

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de embutidos a base de pescado**



**Pedro Francisco González**

**Aníbal Micolta Gamboa**

**Fundación Universitaria de Popayán (Fup)**

**Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables**

**Programa de Contaduría Pública**

**Popayán-Cauca**

**2018**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de embutidos a base de pescado**

**Anibal Micolta Gamboa**

**Pedro Francisco González**

**Trabajo de grado para optar al título de: Contador Público**

**Director**

**Mg. Juan Manuel Valencia**

**Fundación Universitaria de Popayán (Fup)**

**Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables**

**Programa de Contaduría Pública**

**Popayán-Cauca**

**2019**

**Nota de aceptación**

El Director y los Jurados han leído el presente documento, escucharon la sustentación del mismo por su Autores<sup>1</sup> y lo encontraron satisfecho.

---

Director

---

Jurado

---

Jurado

Popayán, marzo de 2019

---

<sup>1</sup> No cedo derechos de autor sobre la misma y no autorizo modificaciones, reproducciones, ni uso por parte de terceros.

### **Dedicatoria**

*Dedicamos este trabajo principalmente a Dios ya que es el único que todo lo puede y gracias a Él no desfallecimos en los momentos difíciles, dedicamos este trabajo a nuestros padres ya que fueron un apoyo incondicional para estar en este plantel educativo, de igual forma a nuestros abuelos porque gracias a ellos estamos aquí y logramos alcanzar las metas dándonos el apoyo y la confianza necesaria para lograr culminar lo que habíamos empezado.*

*De igual manera, Este trabajo es dedicado a nuestras familias que nos apoyaron desde el comienzo el sueño de un día alcanzar una carrera universitaria y estuvieron en cada uno de los momentos difíciles, recibimos cada uno de sus consejos con humildad, sabiendo que estábamos a un paso de alcanzar una meta que un día fue un sueño y hoy en día es real.*

### **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios por darnos salud, por regalarnos el conocimiento la sabiduría y capacidad de superar las adversidades y los problemas que se nos presentaron durante nuestros estudios universitarios, de igual manera agradecemos infinitamente a nuestros padres por habernos apoyado y enseñado que con esfuerzo, trabajo y dedicación se pueden lograr las metas propuestas. Gracias a todos nuestros profesores por sus conocimientos transmitidos hacia nosotros, gracias por enseñarnos a valorar los estudios y a superarnos cada día. De igual manera gracias a cada uno de nuestros compañeros y futuros colegas que estuvieron y sirvieron de apoyo en los días más difíciles como estudiantes, gracias por el apoyo y por no dejarnos desfallecer. Gracias a cada uno de nuestros familiares y amigos por su apoyo incondicional y por el gran esfuerzo que hicieron para podernos dar la oportunidad de realizar una carrera universitaria.

Agradecemos a la Fundación Universitaria de Popayán, a los docentes en especial a nuestro asesor de proyecto JUAN MANUEL VALENCIA VELOSA por brindarnos su amistad, por sus buenos consejos, guías y por compartir sus conocimientos, brindándonos la orientación necesaria para poder culminar este trabajo que es el resultado visto desde la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera y por ende la dedicación para desarrollar el proyecto que se presenta en este trabajo de grado, de igual manera gracias a todos los que de una manera u otra forma aportaron su granito de arena para alcanzar las metas y hacer realidad un sueño que hoy en día se hace realidad, gracias.

## Contenido

	Pág.
Introducción.....	16
1. Planteamiento del problema .....	18
1.1 Descripción del Problema.....	18
1.2 Formulación del problema .....	20
1.3 Sistematización del problema .....	20
1.4 Objetivos.....	20
1.4.1 Objetivo General. ....	20
1.4.2 Objetivos Específicos.....	21
1.5 Justificación .....	21
2. Marco referencial.....	24
2.1 Antecedentes.....	24
2.2 Marco teórico.....	27
2.2.1 Creación de empresa. ....	27
2.3 Marco contextual .....	29
2.4 Marco legal .....	33
3.1 Tipo de investigación.....	41
3.2 Instrumentos de recolección de datos .....	42
3.3 Población .....	43
3.4 Muestra .....	43
4. Desarrollo del proyecto .....	45

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

4.1 Resultados .....	45
4.2 Análisis de resultados .....	56
5. Plan de negocio para la producción y/o comercialización de embutidos a base de pescado en empresa “Mariscos Processed S.A.S. ”, en el Municipio de Guapi- Cauca .....	61
5.1 Estudio de sector .....	63
5.1.1 Definición del negocio .....	63
5.2 Análisis del sector .....	64
5.2.1 Sobre la producción de embutidos en Colombia.....	67
5.3.2 Estudio del mercado local .....	70
5.3.3 Cantidad de competidores.....	72
5.3.4 Productos existentes consumibles por la población.....	72
5.3.5 Ubicación.....	73
5.3.6 Aspectos tecnológico e industrial del sector.....	73
5.3.7 Aspectos legales y políticos .....	74
5.4 Tendencias económicas .....	75
5.4.1 Estructura y dinámica del mercado de trabajo en Guapi y el Cauca.....	76
5.4.2 Desocupación o desempleó.....	77
5.5 Análisis de la competencia .....	77
5.5.1 Análisis del Mercado potencial.....	82
5.5.2 Expectativas frente al producto .....	82
5.5.3 Comportamiento de compra .....	83
5.5.4 Preferencias y gustos del cliente.....	84

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

5.5.5 Interés por el producto.....	84
5.5.6 Mercado potencial.....	84
5.6 Segmentación del mercado objetivo y posicionamiento.....	85
5.6.1 Variables de segmentación.....	85
5.6.2 Segmentación del mercado.....	85
5.6.3 Segmento de Cliente.....	85
5.6.4 Segmento del mercado .....	86
5.7 Mezcla del marketing.....	86
5.7.1 Presentación del Producto .....	86
5.7.2 Precio del Producto .....	87
5.7.3 Plaza .....	87
5.7.4 Promoción. ....	88
5.8 Análisis de la relación oferta y demanda .....	90
5.8.1 Análisis de la demanda. Clasificación de la demanda del proyecto.....	90
5.8.2 Análisis de la oferta.....	90
6. Estudio técnico .....	92
6.1 Tamaño y Localización.....	92
6.2 Materiales y equipos .....	92
6.3 Diseño de planta.....	94
6.4 Materia prima.....	95
6.5 Estudio legal .....	104
7. Estudio administrativo.....	117

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

7.1 Objeto social .....	117
7.2 Razón social .....	117
7.3 Domicilio .....	117
7.4 Estructura y funcionamiento de la organización.....	117
7.4.1 Estructura organizacional.....	117
7.5 Manuales de funciones.....	121
7.5.1 Descripción de los Cargos.....	122
8. Estudio financiero.....	131
9. Impacto ambiental, social, cultural y económico .....	156
9.1 Requerimientos solicitados por la autoridad ambiental (INVIMA) .....	156
9.2 Impacto ambiental.....	158
9.3 Impacto social, cultural y económico .....	160
10. Conclusiones.....	162
11. Recomendaciones .....	164
Referencias .....	165
Anexos.....	170

**Lista de tablas**

	Pág.
Tabla 1. Nacional-Popayán. Variación del IPC, según grupos de gasto 2014-2015 .....	75
Tabla 2. Maquinaria, equipos y utensilios.....	93
Tabla 3. Recepción de materia prima .....	100
Tabla 4. Estructura organizacional .....	117
Tabla 5. Balance General Inicial .....	131
Tabla 6. Nómina mano de obra .....	132
Tabla 7. Nómina administración y ventas .....	133
Tabla 8. Costos anuales del producto .....	134
Tabla 9. Costo unitario .....	135
Tabla 10. Costos directos de fabricación.....	136
Tabla 11. Nómina y gastos administrativos .....	137
Tabla 12. Gastos en ventas .....	138
Tabla 13. Unidades producidas .....	138
Tabla 14. Precio venta por unidad.....	139
Tabla 15. Ventas totales.....	139
Tabla 16. Ingresos .....	140
Tabla 17. Estados de resultados.....	141
Tabla 18. Balance general .....	142
Tabla 19. Flujo de caja proyectado.....	144
Tabla 20. Relación costo beneficio.....	145

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

Tabla 21. Costo de oportunidad o tasas interna de retorno. ....	146
Tabla 22. Punto de equilibrio .....	147
Tabla 23. Razones e indicadores financieros.....	148
Tabla 24. Amortización crédito bancario Occidente.....	149
Tabla 25. Amortización crédito bancario Davivienda.....	151
Tabla 26. Amortización crédito bancario AVVILLAS .....	154
Tabla 27. Componente ambiental impactado y medidas de manejo ambiental.....	159

**Lista de figuras**

	Pág.
Figura 1. Mapa del municipio de Guapi .....	32
Figura 2. Pregunta 1. ¿Consume usted pescado? .....	45
Figura 3. Pregunta 2. ¿Consume alguna clase de alimentos embutidos? .....	46
Figura 4. Pregunta 3. ¿Qué cantidad compra los embutidos? .....	47
Figura 5. Pregunta 4. ¿Cuáles son las razones por la que compra estos embutidos? .....	47
Figura 6. Pregunta 5. ¿Qué clase de embutidos es su preferido? .....	48
Figura 7. Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a consumir embutidos elaborados a base de pescado? .....	49
Figura 8. Pregunta 7. ¿Si llegara al mercado un producto nuevo de embutidos a base de pescado como te gustaría que fuera su presentación? .....	50
Figura 9. Pregunta 8. ¿En qué lugares realiza la compra de los embutidos?.....	51
Figura 10. Pregunta 9. ¿Con que frecuencia compra usted estos embutidos?.....	52
Figura 11. ¿En qué jornada del día consume usted embutidos?.....	53
Figura 12. Pregunta 11. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación para distribuir el producto? .....	53
Figura 13. Pregunta 12. ¿De los siguientes medios masivos de comunicación cual es el que más utiliza? .....	54
Figura 14. Pregunta 13. ¿Si se le informa que existe un producto nuevo de embutidos a base de pescado en el mercado? .....	55

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

Figura 15. Pregunta 14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto embutido a base de pescado?.....	56
Figura 16. Logo de Zenú ranchera Chorizo.....	78
Figura 17. Logo de Pietrán Jamón pechuga .....	79
Figura 18. Logo de Santarrosano Chorizo.....	80
Figura 19. Logo de la marca Rica Rondo en Jamón, salchicha.....	81
Figura 20. Logo Chory Fish .....	89
Figura 21. Plano (diseño planta).....	94
Figura 22. Flujograma de procesos .....	97
Figura 23. Flujograma de procesos por área .....	98
Figura 24. Organigrama de la empresa.....	118

### **Resumen**

El presente proyecto de grado tiene como objetivo realizar un análisis con el fin de determinar la factibilidad productiva y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos a base de pescado en el municipio de Guapi-Cauca. Este proyecto está dirigido a dos sectores importantes para la economía local como lo es la pesca, que es una de las principales actividades económicas de la región, y el fortalecimiento del sector industrial mediante la creación de empresas, en este caso, procesadora de embutidos; unificando esos dos sectores se plantea llegar al mercado con un producto nuevo elaborado a base de pescado. La pesca es una de las principales actividades económicas del pacífico colombiano, siendo para el Municipio de Guapi una de sus principales fuentes de ingresos. El establecimiento de una empresa que genere valor agregado a dicha actividad, se prevé como una oportunidad para el crecimiento y fortalecimiento de la economía en la región, aportando implícitamente al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y con ello generando espacios que contribuyan al afianzamiento y perpetuación de las prácticas tradicionales locales, teniendo una repercusión positiva en el arraigo y permanencia en el territorio. Por todo lo anteriormente expuesto se considera la propuesta “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EMBUTIDOS A BASE DE PESCADO” una oportunidad de aportación al desarrollo socioeconómico para la comunidad Guapireña y sus alrededores.

**Palabras claves:** Mercado, economía, producto, empresa, estudio, factibilidad, crecimiento, desarrollo, cliente, análisis.

### **Abstract**

The objective of this degree project is to carry out an analysis in order to determine the productive and financial feasibility for the creation of a company dedicated to the production and marketing of sausages based on fish in the municipality of Guapi Cauca. This project is aimed at two sectors for the local economy, such as fishing, which is one of the main economic activities of the region, and the strengthening of the industrial sector through the creation of companies, in this case, processing of sausages; unifying these two sectors, it is proposed to reach the market with a new product made from fish. Fishing is one of the main economic activities of the Colombian Pacific, being one of the main sources of income for the Municipality of Guapi. The establishment of a company that generates added value to this activity is foreseen as an opportunity for the growth and strengthening of the economy in the region, contributing implicitly to the improvement of the quality of life of the inhabitants and thereby generating spaces that contribute to the consolidation and perpetuation of local traditional practices, having a positive impact on the establishment and permanence in the territory. For all the above, the proposal "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A FISH-BASED SAUSAGE COMPANY" is considered an opportunity to contribute to socioeconomic development for the Guapireña community and its surroundings.

**Keywords:** Market, economy, product, company, study, feasibility, growth, development, customer, analysis.

## **Introducción**

El presente estudio de factibilidad se fundamenta en la visualización de oportunidades empresariales, que mediante su desarrollo integral propicien cambios importantes en el crecimiento socioeconómico del municipio de Guapi-Cauca, y vinculen la participación de diferentes sectores importantes para dicha comunidad. La pesca es una de las actividades más antiguas locales, la cual con el paso de los tiempos no ha tenido una evolución representativa, que a la fecha aporte o retribuya mediblemente a la elevación de la calidad de vida de las personas que viven de esta labor.

La importancia de este proyecto radica principalmente en la vinculación de todos los eslabones involucrados en el comercio del marisco en fresco, presentación principal que maneja la oferta actualmente; mediante la creación de una cadena dinámica de valor donde estos pasen a ser la materia prima para la elaboración de productos novedosos que propicien la creación de mercados alternos como complemento de la actividad.

Por lo tanto se ve en el procesamiento de embutidos a base de pescado una oportunidad para fortalecer la actividad y generar dividendos mayores, que contribuyan a la generación de nuevas oportunidades económicas y laborales para sus habitantes propiciando generar crecimiento y desarrollo a la región, logrando posicionar la actividad como una de las empresas que aporta a la economía del departamento del Cauca.

Este proyecto está conformado por jóvenes emprendedores que buscan implementar una idea de negocio en el municipio de Guapi - Cauca, mediante la incursión de un producto atractivo que permita la aceptación en el mercado de productos novedosos e innovadores dentro del campo de los embutidos. En el pacífico colombiano una de las principales actividades

económicas es la pesca; por ello, el objetivo de este estudio de factibilidad es constituir una empresa que fortalezca dicha actividad económica, por medio de la transformación del pescado como materia prima inicialmente. La idea es constituir una empresa dedicada a producir y comercializar embutidos a base de pescado, brindándole a la comunidad la oportunidad de tener una iniciativa económica en la región, donde los principales beneficiarios son la comunidad en sí, aportando a la mitigación un poco de los índices de desempleo que hay en el departamento del Cauca.

El siguiente estudio se enfoca en determinar la factibilidad de la empresa, para incursionar en el mercado de los embutidos proyectándose a corto plazo localmente, con proyecciones a mediano y largo plazo para espacios comerciales a nivel Regional y Nacional. Se reitera la importancia del establecimiento de una empresa en el marco de la transformación y/o generación de valor agregado a materias primas, que se generan o se consiguen con facilidad y abundancia en la zona, debido a las necesidades de mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad Guapireña. Igualmente con ello se fortalecen sectores importantes que mueven la economía de esta localidad como lo son la pesca y el turismo gastronómico principalmente.

## **1. Planteamiento del problema**

### **1.1 Descripción del Problema**

El pacífico Colombiano es una región dotada de incalculables riquezas las cuales se ven reflejadas en la gran biodiversidad de la que goza, su gastronomía, creencias, costumbres culturales, entre otras; sin embargo, no es desconocido que a pesar de todos estos atributos esta región en general presenta el más bajo desarrollo socioeconómico del País. Las diferentes actividades productivas y comerciales que han desarrollado y desarrollan actualmente los diferentes sectores que interactúan en dichas comunidades, no han realizado un aporte significativo al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, factor de gran incidencia negativa en la situación actual que se vive en estas zonas del País.

Si bien existen pequeñas, medianas y grandes industrias tanto estatales como privadas, se puede pensar que aún no son suficientes, debido a que no alcanzan a cubrir la demanda laboral y las necesidades de vida de un gran número de sus habitantes. La falta de nuevas iniciativas empresariales que brinden oportunidades laborales se suman a las condiciones de violencia que vive el pacífico dando lugar, al desplazamiento masivo de sus pobladores en busca de nuevas condiciones que garanticen mejorar la calidad de vida a nivel familiar principalmente.

Es importante hacerse la pregunta ¿por qué en una región tan llena de riquezas variadas hay tanta pobreza? La falta de iniciativas innovadoras que nazcan desde el aprovechamiento racional de los recursos existentes, pasa a ser, un agravante de la situación reflejada en el poco desarrollo y crecimiento que presenta el Pacífico Colombiano en general.

Enfocándonos en el municipio de Guapi - Cauca lugar objeto del estudio, dentro de sus principales actividades económicas se encuentra la agricultura, pesca, minería, elaboración de

artesanías entre otras, siendo la pesca una de las actividades más importantes y representativas para la comunidad Guapireña, sin embargo, a pesar del significado que esta tiene para la economía de dicha comunidad, con el paso del tiempo no se han diseñado e implementado innovaciones al conocimiento ancestral que genere valor agregado y amplíe el marco de oportunidades dirigidas al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del municipio.

Por tanto es prioridad resaltar la necesidad de la creación y financiación de ideas empresariales innovadoras en todos los campos socioeconómicos del municipio de Guapi Cauca, que brinden oportunidades laborales a los Guapireños las cuales contribuyan a generar y fortalecer procesos de apropiación y permanencia en el territorio, además, de asegurar el aprovechamiento y uso racional de los recursos naturales, dando lugar a una relación sana y equilibrada entre recursos económicos y recursos naturales, garantizando con ello el crecimiento integral de la comunidad y conservando su identidad.

De igual manera por medio de esta propuesta innovadora, se tratará de mitigar un poco la problemática causa efecto plasmada anteriormente, realizando un estudio detallado de factibilidad productivo, comercial y financiero para realizar la constitución de la empresa productora de embutidos a base de pescado, con el fin de generar progreso y desarrollo, apropiándonos de los recursos naturales de la región, y de una manera u otra mitigar un poco los índices de desempleos que se presentan en el departamento del Cauca.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cuál es la factibilidad para el establecimiento de una empresa productora y comercializadora de embutidos a base de pescado en el municipio de Guapi-Cauca?

## **1.3 Sistematización del problema**

¿Cómo determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos a base de pescado en el municipio de Guapi, Cauca?

¿Cómo Determinar la viabilidad productiva, comercial y financiera para la creación de una empresa dedicada al procesamiento y comercialización de embutidos a base de pescado?

¿Cuáles son los proveedores potenciales para el abastecimiento de la materia prima necesaria en la elaboración y comercialización de los embutidos de pescado?

¿Cómo Definir la estructura productiva y técnica para la elaboración y comercialización de embutidos a base de pescado?

¿Cómo se Determinan los costos integrales que permitirán identificar la factibilidad económica para el establecimiento integral de la empresa, tanto como su administración y las normas legales en el procesamiento y comercialización de embutidos?

## **1.4 Objetivos**

**1.4.1 Objetivo General.** Realizar un estudio con el fin de determinar la factibilidad productiva y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos a base de pescado en el municipio de Guapi-Cauca.

### **1.4.2 Objetivos Específicos.**

- Determinar la Factibilidad para la creación de una empresa dedicada al procesamiento y comercialización de embutidos a base de pescado.
- Diseñar la estructura productiva, administrativa, técnica y ambiental para la elaboración y comercialización de embutidos a base de pescado.
- Elaborar un estudio de mercado como apoyo a la determinación de la factibilidad.
- Elaborar un estudio financiero que permita conocer la rentabilidad para definir la factibilidad de la empresa.

### **1.5 Justificación**

El diseño de la propuesta que contiene este estudio de factibilidad, fundamentado en la elaboración y comercialización de embutidos a base de pescado, servirá como material de apoyo para las instancias gubernamentales, departamentales, locales o de carácter privado interesados en el tema, ya que, el proyecto visualiza la proyección del crecimiento empresarial de la región, generación de empleo, impulso del sector productivo mediante la ampliación del mercado con la generación de valor agregado a la actividad pesquera en el municipio de Guapi-Cauca. La idea emprendedora pretende demostrar el nivel de importancia que tendría la implementación de dicha propuesta vista desde el mejoramiento de la calidad de vida, debido a que permitiría que muchas familias tengan la oportunidad de mejorar su economía mitigando así, los índices de desempleo en la región y, por ende, aportando al desarrollo empresarial del departamento del Cauca.

Esta idea de Negocios se convierte en una oportunidad, no solo para los emprendedores proponentes de la misma, sino también, para la comunidad en general, debido a que aporta al

desarrollo económico de la región, al igual que motiva el diseño e implementación de nuevas iniciativas que involucren otros sectores, tanto sociales como económicos existentes en la zona, los cuales requieren ser fortalecidos mediante innovaciones que vinculen el aprovechamiento racional de los recursos nativos existentes, liderados por el talento y capital humano de la comunidad Guapireña.

