	\$ 45.131.394	\$ 46.580.280

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 68. Porcentaje con que se calcula las prestaciones sociales.

CONCEPTO	Año 1
	% Aplicable
Cesantías	8,33%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Intereses cesantías	1,00%
Aportes sena	0,00%
Caja de compensación	0,00%
Icbf	0,00%
Salud	8,50%
Pensión	12,00%
Riesgos profesionales	1,04%
TOTAL	43,37%

Fuente: Elaboración propia de los autores

- Gastos de administración**

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de personal	\$ 41.025.015	\$ 42.363.222	\$ 43.727.585	\$ 45.131.394	\$ 46.580.280
Honorarios Contador	\$ 8.400.000	\$ 8.668.800	\$ 8.980.877	\$ 9.286.227	\$ 9.601.958
Servicios Públicos	\$ 6.218.400	\$ 8.291.200	\$ 8.556.518	\$ 8.830.327	\$ 9.112.897
Gastos papelería y otros	\$ 1.826.000	\$ 1.884.432	\$ 1.952.272	\$ 2.018.649	\$ 2.087.283
Publicidad	\$ 5.760.000	\$ 3.566.592	\$ 3.312.651	\$ 3.076.790	\$ 3.175.247
Depreciaciones Administra	\$ 1.923.000	\$ 1.923.000	\$ 1.923.000	\$ 1.923.000	\$ 1.923.000
Total Costos	\$ 65.152.415	\$ 66.697.246	\$ 68.452.902	\$ 70.266.387	\$ 72.480.666

- Gastos de venta**

Tabla 69. Gastos de venta.

TIPO DE PUBLICIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Viáticos viajes a Pereira	48	\$ 20.000	\$ 960.000
Gastos publicidad y promoción de la empresa	12	\$ 400.000	\$ 4.800.000
TOTAL			\$ 5.760.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Otros gastos administrativos**

Tabla 70. Otros gastos administrativos.

TIPO	VALOR TOTAL ANUAL (\$)	OBSERVACIONES
Papelería para la empresa	800.000	Facturas y demás
Seguros	620.000	Seguro contra todo riesgo
Extintores	56.000	Se debe hacer de manera anual
Elementos de aseo	350.000	
TOTAL	\$ 1.826.000	

Fuente: Elaboración propia de los autores

- **Fuentes de financiación**

Tabla 71. Fuentes de financiación.

Financiación del proyecto		Inversion	
Recursos propios	70%	\$	70.674.821
Obligación Financiera	30%	\$	30.289.209
Total Inversion	100%	\$	100.964.030

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tasa de interés del 18% EA, a 5 años.

- **Amortización del crédito**

Tabla 72. Amortización del crédito.

DESCRIPCIÓN	HORIZONTE DEL PROYECTO					
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Valor del crédito	30.289.209					
Tasa de Interés	18,0%					
Saldo de Capital	30.289.209	30.289.209	26.055.449	21.059.612	15.164.524	8.208.320
Cuota Fija	9.685.818	9.685.818	9.685.818	9.685.818	9.685.818	9.685.818
Pago Intereses		5.452.058	4.689.981	3.790.730	2.729.614	1.477.498
Abono a Capital		4.233.760	4.995.837	5.895.088	6.956.204	8.208.320

Fuente: Elaboración propia de los autores

5.3 Estados financieros proyectados

- **Flujo de Caja proyectado**

Tabla 73. Flujo de caja proyectado.

Centro de Pesca las Mangas SAS						
FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		\$ 346.676.922	\$ 331.298.130	\$ 341.359.872	\$ 352.345.672	\$ 363.685.135
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compra Materias Primas		\$ 73.419.922	\$ 76.578.970	\$ 79.220.871	\$ 81.874.770	\$ 84.331.013
Compra de insumos		\$ 14.940.000	\$ 15.522.660	\$ 16.089.237	\$ 16.628.227	\$ 17.127.073
Nomina Operativa		\$ 88.323.987	\$ 91.632.341	\$ 94.341.124	\$ 97.136.587	\$ 100.021.506
Costo inidirectos de fabricacion		\$ 32.508.400	\$ 33.561.269	\$ 34.770.410	\$ 35.951.634	\$ 37.165.976
Gastos Admon y Ventas		\$ 63.229.415	\$ 64.774.246	\$ 66.529.902	\$ 68.343.387	\$ 70.557.666
Pago de Impuesto de Renta		\$ 0	\$ 10.380.584	\$ 11.247.363	\$ 11.933.412	\$ 12.944.484
Pago de Dividendos			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de deuda		\$ 9.685.818	\$ 9.685.818	\$ 9.685.818	\$ 9.685.818	\$ 9.685.818
Total egresos de Efectivo		\$ 282.107.542	\$ 302.135.889	\$ 311.884.725	\$ 321.553.835	\$ 331.833.536
Flujo Neto de efectivo Operativo		\$ 64.569.380	\$ 29.162.242	\$ 29.475.147	\$ 30.791.837	\$ 31.851.599
Inversiones	-\$ 100.964.030	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto Total	-\$ 100.964.030	\$ 64.569.380	\$ 29.162.242	\$ 29.475.147	\$ 30.791.837	\$ 31.851.599
Mas: Saldo Inicial de Caja		\$ 0	\$ 64.569.380	\$ 93.731.622	\$ 123.206.769	\$ 153.998.606
Igual: Saldo Final de Caja		\$ 64.569.380	\$ 93.731.622	\$ 123.206.769	\$ 153.998.606	\$ 185.850.205

Fuente: Elaboración propia de los autores

- Estado de Resultados proyectado

Tabla 74. Estado de resultados proyectado.

Centro de Pesca las Mangas SAS
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS BRUTAS	\$ 346.676.922	\$ 359.157.291	\$ 370.061.035	\$ 381.968.386	\$ 393.496.406
Menos:					
Costo de Venta	\$ 229.347.671	\$ 237.973.135	\$ 245.661.215	\$ 253.383.386	\$ 260.826.226
Compra de materia prima	\$ 76.639.584	\$ 79.937.165	\$ 82.694.920	\$ 85.465.200	\$ 87.858.887
Compra de insumos	\$ 14.940.000	\$ 15.522.660	\$ 16.089.237	\$ 16.628.227	\$ 17.127.073
Nomina Operativa	\$ 88.323.987	\$ 91.632.341	\$ 94.341.124	\$ 97.136.587	\$ 100.021.506
Costo inidrectos de fabricacion	\$ 44.508.400	\$ 45.945.269	\$ 47.600.234	\$ 49.217.672	\$ 50.883.060
Depreciación Operativa	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700	\$ 4.935.700
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 117.329.251	\$ 121.184.156	\$ 124.399.820	\$ 128.585.000	\$ 132.670.181
Menos:					
Gastos de Administración	\$ 65.152.415	\$ 66.697.246	\$ 68.452.902	\$ 70.266.387	\$ 72.480.666
Amortización de Diferidos	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044	\$ 3.597.044
Utilidad Operacional	\$ 48.579.792	\$ 50.889.865	\$ 52.349.874	\$ 54.721.569	\$ 56.592.471
Menos: Gasto Financieros	\$ 5.520.546	\$ 4.748.896	\$ 3.838.349	\$ 2.763.904	\$ 1.496.058
Utililidades Antes de Impuestos	\$ 43.059.246	\$ 46.140.969	\$ 48.511.525	\$ 51.957.666	\$ 55.096.413
Menos Provisión de Impuestos	\$ 14.209.551	\$ 15.226.520	\$ 16.008.803	\$ 17.146.030	\$ 18.181.816
Utilidad Neta	\$ 28.849.695	\$ 30.914.449	\$ 32.502.722	\$ 34.811.636	\$ 36.914.597

Fuente: Elaboración propia de los autores

- Balance general proyectado

Tabla 75. Balance general proyectado.