La idea emprendedora está orientada a generar valor agregado a la actividad pesquera principalmente, sin embargo, genera igualmente un grado de impacto positivo en el sector turístico, debido, a que este presenta en la actualidad un crecimiento en la demanda, especialmente en el campo de la gastronomía. Por tal motivo se prevé en el establecimiento de la fábrica de embutidos a base de pescado, un grado de innovación favorable para estos dos sectores económicos. Por otro lado, la idea de negocio es bastante atractiva, porque brinda tanto al nativo como al visitante una oportunidad de disfrutar una nueva forma de consumo del pescado, especialmente para aquellos que por temor a las espinas no lo consumen, igualmente a los restaurantes les permite ofertar un producto novedoso en las variedades de los menús.

Finalmente, el proyecto representa un desafío académico, donde pondremos en práctica muchos de los conocimientos adquiridos durante la carrera. El fin es realizar un excelente trabajo con un componente investigativo en el municipio de Guapi-Cauca, recolectando información real por medio de encuestas y entrevistas en diferentes sectores de la comunidad, para realizar un buen estudio de factibilidad y de esa manera optar al título de Contadores Públicos de la Fundación Universitaria de Popayán.

De igual manera como profesionales contables y nativos del municipio de Guapi -Cauca, nos es gratificante poder contribuir al desarrollo socioeconómico de nuestra comunidad,

mediante la creación de iniciativas empresariales como la que se presenta en este proyecto de grado, con sus correspondientes proyecciones a nivel regional, nacional y llegar a las exportaciones del producto a diferentes países del mundo finalmente.

## **2. Marco referencial**

### **2.1 Antecedentes**

Para desarrollar el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de embutidos a base de pescado se llevó a cabo una revisión en términos de producción y comercialización en investigaciones relacionadas con el tema a tratar.

Castro (2013) hace un estudio llamado plan de empresa para la creación de “El Chorizo Gourmet” en Palmira, Valle del Cauca, Colombia” plantea que El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. Argumenta que el éxito está basado en la aceptación que el producto tiene con los clientes que el negocio crece cuando aumenta la demanda y los clientes potenciales consumen significativamente el producto y sea aceptado en el mercado por los consumidores. Para que un plan de negocio llegue al éxito hay que diseñar un mecanismo que permita llegar al cliente y buscar estrategias de publicidad para dar a conocer el producto ante el cliente de esa manera garantizar que la empresa genere rendimiento y utilidad.

Para Espinosa (2011) En la actualidad el comercio es una de las fuentes de ingresos más importantes a nivel mundial, ya que, en este momento, el mercadeo, es una actividad que se encuentran en aumento y como generador de ingresos para muchos hogares, es importante e interesante poder ingresar a esta actividad, los alimentos son por lo general de venta diaria. Argumenta que los comerciantes son un factor importante para el éxito de un negocio ya que son los encargados de llevar el producto al consumidor final de igual manera lograr que el

producto llegue a cada uno de los hogares. Y lograr posicionar el producto siendo el número uno en el mercado actual.

Según Alape (2009) La primera ventaja que obtiene la empresa en precios se consigue gracias a los bajos costes de producción que se detallan en el plan financiero, es importante aclarar que se tuvieron en cuenta cuatro factores; el costo a cubrir, precios de la competencia, valor percibido y disponibilidad de pago del cliente y por supuesto los beneficios esperados.

Es decir, la empresa tendrá beneficios garantizando al cliente buenos precios con respecto a la competencia sin olvidar los costos de producción es importante salir al mercado con precios bajos y con buena calidad del producto eso garantizará que el consumidor final adquiera el producto y sea de su preferencia en el plato de su canasta familiar de esa manera se lograr posicionar el producto y la empresa tendrá mejor reconocimiento.

Existen proyectos relacionados con el tema en estudio que se han desarrollado en diferentes partes del exterior, entre ellos se encuentra la propuesta elaborada por De los Santos-Sánchez, Lucia Celeste López - Vargas, Guadalupe; Beltrán-Adame, Lithzi Marian Leyva-Abarca, Geraldo, expuesta en el quinto 5° Congreso Juvenil de Ciencia y Tecnología del Maren la educación media superior, Ciudad de México. El trabajo se enfocó en el procesamiento de chorizo de pescado combinado de soya, determinando la vida de anaquel y la aceptación del producto, darles a los consumidores una nueva opción de alimentación saludable y económica. Para la elaboración de chorizo se tomó como base la fórmula del chorizo tradicional, modificando algunos de sus insumos y cantidades; el grado de aceptación se realizó con alumnos de la propia institución (200), durante un análisis sensorial y para determinar la vida de anaquel, se realizaron pruebas sensoriales cada dos días; esto fue a temperatura ambiente y

en refrigeración., esta propuesta muestra la diversidad de combinaciones que se pueden hacer en el campo de los chorizos y con la pulpa del pescado.

En el tema también se encuentra el aprovechamiento no solo del pescado, sino también, de otros productos del mar como lo es el camarón “Estudio de prefactibilidad para la elaboración de chorizos de camarón”, presentada por Leonardo Cajiao A. y Leonardo Jaramillo G (2006) en Universidad San Francisco de Quito. Al ser un producto nuevo, por las materias primas que se utilizan en su elaboración, y por el proceso que se sigue para la obtención del mismo lo subclasificaron dentro de los productos para parrilla existentes, denominándolo como “producto cocido para parrilla del mar”. Lo que quiere decir que se trata como un chorizo normal.

En el proyecto “Industrialización de especies de bajo valor comercial de la pesca artesanal y aprovechamiento de subproductos de otras especies hidrobiológicas” se mira como se hace un aprovechamiento integral maximizando las oportunidades en la generación de ingresos a partir de la actividad de la pesca. Este proyecto fue realizado en la Universidad de San Carlos de Guatemala Centro de Estudios del Mar y Acuicultura –CEMA Dirección General de Investigación –DIGI, en Guatemala, marzo – diciembre 2002 por Licda. Teresa Recinos González Coordinadora, Licda. Ligia Batres de Ibarra Investigadora Diana Sidery González Ayudante de laboratorio Sonia Villatoro Jácome Secretaria. Esta propuesta muestra el aprovechamiento y maximización de los productos en la pesca artesanal, donde se captura una gran cantidad y variedad de especies de peces de escaso valor comercial de las cuales algunas son comercializadas en fresco y procesadas en forma seco-salada únicamente para la época de Semana Santa. De igual manera las pesquerías de especies como Dorado (*Coryphaena hippurus*) y Tiburón que son industrializadas para comercializarse en diferentes formas y durante el

proceso se obtienen cortes descartables que a pesar de su alta calidad son de bajo valor comercial, los cuales pueden ser utilizados para la elaboración de alimentos procesados.

Las anteriores propuestas al igual que la presente, tienen como objetivo, generar valor agregado tanto a la actividad del sector pesquero como a los productos que se obtienen en esta, además de maximizar los dividendos que se generan con la actividad, como apoyo a la seguridad alimentaria y economía de las poblaciones donde se desarrollan.

## **2.2 Marco teórico**

**2.2.1 Creación de empresa.** Una empresa es el resultado del desarrollo integral de una iniciativa innovadora que una o varias personas llamadas emprendedores, establecen, manejando integralmente diferentes variables que tienen incidencia en el entorno socioeconómico principalmente de una comunidad. Las empresas se mueven en el orden de la producción de bienes y servicios. Estas se clasifican según diversas variables que son aplicables y exigidas dependiendo cada País. (Uría, s.f)

La creación de una empresa se diseña mediante la elaboración de un documento en el cual se plasma la visualización del proyecto empresarial, definiendo las actividades e involucrando los temas económicos correspondientes al presupuesto. El objetivo de un plan de viabilidad se fija en analizar la posible rentabilidad económica de un proyecto empresarial, estimando el punto de equilibrio necesario para que el negocio sea viable. En el plan de empresa o negocio se recogen, de forma ordenada y coherente, los objetivos y las estrategias que piensa realizar el emprendedor para el desarrollo de su iniciativa. La elaboración de un plan de viabilidad es de gran importancia para la puesta en marcha de una nueva actividad empresarial. McClelland, (1961 como se cita en Rodríguez, 2009) Afirma:

Al analizar las sociedades de hoy, se podría concluir que su desarrollo se debe a que han implementado el fenómeno del emprendimiento con diversas características de motivaciones de afiliación, logro y poder como directrices para lograr un desempeño eficaz dentro de sus empresas y contribuir con su crecimiento.

El emprendimiento proporciona una herramienta que fundamenta las bases para el desarrollo de las economías sociales, lo cual, a medida que se implementan o ejecutan las ideas innovativas se generan en diferentes escalas dividendos monetarios que inciden en todos los campos de las comunidades reflejándose en las condiciones de vida adecuadas para los pobladores.

Hoselitz, (1960 como se citó en Rodríguez, 2009) y Para Say, (1767 – 1832 como se citó en Rodríguez, 2009) es uno de los grandes colaboradores del emprendimiento en este período, al manifestar que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior”. Consideraba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas.

Es aquí donde toma su importancia el emprendedor como pilar en la aportación del desarrollo socioeconómico de sus comunidades. Drucker, (1985) Afirma: La innovación o el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocios es un término más económico y social que técnico. De ahí la prioridad de partir del análisis de los cambios que operan tanto en la oferta como en la demanda de lo que el emprendedor puede conocer mejor como fruta de su previa experiencia empresarial o económica.

**Qué es un modelo de negocio:** Para esta investigación se tomará la definición de Osterwalder, (2004) en su disertación doctoral.

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles. (p.36)

Osterwalder plantea que un modelo de negocio es una herramienta conceptual que permite identificar como una compañía intenta generar ingresos y sostenerse a lo largo del tiempo ofreciendo un servicio o un producto a los clientes para capitalizar la empresa.

### **2.3 Marco contextual**

Guapi es un municipio colombiano ubicado en el litoral pacífico del departamento del Cauca. Varios colonos, organizados por Manuel Valverde, lo fundaron en 1772 en el sitio denominado el Firme del Barro. La población de Guapi se estima en 30.000 habitantes (guapireños). Las principales actividades económicas son el comercio, la pesca artesanal, la minería y la agricultura. La Inmaculada Concepción es la patrona del municipio y se celebra su fiesta el 8 de diciembre. Su feria es la del naidí y va del 26 al 29 de diciembre. La Isla Gorgona, famoso centro ecoturístico ubicado a 35 km de su costa, también hace parte del municipio. (Alcaldía del Municipio de Guapi, 2018, p.1)

**Historia:** La Villa de la Concepción de Guapi, cabecera del vasto Municipio de Guapi, fue fundada en 1772 en el "Firme del Barro", a pocos kilómetros del océano Pacífico, por varios colonos organizados por iniciativa del español Manuel de Valverde.<sup>4</sup> Al parecer, su fundación fue obra y producto del hacinamiento de los pescadores y de algunos religiosos que llegaron al lugar durante sus misiones. En el siglo XVI, los

españoles ingresaron a la costa pacífica por el sur de Colombia en busca de oro, principalmente. Trajeron consigo africanos para realizar estas y otras labores. Tomaron posesión de lo que hoy es el Municipio de Guapi, los ríos Guapi, Napi, San Francisco y Guajú.

A finales del siglo XVII, en 1772, el español Manuel de Valverde fundó la población porteña en el río Guapi. Los primeros habitantes fueron los indios guapíes, que vivían en el sitio denominado El Firme del Barro. Desde 1872 es cabecera del Distrito de Guapi, desde 1911 capital de la provincia, según ordenanza 103 de ese año.

**Ecología.** El aprovechamiento forestal tradicional es una de las actividades productivas más comunes; los corteros, por lo general nativos, tumban árboles de forma selectiva. Su aprovechamiento se hace con un grado de tecnificación muy bajo, no se observa ni siquiera el direccionamiento en la caída de los árboles, lo que afecta a los remanentes de fustales en su regeneración natural. Los desperdicios por árbol talado son considerables; las exigencias del mercado, en especie y en dimensión de productos comercializables, sumadas al uso de maquinaria obsoleta, hacen que un alto porcentaje del árbol se deje en la selva. (Alcaldía del municipio de Guapi, 2018, p.2).

Transporte también se desperdicia: en la madera se en choriza y transporta fluvialmente hasta aserríos y centros de transformación primaria. Otra parte se remolca vía marítima hasta los sitios de consumo en Buenaventura, pero por esta vía se pierde entre el 20% y 30%. La tala se realiza sólo con hachas, motosierras, machetes y cinta métrica. Tala, dimensionado y escuadrado de piezas maderables se hacen dentro de la selva y se sacan a lomo de mula hasta

los sitios de embarque final. Se les transporta en barcos hasta los sitios de consumo y distribución en el principal puerto de Colombia en el Pacífico.

**Economía.** Las actividades productivas que son la base de la economía del Municipio se relacionan de forma estrecha con el sector primario: agricultura de coco, maíz, chontaduro, arroz, papachina6 y otros cultivos de pancoger. La producción pecuaria es sobre todo de especies menores, como aves y cerdos. Un sector importante de la población rural ribereña vive de la caza y la recolección. El municipio padece, en la segunda década del s. XXI, el cambio de actividades productivas, además de la deserción y el debilitamiento de sus líderes culturales, entre otros.

La pesca ocupa un renglón importante en la economía local; explota gran variedad de pescados, moluscos (piangua, almeja, chorga) y crustáceos (camarón y otros). Durante los últimos años se implementó la veda del camarón de aguas someras y profundas para proteger su repoblación y reproducción.

La minería es importante en las zonas medias y altas de los ríos, en especial de oro y platino. La extracción maderera suple el mercado local, la vivienda tradicional utiliza especies nativas como materia principal. Pero una porción importante abastece la región Andina del Departamento del valle del Cauca La deforestación es una amenaza por la falta de controles efectivos sobre su extracción.

La alta biodiversidad de la región favorece el ecoturismo como generador de divisas para la localidad; favorece los servicios personales y hay una alta oferta de profesionales relacionados en el suroccidente colombiano. Una actividad preferida en el municipio, como en todo el Pacífico colombiano, es el avistamiento de ballenas.



## 2.4 Marco legal

En Colombia, el marco legal en materia de emprendimiento y creación de nuevas empresas, ha evolucionado de una forma muy evidente y consigo trae leyes, decretos regulaciones que nos permiten identificar a forma adecuada para constituir el plan empresarial que a futuro nos traer mejor rendimiento por eso es importante enunciar algunas leyes decretos importantes de obligación a la hora de constituir una sociedad o un establecimiento de comercio.

**Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes.** Es obligación de todo comerciante: 1) Matricularse en el registro mercantil; 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad; 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales; 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades; 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

**Artículo 36. Documentos que pueden exigir las cámaras al solicitarse la matrícula mercantil.** Las cámaras podrán exigir al comerciante que solicite su matrícula que acredite sumariamente los datos indicados en la solicitud con partidas de estado civil, certificados de bancos, balances autorizados por contadores públicos, certificados de otras cámaras de comercio o con cualquier otro medio fehaciente.

Ley 590 de 2000 - Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa

**El Decreto 4466 de 2006**, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

**La Sentencia C-392 de 2007 de la Corte Constitucional**, La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

**La Ley 550 de 1999**, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la y por la **Ley 1151 de 2007** por la cual se expide el **PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010**.

En la política pública colombiana para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo que tienen una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central La Constitución Política (1991), en su Título XII “Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública”. (Art. 333), se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo.

**Artículo 110. Requisitos para la constitución de una sociedad.** La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresará: 1) El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal; con el nombre de las personas

jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia; 2) La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este Código; 3) El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución; 4) El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tengan una relación directa con aquél; 5) El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además, el capital suscrito y el pagado, la clase y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que deberán cancelarse las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año; 6) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad; 7) La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia; 8) Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse; 9) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma; 10) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie;

11) Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores; 12) El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por la ley o por el contrato, a todos o a algunos de los asociados; 13) Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos, y 14) Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato. (Código de Comercio, s,f, p. 3)

Para realizar el proyecto de investigación de busca algunas leyes sanitarias de productos cárnicos que regulan y buscan las garantías de que se lleve un producto de calidad en el mercado.

DECRETO 1500 DE 2007 (mayo 04): Por el cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos, destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación.

Que el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia establece la obligación a cargo del Estado de regular el control de la calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, señalando que "(..) *Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios atenden contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. (..)*' ;

Que mediante la Ley 170 de 1994, Colombia aprobó el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio, el cual contiene, entre otros, el "Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias" y el "Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio" que reconocen la importancia de que los Países Miembros adopten medidas necesarias para la protección de la salud y vida de las personas, los animales, las plantas y la preservación del medio ambiente y para la protección de los intereses esenciales en materia de seguridad de todos los productos, comprendidos los industriales y agropecuarios; dentro de los cuales se encuentran, los reglamentos técnicos;

Que de conformidad con lo establecido en el artículo 26 de la Decisión Andina 376 de 1995, los reglamentos técnicos se establecen para garantizar, entre otros, los siguientes objetivos legítimos: los imperativos de la seguridad nacional; la protección de la salud o seguridad humana, de la vida o la salud animal o vegetal o del medio ambiente y la prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores;

Que el artículo 12 de la Decisión Andina 515 de 2002 señala que "Los Países Miembros, la Comisión y la Secretaría General adoptaran las normas sanitarias y fitosanitarias que estimen necesarias para proteger y mejorar la sanidad animal y vegetal de la subregión, y contribuir al mejoramiento de la salud y la vida humana, siempre que dichas normas estén basadas en principios técnico-científicos, no constituyan una restricción innecesaria, injustificada o encubierta al comercio intrasubregional, y estén conforme con el ordenamiento jurídico comunitario;

Que el artículo 30 de la Decisión Andina de que trata el considerando anterior, dispone "Los Países Miembros podrán aplicar requisitos sanitarios o fitosanitarios distintos a los

establecidos en la norma comunitaria, siempre y cuando sean equivalentes con los requisitos establecidos en dichas normas. En tales casos, los Países Miembros notificarán sus medidas a la Secretaría General, adjuntando el sustento técnico pertinente para su inscripción en el Registro Subregional de Normas Sanitarias y Fitosanitarias, y serán aplicados por los Países Miembros únicamente cuando obtengan el Registro Subregional correspondiente";

Que el artículo 8° de la Decisión Andina 562 de 2003, contempla "En el proceso de elaboración y adopción de Reglamentos Técnicos, los Países Miembros utilizarán como base las normas internacionales o sus elementos pertinentes o aquellas normas internacionales cuya aprobación sea inminente, salvo en el caso de que esas normas internacionales o esos elementos pertinentes sean un medio ineficaz o inapropiado para el logro de los objetivos legítimos perseguidos, por ejemplo a causa de factores climáticos o geográficos fundamentales o limitaciones o problemas de naturaleza tecnológica que justifiquen un criterio diferente.

En este último caso, los Reglamentos Técnicos nacionales tomarán como base las normas subregionales andinas, regionales y/o nacionales";

Que con base en lo establecido por el Decreto 2522 de 2000, la Superintendencia de Industria y Comercio expidió la Resolución 03742 de 2001, señalando los criterios y condiciones que deben cumplirse para la expedición de reglamentos técnicos, ya que según el artículo 7° del Decreto 2269 de 1993, los productos o servicios sometidos al cumplimiento de un reglamento técnico, deben cumplir con estos, independientemente de que se produzcan en Colombia o se importen;

Que de acuerdo con lo señalado en el Decreto 3466 de 1982, los productores de bienes y servicios sujetos al cumplimiento de norma técnica oficial obligatoria o reglamento técnico;

serán responsables porque las condiciones de calidad e idoneidad de los bienes y servicios que ofrezcan, correspondan a las previstas en la norma o reglamento;

Que, según lo establecido en las normas sanitarias de alimentos, en especial, el Decreto 3075 de 1997, la carne, los productos cárnicos y sus preparados, se encuentran dentro de los alimentos considerados de mayor riesgo en salud pública;

Que la normatividad sanitaria, en especial, los Decretos 2278 de 1982 y 1036 de 1991, deben ser actualizados bajo los principios de análisis de riesgo y cadena alimentaria, de manera que se garantice la inocuidad de la carne, de los productos cárnicos comestibles y de los derivados cárnicos destinados al consumo humano en el territorio nacional y en el exterior;

Que el artículo 34 de la Ley 1122 de 2007 dispuso que es competencia exclusiva del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, la inspección, vigilancia y control de las plantas de beneficio de animales.

Que de conformidad con lo anterior, se hace necesario establecer un reglamento técnico que cree el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en el proceso de producción primaria, beneficio, desposte o desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación en el país, como una medida necesaria para garantizar la calidad de estos productos alimenticios, con el fin de proteger la salud humana y prevenir posibles daños a la misma;

Que el desarrollo de esta nueva normativa permite al país armonizarse con las directrices internacionales y modernizar el sistema oficial de inspección, vigilancia y control de acuerdo

con los esquemas de los sistemas sanitarios en el mundo, para facilitar los procesos de equivalencia estipulados en el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial del Comercio, OMC; que el reglamento técnico que se establece con el presente decreto fue notificado a la Organización Mundial del Comercio mediante el documento identificado con las siglas G/TBT/N/COL/82 y G/SPS/N/COL/125 el 22 de diciembre de 2006 y 3 de enero de 2007 respectivamente.

### **3. Metodología**

Para la realización de este trabajo, se utilizó una metodología combinada integrando los siguientes tipos de la investigación como son la exploratoria, explicativa y proyectiva; donde la recolección de la información se realizó mediante trabajo de campo, finalizando con la aplicación de una encuesta dirigida a identificar las oportunidades del producto embutidos de pescado en el mercado local inicialmente, dejando parámetros definidos para determinar las proyecciones a mediano, y largo plazo.