Centro de Pesca las Mangas SAS
BALANCE GENERAL PROYECTADO

	PERIODO 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
<u>Activos Corrientes</u>						
Efectivo		49.228.045	86.556.613	124.328.220	163.689.239	203.783.934
Cuentas Por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Animales		0	0	0	0	0
Total Activos Corrientes	0	49.228.045	86.556.613	124.328.220	163.689.239	203.783.934
<u>Activos No Corrientes</u>						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Depreciables						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Equipos Administrativa	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
Maquinaria y Equipos	49.357.000	49.357.000	49.357.000	49.357.000	49.357.000	49.357.000
Muebles y Enseres	2.610.000	2.610.000	2.610.000	2.610.000	2.610.000	2.610.000
0	0	0	0	0	0	0
Dotaciones	0	0	0	0	0	0
Total Activo Fijo Depreciable	60.277.000	60.277.000	60.277.000	60.277.000	60.277.000	60.277.000
(-) Depreciación Acumulada		6.858.700	13.717.400	20.576.100	27.434.800	34.293.500
Total Activo Fijo Depreciable	60.277.000	53.418.300	46.559.600	39.700.900	32.842.200	25.983.500
Activos Diferidos	41.955.336	38.358.292	34.761.248	31.164.204	27.567.160	23.970.116
TOTAL ACTIVOS	102.232.336	141.004.637	167.877.460	195.193.324	224.098.599	253.737.550

PASIVO Y PATRIMONIO						
<u>Pasivos Corrientes</u>						
Proveedores		0	0	0	0	0
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasivos a Largo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de renta por Pagar		14.209.551	15.226.520	16.008.803	17.146.030	18.181.816
Total pasivos Corrientes	0	14.209.551	15.226.520	16.008.803	17.146.030	18.181.816
<u>Pasivos No Corrientes</u>						
Pasivos Financieros	30.669.701	26.382.756	21.324.161	15.355.020	8.311.433	0
Cuentas por pagar		0	0	0	0	0
Total pasivos No Corrientes		26.382.756	21.324.161	15.355.020	8.311.433	0
TOTAL PASIVOS	30.669.701	40.592.307	36.550.681	31.363.823	25.457.462	18.181.816
<u>PATRIMONIO</u>						
Capital	71.562.635	71.562.635	71.562.635	71.562.635	71.562.635	71.562.635
Utilidades Retenidas		0	28.849.695	59.764.144	92.266.866	127.078.502
Utilidades del Ejercicio		28.849.695	30.914.449	32.502.722	34.811.636	36.914.597
TOTAL PATRIMONIO	71.562.635	100.412.330	131.326.779	163.829.501	198.641.137	235.555.733
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	102.232.336	141.004.637	167.877.460	195.193.324	224.098.599	253.737.550

Fuente: Elaboración propia de los autores

6. Evaluación financiera

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores o evaluadores de proyectos, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo, (Zamora, 2009, pág. 3).

Dicha evaluación se puede hacer con los métodos que tienen en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como son: VPN, TIR y $R^{B/C}$, entre otros.

Para proceder con esos métodos se debe hallar primero el flujo neto de operación y luego el flujo financiero neto del proyecto o en otras palabras el Flujo de Caja Libre, cálculos que aparecen en las tablas que se muestran a continuación.

6.1 Flujo de caja libre

Tabla 76. Flujo financiero neto del proyecto

Centro de Pesca las Mangas SAS						
FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		\$ 346.676.922	\$ 359.157.291	\$ 370.061.035	\$ 381.968.386	\$ 393.496.406
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compra Materias Primas		\$ 76.639.584	\$ 79.937.165	\$ 82.694.920	\$ 85.465.200	\$ 87.858.887
Compra de insumos		\$ 14.940.000	\$ 15.522.660	\$ 16.089.237	\$ 16.628.227	\$ 17.127.073
Nomina Operativa		\$ 88.323.987	\$ 91.632.341	\$ 94.341.124	\$ 97.136.587	\$ 100.021.506
Costo indirectos de fabricacion		\$ 44.508.400	\$ 45.945.269	\$ 47.600.234	\$ 49.217.672	\$ 50.883.060
Gastos Admon y Ventas		\$ 63.229.415	\$ 64.774.246	\$ 66.529.902	\$ 68.343.387	\$ 70.557.666
Pago de Impuesto de Renta		\$ 0	\$ 14.209.551	\$ 15.226.520	\$ 16.008.803	\$ 17.146.030
Pago de Dividendos			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de deuda		\$ 9.807.491	\$ 9.807.491	\$ 9.807.491	\$ 9.807.491	\$ 9.807.491
Total egresos de Efectivo		\$ 297.448.877	\$ 321.828.724	\$ 332.289.428	\$ 342.607.367	\$ 353.401.712
Flujo Neto de efectivo Operativo		\$ 49.228.045	\$ 37.328.568	\$ 37.771.607	\$ 39.361.019	\$ 40.094.695
Inversiones	-\$ 102.232.336	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto Total	-\$ 102.232.336	\$ 49.228.045	\$ 37.328.568	\$ 37.771.607	\$ 39.361.019	\$ 40.094.695

Fuente: Elaboración propia de los autores

6.2 Valor presente neto – o VNA

El método del Valor Presente Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VPN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente.

La condición indispensable para comparar alternativas es que siempre se tome en la comparación igual número de años, pero si el tiempo de cada uno es diferente, se debe tomar como base el mínimo común múltiplo de los años de cada alternativa.

En este sentido para determinar la decisión de inversión del proyecto empleando el VPN (Valor Presente Neto); que permita tomar la decisión de hacer la inversión o no, es necesario calcular la WACC o Costo de capital promedio ponderado.

De las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el coste económico para la compañía de atraer capital al sector; y como inversores: el retorno que estos esperan, al invertir en deuda o patrimonio neto de la compañía.

$$WACC = K_e \frac{E}{E+D} + K_d (1-T) \frac{D}{E+D}$$

Ke=	Tasa de costo de oportunidad esperada, o costo de los fondos propios			
E =	Capital aportado o fondos propios			
D=	Monto de la deuda financiera			
Kd=	Costo de la deuda financiera			
T=	Tasa de impuesto			

Para estimar el coste del patrimonio (k_e) generalmente se utiliza el Capital Asset Pricing Model, (CAPM).

CAPM = Retorno esperado de la inversión

Es una de las herramientas más utilizadas en el área financiera para determinar la tasa de retorno requerida para un cierto activo

De las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el coste económico para la compañía de atraer capital al sector; y como inversores: el retorno que estos esperan, al invertir en deuda o patrimonio neto de la compañía.

$$K_e = R_f + \beta \cdot (R_f - R_m)$$

Dónde:					
R_f = Rentabilidad del activo libre de riesgo					
R_m = Rentabilidad esperada del mercado					
β (beta) = Indica la sensibilidad del rendimiento de un activo ante el cambio del rendimiento del mercado					

R_f =	6,66%	(Tes de Colombia, con venc: Fuente: SEN y MEC, con cálculos Banco de la República.
R_m =	10,80%	https://www.bloomberg.com/markets/sectors
β_L =	0,74	http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Nota: como la β_L está apalancada se procede a desapalancarla, ya que ésta última reúne no solo el riesgo financiero sino también el riesgo operativo, para ello se puede emplear la siguiente expresión:

$$\beta_u = \beta_L / (1 + (1 - T)D/E)$$

Al reemplazar los valores se obtiene una β_u igual a 0.57, obtenido así:

	β_L		T	D	E
	0,74	1	33%	30.669.701	71.562.635
$\beta_l =$	1,29				
$\beta_l =$	0,57				

Finalmente, al reemplazar los valores obtenidos en la fórmula del K_e se obtiene un

CAPM =	9,04%
---------------	--------------

Ahora, reemplazando los valores en la fórmula del WACC se tiene:

$K_e =$	9,04%
$E =$	70.674.821
$D =$	30.289.209
$K_d =$	18%
$T =$	33%

Tabla 77. Costo de capital

$WACC =$	6,33%	+	3,62%
$WACC =$	9,95%		

Fuente: Elaboración propia de los autores

El proyecto se evalúa con una WACC del 9.95%, hallada utilizando el método de CAPM, es decir, la combinación entre recursos propios y financiados.