Para realizar este trabajo de emprendimiento, se identificaron los objetivos la justificación y los antecedentes, los análisis del sector como competencia y las estrategias de mercado, (Distribución, precio, promoción, comunicación, servicios, aprovisionamiento, descripción del proceso, costos de producción infraestructura, estructura organizacional, aspectos legales, costos administrativos; gastos de personal puesta en marcha del producto, gastos de administración), estudio financieros y el plan operativo. Conjuntamente se efectuaron los parámetros o líneas de creación de empresa prosas impuestas por la Fundación Universitaria de Popayán para llevar a cabo este trabajo de investigación.

#### **3.1 Tipo de investigación**

Los tipos de investigación utilizados para el desarrollo de la propuesta que se presenta son: investigación cuantitativa y exploratoria. La cuantitativa permitió diseñar, definir e implementar el sistema de costos que contiene el proyecto, igualmente se trata de un estudio de factibilidad donde el factor financiero es el actor determinante en la toma de decisiones dirigidas al establecimiento de la iniciativa emprendedora, por ende, a partir de este se define el grado de

factibilidad real, lo que hace atractiva o no factible para inversionistas una propuesta que involucra inyecciones económicas como requiere el tema de la creación de empresas en general.

Por otro lado, la investigación exploratoria se definió, para la identificación de los eslabones que integran la cadena dinámica de valor, de la empresa procesadora de embutidos a base de pescado MARISCOS PROCESSED S.A.S la cual se distribuyó en los siguientes espacios:

- **Proceso de producción:** En este se definieron los diferentes pasos que componen el procesamiento integral del producto final, embutidos a base de pescado. Mediante la investigación exploratoria se realizaron diferentes pruebas dirigidas a obtener el producto final según las exigencias del mercado, información arrojada por el estudio de mercados realizado.
- **Identificación de las oportunidades de mercado:** Partiendo de los parámetros de la investigación exploratoria, se realizó el diseño del estudio de mercados, identificando segmentos y nichos de este, al cual está dirigido el producto embutidos de pescado inicialmente. Por otro lado, se definió el tipo de preguntas y se realizó el cuestionario para ser aplicado según la población definida mediante la investigación exploratoria.

### **3.2 Instrumentos de recolección de datos**

El diseño de los cuestionarios, las muestras, la inspección y control del trabajo de campo, el procesamiento de la información, su análisis, así como la formulación de conclusiones, forman componentes que en este caso obtienen fundamental relevancia para el éxito del estudio de factibilidad para la creación de una empresa productiva y comercializadora en el municipio de Guapi -Cauca que se desarrolla en la presente investigación.

Toda la recolección de información es pertinente para este caso, porque se requiere conocer el mercado objetivo, por lo que se tomó una muestra significativa de la población por beneficio en el mercado donde se desarrolla el estudio de factibilidad ya descrito anteriormente, permitiendo conseguir con mayor precisión la recolección de información que se buscaba al entrevistar a la población para realizar el objeto de estudio.

### 3.3 Población

Según el Censo General (2012 - 2015), aplicado a la cabecera Municipal y toda su extensa área rural, que comprende múltiples centros poblados y otras poblaciones dispersas, Guapi cuenta con 28.649 habitantes, de los cuales 16.573 (57.8%) habitan la cabecera del Municipio y 12.076 (42%) la zona rural.

Para determinar el número de encuestas a aplicar se tomó como datos de medición la población de la cabecera municipal, equivalente a 16573 personas según el Censo General municipal debido a que es donde estará funcionando la empresa.

### 3.4 Muestra

La muestra se tomó de acuerdo a la siguiente fórmula. Se utilizó la fórmula para la proporción poblacional finita:

Margen: 10%

Nivel de confianza: 99%

Población: 16573

Tamaño de muestra: 164

$$n = \frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2 (p \cdot q)}{N}}$$

Ecuación estadística para proporciones poblacionales

$n$  = Tamaño de la muestra

$z$  = Nivel de confianza deseado

$p$  = proporción de la población con la característica deseada (éxito)

$q$  = proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

$e$  = Nivel de error dispuesto a cometer

$N$  = Tamaño de la población

Actualmente, se busca lanzar un producto nuevo al mercado embutidos a base de pescado, es de importante buscar información real sobre la cual se logre concluir de forma de la mejor manera para tomar las decisiones más adecuadas relacionadas con el lanzamiento del producto al mercado, mediante este estudio de factibilidad, se busca conocer aspectos primordiales de la oferta y la demanda real de la población objeto de estudio y que correspondiente a la plaza que permanece los habitantes donde se pretende lanzar el producto, definir la demanda y realizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de embutidos a base de pescado para la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S.

## 4. Desarrollo del proyecto

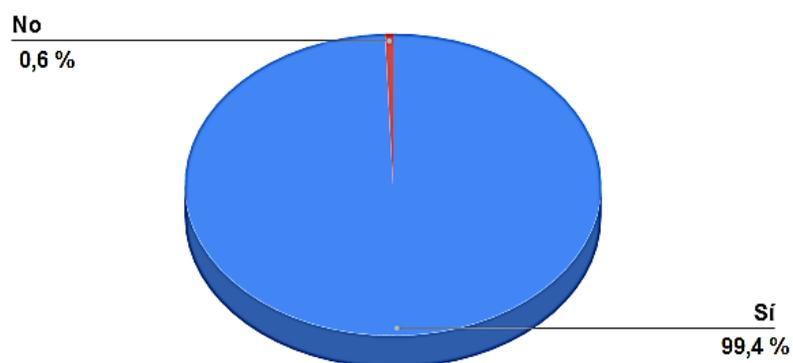
### 4.1 Resultados

Para determinar la factibilidad de la empresa procesadora de embutidos a base de pescado, objetivo final del presente estudio, se diseñaron y aplicaron unas encuestas como herramienta de investigación según el método exploratorio, utilizado para el desarrollo integral del proyecto de grado.

Partiendo de que la empresa estará ubicada en el municipio de Guapi - Cauca, las encuestas fueron aplicadas a diferentes personas habitantes de la comunidad, según, la muestra definida a partir de la aplicación de la fórmula para muestreo.

A continuación, se presentan los resultados arrojados en la aplicación de las encuestas a las personas.

#### 1. ¿Consume usted pescado?

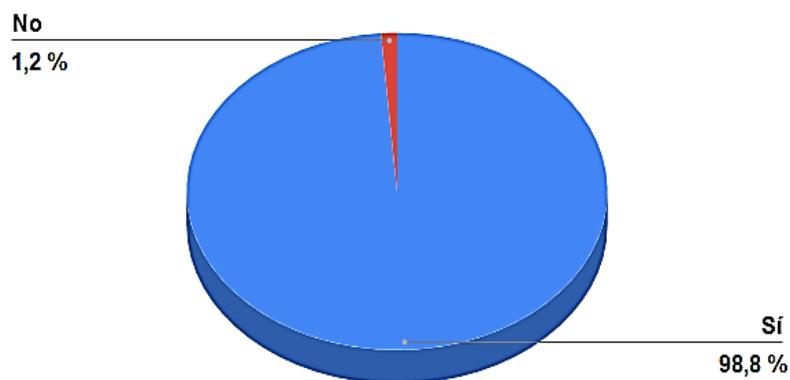


*Figura 2.* Consume usted pescado

Fuente. Elaboración propia

Partiendo de los resultados obtenidos en esta pregunta, se tiene que el 99.4 % de los encuestados consumen pescado, factor que favorece las proyecciones e intenciones del proyecto, debido, a que el pescado es la materia prima del producto a ofertar, por tanto, se prevé un alto grado aceptación, debido a que la base del embutido es aceptada por los potenciales consumidores.

**Pregunta 2. ¿Consume alguna clase de alimentos embutidos?**



*Figura 3. Consume alguna clase de alimentos embutidos*

Fuente. Elaboración propia

El consumo de alimentos embutidos en las personas encuestadas es del 98.8%, este rango porcentual favorece la iniciativa emprendedora, desde la proyección y visualización que enmarcan el fin de la propuesta, ya que, la presentación del producto embutidos de pescado es innovadora en cuanto a la materia prima mas no desconocida en relación a los alimentos generales de consumo para los clientes potenciales.

**Pregunta 3. ¿Qué cantidad compra los embutidos?**

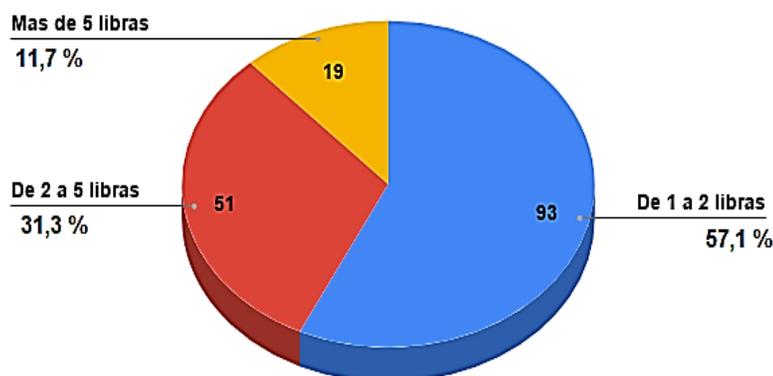


Figura 4. Qué cantidad compra los embutidos

Fuente. Elaboración propia

De las personas encuestadas consumidoras de alimentos embutidos el 56,8% representa la mayoría, con un consumo entre los rangos de 1 a 2 libras mensuales, seguido por un 31,5% con consumo de 2 a 5 libras por mes, finalizando con 11.7% quienes consumen más de 5 libras, lo que muestra que el municipio de Guapi-Cauca es una población de consumo activo en materia de embutidos.

**Pregunta 4. ¿Cuáles son las razones por la que compra estos embutidos?**

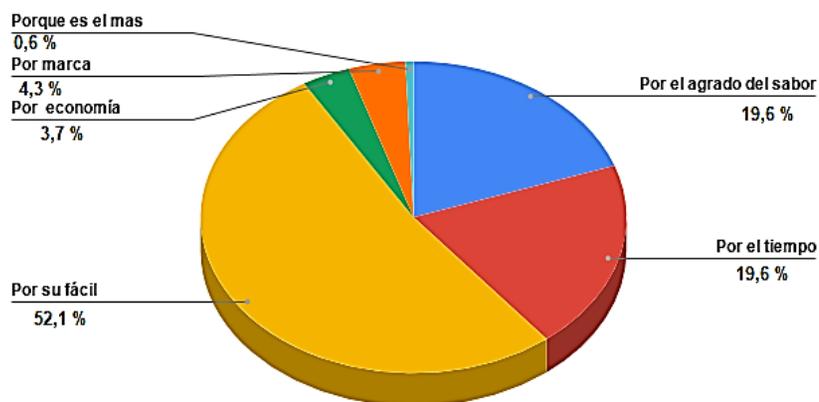
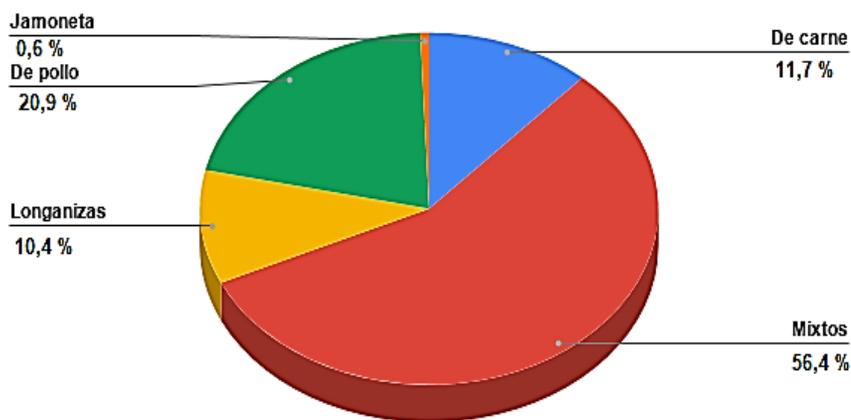


Figura 5. Cuáles son las razones por la que compra estos embutidos

Fuente. Elaboración propia

La razón principal por lo cual los encuestados compran productos embutidos es por su fácil preparación, representada por un 51,9%, seguida por el agrado del sabor y por el tiempo con igual porcentaje de participación, el 19,8%, continúa la marca con el 4,3% y finaliza con la economía con el 3,7%. Los resultados obtenidos en esta pregunta evidencian un panorama positivo para los fines de la empresa, ya que, los porcentajes más bajos como son la marca y la economía, se identificaron como posibles factores que actuarían de forma negativa en la definición de la factibilidad de la empresa, y en este punto se muestra que no tienen la relevancia pensada, lo que fortalece aún más, la recolección de factores sumadores en la definición de la factibilidad de la creación de la empresa de embutidos a base de pescado.

**Pregunta 5. ¿Qué clase de embutidos es su preferido?**



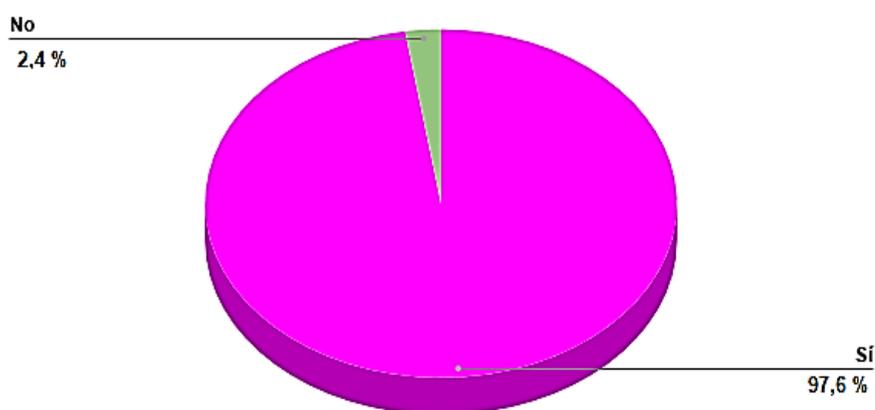
*Figura 6.* Qué clase de embutidos es su preferido

Fuente. Elaboración propia

Las personas encuestadas muestran su preferencia de consumo hacia los embutidos mixtos con un 56,2%, seguido por los elaborados a base de pollo con el 21,0%, están los de carnes con el 11,7%, las longanizas con 10,5% y finalmente la jamoneta con el 0,6%. En los

resultados de esta pregunta se evidencia la inexistencia de embutidos a base de mariscos, o una materia prima diferente a las carnes convencionales, por lo tanto, los chorizos a base de pescado, representan un producto innovador, que brinda una variedad en este tipo de mercado, ampliando las posibilidades a los consumidores de explorar nuevos sabores.

**Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a consumir embutidos elaborados a base de pescado?**

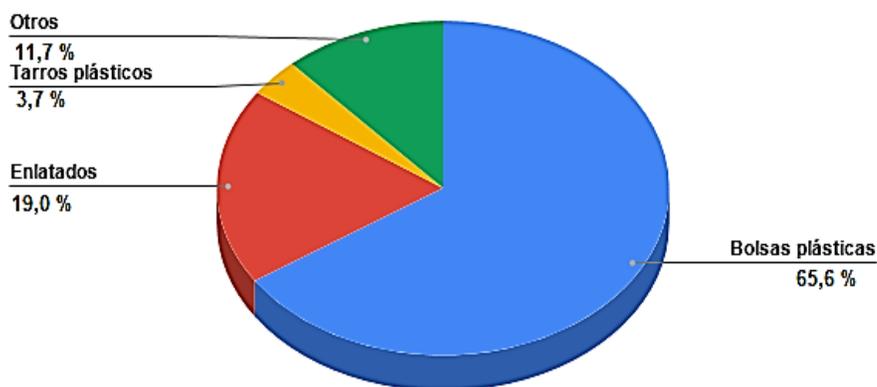


*Figura 7.* Estaría dispuesto a consumir embutidos elaborados a base de pescado

Fuente. Elaboración propia

De la población objeto de estudio se evidencia en un porcentaje altamente significativo que el 98,2% estarían dispuestos a consumir el nuevo embutido elaborado a base de pescado.

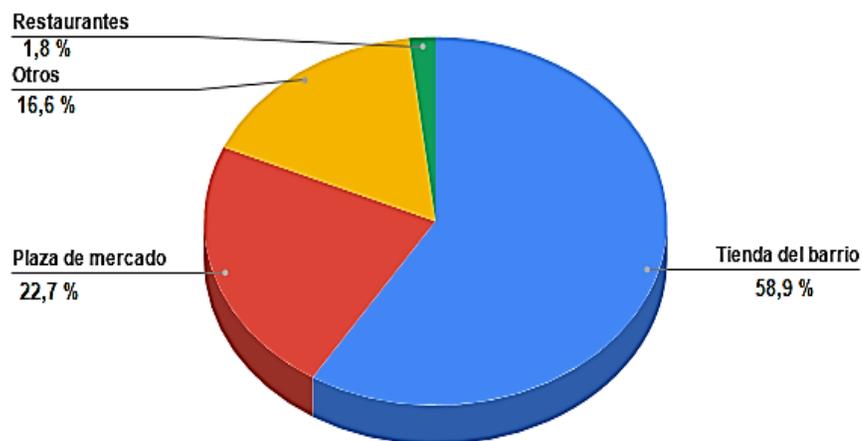
**Pregunta 7. ¿Si llegara al mercado un producto nuevo de embutidos a base de pescado como te gustaría que fuera su presentación?**



*Figura 8.* Si llegara al mercado un producto nuevo de embutidos a base de pescado como te gustaría que fuera su presentación

Fuente. Elaboración propia

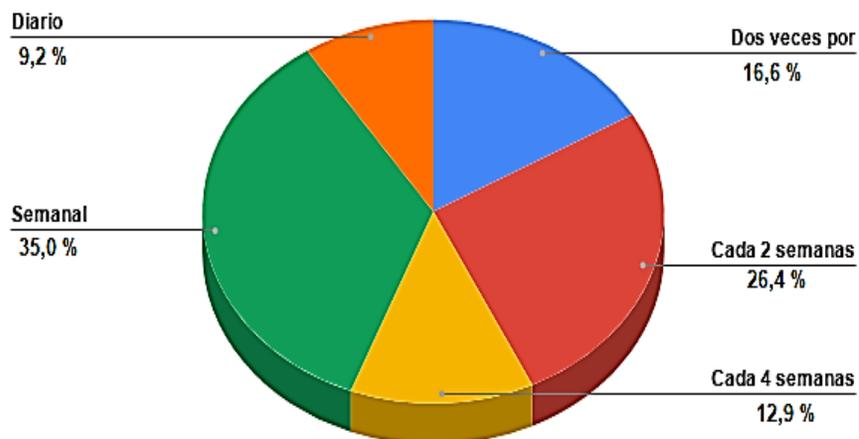
En cuanto a la preferencia dirigida a la presentación del producto, la mayor inclinación estuvo hacia las bolsas plásticas con el 66,0%, los enlatados con el 18,5%, otros con el 11,7% y por último los tarros plásticos con el 3.7%. Los estudios técnicos referidos a elaboración integral de los embutidos, coinciden con la preferencia hacia la utilización de las bolsas plásticas para realizar el empaqueo del producto, por lo cual, el empaque se realizará en bolsas plásticas haciendo uso de la técnica del vacío, con el fin de conservar el sabor y alargar la vida útil de los chorizos.

**Pregunta 8. ¿En qué lugares realiza la compra de los embutidos?**

*Figura 9.* Si llegara al mercado un producto nuevo de embutidos a base de pescado como te gustaría que fuera su presentación

Fuente. Elaboración propia

En cuanto a la preferencia del lugar de la compra es evidente que la mayor parte de la población encuestada, representada por el 59.3% realiza la compra de los embutidos en tiendas de barrio, seguida por la plaza de mercados con el 22,2%, otros con 16.7% y en menor porcentaje se encuentran los restaurantes con el 1.9%. Los anteriores resultados proporcionaron directrices para la identificación de los posibles intermediarios en la cadena de distribución, entre los cuales se contó con los tenderos de barrio, debido a que estos llegan directamente al consumidor final y factor que permite reducir los intermediarios favoreciendo el tema de costos, ya que, a más intermediarios mayor precio de adquisición.

**Pregunta 9. ¿Con que frecuencia compra usted estos embutidos?**

*Figura 10.* Con que frecuencia compra usted estos embutidos

Fuente. Elaboración propia

En la figura anterior, se puede evidenciar que la frecuencia con la que se compran los embutidos principalmente está semanalmente con el 35,2%, seguida por cada dos semanas con el 25,9%, cada cuatro semanas con 13,0%, dos veces por semana con 16,7%, y finalmente diario con el 9,3%. La anterior información evidencia particularmente la existencia del consumo constante de embutidos, aspecto que aumenta la expectativa ante las posibilidades del producto en el mercado local inicialmente.