WACC= El 9,95% se supone que la rentabilidad anual del proyecto debe ser superior o igual este valor, ya que si este proporciona dicho valor será capaz de pagar la rentabilidad exigida por los financiadores.

Se trae a VP tanto los ingresos como los egresos del flujo financiero neto del proyecto, así:

Tabla 78. VPN

Valor Presente Neto (VPN)	53.736.373
---------------------------	-------------------

Fuente: Elaboración propia de los autores

Como se puede apreciar, el VPN es positivo, por lo tanto, se recomienda la ejecución del proyecto.

6.3 Relación Beneficio – Costo. $R^{B/C}$

$$R^{B/C} = \frac{\sum \text{VPN Ing.}}{\sum \text{VPN Egr.}}$$

Relacion Beneficio Costo	1,13
--------------------------	-------------

La Relación beneficio costo superior a uno, esto significa que los socios invierten un peso en el proyecto y obtendrán \$1.13 por cada peso invertido, por lo tanto, este indicador también establece que el proyecto rinde acorde a las expectativas de los inversionistas.

6.4 Tasa interna de retorno – TIR

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico, (Vaquiro, 2012, pág. 1).

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toma como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento (WACC), el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si

la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa WACC, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido, (Vaquiro, 2012, pág. 1).

Tabla 79. TIR

Tasa Interna de Retorno (TIR)	29,73%
-------------------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia de los autores

La TIR es del 29.73%, superior al 9.95% que se empleó como Tasa de Interés de Oportunidad para evaluar el proyecto, por lo tanto, se confirma lo atractivo de la inversión.

6.5 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 80. PRI

Periodo	FCL	PRI
Año 0	-102.232.336	-102.232.336
Año 1	49.228.045	-53.004.290
Año 2	37.328.568	-15.675.723
Año 3	37.771.607	22.095.885
Año 4	39.361.019	61.456.904
Año 5	40.094.695	101.551.599

Fuente: Elaboración propia de los autores

Como se puede apreciar, la inversión realizada en el presente proyecto se recupera al tercer año de operación de la empresa, el cálculo es realizado en valores constantes.

6.6 Punto de equilibrio

Fórmula:

Ventas en el punto de equilibrio =	costos fijos x	$\frac{1}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{Ventas}}}$
------------------------------------	----------------	---

Cálculo de los costos fijos para hallar Punto de Equilibrio (P.E.):

COSTOS FIJOS			
Mano de obra			145.890.402
	Administrativa	57.566.415	
	Operativa	88.323.987	
Otros gastos			57.030.100
	Gastos de venta	5.760.000	
	Servicios	49.444.100	
	Otros gastos	1.826.000	
TOTAL COSTOS FIJOS			\$ 202.920.502

Costos variables: **\$ 91.579.584**

Ventas: **\$ 346.676.922,00**

Reemplazando se tiene:

V.P.E =	\$ 202.920.502	{	1	}
		{ 1 -	91.579.584	}
			346.676.922,00	
V.P.E =	\$ 202.920.502	{	1	}
		{ 1 -	0,264164061	}
V.P.E =	\$ 202.920.502	{	1	}
			0,7358	
	\$ 202.920.502	{	1,3590	}
V.P.E =	\$ 275.768.676			

La empresa debe vender para el primer año el equivalente a \$275.768.676 para obtener el P.E., es decir, para no tener ganancias ni tampoco pérdidas en el primer año de operaciones.

Conclusiones

Una vez finalizado el presente estudio de factibilidad se puede concluir lo siguiente:

- En cuanto al estudio de mercado se puede concluir que existe un alto nivel de aceptación de la empresa por parte de los clientes potenciales, tal como pudo demostrarse con la investigación realizada a través de la encuesta, en la que se evidenció una intención del 80% de visitar la pesca deportiva ubicada en la Florida del municipio de Pereira. Aunque los principales clientes para la pesca deportiva se encuentran ubicados en los municipios de Pereira y Dosquebradas, existe un sin número de clientes potenciales que visitan la región gracias al impulso del turismo después de haber sido reconocido como paisaje cultural cafetero.
- Una vez demostrada la factibilidad del proyecto desde el estudio de mercado, se precedió con la realización del estudio técnico, donde se adelantaron las fases correspondientes a la consolidación de esta variable allí se determinó que, para el primer año, la empresa tendrá la capacidad de producir 43.607 servicios, distribuidos entre la pesca, el servicio de restaurante y la venta de pescado. Con el comportamiento de las ventas podrá establecerse cuál es el servicio/producto estrella, con el fin de fortalecerlo para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de la organización.
- Continuando con el desarrollo de los objetivos específicos, el tercero hace referencia a demostrar la factibilidad desde los aspectos administrativos, los requerimientos legales y ambientales necesarios para colocar en funcionamiento la empresa, para lo cual se pudo concluir que la pesca deportiva en sus inicios podrá operar con una planta orgánica pequeña que le permitirá optimizar los costos de operación, teniendo la ventaja de que en los momentos de alta demanda pueda contratarse personal de apoyo, especialmente en fines de semana, de acuerdo a las necesidades del servicio. De otra parte, desde los aspectos legales se pudo identificar que, por la simplicidad de los trámites, se concluyó que la figura más recomendada para legalizar la empresa es la Sociedad por Acciones Simplificadas. La empresa dispondrá de diferentes estrategias para el cuidado del medio ambiente, teniendo en cuenta que en el lugar se generará gran cantidad de residuos sólidos.

- Finalmente al desarrollar el último objetivo que hace referencia al estudio financiero, se puede concluir que el proyecto financieramente es atractivo ejecutarlo, la inversión inicial es de 102.232.336, aunque la empresa reporta unas utilidades operacionales bajas esto no resulta preocupante, pues al evaluar el proyecto resulta interesante ya que rinde por encima de la tasa de Interés de Oportunidad o Tasa WACC, arrojando una TIR del 29.73%, que resulta muy atractiva frente al 9.95% que exige la WACC (o tasa de descuento). Igual situación presenta el VPN, que resulta positivo, es decir, que rinde por encima de las expectativas de los inversionistas, y bajo esa situación, se recomienda la ejecución del proyecto, ya que resulta factible desde todas las variables analizadas.

Recomendaciones

- Se recomienda ampliar la investigación de mercados a otras regiones del departamento de Risaralda con similares condiciones de turismo, con el fin de poder contar con un mercado más asegurado, e inclusive pensar en aumentar la producción de carne de pez como alternativa de alimentación en la población.
- La empresa puede diversificar su portafolio de clientes, explorando la posibilidad de distribuir el pescado que produce a supermercados y restaurantes, con el fin de aumentar las ventas y mejorar la rentabilidad. Así mismo realizar análisis de mercado para incluir el servicio de Bar dentro de las instalaciones.
- Se recomienda a la empresa innovar en los platos que ofrece, como por ejemplo la creación de un menú infantil que resulte nutritivo y llamativo para los niños.
- En la misma investigación de mercados, buscar la alternativa o posibilidad de poder comercializar otro tipo de carne de pescado (que se detecte la necesidad en la población), de manera que la empresa puede diversificar e incursionar en diferentes líneas de carne de pez y así poder ser mucho más competitivo en la región.
- Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes para promocionar el lugar como destino turístico importante de la región
- Siendo el proyecto factible desde las diferentes variables que encierran la ejecución de un estudio de factibilidad como lo es para este caso, se recomienda la consecución de los recursos financieros necesarios para llevar el proyecto a la realidad, pues uno de los pilares fundamentales de la Universidad es que el estudiante o profesional egresado, cree empresa y esta alternativa se convierte en una muy buena opción para cumplir estos lineamientos del claustro universitario.
- Establecer el proceso de servicio postventa para que se realice seguimiento a los clientes y al nivel de satisfacción frente al servicio recibido

Bibliografía

Actiweb.es. (2012). www.actiweb.es. Obtenido de <http://www.actiweb.es/locosporelmar/ayudas.html>.

Benassini, M. (2009). Introducción a la investigación de Mercados (Segunda Edición ed.). México.