**Pregunta 10. ¿En qué jornada del día consume usted embutidos?**

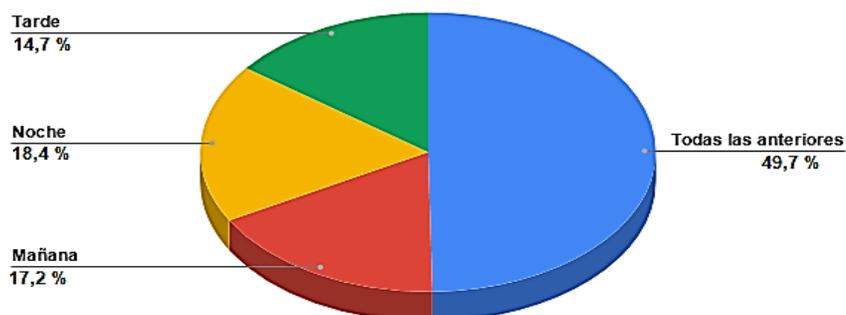


Figura 11. En qué jornada del día consume usted embutidos

Fuente. Elaboración propia

La anterior pregunta muestra un rango bastante definido en cuanto a la inclinación de los horarios de consumo de los embutidos por parte de los consumidores, ya que el 50% no tiene un horario establecido, lo pueden hacer a cualquier hora del día. El otro 50% está dividido entre la noche con el 18,5%, seguida por la mañana con el 17,3% y por último está la tarde con el 14,2%. Lo anterior nos indica que el horario no es un factor determinante en el consumo de los productos embutidos por parte de los encuestados.

**Pregunta 11. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación para distribuir el producto?**

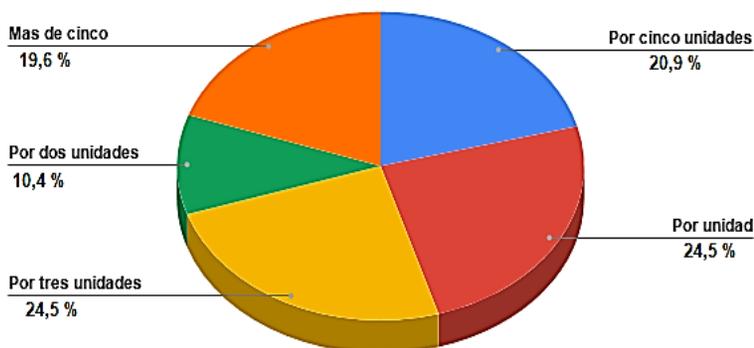
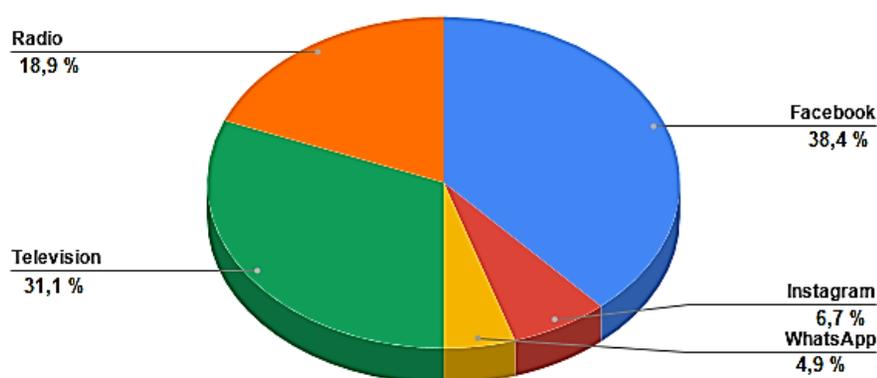


Figura 12. Cómo te gustaría que fuera la presentación para distribuir el producto

Fuente. Elaboración propia

Según la figura anterior, la preferencia de los encuestados se encuentra bastante dividida, está en primer lugar por tres unidades con el 24,7%, seguida por la unidad con el 24,1%, luego por cinco unidades con 21,0%, por más de cinco unidades con 19,8 y por último por dos unidades con el 10,5%, Los anteriores resultados brindan parámetros que resulta beneficioso al momento de salir al mercado el producto.

**Pregunta 12. ¿De los siguientes medios masivos de comunicación cual es el que más utiliza?**

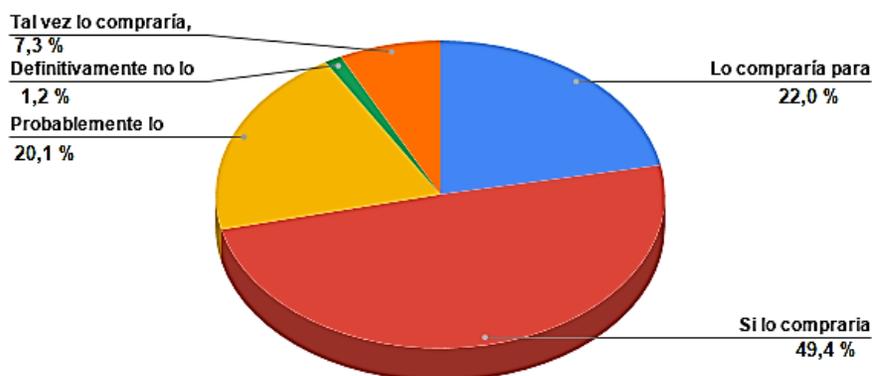


*Figura 13.* De los siguientes medios masivos de comunicación cual es el que más utiliza

Fuente. Elaboración propia

Las personas encuestadas utilizan el Facebook con un mayor porcentaje del 38% como medio masivo de comunicación seguido de la televisión con el 31,3%, seguido por la radio con el 19,0% y en menor porcentaje el Instagram con 6,7% y WhatsApp con 4,9%, teniendo variedad al momento de dar a conocer el producto.

**Pregunta 13. ¿Si se le informa que existe un producto nuevo de embutidos a base de pescado en el mercado?**

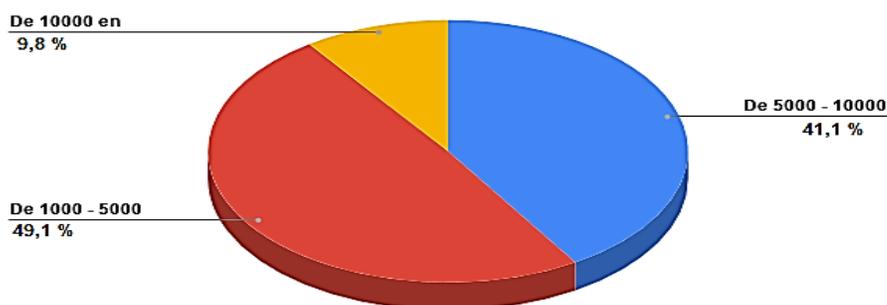


*Figura 14.* Si se le informa que existe un producto nuevo de embutidos a base de pescado en el mercado

Fuente. Elaboración propia

Los resultados arrojados en esta pregunta muestran que el 49,7%, comprarían los embutidos de pescado, porcentaje que representa casi el 50% de los encuestados, lo que indica un alto grado de aceptación del producto, luego se encuentran los que comprarían para probarlo con el 22,1%, porcentaje que sumado al anterior dan un rango de altas posibilidades de aceptación del producto, al igual que los encuestado que respondieron probablemente lo compraría con el 19,6%, seguidos por el 7,4%, donde respondieron tal vez y finalmente se encuentran los que dicen que definitivamente no lo harían.

**Pregunta 14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto embutido a base de pescado?**



*Figura 15.* Qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto embutido a base de pescado

Fuente. Elaboración propia

Con relación al precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por adquirir el chorizo de pescado, se tiene que el 48,8% de los encuestados tienen preferencia por el rango comprendido entre \$1.000 y \$5.000, seguido por entre \$5.000 y \$10.000 con 41,4%, y finalmente se encuentra de \$10.000 en adelante. Los anteriores resultados proporcionan información para la definición del precio de venta para el producto final.

#### **4.2 Análisis de resultados**

El primer análisis, pertenece al resultado de las encuestas aplicadas a la población de la cabecera municipal del municipio de Guapi Cauca dirigida a los consumidores finales y a los comerciantes.

Existe una buena expectativa acerca del producto que se plantea lanzar al mercado. Se tomaron como material de medición las encuestas, se procedió a encuestar a una parte de la población (Guapiense) y arrojaron resultados positivos para el estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de embutidos a base de pescado en el Municipio de Guapi-Cauca.

Según el número de personas encuestadas las cuales representan una muestra poblacional sustentable para determinar elementos de factibilidad que busca identificar la propuesta como fin último, se podría concluir, que existe un alto grado de posibilidades para el producto en el mercado local inicialmente, debido, a que las personas estarían dispuesta a consumirlo y a recomendarlo a sus familiares y amigos, de esa manera lograr posicionarlo en el mercado actual como número uno en la canasta familiar ,siendo Choryfish una alternativa para satisfacer las necesidades alimenticias del cliente.

Partiendo de los resultados anteriores se considera la comunidad Guapireña en general clientes potenciales para el consumo de los chorizos de pescados a ofertar por la empresa en estudio. La base principal se encuentra en que el consumo de pescado es algo cultural, que hace parte del diario vivir de los habitantes de esta comunidad, el hecho de tener una nueva alternativa innovadora, que les permitirá consumir el pescado que hace parte de la canasta familiar en una presentación atractiva y segura para los niños especialmente, facilita el proceso de reconocimiento y aceptación del producto por parte de la mayoría de los habitantes principalmente, además, gracias a su fácil preparación este producto llega a satisfacer las necesidades del cliente, no solo en cuanto a su sabor y componentes nutricionales considerados para la carne de pescado, si no también, que ayuda a la minimización de tiempo en su preparación.

La combinación entre el alto consumo de pescado en fresco y los embutidos generalizados, carne, pollo y mixtos), según los resultados de las encuestas, proporcionan un factor motivante en el éxito de la empresa, ya que, el producto embutidos de pescado, unifica estas condiciones de consumo que presenta el mercado al cual va dirigido el producto. Por otro

lado, el proceso definido para la elaboración de los chorizos de pescado se realizará sin conservantes químicos y con plantas condimentarias de la zona, aspecto que brindará mayor seguridad a los consumidores debido a la tendencia de la ingesta de alimentos limpios libres de químicos e insumos nocivos.

Es bueno saber que el pescado presenta un importante nivel de consumo dentro de las familias del municipio de Guapi- Cauca, ya que se observa como una buena alternativa incluir en el menú diario embutidos derivados del pescado y gracias a su fácil preparación le permite a los trabajadores consumirlos sin destinar mayor cantidad de tiempo a su preparación, adicionalmente a un costo justo en comparación a los productos sustitutos

Choryphis no contiene preservativos, conserva las propiedades nutricionales y su buen sabor, que le da un toque diferente y lo hace distinguir de los demás productos sustitutos existentes en el mercado actual.

Los resultados obtenidos en el análisis de la encuesta, particularmente en las preguntas relacionadas directamente con el consumo tanto de mariscos como embutidos, muestran un buen indicador para concluir un porcentaje de mercado meta. Por otra parte, la disposición de consumo es del 98.8% de las personas encuestadas, porcentaje que se puede tomar como un indicador de consumidores finales y de los consumidores insatisfechos y que se busca atraer para el fortalecimiento del mercado meta.

La población de consumo directo o mercado meta a conquistar por MARISCOS PROCESSED S.A.S. estará compuesta por familias del casco urbano del municipio de Guapi inicialmente, al igual que todas las demás personas que visitan la localidad ya sean nativos o visitantes que consuman productos gastronómicos elaborados en la localidad.

Para dar a conocer el producto en la población según las encuestas realizada los medios de comunicación más utilizado por los consumidores son Facebook 38% televisión 31.3% whatsapp 4.9% instagram 6.7% y radio 19% donde se estarán publicando estrategias de publicidad promociones y se impulsara el producto para llegar con facilidad a la población. En este punto, se buscar una estrategia de mercado para que la TV local ovista por el 31.3%, logre mayor impacto. Es conocido por los investigadores, que el medio de comunicación local más utilizado por la comunidad es esteros tv donde buscaremos llegar y ofrecer el producto al consumidor final.

Lo anterior se considera importante, porque el uso empresarial de los medios de comunicación y las redes sociales, sirven para implementar las campañas publicitarias definidas para el proceso de publicidad y promoción, donde se empieza a captar la atención de los posibles clientes con el fin de motivar la compra y consumo del producto. Igualmente, los medios de comunicación son una herramienta esencial para impulsar todo tipo de productos o actividad independientemente del sector en que esta se encuentre, por tanto, representan un escenario de grandes oportunidades para el desarrollo y el fortalecimiento de las empresas a la hora de dar a conocer sus productos al alrededor del mundo.

En conclusión, según el análisis de resultados mediante las encuestas aplicadas a la población inicial seleccionada liderada por el casco urbano del municipio de guapi, el consumo del chorizo a base de pescado Choryfhis, tendría posibilidades de aceptación, demanda y consumo, lo que representa elementos positivos que aportan a la definición de establecer la empresa en la comunidad, la cual tiene dentro de sus propósitos aportar al crecimiento de la

economía y mitigar un poco los índices de desempleo en el departamento del Cauca y en la Región.

## **5. Plan de negocio para la producción y/o comercialización de embutidos a base de pescado en empresa “Mariscos Processed S.A.S.”, en el Municipio de Guapi- Cauca**

### **Introducción**

El actual Plan de negocios, pretende conocer la factibilidad de la creación de una empresa procesadora y comercializadora de embutidos a base de pescado, la cual busca proporcionar a los consumidores satisfacción, en la medida de contar con un producto novedoso, que cumpla con las necesidades que presentan en cuanto al hecho de poder consumir el pescado en otra presentación y con la seguridad, que siga conteniendo las mismas propiedades nutritivas naturales, con el valor agregado como lo es la ausencia de espinas, aspecto que amplía las posibilidades a las personas que por temor a estas no consumen el pescado en fresco.

La anterior reflexión como se enunció en el párrafo anterior brinda un nuevo margen de oportunidades para la aceptación del producto en el mercado, especialmente para las proyecciones en los tres niveles como son el corto, mediano y largo plazo, visualizando en el primero al mercado local, a través, de los turistas ofertando un producto novedoso y que garantiza la ausencia de espinas, brindando seguridad para su consumo.

### **Objetivos del plan**

- Ejecutar un Estudio de mercado para determinar si es factible la empresa Mariscos Processed S.A.S, en el municipio de Guapi-Cauca
- Diseñar un estudio técnico, administrativo para establecer la estructura organizacional de la empresa.
- Realizar el estudio de los costos y estados financieros para la toma de decisiones y proyecciones financieras del proyecto.

- Analizar los entornos del estudio de factibilidad de la empresa (socio-cultural, económico, tecnológico, político legal, ecológico y global).

### **Justificación**

El municipio de Guapi-Cauca cuenta con un porcentaje significativo de pobladores que su actividad económica es la pesca, la cual realizan como trabajadores independientes. Dicha actividad económica es realizada informalmente. Con la creación de la empresa se pretende contribuir al crecimiento empresarial e impulsar la economía de los habitantes de Guapi-Cauca que se dedican a dicha actividad al igual que la población en sí porque se genera empleo y, por ende, el mejoramiento de la calidad de vida.

El Plan de Negocios, está estructurado por jóvenes emprendedores que proyectan este estudio de factibilidad como un modelo importante a seguir, para el desarrollo e implementación de iniciativas emprendedoras, atractivas que atraigan la mirada de inversionistas y con ello aportes a la economía de la zona, fortaleciendo los diferentes sectores existentes en este campo en el Municipio de Guapi-Cauca

La idea emprendedora contempla estudios como (mercados, estudios técnicos, financieros, legal, ambiental y organizacional), los cuales se diseñaron para determinar si la empresa Mariscos Processed S.A.S es factible e identificar al mismo tiempo factores externos como los posibles competidores directos e indirectos y clientes para potenciar el crecimiento de la empresa y con ello volverla atractiva para los posibles inversionistas.

A nivel social la empresa Mariscos Processed S.A.S aporta un estudio de mercados en el municipio de Guapi-Cauca, que les permite a los integrantes de este plan, enfocar los recursos necesarios tanto técnicos como humanos para el mejoramiento de la empresa. De esta manera, se podrá aportar al crecimiento de la economía generar nuevos empleos, y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región y que futuros emprendedores partan de esta iniciativa de negocio y fortalezcan las propias.

A nivel empresarial este estudio de factibilidad se podrá ejecutar en la localidad y a un futuro globalizar la empresa y expandirnos a otros mercados como proyecciones a largo plazo, garantizando la permanencia de la empresa y de esa manera mejorar las expectativas y niveles de vida de los empleados brindando además al mercado externo la posibilidad de consumir un producto de calidad diferente a los actualmente comercializados en el mercado con un toque innovador y sin conservantes que garantizara conservar un mejor sabor y más saludable.

La metodología empleada para buscar los resultados es cuantitativa y se realizó de forma aleatoria lo que se expresa es que se tomó al azar a un numero de encuestados en esta práctica cada segmento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

## **5.1 Estudio de sector**

**5.1.1 Definición del negocio.** MARISCOS PROCESSED S.A.S es una empresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos a base de pescado de forma industrial sin el uso de conservantes, garantizando al cliente consumir un producto de alta calidad y natural, conservando sus propiedades nutritivas y su buen sabor, mejorando los hábitos alimenticios de los habitantes del municipio de Guapi-Cauca La empresa cuenta con una

estructura administrativa, una planta apropiada para la producción de embutidos a base de pescado donde se pueda desarrollar toda la parte administrativa y operativa.

## **5.2 Análisis del sector**

El sector en el cual se propone desarrollar la iniciativa emprendedora, se considera propicio y apto, debido, a que facilita la interacción adecuada de los eslabones de la cadena dinámica de valor, que integran el establecimiento de la empresa procesadora y comercializadora de embutidos a base de pescado MARISCOS PROCESSED S.A.S. La creación de dicha actividad económica fortalecerá sectores socioeconómicos del Municipio de Guapi-Cauca, lugar donde será establecida, entre los cuales está el pesquero, el turismo y el comercio en general, aspecto que repercute de forma positiva en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de dicha comunidad.

El municipio de Guapi carece de un número significativo de actividades económicas provenientes de iniciativas emprendedoras, tanto particulares como estatales, que generen la creación de empleos formales, promoviendo el desarrollo y crecimiento socioeconómico de la zona, y con ello garantizando la permanencia y apropiación del territorio, motivando al mismo tiempo la defensa del patrimonio local.

La poca presencia de iniciativas económicas empresariales formales ya sea de manufactura o prestación de servicios, ha propiciado la generación del llamado rebusque, donde las personas buscan su sustento desarrollando diferentes actividades, entre las cuales se encuentra la venta de comidas rápidas crudas como los embutidos.

Los embutidos y los quesos son los productos que más se comercializan informalmente en la comunidad de Guapi, como lo muestra la encuesta, principalmente por su fácil acceso,

precio, sabor y facilidad en la preparación. Toda clase de alimentos procesados que llegan al municipio de Guapi son provenientes del interior del País.

**Resumen ejecutivo** la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S. se establecerá en Guapi-Cauca con el objetivo de procesar pescados y transformarlos en embutidos para comercializarlo en la comunidad, asimismo buscará entregarle al cliente un producto de calidad al mejor precio de esa manera posicionar el producto en el mercado y a un corto plazo ampliar la empresa y globalizar el producto.

La empresa cuenta con grandes ventajas con respecto a sus competidores ya que ofrece un producto natural sin conservantes y precios sustancialmente justo que el promedio del mercado teniendo en cuenta los costos de producción, además tiene altos niveles de innovación en la oferta de su producto, con productos de alta calidad que a la fecha ninguna otra compañía ha ofrecido a sus clientes, tales como: chorizos a base de pescado y a futuro otros productos derivados del pescado.

El grupo empresarial estará conformado por los contadores públicos Aníbal Micolta y Pedro Francisco González, quienes cumplirán labores de socios gestores y de capital, cada uno aportará 50% del capital inicial y estará vinculado laboralmente a la empresa.

**La idea empresarial:** esta idea empresarial nace de la idea de un grupo de jóvenes emprendedores e innovadores y se plantea hablar de las generalidades de la empresa, las razones que los llevaron a implementar la idea de crear la empresa la justificación incluyendo su misión valores, objetivos y una evaluación de la idea en todo lo que se refiera los riesgos de innovación.

**Análisis del entorno o sector.** Se sistematiza el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector, comportamiento, su evolución del mercado y las tendencias previstas a corto, mediano y largo plazo. Competidores, proveedores.

**Mercado meta.** Para buscar el mercado meta se realizó la identificación de clientes potenciales los consumidores finales del producto y la evaluación de la demanda. Para eso se hace un análisis del mercado, se define el mercado y la dirección hacia donde se requiere llegar al cliente.

**Plan estratégico:** esta estrategia se efectuará en tres etapas. (Recolección de información, ajuste de la información y etapa de decisión respecto de las diferentes estrategias de negocios que ayudarán al cumplimiento de objetivos).

**Plan de marketing** (estrategias comerciales: producto, precio, promoción y distribución).

**Plan de operaciones** (Ficha técnica del producto, las maquinarias y materiales necesarios para producirlo, mano de obra directa para realizar el proceso, fuentes de suministro, procedimientos de compras y un plan de producción).

**Plan de administración:** (gestión de recursos humanos, determina competencias y experiencias. Incluye los planes de reclutamiento, selección y capacitación de empleados y la estructura organizativa seleccionada para la empresa).

**Plan financiero:** este apartado es muy importante para el estudio de factibilidad para la creación de la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S. productora y comercializadora de embutidos a base de pescado porque busca determinar si es viable económica y financiera, especificando las necesidades financieras y fuentes de financiamiento consideradas y presenta

proyecciones de ingresos, costos y utilidades. Esta sección incluye el cálculo de los flujos de fondos y una proyección financiera a 5 años.