Berrio, A. R. (05 de 02 de 2009). Gobernación de Risaralda. Obtenido de <http://camarasantarosa.org/wp-content/uploads/2015/02/Plan-de-Desarrollo-Tco-Santa-Rosa.pdf>

Briceño, P. L. (2016). Apuntes de Finanzas. Lima.

CARDER. (26 de 06 de 2012). Carder. Obtenido de <http://www.carder.gov.co>

Ceballos, H. (03 de 2013). Avia Export. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/Presentaci%C3%B3n%20Final.pdf>.

Cifuentes, b. L. (1997). Biblioteca digital. Obtenido de http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen2/ciencia3/087/htm/sec_28.htm.

Coast, T. (marzo de 2016). <https://tunacoastmagazine.com/2016/03/01/normas-internacionales-de-la-pesca-deportiva/>. Obtenido de <https://tunacoastmagazine.com/2016/03/01/normas-internacionales-de-la-pesca-deportiva/>.

Córdoba, R. (27 de 04 de 2017). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Pesca_deportiva.

El tiempo. (31 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/viajar/pesca-deportiva-en-el-vichada/16550271>.

El tiempo.com. (31 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/viajar/pesca-deportiva-en-el-vichada/16550271>.

Escobar, W. H. (26 de marzo de 2013). Mprende.co. Obtenido de mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-politica-nacional-de-emprendimiento
fao.org. (2017). Obtenido de <http://www.fao.org>.

Ferrer, E. (2012). www.maestropescador.com. Obtenido de http://www.maestropescador.com/Arte_pesca/Historia_pesca.html.

Gilli, J. J. (2017). Claves de la estructura Organizativa. Buenos Aires.

Gilli, J. J. (2017). Claves de la Estructura Organizativa. Buenos Aires. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=YsVADgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estructura+>

[organizacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_3d-D-dzTAhUFNiYKHQSxDKo4FBDoAQg9MAU#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=dI8w4p-z98sC&pg=PA77&dq=estructura+organizacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_3d-D-dzTAhUFNiYKHQSxDKo4FBDoAQg9MAU#v=onepage&q&f=false).

Lemus, J. L. (1997). Biblioteca digital. Obtenido de http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen2/ciencia3/087/htm/sec_28.htm.

Luis, B. C. (1997). Obtenido de http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen2/ciencia3/087/htm/sec_28.htm.

Mejía, E. (06 de 29 de 2012). Capsulas de emprendimiento. Obtenido de <https://capsulasdeemprendimiento.word.com/fomento/emprenimiento-2/colombia/>.

Moreno, F. E. (2014). Mercadotecnia Estratégica: Teoría e impacto en las unidades de información. México.

Pisonero, C. T. (2014). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid. Publicaciones. (06 de 03 de 2015). Publicaciones. Obtenido de https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=D5cpWdy_L5C--wXn8oHYCQ#q=normatividad+para+constituir+una+sas.

Rubén E. Slone, J. P. (2012). Transformando la Cadena de Suministro. Boston. Sandhusen, R. L. (2002). Marketing. México.

Tiempo, P. e. (29 de 10 de 2013). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13149370>.

Umaña, F. (28 de 10 de 2015). www.eltiempo.com. Obtenido de www.eltiempo.com/archivo/docuemento/CMS-16415578.

Vainrub, R. (1996). Nacimiento de una Empresa. Venezuela. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=dI8w4p-z98sC&pg=PA77&dq=estructura+organizacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiQx9T18NzTAhUEKyYKHRX0Ahk4ChDoAQg3MAU#v=onepage&q=estructura%20organizacional&f=false>

Apéndices

Apéndice 1. Formato de encuesta.



AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

ENCUESTA PESCA DEPORTIVA

Buenos días (tardes), mi nombre es _____, la Fundación Universitaria del Área Andina sede Pereira actualmente se encuentra realizando un diagnóstico socioeconómico del corregimiento de la Florida del municipio de Pereira, por tanto, solicitamos su valiosa colaboración para realizarle algunas preguntas, explicándole que la información solicitada reviste el carácter de confidencialidad y será utilizada únicamente en fines estadísticos y académicos.

FECHA:

HORA:

Nombre: _____ Dirección: _____
Tel: _____ Correo: _____

<p>1. Su edad esta entre:</p> <p>A. 18 a 35 <input type="checkbox"/></p> <p>B. 36 a 45 <input type="checkbox"/></p> <p>C. Más de 50 años <input type="checkbox"/></p> <p>2. Ingresos:</p> <p>A. 0 a 1 S.M.L.V. <input type="checkbox"/></p> <p>B. 1 a 2 S.M.L.V. <input type="checkbox"/></p> <p>C. Más de 2 S.M.L.V. <input type="checkbox"/></p> <p>3. A qué estrato socioeconómico pertenece:</p> <p>A. Estrato 1-2 <input type="checkbox"/></p> <p>B. Estrato 3-4 <input type="checkbox"/></p> <p>C. Estrato 5 <input type="checkbox"/></p> <p>4. ¿Sabe usted qué es la pesca deportiva?</p> <p>A. Si <input type="checkbox"/></p> <p>B. No <input type="checkbox"/></p> <p>C. No estoy seguro <input type="checkbox"/></p> <p>5. Usted considera la pesca deportiva como una actividad:</p> <p>A. Agradable <input type="checkbox"/></p> <p>B. Importante <input type="checkbox"/></p> <p>C. No le gusta <input type="checkbox"/></p> <p>D. No opina <input type="checkbox"/></p> <p>E. No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p>6. ¿Acostumbra incluir dentro de su alimentación carne de pescado?</p> <p>A. Si <input type="checkbox"/></p> <p>B. No <input type="checkbox"/></p> <p>7. La pesca deportiva la considera adecuada para.</p> <p>A. Entretenimiento personal <input type="checkbox"/></p> <p>B. Entretenimiento familiar <input type="checkbox"/></p> <p>C. Entretenimiento empresarial <input type="checkbox"/></p> <p>D. Ninguna <input type="checkbox"/></p> <p>E. Otra(s) <input type="checkbox"/></p> <p>Cuáles _____</p> <p>8. Cree usted que la creación de centros de pesca deportiva le aporta a la región:</p> <p>A. Desarrollo económico <input type="checkbox"/></p> <p>B. Fuente de empleo <input type="checkbox"/></p> <p>C. Dinamiza la economía <input type="checkbox"/></p> <p>D. Es una mala inversión <input type="checkbox"/></p> <p>E. No sabe <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Visitaría usted un negocio de pesca deportiva ubicado en la Florida del municipio de Pereira?</p> <p>A. Si <input type="checkbox"/></p> <p>B. No <input type="checkbox"/></p> <p>C. No sabe <input type="checkbox"/></p> <p>¿Por qué? _____</p> <p>_____</p>
---	---

AREANDINA

Fundación Universidad del Azuay

Si la respuesta anterior es NO pase a la pregunta 11.

10. ¿Con que frecuencia visitaría la pesca deportiva?

- A. Quincenalmente
- B. Mensualmente
- C. A mitad de año
- D. A fin de año
- E. Nunca

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de la actividad recreativa de pesca deportiva, cada vez que visita un sitio de estas condiciones?

- A. Menos de \$10.000
- B. Entre \$10.001 y \$20.000
- C. Entre \$20.001 y \$30.000
- D. Entre \$30.001 y \$40.000
- E. Más de \$40.000

12. Que elementos debe tener un negocio de pesca deportiva para su plena satisfacción, comodidad, disfrute, placer y beneplácito.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

13. El uso y disfrute de la pesca deportiva lo considera

- A. Poco costoso.
- B. Costoso
- C. Adecuado a su presupuesto
- D. No sabe
11. No responde

14. ¿Qué otro componente cree usted que debe tener el centro recreacional de pesca?

- E. Espacio recreativo
- F. Sala de juegos
- G. Parque infantil para niños
- H. Cancha de fútbol
12. Otro(s)

Cuál(es) _____

Observaciones: _____

Gracias...

Yo soy de
La Andina!