**5.2.1 Sobre la producción de embutidos en Colombia.** EL producto bandera de la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S. es el CHORIZO DE PESCADO, por lo tanto se habla de producto cárnico, debido a que el pescado hace parte de las carnes blancas, las cuales según el artículo “Los diferentes tipos de carne y su influencia en la salud” recopilada en el blog llamado Directo al paladar, donde refieren que la clasificación en el mundo de las carnes, es aquella que divide a estos alimentos en carnes rojas y blancas. Las primeras incluirían carne vacuna, de cordero o de buey, mientras que entre las segundas encontraríamos carne de cerdo, de pescado, pollo, pavo u otras aves.

Gottau (2012) Refieren que en el pescado:

La cuestión es bastante diferente, porque hay también pescados blancos con menor proporción de grasas y pescados azules con mayor aporte de este macronutriente, pero las grasas del pescado no son iguales que las grasas del pollo o de un vacuno. En el pollo y las carnes vacunas abundan las grasas saturadas por sobre las insaturadas, mientras que, en el pescado, es mayor la proporción de ácidos grasos insaturados beneficiosos para la salud, sobre todo, omega 3. (p.1)

Partiendo de todo lo anterior y la razón social de la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S. Se trata de actividades que involucran procesos de transformación de materia prima e insumos, en este caso pescado, para producir un bien tangible, con mercado local inicialmente y proyecciones a nivel regional, nacional e internacional finalmente.

Para Editor de alimentos (2016). En Colombia se rompe el estigma de las carnes procesadas como peligrosas para la salud, sien esta una oportunidad para que en el tema de los embutidos unos le apuesten al mercado vegetariano y otros a productos ricos en proteínas sin colorantes ni conservantes”, debido, a toda esta problemática nace la iniciativa de llevar al mercado actual un producto natural que busca satisfacer las necesidades de la creación de mercados alternativos con productos de calidad, elaborados mediante procesos limpios que involucren materias primas e insumos de alta competitividad y conserven además características de salubridad, al ser fabricados lo más natural posible y sin conservantes o agentes nocivos para la salud humana.

Según Caballer (2016) El sector cárnico lleva algunos años atravesando un periodo complicado, según se aprecia del análisis de los datos de consumo. El Informe de Consumo de Alimentación en 2015, publicado por el MAGRAMA en mayo de este año, revela que de nuevo los hogares han reducido la compra de productos cárnicos con respecto a 2014 (un 2,2% menos); sin embargo, el gasto se ha visto incrementado ligeramente (un 0,9% más que el año anterior) debido al aumento de los precios en las diferentes categorías. Las carnes procesadas han sufrido un incremento de su valor del 2,1% con respecto a 2014, mientras que su consumo ha descendido un 1%.

El sector de carnes procesadas deberá tomar decisiones estratégicas para alinear sus acciones de diseño, lanzamiento y promoción de productos con las tendencias que modulan el comportamiento del consumidor, para conseguir recuperarse de estos datos. Pero, para plantear y poner en marcha estrategias acertadas; es esencial analizar cuáles son las razones y los factores que han sido la causa para llegar a la obtención de los datos anteriores, siendo la principal causa

la connotación global referida al consumo de embutidos donde se piensan que los alimentos procesados son perjudiciales para la salud.

### **5.3 Estudio de mercado**

MARISCOS PROCESSED S.A.S. Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos a base de pescado, que abarca el sector comercial e industrial. El producto bandera es presentado a la comunidad como una idea de negocio innovadora la cual tiene como objetivo ayudar a la economía y a disminuir los índices de desempleo aportando al crecimiento y desarrollo de la región.

La empresa tendrá sede en el casco urbano del Municipio de Guapi - Cauca, debido a los diferentes aportes que el funcionamiento de esta puede generar a la comunidad, además de ser beneficioso para el desarrollo integral del producto ya que permite la obtención de la materia prima e insumos de calidad y a costos favorables. Por otro lado, se encuentra diferentes aspectos determinantes dados por el mercado local, los cuales se identificaron mediante el diseño, aplicación e interpretación de unas encuestas dirigidas a un grupo de habitantes seleccionados, según se muestra en el aparte del análisis del estudio de mercados.

En este aspecto se debe tener presente la identificación de la competencia directa e indirecta, donde es claro la inexistencia de empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de embutidos a base de pescado, sin embargo, se considera la importancia en esta, mediante la venta de embutidos cárnicos procedentes del interior del País, en diferentes presentaciones, realizada formal e informalmente por mayoristas y minoristas a nivel local y regional.

**5.3.1 Análisis del mercado global.** Teniendo en cuenta el comportamiento del mercado de productos embutidos en Colombia se puede inferir que en los últimos años la exportación de productos embutidos en Colombia ha crecido un 5%. Según la OEC (2016) los países con mayor porcentaje de importación de alimentos embutidos son: Reino Unido con un 13%, Alemania con un 12% y Francia con un 12%, lo que refleja que los países desarrollados son consumidores potenciales de productos embutidos. Por lo tanto, se puede aprovechar que los países desarrollados son consumidores y globalizar nuestro producto, abriendo puertas y aprovechando el TLC con los países que este el tratado y dar a conocer nuestra empresa.

Por la ubicación geográfica de Colombia se evidencia que es un país que apuesta al aprovechamiento de los recursos tanto naturales como culturales, siendo la pesca una de las actividades más importantes en la región pacífica, lo que es una gran ventaja para la recolección de la materia prima para la elaboración de los embutidos a base de pescados.

La elaboración de embutidos a base de pescado tiene un alto grado de atractivo debido a que es una idea fuera de lo común ya que crece una presentación distinta a la acostumbrada por los consumidores (fresco). Teniendo en cuenta lo dicho se puede evidenciar que es un producto con altas posibilidades de ser ofertado no solo nacional, sino también internacionalmente contribuyendo así un crecimiento económico para el municipio y el país.

**5.3.2 Estudio del mercado local.** El objetivo principal del proyecto es determinar la factibilidad de la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S; para ello, se debe identificar la existencia de una necesidad real, expuesta por un grupo significativo de posibles clientes o demandantes del producto en estudio, para lo cual, se hizo el diseño e implementación de una

encuesta como herramienta en la identificación del mercado y características que contribuyan a la elaboración de un producto final, que cumpla y satisfaga las necesidades de los clientes.

La empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S. Tendrá como objetivo principal la producción y comercialización de embutidos a base de pescado con la particularidad de que el consumo se puede hacer en cualquier horario, indiferentemente de los establecidos para la ingesta de alimentos a nivel general y mundial.

Este estudio de mercados se realizó en el casco urbano del municipio de Guapi -Cauca ubicado al sur del Pacífico Caucano, año 2018, con habitantes de estratos 1, 2, 3, 4; se tomó como base toda la población del casco urbano según Censo General, (2012 - 2015) para un total de población de 16573 personas tomando una muestra de 164 encuestas.

Según el Censo General, (2012 - 2015), aplicado a la cabecera Municipal y toda su extensa área rural, que comprende múltiples centros poblados y otras poblaciones dispersas, Guapi cuenta con 28.649 habitantes, de los cuales 16.573 (57.8%) habitan la cabecera del Municipio y 12.076 (42%) la zona rural. En la tabla 1, además de relacionar las cifras demográficas anteriores, son relacionadas las estimaciones de población para el año 2015, año en donde el Municipio alcanzaría los 29.722 habitantes, 18.111 (60%) de ellos situados en la cabecera y 11.611(40%) en el resto rural. Para el año 2020, se estiman habrá 30.042 habitantes ,11.583 (61%) distribuidos en el resto rural y 18.459 (39%) en la cabecera

El número de población que se estudia es de 16573 personas pertenecientes a la cabecera municipal equivalente a un 57.8% de la población donde se ubicara la empresa. (Censo General, 2012 – 2015)

**5.3.3 Cantidad de competidores.** Partiendo del hecho que la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S estará situada en el municipio de Guapi- Cauca y como se ha reiterado en el transcurso del desarrollo del proyecto “estudio de factibilidad para la creación de una empresa de embutidos a base de pescado”, en dicha zona existen actualmente alrededor de dos empresas pequeñas Palmitos y Sabrococo, junto con cuatro cuartos fríos aproximadamente, las cuales siguen siendo pocas en el campo de las iniciativas económicas en el orden de la producción de bienes tangibles para la zona, y en particular en la elaboración y comercialización de embutidos de pescado, que actúen como competidores directos; sin embargo, hay variedad de vendedores en los diferentes mercados locales entre tiendas de barrio, galería principal, mayoristas distribuidores y vendedores ambulantes, los cuales juegan el papel de competidores con productos externos de diferentes marcas reconocidas y no reconocidas, pero que igual se venden en la demanda local de productos embutidos cárnicos. Por tanto, la competencia directa está representada por las empresas productoras de embutidos como Chorizo Santa Rosano, Pietrán, Rica y Zenú que son las más comercializadas en el Municipio de Guapi-Cauca.

Debido al aumento en los robos y pérdidas de mercancías en los barcos, medio principal por donde se transportan toda clase de mercancías que llegan a Guapi, no se pudo obtener información de las cantidades de productos embutidos que se comercializan en el Municipio, a esto se le suma que por cuestiones de seguridad una gran cantidad está entrando por avión a título personal de los comerciantes ambulantes, por cual no queda registro para el público.

**5.3.4 Productos existentes consumibles por la población.** Actualmente en el municipio de Guapi-Cauca se ofertan variedades de productos los cuales actúan como alimentos sustitutos, con relación al consumo de proteínas provenientes de las carnes rojas y algunas

blancas, que son de difícil adquisición en la zona, razón por la cual aumenta en la canasta familiar la presencia de alimentos como salchichas, mortadelas, longanizas, salchichón, jamonetas entre otros; aunque los productos mencionados anteriormente son altamente consumidos por la población, tienen en su composición alto contenido de conservantes, aditivos que pueden afectar la salud de las personas, aspecto que podría ser beneficioso al momento de la producción y venta de los embutidos de pescado, debido a que las personas tendrían mayor preferencia por consumir alimentos no perjudiciales para su salud al momento decidirse por un producto que hace parte de la competencia.

**5.3.5 Ubicación.** Guapi cauca es un municipio ubicado en el Litoral Pacífico caucano en Colombia la población se estima entre 28.649 de los cuales 16.573 corresponde a la cabecera municipal y 12.076 a la zona rural según Censo General, (2012 - 2015) las principales actividades económicas son el comercio la pesca artesanal, la minería y la agricultura. Siendo Guapi un lugar óptimo para el funcionamiento de la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S gracias a sus condiciones geográficas.

**5.3.6 Aspectos tecnológico e industrial del sector.** El Municipio de Guapi- Cauca por sus condiciones pasadas referidas al agua potable y energía eléctrica principalmente, cuenta en la actualidad con pocas iniciativas emprendedoras que involucren procesos de transformación o producción de un bien tangible, por tanto todos los procesos desarrollados en el orden de la producción o transformación de una materia prima, se realiza generalmente de forma artesanal; sin embargo, a la fecha ya se cuenta con energía eléctrica constante y de calidad mediante interconexión, lo cual facilita el desarrollo integral de los procesos y abre puertas para el campo empresarial particularmente en la producción de bienes.

Partiendo de la anterior reflexión y las oportunidades que se abren con el mejoramiento de los servicios públicos en el Municipio de Guapi, especialmente de la energía eléctrica, se considera el hecho de contar con equipos, herramientas y maquinaria que garanticen la elaboración de productos competitivos, capaces de posicionarse en diferentes mercados, a nivel local inicialmente, regional, nacional e internacional, cumpliendo con las proyecciones a corto, mediano y largo plazo previstas en este proyecto de grado. El pescado, materia prima del producto a ofertar por la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S, es uno de los alimentos más saludables que se encuentra en el medio, además de pertenecer a la canasta familiar ancestralmente, ya que es mayor la proporción de ácidos grasos insaturados beneficiosos para la salud, sobre todo, omega 3.

**5.3.7 Aspectos legales y políticos.** Ésta empresa será creada como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), para su funcionamiento en el mercado será registrada de la siguiente forma:

MARISCOS PROCESSED S.A.S. Es una empresa que se dedicara a la producción y comercialización de embutidos a base de pescado.

1. Registro ante la cámara de comercio
2. Matrícula de registro mercantil
3. Registro Único Tributario
4. Registro sanitario de la secretaria de salud distrital
5. Acta y vigilancia y control de salud pública para expendio de alimentos y bebidas, de la secretaría de salud distrital
6. Carnet de manipulación de alimentos para todos los empleados

7. Apertura del establecimiento de la secretaría distrital de planeación
8. Organización Sayco-Acinpro (en caso de la utilización de música)
9. Inspección técnica del cuerpo de bomberos

Teniendo en cuenta que en Colombia todo alimento que sea ofertado al consumidor deberá tener la autorización de comercialización expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. (INVIMA)

#### 5.4 Tendencias económicas

Se observó que, en el departamento del Cauca, en su principal Ciudad Popayán, según datos del DANE (2014 - 2015)

Se identificó que el grupo alimentos fue el gasto de mayor incidencia sobre el IPC (11,9%), seguido de salud y otros gastos (5,8%) y vivienda (5,7%). Los grupos de gasto de menor variación fueron comunicaciones (1,5%), transporte (2,4%) y educación (2,9%). Respecto al año anterior, el único grupo que tuvo crecimiento negativo fue comunicaciones (-1,6 pp), pasando de estar en 3,1% en 2014 a una variación de 1,5% en 2015 (p.12).

Tabla 1. Nacional-Popayán. Variación del IPC, según grupos de gasto 2014-2015

Grupos de gasto	Nacional		Popayán	
	2014 -2015	Diferencia porcentual	2014- 2015	Diferencia porcentual
Total	3,7- 6,8	3,1	3,5- 6,9	3,4
Alimentos	4,7 -10,8	6,2	6,5- 11,9	5,4
Vivienda	3,7 -5,4	1,7	2,4 -5,7	3,3
Vestuario	1,5- 3,0	1,5	2,2- 3,9	1,8
Salud	3,5- 5,3	1,8	2,4 -5,8	3,4
Educación	4,1- 5,1	1	2,1- 2,9	0,7
Diversión	2,8 -4,5	1,7	1,2- 5,2	4
Transporte	3,2- 4,9	1,6	1,3- 2,4	1,1
Comunicaciones	2,3 -4,7	2,4	3,1 -1,5	-1,6
Otros gastos	2,2 -6,9	4,7	2,2- 5,8	3,5

Fuente: DANE

**5.4.1 Estructura y dinámica del mercado de trabajo en Guapi y el Cauca.** Según el boletín del DANE censo general 2005 perfil Guapi Cauca, en su módulo 4 que habla sobre la economía, los establecimientos existentes según la actividad realizada se ubican así: El 5,1% de los establecimientos se dedican a la industria; el 64,7% a comercio; el 28,9% a servicios y el 1,3% a otra actividad. En el sector de la industria se encuentran los cuartos fríos mediante el procesamiento de hielo para la conservación de los mariscos, demandados por los pescadores, vendedoras y revendedores de estos, que habitan en la zona rural del municipio donde no hay energía. Igualmente, en este campo está la fábrica de "palmitos", el cual es un producto elaborado a partir de la palma de naidí, fruto cultivado por los agricultores con gran demanda a nivel local y regional, por otro lado, se encuentra "sabrococo", empresa familiar dedicada a la fabricación de productos derivados del coco. La práctica de la agricultura apoya las pocas iniciativas en el orden de la industria que se realizan en su mayoría artesanalmente y muchas manteniendo los saberes, secretos, sabores y demás ancestrales.

La empresa "palmitos", es la principal actividad económica empresarial generadora de empleos formales, pero, su tamaño actual no le permite llegar a proporcionar empleo a más de 100 personas, igualmente el número de cuartos fríos existente que son 4 no cuentan con un número superior a 10 operarios por cada uno, la fábrica "sabrococo" es de carácter familiar por lo que en la actualidad no genera empleo a particulares. Por otro lado, y haciendo parte igualmente del 5.1% de los establecimientos que se dedican a la industria, están las personas que elaboran y comercializan artesanías, dulces típicos, bebidas, helados, para los cuales utilizan materias primas nativas en la mayoría de los casos.

El comercio es la principal actividad generadora de empleos informales por lo general en el municipio de guapi Cauca, representado por un 64,7%, en este medio se encuentran la galería principal, los mayoristas de abarrotes, los estancos, discotecas, farmacias, panaderías, tiendas de ropa y artículos para el hogar, etc. En el comercio informal se encuentran los vendedores ambulantes que comercializan principalmente quesos, yogurt, carnes frías y embutidos.

En la mayoría de las fuentes generadoras de empleo ubicadas en el 28,9% correspondiente a servicios, se encuentran las empresas estatales, que proporcionan empleos formales, como son, La Secretaría de Educación del Cauca a través de las instituciones educativas, la ESE, ICBF, la ADMÓN MUNICIPAL, la CRC, Instrumentos públicos, la registraduría, AEROCIVIL, SENA principalmente; entre las privadas se encuentran, la empresa de energía, la I.PS Azul Pacífico, la Pastoral Social, los hoteles y las diferentes ONG´S que intervienen en el Municipio.

**5.4.2 Desocupación o desempleó.** La variación existente entre la oferta y la demanda de trabajo se convierte en el desempleo. Para el departamento del Cauca la tasa de desempleo (TD) ha sido una de las más altas del país ubicada en el sexto lugar, con mayor desempleo en el país, superados por los departamentos de Quindío, Choco, Risaralda, entre otros, alcanzando cifras el departamento del cauca de 10.8% la tasa de desocupación o desempleo. Y Popayán por ser su capital maneja una tasa de desocupación o desempleo del 12.4% (DANE, 2015, p. 1)

## **5.5 Análisis de la competencia**

Para el análisis de la competencia se verificó, que la gran parte de la oferta proviene de otras regiones, específicamente en la ciudad de Buenaventura, por ser una ciudad de mayor desarrollo en industria y por ser el principal puerto de Colombia, cuenta con una gran diversidad

de productos que satisfacen la necesidad de los habitantes de su región y a su vez de otras regiones. Algunas empresas directamente competentes son:

NOMBRE COMERCIAL: Industria de alimentos Zenú S.A.S

MARCA: Zenú, Rancheras, piestrán



Figura 16. Logo de Zenú ranchera Chorizo.

Fuente. Página de Zenú



Figura 17. Logo de Pietrán Jamón pechuga

Fuente. Página Zenú

La industria de alimentos Zenú es una empresa nacida en Colombia hacia los años 50, se dedica a la fabricación de productos cárnicos en presentaciones variadas como los embutidos, chorizos, salchichas, carnes frías entre otras, tiene en el mercado marcas muy reconocidas como Zenú, Rancheras y Pietrán. Cuenta con reconocimiento en el mercado nacional como internacional. Por su tamaño posee puntos de distribución a lo largo del País, lo que le permite llegar a todos los hogares colombianos, incluyendo zonas distantes como lo es el municipio de Guapi.

Esta empresa hace parte de la competencia a la que se enfrenta, MARISCOS PROCESSED S.A.S, debido al reconocimiento y posicionamiento del que goza en todo el País, además de ofertar variedad en su portafolio de productos o menú y la trayectoria que posee en el mercado del procesamiento de productos cárnicos.

**MARCA: Chorizos santarrosanos**

Está ubicado en Cali Valle del Cauca en la carrera 42 # 41-65 Barrio Cristóbal Colon



*Figura 18.* Logo de Santarrosano Chorizo

Fuente. Imagen Chorizo Santarrosano

**Nombre comercial:** Rica Rondo

Marca: Rica cervecero, Rica Chorizos, Rica Especial, Rica jamón, Rica Mortadela,  
Rica Salchicha de Pollo Rica salchichones

Rica es una empresa productora y comercializadora, dedica a procesar alimentos y transfórmalos en embutidos cárnicos en Colombia siendo esta empresa un de las conocidas en el municipio de Guapi – Cauca y consumidas por la comunidad.



Figura 19. Logo de la marca Rica Rondo en Jamón, salchicha

Fuente. Página Rica

### Resumen de la competencia.

Competidores	Fortalezas	Debilidades
<b>ZENU</b>	Su producto es distribuido en todo Colombia Presenta sus productos en bolsas plásticas al vacío y tarros de aluminio para la atracción del cliente y ofrece derivados de productos cárnicos. Tienen productos como Jamoneta, Rancheras, Chorizos, Pietran.	Ventas por mayor. Su producto es muy costoso. Sus productos tienen conservantes.
<b>Chorizos Santarrosano</b>	Distribuye sus productos directamente al consumidor a través de domicilios lo cual hace la diferencia de sus competidores de la Ciudad de calidad de Cali, no tiene intermediarios para la comercialización de sus productos.	Es una empresa localizada en la ciudad de Cali. La empresa no es muy conocida en el medio.
<b>Rica rondo</b>	Su Producto es distribuido en todo el país y en algunos súper mercados de Popayán.	Su producto Tiene conservantes La marca no es la más aceptada en el mercado actual

Fuente. Elaboración propia

**5.5.1 Análisis del Mercado potencial.** Este mercado se encuentra distribuido en tres grupos:

**Consumidores finales** (La población en general, familias o personas que consumen el producto).

**Detallistas:** Los distribuidores (almacenes, tiendas del barrio o supermercados).

**Consumidores institucionales:** (restaurantes, hoteles y establecimientos comerciales de comidas rápidas y presuntamente los restaurantes escolares donde la exigencia por consumir productos naturales y saludables es importante en la comunidad).

En cuanto al consumo directo y masivo de embutidos a base de pescado se tiene una proyección a corto plazo de posicionar el producto en el mercado, siendo choryfish el número uno en preferencia de los clientes, y que los restaurantes o establecimientos comerciales y Hoteles del municipio de Guapi- Cauca se conviertan en los clientes directos. Otro mercado directo que se pretende alcanzar es el estudiantil y de los empleados del corregimiento, siendo una buena opción para que el producto sea aceptado en el mercado por preferencias de los que compran los embutidos a base de pescado siendo este un producto innovador y un sustituto de algunos alimentos consumidos en la región, de igual manera los clientes pueden economizar y ganar tiempo en la preparación de los alimentos ya sea para el desayuno, almuerzo, o cena o simplemente para consumirlo cuando deseen por su fácil preparación.

**5.5.2 Expectativas frente al producto.** De acuerdo al estudio realizado de los posibles consumidores del producto, se evidencia que tiene un alto grado de atractivo para los posibles clientes, debido, a que se trata de un producto a base de un alimento proteínico perteneciente a la canasta familiar de la comunidad Guapireña y la región en general; llevado al mercado en una

novedosa presentación, la cual brinda seguridad, no solo en cuanto a la ausencia de espinas, sino también, por tratarse de un producto libre de químicos nocivos para la salud.

Existe según el trabajo de campo realizado mediante las encuestas aplicadas, altas probabilidades de aceptación para los embutidos de pescado, ya que, el 99.4 % de las personas encuestadas lo consumen, siendo este, la materia prima para la elaboración del producto, apoyado por el 98.8% de personas que comen la presentación de comestibles en embutidos lo cual favorece la iniciativa emprendedora, por otro lado el 98.2% de la población encuestada estarían dispuestas a consumir el pescado en una presentación novedosa, segura y saludable, que es lo que oferta la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S.

**5.5.3 Comportamiento de compra.** Se considera el comportamiento de compra, basados en las preguntas referidas a los tiempos y preferencias de consumo, donde se evidencia que el consumo tanto de pescado como embutidos es alto, involucra grandes porcentajes de la población, los cuales se enunciaron en el análisis de las encuestas, por otra lado y partiendo de las posibilidad de adquisición para los embutidos de pescado, se considera un constante crecimiento basados en información obtenida sobre la preferencia de los clientes para la presentación integral del producto como se puede observar en los resultados de encuesta, sumada a las estrategias dirigidas a la promoción y publicidad que se diseñen para dar a conocer el producto.

Igualmente se considera que unos de los factores más importantes al momento de comprar los chorizos a base de pescado, es que los puntos de venta sean de fácil acceso para los consumidores, los más comunes están representados por las tiendas de barrio y la galería, las cuales son muy concurridas por los compradores.

**5.5.4 Preferencias y gustos del cliente.** Tomando como referencia las encuestas aplicadas a los consumidores de embutidos a base de pescado, se evidencia que la mayoría son consumidores de embutidos. El 56.8% lo demandan en una cantidad de 1 a 2 libras y el 31.5% de 2 a 5 libras, mostrando una gran demanda en el mercado de embutidos. Además, estos son consumidos en cualquier hora del día.

**5.5.5 Interés por el producto.** El producto es aceptado en el mercado y tiene un interés por sus clientes potenciales gracias a que es un producto innovador 100% natural, es de gran agrado gracias a su calidad, buen sabor y su materia prima, que es uno de los alimentos preferidos en la comunidad. El 98,2% de los encuestados reflejaron que estarían dispuestos a consumir embutidos a base de pescado, siendo factible comercializar el producto y de interés para el consumidor final

**5.5.6 Mercado potencial.** Teniendo en cuenta que es un producto ofertado a la población del municipio de Guapi - Cauca, los consumidores potenciales de embutidos a base de pescado están ubicados en el casco urbano y los puntos de venta también, con una población objetiva de 16.573 habitantes, dentro de la demanda, también se analiza que se puede alcanzar y expandir la empresa en otros municipios como por ejemplo Timbiqui-Cauca, El Charco- Nariño, Iscuandé-Nariño, López del Micay, y otros municipios aledaños por ser los municipios cercanos y porque en esos municipios hay facilidad para distribuir el producto con los diferentes comerciantes de la región.

Los municipios de la costa pacífica son consumidores potenciales de pescado gracias a eso nace la idea de llegar al mercado un producto con todos los beneficios y propiedades del

pescado siendo una idea de negocio que ayudara a mitigar un poco los índices de desempleos en el municipio de Guapi-Cauca.

## **5.6 Segmentación del mercado objetivo y posicionamiento**

### **5.6.1 Variables de segmentación**

**Geográficas:** En esta parte se identifica dónde se ejecutará el proyecto, el mercado potencial y lugar donde estará ubicada la planta de tratamiento de producto final.

Región: Territorio Colombiano.

Área urbana: Guapi- Cauca

Clima: húmedo

**5.6.2 Segmentación del mercado.** Para realizar la segmentación de mercado, se dividirá en grupos de mercados con características y necesidades similares, para poder ofrecer y diferenciar la adaptación de cada uno de los grupos, esto consiente en poder optimizar recursos y realizar un plan adecuado donde se logre identificar la importancia del marketing en una organización.

**5.6.3 Segmento de Cliente.** El producto chorty fish embutidos de pescado), puede ser adquirido por personas de todos los estratos sociales existentes en el municipio de Guapi y sus zonas aledañas, lo que amplía las posibilidades de adquisición y consumo a todos los pobladores y demás, por otro lado, se trata de una presentación de la proteína de pescado procesada en embutidos libre de químicos y espinas, lo que hace seguro el producto para todo tipo de consumidor. Igualmente es de fácil manejo para las recetas culinarias, permitiendo a las personas que cuentan con poco tiempo tener un producto de fácil preparación en sus hogares.

**5.6.4 Segmento del mercado.** El mercado para la venta de los embutidos a base de pescado está integrado por toda la comunidad Guapireña y sus zonas aledañas como las veredas y municipios cercanos inicialmente; lo que involucra a todos los pobladores de dichos lugares con edades de consumo de alimentos sólidos. Para la distribución se contará con los diferentes intermediarios que existen en la zona, formales e informales, además de la venta al detal desde la planta de procesamiento, la cual debido a su ubicación permite realizar despachos a la zona rural y otros municipios a los cuales se tiene acceso.

### **5.7 Mezcla del marketing**

En este aparte de la propuesta se presenta el diseño que contiene la mezcla del marketing o desarrollo de las cuatro P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción)

**5.7.1 Presentación del Producto.** El producto choryfish es un embutido a base de pescado, condimentado con plantas alimentarias nativas cultivadas orgánicamente en el municipio de guapi, no contiene conservantes químicos, lo que lo hace un producto seguro para el consumo humano integrando las edades menores, ya que no contiene espinas que pueden afectar la integridad de los consumidores. Se trata de embutidos, chorizos de 20cm aproximadamente empacados al vacío en bolsas plásticas herméticas, para alargar la vida útil del producto, la cual está definida en tiempo desde su elaboración a 5 meses siempre y cuando se conserve en estado de congelación total.

Choryfish es un producto altamente competitivo que posee un gran sabor y características particulares, como lo es la ausencia de químicos y el conservar las propiedades naturales del pescado materia prima, además de gozar de un sabor inigualable. Se presenta en el mercado en empacado al vacío en bolsas contenedoras de 1, 3 y 5 unidades, de acuerdo a las

preferencias de las personas encuestadas las cuales estuvieron muy cercanas. En primer lugar, por tres unidades con el 24,7%, seguida por la unidad con el 24,1%, luego por cinco unidades con 21,0%.

**5.7.2 Precio del Producto.** El precio del producto chorizo de pescado Choryfish se fijó a partir de enfrentar las expectativas del mercado según los análisis de la encuesta, con los costos de producción. La ubicación geográfica de la planta de procesamiento de los embutidos facilita la adquisición del pescado como materia prima y demás insumos requeridos en el procesamiento, lo que minimiza costos de adquisición y transporte principalmente. Igualmente, la planta garantiza a los pescadores asegurar parte de la venta de sus productos.

Teniendo en cuenta lo anterior y partiendo del punto de equilibrio para la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S, se consideran aproximadamente los siguientes valores o precios según las presentaciones a ofertar:

1 unidad: \$ 3.500

3 Unidades: 10.350

5 Unidades: \$ 17.000

Los anteriores precios corresponden a los sugeridos por las personas encuestadas donde los resultados fueron: el 48,8% de los encuestados tienen preferencia por el rango comprendido entre \$1.000 y \$5.000, seguido por entre \$5.000 y \$10.000 con 41,4%, y finalmente se encuentra de \$10.000 en adelante. Estos resultados proporcionaron información para la definición del precio de venta del producto final.

**5.7.3 Plaza.** La empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S estará ubicada en el casco urbano del municipio de Guapi Cauca, a orillas del río sobre la carrera primera, lo que le facilita

el acceso a tanto proveedores como clientes locales y visitantes, ubicados en las zonas rurales o municipios cercanos.

Teniendo en cuenta lo anterior se definieron canales de distribución directa, la cual está representada por la misma fábrica, operación que se realizará en las instalaciones desde el área de ventas, e indirecta, con las tiendas mayoristas como mercamax, la barca, la casa amarilla, el inbom entre otros que ofertarán el producto tanto a los detallistas como al consumidor final.

Debido a que la empresa se encuentra en el casco urbano donde habita la mayor cantidad de habitantes del municipio, la relación con las tiendas de barrio será directa sin intervención de los mayoristas, ya que los propietarios pueden desplazarse a las instalaciones y adquirir las cantidades deseadas para llegar al cliente final, lo que les maximiza los márgenes de utilidad generados por las ventas. Igualmente, el hecho de tener la fábrica cerca les permite medir o proyectar las cantidades de producto a manejar según las exigencias para la vida útil de los embutidos.

**5.7.4 Promoción.** Nuestro objetivo principal será tener una presencia importante y permanente dentro de nuestra comunidad, logrando mitigar en gran parte los índices de desempleo y posesionar la empresa, crear un buen nombre y garantizar la preferencia del consumidor.

Nombre empresarial: MARISCOS PROCESSED S.A.S

Nombre comercial: CHORTYFISH

Producto: EMBUTIDOS A BASE DE PESCADO

Slogan: "COME PESCADO SANO Y SEGURO"



*Figura 20.* Logo Chory Fish

Fuente. Elaboración Propia

MARISCOS PROCESSED S.A.S, pretende llegar a sus clientes llamando la atención de estos a través de los sentidos como el auditivo, gusto y visual, mediante la utilización de herramientas publicitarias que involucren los anteriores elementos. A futuro la empresa tendrá una página personalizada donde el cliente podrá obtener toda la información que requiera sobre esta, igualmente se crearán varias páginas como las de Facebook Blog entre otras importantes que actúan como medio masivo para la publicidad, lo cual va a permitir expandir la empresa y globalizar el producto.

Para el llamado de atención visual local, se publicarán pendones, vallas, se entregaran volantes, tarjetas de presentación y plegables; para el auditivo propagandas en las radios locales como marina estéreo, naidi estéreo, y otras regionales en las ciudades y municipios más cercanas como Cali, Buenaventura, además de los anuncios por los pregoneros en toda la localidad; para llamar la atención llegando al gusto de los posibles clientes se realizarán jornadas de degustaciones en zonas estratégicas tanto del casco urbano como de las veredas más pobladas, restaurantes, hoteles, colegios, instituciones, galería y parque central. Así se dará a conocer el producto al consumidor final.

## **5.8 Análisis de la relación oferta y demanda**

### **5.8.1 Análisis de la demanda.** Clasificación de la demanda del proyecto.

En relación a las necesidades:

Este proyecto es tanto una necesidad socialmente básica, porque se enfoca en garantizar a la población suplir una necesidad existente en el mercado de la canasta familiar y les permitirá tener un producto innovador que tendrá una excelente acogida, y también es no básica, ya que algunos de los productos que se van a comercializar van acorde a gustos y preferencias del cliente.

En relación a su destino:

Se clasifica dentro de la demanda final, ya que la actividad productiva que se realiza será seleccionada y va ligada directamente con el consumidor final.

Acorde a la estructura del mercado:

Con el transcurso del tiempo hemos podido ver que hay un mercado insatisfecho y potencial, al que podemos incursionar ya que no se cubren en su totalidad las necesidades existentes, sin embargo, existen otras compañías de alimentos que se dedican producir embutidos, pero con otra materia prima

**5.8.2 Análisis de la oferta.** Desafortunadamente, tanto en el caso de la oferta como del análisis del precio, no existe un exacto número de competidores, ya que la competencia real de este tipo de empresa son los productores de otra clase de embutidos pero embutidos a base de pescado en el mercado actual no existe una empresa que nos pueda hacer una competencia directa, hay un número de personas que se dedican hacer el producto de forma artesanal pero sin llegar a poseer un nombre o tener una patente esa sería nuestra competencia en un futuro

si se llegaran a organizar podrían llegar a crear una empresa y competir contra MARISCOS PROCESSED S.A.S y su producto CHORYFISH.

Analizando las encuestas realizadas a las personas consumidoras de los productos se identificó que es muy rentable la empresa y que al mismo tiempo el cliente estaría dispuesto aceptar en el mercado este producto tan innovador y por ende darnos a conocer y globalizar y expandir la empresa

## **6. Estudio técnico**

### **6.1 Tamaño y Localización**

La empresa procesadora y comercializadora de embutidos a base de pescado MARISCOS PROCESSED S.A.S estará ubicada en el Municipio de Guapi-Cauca, sobre la carrera primera en el barrio la Esperanza lo cual permite el acceso al río, facilitando los procesos de compra y recibido de materia prima e insumos, así, como la distribución de producto terminado al interior del país, debido a que todos los productos comerciales entran por medio fluvial a través de barcos. El espacio destinado para el desarrollo integral de la empresa es de 8 metros de frente por 25 metros de fondo aproximadamente con una distribución según lo muestra la figura 21 (plano distribución en planta).

### **6.2 Materiales y equipos**

La planta procesadora y comercializadora de embutidos a base de mariscos MARISCOS PROCESSED S.A.S para su debido desarrollo tendrá el siguiente requerimiento de maquinaria, utensilios y equipos:

Tabla 2. Maquinaria, equipos y utensilios.

<b>Maquinaria y Equipos de Procesamiento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
Fileteadora	1	Permite la obtención de la materia prima pulpa de pescado.
Molino para pulpa de carnes	1	Molida de la materia prima según requerimiento de calidad
Embutidora	1	Proceso de llenado para formación del producto
Empacadora al vacío	1	Permite alargar la vida del producto terminado. Aseguramiento de la calidad
Picadora o licuadora	1	Para insumos de aliñado o adobo
Mezcladora	1	Permite realzar el proceso de mezclado de la pulpa con los aliños para formar la masa
Congelador - Enfriador	1	Se requiere para la conservación y procesamiento del producto
Ollas en acero inoxidable o esmaltadas capacidad 30kilos de pulpa	5	Desarrollo de la actividad. Contienen la mezcla del producto aún en proceso
Mesas en acero inoxidable para preparación del pescado, lavado y selección	3	Para la limpieza del pescado (destripado en general), lavado y selección.
Tamizadores	2	Permiten desarrollar el proceso de fabricación según la estandarización
Envases para medidas	4	Permiten desarrollar el proceso de fabricación según la estandarización
Cucharones y cucharas acero inoxidable	variados	Permiten desarrollar el proceso de fabricación según la estandarización
Machetes, cuchillos	5	Para desarrollar los procesos de limpieza integral del pescado
Balanza	1	Permiten desarrollar el proceso de fabricación según la estandarización
Gramera	1	Permiten desarrollar el proceso de fabricación según la estandarización
Canastillas	15	Para el transporte y almacenamiento de pescado sin procesar
Bolsas de polietileno para empacado de producto terminado	5.000	Para realizar el proceso de empacado
Tripa sintética para chorizos	200 rollos	Proceso de embutido
<b>Elementos e indumentaria para operarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
overoles	4	Vestuario e indumentaria de protección
Botas Plásticas (pares)	8	Vestuario e indumentaria de protección
Guantes metalizados (pares)	8	Vestuario e indumentaria de protección
Petos plásticos	8	Vestuario e indumentaria de protección
Gorros	8	Vestuario e indumentaria de protección
Tapa Bocas	8	Vestuario e indumentaria de protección
<b>Elementos de Oficina</b>	<b>Cantidad</b>	
Computador	2	
Escritorio ejecutivo	2	
Silla corrediza	2	
Sillas plásticas	24	
Archivador	2	
Teléfono (fijo)	3	
Celular	1	

Fuente. Elaboración propia

### 6.3 Diseño de planta

El diseño y distribución en planta elaborado para la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S procesadora de embutidos a base de pescado, sigue una ruta de transformación correspondiente al proceso en U, el cual facilita el desarrollo de los procesos involucrados en la obtención del producto final chorizos de pescado. El diseño general integral para el debido funcionamiento de la planta involucra todas las áreas administrativas, de procesamiento, despacho, almacenamiento y de servicios generales requeridos.

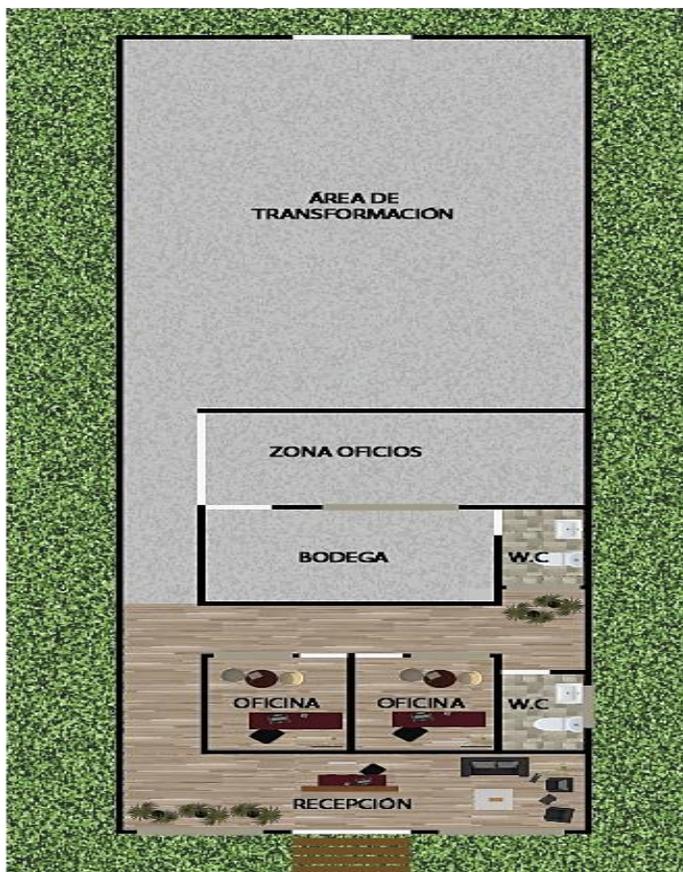


Figura 21. Plano (diseño planta)

Fuente. Elaboración propia

Las áreas con sus correspondientes accesos definidos para el establecimiento y funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de embutidos de mariscos MARISCOS PROCESSED S.A.S se mencionan a continuación:

- a.- Área administrativa.
- b.- Baño área administrativa.
- c.- Área de procesamiento.
- d.- Baños del área de procesamientos
- e.- Área de servicios generales
- f.- Baños del área de servicios generales
- g.- Área para adquisición y manejo de insumos y despacho de producto terminado.
- h.- Baño área de adquisición y manejo de insumos y despacho de producto terminado.

#### **6.4 Materia prima**

La empresa procesadora y comercializadora MARISCOS PROCESSED S.A.S tiene su razón de ser en la elaboración de embutidos a base de pescado, por tanto, la materia prima es el pescado; principalmente las variedades que presenten las siguientes características:

- Que sean pescados de escamas.
- Que sean de mar no de río
- Que no sean espinosos
- Que sean de buen tamaño (50 cm) como mínimo. Esto permite despulpar mejor más rendimiento y minimiza el proceso de inspección en el aseguramiento de la presencia de espinas, debido, a que entre más grandes menos espinas.
- Preferiblemente

- Que su carne sea de buen sabor.

Teniendo en cuenta las anteriores especificaciones sobre las características que deben poseer las variedades de pescado a ser utilizados como materia prima para el procesamiento de los embutidos, se recomiendan las variedades como el Berrugate, la patiseca, el mantecado y la barbata blanca, no solo porque cumplen con los requerimientos para la calidad, sino también, por sus precios de adquisición y que son permanentes durante el año.

La ubicación de la planta física de la empresa facilita de sobre manera la adquisición de la materia prima e insumos debido a que está sobre la vía del río, frente a una de las murallas de paso, lo cual permite a los pescadores hacer las entregas directamente en las instalaciones, eliminando así los intermediarios y costos de transporte.

La ubicación de la planta permitirá contar con la materia prima requerida en su totalidad, porque se encuentra frente a uno de los cuartos fríos principales del casco urbano del municipio de Guapi, lugar donde llega un gran porcentaje de los pescadores a vender, congelar y comprar hielo.

### Flujograma de procesos

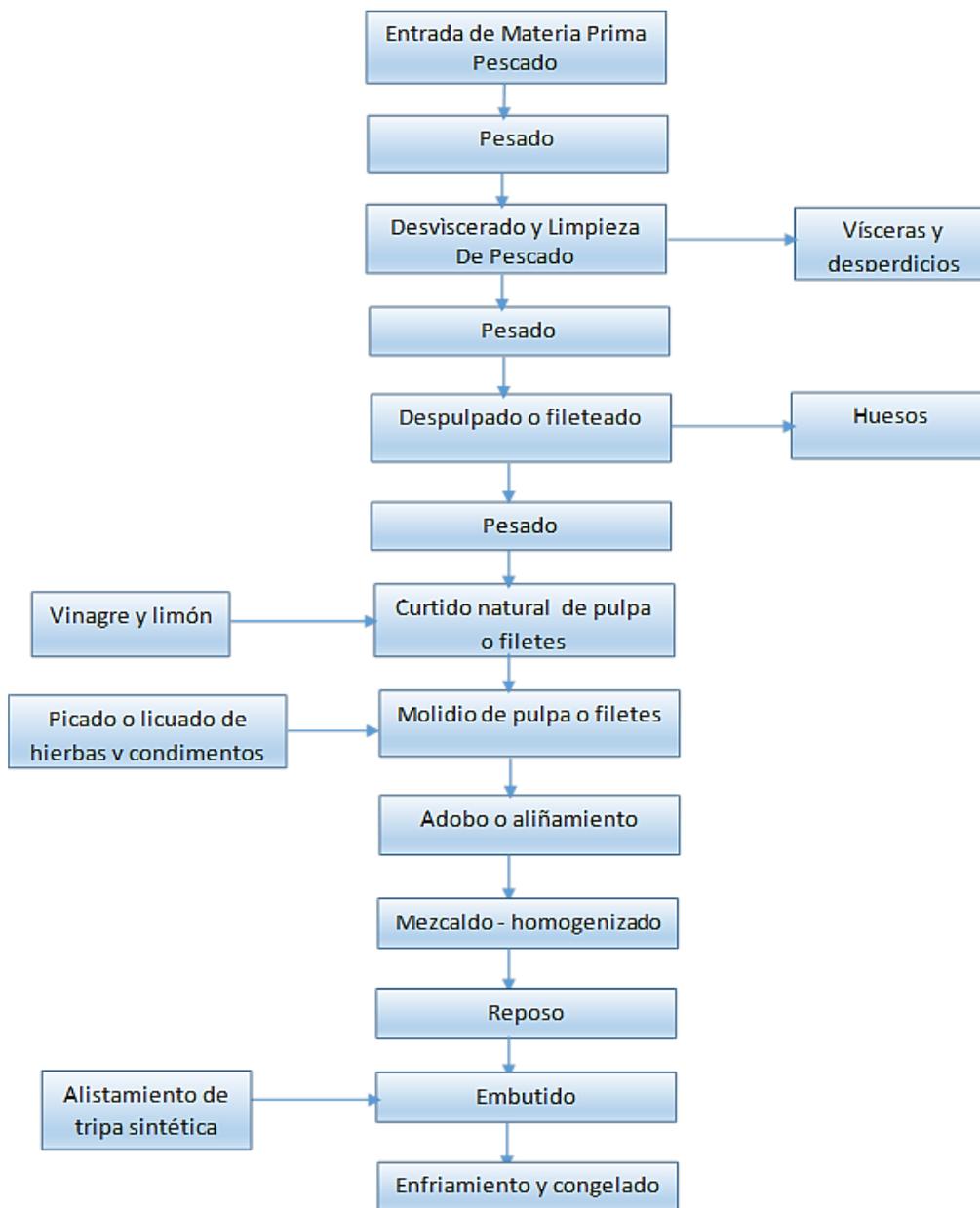


Figura 22. Flujograma de procesos

Fuente. Elaboración propia

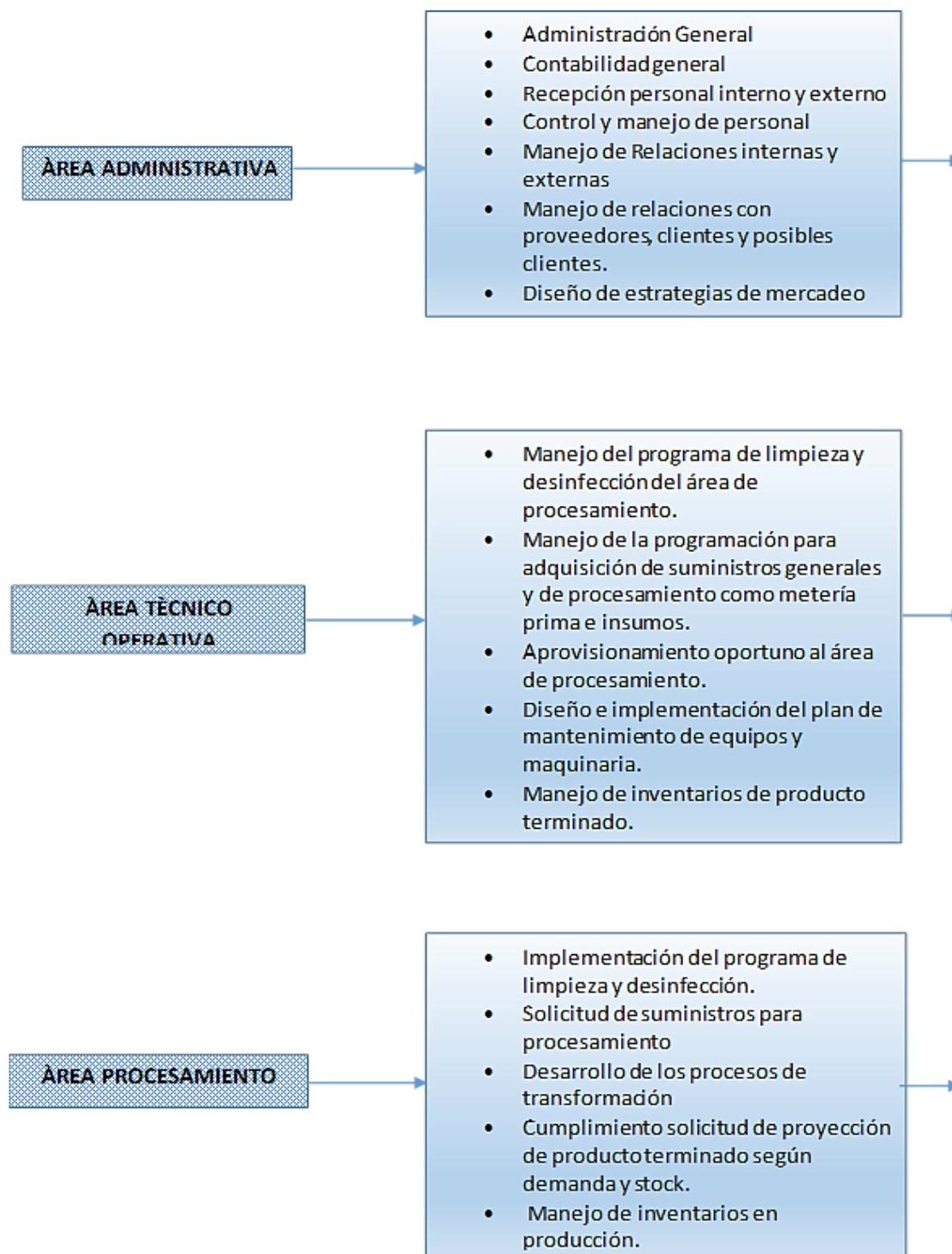


Figura 23. Flujograma de procesos por área

Fuente. Elaboración propia

### **Descripción Materia Prima e Insumos**

**Pescado:** el pescado representa la base principal para la elaboración de los chorizos o embutidos a ofertar por la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S; se recomienda por motivos de rendimiento, precios, calidad, sabor y facilidad de adquisición la especie de nombre BERRUGATE principalmente.

**Insumos para el adobo:** el adobo se realiza con plantas condimentarias cultivadas en los campos de Municipio de Guapi, por mujeres dedicadas a esta labor. Entre las plantas seleccionadas para la elaboración de los chorizos están:

- Poleo
- Orégano
- Chiyangua
- Cebollín

Por otro lado, dentro de los insumos para el adobo se encuentra el achiote, el cual se da en la zona y es procesado por los nativos según sus prácticas tradicionales, además este apoya en el proceso de conservación del producto.

**Tripa para embutido:** El proceso de embutido se va a realizar con tripa sintética inicialmente por motivos de costos, debido, a que en la zona donde estará ubicada la planta de procesamiento no hay sacrificio de reses ni porcinos, lo cual dificulta y adquisición de la tripa y aumenta sus precios por motivos de transporte.

**Conservación:** Para la conservación del producto se van a utilizar elementos naturales como el limón y el vinagre de guineo preparado en la zona. La idea es producir el chorizo de pescado de la forma más natural posible según los conocimientos y prácticas ancestrales, con el

fin de ofertar un producto de calidad que contribuya a la salud del consumidor apoyando al mismo tiempo a la permanencia y fortalecimiento de la memoria colectiva nativa, dando lugar al fortalecimiento de las diversas iniciativas empresariales en diferentes sectores como el agropecuario y pesquero principalmente.

### Descripción Proceso de Transformación y Maquinaria:

**Recepción de Materia Prima:** La materia prima será recepcionada en las instalaciones y/o fábrica por el área técnica operativa, quien deberá entregar el pescado y demás insumos al área de procesamiento. Para el recibido del pescado se utilizarán canastas plásticas como contenedores y se procederá al pesado para así, hacer el registro de materia prima entrante y repartir según planeación de producción.

Tabla 3. Recepción de materia prima

Proceso	Descripción	Maquinaria o equipo
<b>Recepción de Materia Prima</b>	La materia prima se va a recepcionar en las instalaciones de la fábrica por el área técnica operativa, quien deberá entregar el pescado y demás insumos al área de procesamiento. Para el recibido del pescado se utilizarán canastas plásticas como contenedores y se procederá al pesado para así, hacer el registro de materia prima entrante y repartir según planeación de producción.	
<b>Pesado Materia prima e insumos</b>	Para el proceso de pesado del pescado e insumos que lo requieran se va utilizar una báscula o pesa industrial con capacidad mínima para 500 kilogramos; los demás materiales e insumos se pesan en una	

gramera digital, así, como las cantidades de líquidos a utilizar en envases de medidas para mililitros y litros.

---

**Desviscerado y  
Limpieza del pescado**

Esta operación se realiza en las mesas de acero inoxidable las cuales deben cumplir con especificaciones como rejilla central para el desagüe, canales diagonales con desnivel leve para que el agua vaya hacia el centro facilitando el escurrido. Igualmente, el desviscerado es realizado con machetes o peinillas y cuchillos los cuales deben ser en acero inoxidable y estar bien afilados.



**Fileteado del pescado**

Este procedimiento puede ser realizado con una máquina Fileteadora o manualmente por los operarios para lo cual se debe utilizar cuchillos en acero inoxidable. Igualmente, el proceso es completado con la revisión manual por parte de los operarios para asegurarse que no queden espinas que puedan afectar la calidad del producto o daño e incomodidad a los consumidores.



**Curtido Natural de la  
Pulpa a Procesar**

El curtido es el procedimiento donde se saca el marisco de la pulpa y se le da el toque de acides según la fórmula establecida para el producto. Se hace uso de limón y vinagre para la cual se utilizan los envases de medidas para litros y mililitros. Este proceso se realiza en envases plásticos de alta densidad.



**Molido de la Pulpa**

Para el desarrollo de este proceso se hace uso de una máquina de molido como su nombre lo dice, elaborada en acero inoxidable, con discos variados para definir cortes distintos según sea requerido. El molino que se propone es automático, lo cual disminuye riesgos en la salud física de los operarios y maximiza el rendimiento.

**Picado o licuado de hierbas y condimentos**

Este procedimiento se realiza en una licuadora industrial elaborada en acero inoxidable. Este proceso permite la unificación y homogenización de la mayoría de los insumos que van a ser agregados a la pulpa del pescado ya molida

**Adobo o proceso de aliñado**

Para la realización de este procedimiento se va a ser uso de una máquina automática mezcladora u homogenizadora, para garantizar la obtención de un producto según las especificaciones definidas para el producto final. Debe estar elaborada en acero inoxidable como todas las máquinas que se van a utilizar en la empresa.

**Reposo**

El proceso de reposo se realiza pasando la mezcla ya aliñada o adobada a ollas en acero inoxidable o esmaltadas para pasar posteriormente al proceso de refrigerado por el tiempo determinado según el diseño definido para el proceso de transformación.

**Alistamiento de tripa sintética**

Para el producto chorizo de pescado se definió por motivos de costos trabajar con



**Embutido**

tripa sintética, esta es muy comercial y se utiliza generalmente en la industria de los embutidos de todo tipo.

El proceso de embutido se realiza en una máquina embutidora automática elaborada en acero inoxidable. La mezcla estará lista luego de ser refrigerada para proceder a ser embutida según los parámetros de producción definidos por el operario del área operativa luego de ser la mezcla refrigerada.

**Empacado y etiquetado**

El empaque se realiza con el método de empaque al vacío, con el fin de maximizar la durabilidad del producto, además de promover la motivación a la compra por parte de los consumidores. Se va hacer uso de una empacadora al vacío de tipo industrial. Igualmente se realiza el proceso de etiquetado para el cual la información del producto se suministra en la bolsa contenedora.

**Enfriamiento y congelado**

Para el proceso de enfriamiento se considera un sistema de enfriamiento tipo cuarto frío, con soportes para el almacenamiento de canastas, envases plásticos, ollas esmaltadas o en acero inoxidable.



## **6.5 Estudio legal**

Como referencia para el estudio legal la presente propuesta se basa en dos módulos, los cuales corresponden a la normatividad legal vigente sobre la creación y funcionamiento de empresas dirigidas a la transformación y manipulación de cárnicos. Igualmente se propone el estudio de las leyes que exigen el curso actualizado de manipuladores para la contratación de operarios.

A continuación, se enuncian los decretos aplicables a la actividad empresarial de la fábrica de embutidos de pescado MARISCOS PROCESSED S.A.S:

- 1) Decreto número 561 (8 de marzo de 1984). Por el cual se reglamenta parcialmente el título V de la Ley 09 de 1979, en cuanto a captura, procesamiento, transporte y expendio de los productos de la pesca, se decretaron las siguientes disposiciones generales:

### **Artículo 1. De la prohibición de las faenas de pesca por la contaminación del agua.**

El Ministerio de Salud determinará los lugares donde existan aguas contaminadas y prohibirá en ellas las faenas de pesca. Estas determinaciones se tomarán la coordinación con el INDERENA y demás entidades competentes en esta área.

### **Artículo 2. Del régimen aplicable a fábricas procesadoras de productos de la pesca.**

Las fábricas procesadoras de productos de la pesca que se construyan, remodelen, amplíen y habiliten en territorio nacional, están sujetas a las reglamentaciones contenidas en el presente decreto y a las disposiciones complementarias que en desarrollo del mismo o con fundamento en la Ley 09 de 1979 expida el Ministerio de Salud.

**Artículo 3 y 4. Derogado por Decreto 2150 de 1996****Artículo 5. Del Régimen aplicable al producto de la pesca.**

El producto de la pesca que se capture, procese, transporte, comercialice o consuma en el territorio nacional deberá someterse a la reglamentación contenida en el presente decreto y a las disposiciones complementarias que en desarrollo del mismo o con fundamento en la Ley 09 de 1979 expida el Ministerio de Salud.

**Artículo 6. De las definiciones.**

Para efectos del presente decreto, adóptense las siguientes definiciones: PESCA COMERCIAL INDUSTRIAL Se entiende por Pesca Comercial industrial aquella que se caracteriza por el uso intensivo de mecanización, para la obtención del producto y porque la autonomía de sus equipos permite un amplio radio de acción y grandes volúmenes de pesca. Las embarcaciones se sujetarán a las normas del Decreto 1681 de 1978.

PESCA ARTESANAL: Es aquella que se realiza por personas naturales que incorporan a esta 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.

ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE PEQUEÑA ESCALA: Es aquella que se caracteriza por el uso intensivo de la fuerza de trabajo del extractar 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.

PRODUCTO DE LA PESCA: Son todas y cada una de las especies comestibles hidrobiológicas, marinas o de agua dulce, tales como pescados, crustáceos, moluscos, batracios, anfibios, reptiles y mamíferos. Estarán sujetas a lo dispuesto en el presente decreto las algas

marinas y las distintas especies que constituyan la flora acuática destinadas a la alimentación humana.

**AGUA POTABLE** Es el agua dulce apta para consumo humano con las normas especificadas en la reglamentación del Título 11 de la Ley 09 de 1979.

**AGUA DE MAR LIMPIA** Es el agua que reúne las mismas condiciones microbiológicas de la potable y está exenta de sustancias contaminantes.

**GLASEADO:** Es el método mediante el cual se cubre el producto de la pesca con una delgada capa protectora de hielo u otras soluciones permitidas por el Ministerio de Salud.

**TIEMPO DE CONSERVACIÓN:** Es el tiempo durante el cual el producto de la pesca se mantendrá sano y apto para el consumo humano.

**COMPARTIMIENTOS:** Son los sectores de las bodegas donde se almacenan a bordo los productos hidrobiológicos, divididos por paneles fijos o móviles.

**SALMUERA REFRIGERADA:** Es una solución de sal común en agua potable o en agua de triar limpia, utilizada para la conservación del producto.

**AGUA DE MAR REFRIGERADA** Es el agua de mar limpia y enfriada con hielo elaborado con agua potable, o el agua de mar limpia y enfriada con un sistema de refrigeración apropiado.

**PESCADO ENTERO:** Es el pescado tal como ha sido capturado, sin eviscerar.

**PESCADO EVISCERADO** Es el pescado al que le han sido extraídas las vísceras y agallas.

**FILETE DE\_PESCADO:** Son las lonjas de músculos de determinadas especies escamadas, con o sin piel, sin vísceras y con la menor cantidad posible de partes óseas o cartilaginosas.

Los filetes serán elaborados de pescado fresco o conservado en refrigeración, siempre que no haya sufrido alteraciones en sus caracteres organolépticos. Después de elaborados los filetes serán inmediatamente refrigerados o congelados. Según el caso. Y permanecerán en este estado hasta su venta al público.

**PRODUCTO DE LA PESCA REFRIGERADO:** Es aquel que, en estado fresco, ya sea: entero, fraccionado, eviscerado o no, ha sido sometido a la acción "del frío, hasta alcanzar en el centro térmico una temperatura de cero a cuatro grados centígrados (0°C a 4°C).

**PRODUCTO DE LA PESCA CONGELADO:** Es aquel que, en estado fresco, ya sea entero, fraccionado, eviscerado o no, ha sido sometido a la acción del frío, hasta alcanzar en el centro térmico una temperatura no superior a menos dieciocho grados centígrados (- 18°C). Los tiempos y temperaturas para congelar dependerán del procedimiento y de las características de los productos a congelar.

**BODEGAS DE\_ CONGELACION:** Son áreas aisladas térmicamente, con equipos de frío, aptos para la congelación del producto a bordo.

## **SECCIÓN II**

### **DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA PROCESADOS.**

#### **Artículo 37. De los productos de la pesca salados.**

Para efectos de este decreto se entiende por productos de la pesca salados los que después de la pesca o captura son sometidos a la acción de la sal en forma masiva, previa escamación y evisceración. La salazón podrá ser húmeda o seca.

**Artículo 38. De los productos de la pesca desecada.**

Para efectos del presente decreto se entiende por productos de la pesca desecados los que después de la pesca o captura son deshidratados al sol, al aire o en estufa, previa escamación y evisceración, salados o no. La humedad en el producto terminado no excederá del treinta y cinco por ciento (35%).

**Artículo 39. De los productos de la pesca deshidratados.**

Para efectos del presente decreto se entiende por productos de la pesca deshidratados los que después de la pesca o captura son sometidos a deshidratación profunda, previa escamación y evisceración. El producto terminado no debe contener más del diez por ciento (10%) de humedad.

**Artículo 40. Del producto de la pesca ahumado.**

Para efectos del presente decreto se entiende por producto de la pesca ahumado el que después de eviscerado, salado y desecado total o parcialmente, es sometido a la acción de humo. En el producto terminado se admiten hasta (200) partes por millón de aldehído fórmico libre o combinado en el producto terminado.

**Artículo 41. Del producto de la pesca prensado.**

Para efectos del presente decreto se entiende por producto de la pesca prensado el que después de la pesca o captura, previa evisceración, es curado con sal y prensado de tal manera que no tenga el producto terminado más del cuarenta y cinco por ciento (45%) de humedad y el

ocho por ciento (8%) de grasa Cuando sobrepase los límites indicados, el producto deberá ser ahumado o desecado El tiempo para el curado no debe ser inferior a veinte (20) días.

#### **Artículo 42. Del producto de la pesca liofilizado**

Para efectos del presente decreto se entiende por producto de la pesca liofilizado el conservado mediante deshidratación por congelación y alto vacío.

#### **Artículo 43. Del camarón seco**

Para efectos del presente decreto se entiende por camarón seco el producto fresco, limpio, hervido, salado y desecado.

#### **Artículo 44. Del producto de la pesca seco salado.**

Para efectos del presente decreto se entiende por producto de la pesca seco- salado el sometido a la acción de la sal común y del aire seco hasta conseguir un grado de humedad superior al cuarenta por ciento (40%).

#### **Artículo 45. Del pescado desecado que debe ser decomisado.**

El pescado desecado, salado o no, que presente manchas rojizas o verdosas que afecten sus tejidos en profundidad, o en el que aparezcan regiones o zonas con formaciones micóticas, será decomisado.

#### **Artículo 46. Del pescado en salmuera.**

Para efectos del presente decreto se entiende por pescado en salmuera, el producto conservado, preparado con salmuera y envasado sin esterilizar.

#### **Artículo 47. De la preparación de salmueras.**

Las salmueras utilizadas en los productos de la pesca, estarán preparadas con agua potable y sal de primer uso.

**Artículo 48. De la Prohibición de adicionar nitritos.**

Se prohíbe adicionar nitritos de sodio o de potasio a la salo a las salmueras.

**Artículo 49. De las condiciones de las salmueras.**

Las salmueras no deben presentar una absorción mayor de un gramo con dos décimas de yodo (1.2) por litro.

**Artículo 50. De los aditivos para las salmueras.**

Cualquier aditivo agregado a las salmueras debe estar expresamente autorizado por este reglamento, o por disposición del Ministerio de Salud.

**Artículo 51. De las condiciones del pescado salado y desecado.**

El pescado salado y desecado de cualquiera de las especies que se usan para tal fin, no debe exceder del veinte por ciento (20%) de sal y de una humedad del cuarenta por ciento (40%) en el producto final.

**Artículo 52. De las anchoas.**

Para efectos del presente decreto se entiende por anchoas, las anchoas saladas, abiertas, colocadas una contra otra, sin copa intermedia de sal. Dentro del envase no podrá adicionarse más del veinte por ciento (20%) de cloruro de sodio.

**Artículo 53. De la permanencia en salmuera de anchoas y otras.**

Las anchoas o anchoitas saladas o filetes de anchoa conservadas en salmuera, deben permanecer en ésta, como mínimo, cinco meses, para efectos de una buena maduración.

**Artículo 54. De las condiciones de las salmueras en anchoas al ser abiertos los envases.**

Al ser abiertos los envases que contengan anchoas o anchoitas en salmuera, no deberá percibirse olor a fermentación, no deberán hallarse unidades alteradas ni grasas sobrenadando

en la salmuera, ni adherida a los bordes o tapa de la lata. El tenor de cloruro de sodio no excederá del treinta por ciento (30%) del Producto envasado. Si el producto presenta las características anotadas, será decomisado.

**Artículo 55. De las características de las anchoas al abrir los envases.**

Al ser abiertos los envases de las anchoas o anchoítas preparadas en salmuera, éstas deben presentar una coloración rosada intensa, homogénea, no deben hallarse rotas, permanecer con sus escamas y estar descabezadas.

**Artículo 56. De las aletas de tiburón**

Para efectos del presente decreto se entiende por aletas de tiburón, las aletas de los selacios, saladas o espolvoreadas con sal, desecadas al sol o en estufas. Se clasifican en blancas y negras, pero pueden ser mezcladas para su venta en distintas proporciones.

Se aceptan las siguientes clases comerciales de aletas de tiburón: a. Aleta blanca moleada (Boon Long Sil), que puede ser grande (Chusit), o pequeña (Peh Sit y Khian Sil). b. Aleta negra que puede ser grande (Tu Sil), o pequeña (Oh Sil y Seowoh Sil).

**Artículo 57. De las características Físico –Química y bacteriológicas de los productos.**

El Ministerio de Salud establecerá mediante resolución las características físico-químicas y bacteriológicas que deberán cumplir los productos de la pesca.

Igualmente se relaciona:

**De la pesca Industrial**

**Capítulo II:**

4 Embarcaciones pesqueras. Artículos 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16,17 y 18.

**Capítulo III:**

- 5 De la manipulación del producto de la pesca en la embarcación. Artículos 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25.

**Capítulo IV:**

- 6 De las embarcaciones pesqueras. Artículos 26, 27, 28 y 29.

**Capítulo V:**

- 7 Clasificación de los productos de la pesca sección uno de los productos de la pesca frescos. Artículos 30, 31, 32, 33, 34, 35 y 36. (INVIMA,1984)

- 2) Decreto Número--\, 2270 DE 2012 Ministerio de Salud Y Protección Social, Por el cual se modifica el Decreto 1500 de 2007, modificado por los Decretos 2965 de 2008, 2380, 4131, 4974 de 2009, 3961 de 2011, 917 de 2012, se estableció el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos, destinados para el Consumo Humano y se fijaron los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación.

"Artículo 2. Campo de aplicación. Las disposiciones contenidas en el reglamento técnico que se establece a través del presente decreto se aplicarán en todo el territorio nacional a:

- a) Todas las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades en los eslabones de la cadena alimentaria de la carne y productos cárnicos comestibles para el consumo humano, lo que comprende predios de producción primaria, transporte de animales a las plantas de beneficio, plantas de beneficio, plantas de desposte o desprese, el transporte,

el almacenamiento y el expendio de carne, productos cárnicos comestibles destinados al consumo humano.

- b) Las especies de animales domésticos, como búfalos domésticos, respecto de las cuales su introducción haya sido autorizada al país por el Gobierno Nacional, bovinos, porcinos, caprinos, ovinos, aves de corral, conejos, equinos y otros, cuya carne y productos cárnicos comestibles sean destinados al consumo humano, excepto los productos de la pesca, moluscos y bivalvos.
- c) Las especies nativas o exóticas cuya zootecnia haya sido autorizada por la autoridad ambiental competente.
- d) Reglamentación para los productos de la pesca según el Código Sanitario

### **3) PRODUCTOS DE LA PESCA (Secretaría Distrital de Salud de Bogotá – Dirección de Salud Pública)**

#### **1. Soporte legal**

- 8 Ley 9ª de 1979, Código sanitario nacional.
- 9 Decreto 561 de 1984, por el cual se reglamenta parcialmente el título V de la ley 9ª de 1979, en cuanto a captura, procesamiento, transporte y expendio de los productos de la pesca.
- 10 Decreto 3075 de 1997, por el cual se reglamenta parcialmente la ley 9ª de 1979, y se regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos.

## **2. Definiciones**

- Productos de la pesca: Son todas y cada una de las especies, comestibles hidrobiológicos, marinas o de agua dulce, tales como pescados, crustáceos, moluscos, batracios, anfibios, reptiles y mamíferos. Este tipo de productos se clasifican según el proceso al cual han sido sometidos en:
- Productos de la pesca frescos: Entendidos como los productos aptos para el consumo humano y que no han sido sometidos, desde el momento de su captura hasta el de su venta, a algún procesamiento. Dentro de este grupo se encuentran los conservados en temperaturas de congelación y refrigeración.
- Productos de la pesca procesados: Aquellos que fueron sometidos a procesos como el salado, la desecación, la deshidratación, el ahumado, la liofilización o el prensado; además de la obtención de conservas en envases sellados herméticamente.

## **3. Puntos críticos para la vigilancia y el control**

De acuerdo con la normatividad vigente, los puntos identificados para la vigilancia y el control son:

- Procesadoras y depósitos.
- Vehículos.
- Expendios.

## **4. Inspección, vigilancia y control en los puntos críticos**

Las actividades que se relacionan a continuación serán realizadas por profesionales y técnicos que abordan la línea intervención atención al ambiente, quienes adelantarán estas

funciones en forma integral e intervendrán los cuatro factores de riesgo en cada punto crítico, a través de visitas de inspección, vigilancia y control.

- Identificación de factores de riesgo.
- Asesoría y asistencia técnica.
- Educación sanitaria.
- Planes de mejoramiento.
- Aplicación de medidas sanitarias preventivas y de seguridad.
- Coordinación intersectorial y participación comunitaria.

a) Identificación de factores de riesgo

b) Procesadoras y depósitos

c) Vehículos

d) Expendios

e) Asesoría y asistencia técnica

f) Educación sanitaria

g) Planes de mejoramiento

h) Aplicación de medidas sanitarias

i) Coordinación intersectorial

## **5. Subsistema de información**

Como fuentes de información de actividades de vigilancia y control sanitario de la calidad de los productos de la pesca para el consumo humano se utilizan instrumentos, los cuales recogen variables relacionadas con producto, lugar, tiempo, análisis, intervención e impacto, las cuales deben ser sistematizadas para su posterior análisis.

## **6. Subsistema de análisis**

- Indicadores de gestión
- Indicadores de impacto (Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos, 2012)

## 7. Estudio administrativo

### 7.1 Objeto social

El objeto social de la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S y su producto CHORYFISH. Es el procesamiento y comercialización de embutidos a base de pescado, en el municipio de Guapi-Cauca

### 7.2 Razón social

El nombre o razón social de la empresa es: MARISCOS PROCESSED S.A.S

### 7.3 Domicilio

La empresa estará ubicada en el casco urbano del municipio de Guapi – Cauca

### 7.4 Estructura y funcionamiento de la organización

La estructura organizacional definida para la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S, se basa en figuras tradicionales las cuales contemplan un gerente, jefe de producción, secretarios, operarios que incluyen los de aseo general. Se propone por motivos de reducción de costos contratar el contador por Outsourcing. Igualmente, todo el personal contratado deberá certificar o demostrar estar altamente capacitado para desarrollar las labores asignadas.

#### 7.4.1 Estructura organizacional

Tabla 4. Estructura organizacional

CARGO		TIPO DE CONTRATO	N* DE PUESTOS
GERENTE		NOMINA	1
SECRETARIA	AUXILIAR		1
CONTABLE.		NOMINA	1
JEFE DE VENTAS		NOMINA	1
JEFE DE PRODUCCION		NOMINA	1
OPERARIOS		NOMINA	3
CONTADOR		OURSORCING	1

Fuente. Elaboración propia

Organigrama estructura organizacional

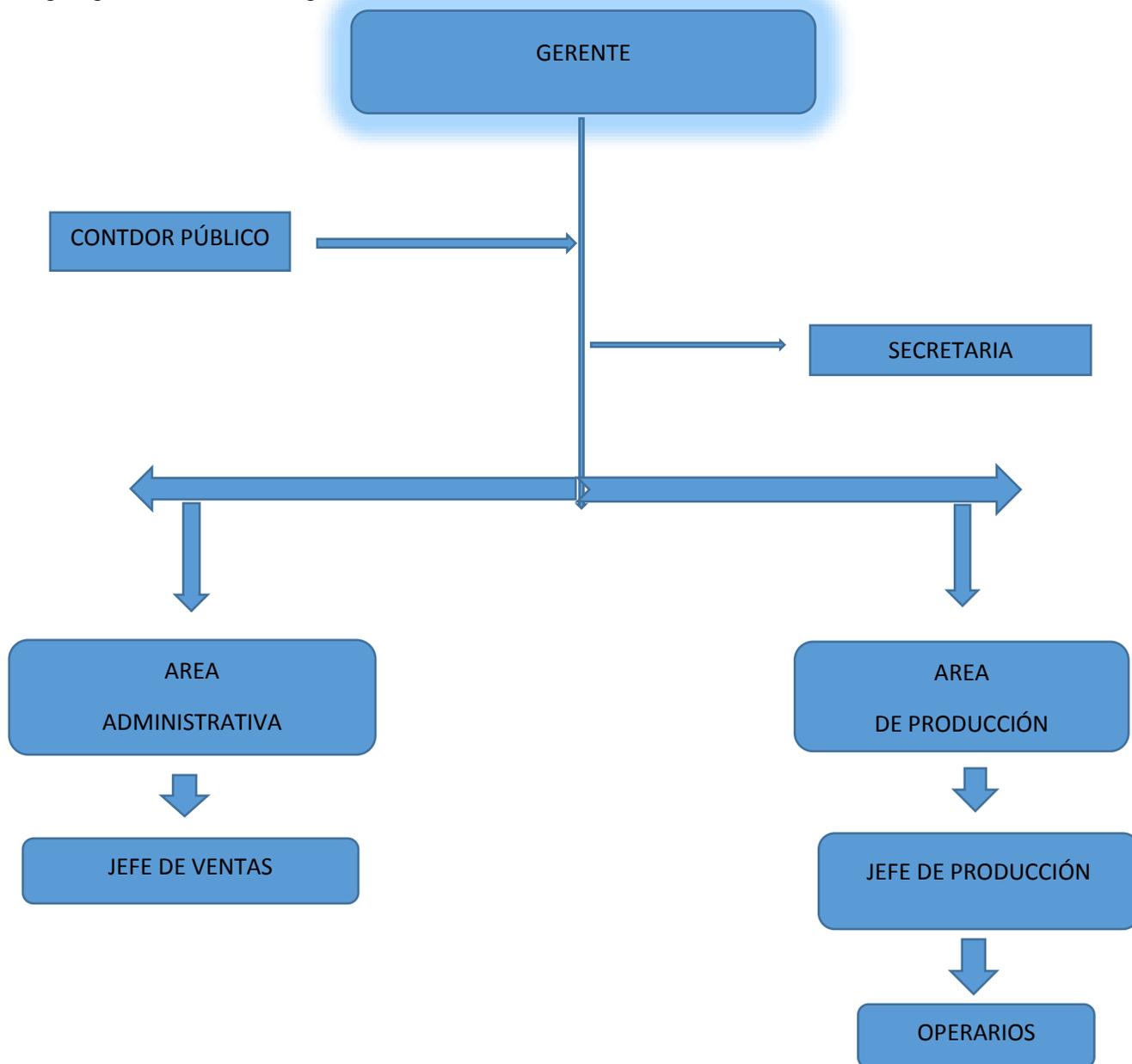


Figura 24. Organigrama de la empresa.

Fuente. Elaboración propia

**Misión**

Satisfacer las necesidades de los consumidores elaborando embutidos y productos a base de pescado de alta calidad, bajo normas y estándares de seguridad alimentaria. Contamos con un equipo humano competente y comprometido con la empresa y apoyado con tecnología de punta.

**Visión**

La empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S se visualiza hacia el año 2025 como una empresa líder a nivel nacional en la elaboración y comercialización de embutidos a base de pescado, y demás productos del mar; gozando de reconocimiento por la alta calidad y diversidad en el portafolio de la oferta en el mercado nacional e internacional.

**Política institucional**

La empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S basará su política institucional en contar con el personal idóneo para realizar las diferentes actividades tanto administrativas como operativas, conforme a los estándares de calidad exigidos por la normatividad colombiana y países donde se proyecte la incursión en el mercado de la oferta empresarial según la visión establecida. Por otro lado, dentro de la política institucional se pretende contar con profesionales que sean nativos y/o habitantes del municipio, conocedores de las labores correspondientes asignadas para las cargas laborales según las necesidades de la empresa.

Igualmente, en el tema de proveedores se pretende el apoyo al fortalecimiento del sector mediante el desarrollo de talleres y capacitaciones que los orienten a la formalización de la actividad, además de que tengan presente y actualizadas las normas exigidas para la extracción

de productos del mar en el País, y con ello, las características de la materia prima definidas por la empresa para su adquisición.

Por otro lado, a través de los proyectos o actividades orientadas a la proyección social comunitaria, la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.S, pretende aportar al desarrollo y crecimiento del municipio, mediante la participación consiente, permanente y activa, en la implementación de actividades locales de tipo social que sean en beneficio de la comunidad en general.

Con relación a los productos y las proyecciones referentes a la ampliación del portafolio a ofertar, se tiene como política institucional la elaboración de embutidos y derivados de alta calidad, utilizando maquinaria de punta a escala, además de basar los procesos de transformación en las políticas nacionales referidas a la protección del medio ambiente, gestión de la calidad, bienestar social de los funcionarios mediante el diseño y aplicación del programa de salud ocupacional e higiene industrial, con el fin de contribuir a la salud y preferencia de consumo de los demandantes.

### **Valores corporativos**

Los valores primordiales que orientan el comportamiento de los asociados y de los empleados que pertenecen a la entidad son; el respeto, la honestidad, responsabilidad, amabilidad, compromiso social y disciplina que sirven para lograr las metas planteadas en la misión.

**Respeto:** Hace parte y fundamenta los espacios de interacción en los diferentes campos sociales donde nos desenvolvemos las personas. Enmarca las condiciones que permiten definir y generar el ambiente propicio para el desarrollo de toda actividad, directa e indirectamente.

**Honestidad.** Es la construcción laboral apoyada en los principios éticos que rigen el comportamiento humano responsable para un mejor desempeño en la organización.

**Responsabilidad.** Es la ejecución laboral de los participantes del proyecto, conforme con las características de calidad, cantidad y cumplimiento de las reglas pactadas en las contrataciones de los trabajadores.

**Amabilidad.** Muestra el trabajo en equipo, la pasión y la responsabilidad que tienen todos los participantes por las actividades que desempeñan a diario brindándole a cada una de las personas en la organización estar en un ambiente laboral óptimo, basado en el respeto y el amor por lo que se hace.

**Compromiso Social.** Es de vital importancia el apoyo brindado de la empresa a la comunidad donde se desarrollarán sus labores, ofreciendo la oportunidad de generar crecimiento y desarrollo a la comunidad y a las personas que habitan una estabilidad laboral mejorando las condiciones de vida de los trabajadores.

**Disciplina:** Es vital el compromiso tanto de los accionistas como de los trabajadores para lograr las metas propuestas y el crecimiento de la organización.

## 7.5 Manuales de funciones

El objetivo del manual de funciones es que la empresa pueda desarrollar una política de control administrativo y de esa manera cumplir con los fines para la cual fue constituida, en un clima laboral apto para los ejecutivos y demás empleados dentro de la organización al cumplir las tareas asignadas a cada cargo.

Este manual de funciones relacionado a continuación incluye los cargos que son contratados por Outsourcing, como por ejemplo el Contador.

### 7.5.1 Descripción de los Cargos

**Cargo:** gerente

**Área:** administrativa

**Jefe inmediato:** Junta directiva

**Nombre de los cargos bajo su mando:** Contador público, secretaria, jefe de ventas, jefe de producción y operarios.

**Localización:** Gerencia

**Número de cargos:** 1

**Naturaleza del cargo:** El gerente es el representante legal de la empresa, es el encargado de gestionar la parte directiva, coordinar llevar un seguimiento y control en la empresa.

**Funciones:**

- Vigilar que los trabajadores cumplan a cabalidad todas las labores que se requieren para lograr las metas y el cumplimiento de las políticas de la empresa
- Realizar el debido seguimiento referente al cumplimiento de los indicadores propuestos a corto, mediano y largo plazo.
- hacer que las operaciones y estatutos de la empresa se cumplan
- Buscar estrategias de posicionamiento en el mercado
- convocar a asambleas cuando crea necesario
- Mantener a la empresa dentro de unos parámetros e indicadores de gestión competitiva.
- Implementar estrategias que ayuden a la empresa a lograr las metas y los objetivos planteados
- Proyectar la empresa a ser una de las más aceptadas en el mercado

- Revisar e inspeccionar todas las actividades financieras de la empresa
- Controlar el cumplimiento en las funciones de cada cargo
- ayudar en la contratación del personal, haciendo la selección del personal idóneo y calificado
- Supervisar el trabajo de los operarios en la zona de producción
- Realizar las compras de materia prima, materiales, insumos y todo aquello que sea necesario para la operación y el funcionamiento de la empresa.
- Supervisar los costos de producción
- Controlar las materias primas para evitar desperdicios exagerados en el proceso de producción de productos y la calidad de los productos terminados
- Facilitar a contabilidad la información de los costos de producción
- Planear, dirigir, controlar y ejecutar los programas de ventas para la penetración de mercados objetivos.
- Estudiar el mercado de los productos elaborados por la empresa, para lanzar estrategias agresivas si se requiere.

### **Requisitos**

Para asignar el personal calificado la empresa a la hora de la contratación solicita a los aspirantes al cargo cumplir en su totalidad con las siguientes exigencias para una adecuada y transparente contratación que garanticen el éxito y el adecuado funcionamiento de las labores asignadas en la empresa.

- El gerente debe tener estudios: Título de formación universitaria en Administración de empresas, Economía, Contaduría o Ingeniería Industrial, preferiblemente con especialización en Gerencia.
- Experiencia: tres (3) años de experiencia en cargos directivos

**Cargo: Secretaria general**

**Cargo:** Secretaria (Auxiliar contable)

**Jefe inmediato:** Gerente

**Número de puestos:** 1

**Naturaleza del cargo:** El cargo fue Creado para apoyar a la gerencia en el cumplimiento de labores de oficina y asistencia administrativa y contable, facilitando la ejecución de actividades dentro de la empresa.

**Funciones:**

- Tomar órdenes, informes y todos los documentos que se requieran que la empresa marche acorde a lo establecido por la ley.
- Servir de apoyo al contador público para mantener al día toda la contabilidad de la empresa.
- Manejo de archivos.
- Recibir y efectuar llamadas telefónicas para pedidos y ordenes, transmitir los mensajes telefónicos al personal calificado que corresponda.
- Elaborar la nómina de la empresa
- Elaborar contratos de trabajo
- Hacer los pagos correspondientes

- Realizar registros contables, balance general pagos de nómina, órdenes de pago salarios, vacaciones, horas extras, cesantías e intereses sobre las cesantías.
- Llevar control de inventarios en la empresa.
- Reportar a la EPS todos los aspectos correspondientes a las licencias e incapacidades y diligenciar el formato correspondiente.
- Apoyar en la elaboración de las respectivas liquidaciones y de los aportes de salud, pensiones y cesantías a las entidades correspondientes.
- Cumplir con las demás funciones asignadas por su superior que se ajusten a la descripción del cargo en el momento adecuado.

### **Requisitos**

Para contratar el personal calificado la empresa exige como mínimo que la secretaria cumpla con las siguientes exigencias para una contratación transparente y un mejor desempeño en la empresa:

- Estudios: Estudios técnicos de secretariado ejecutivo contable o ser auxiliar contable.
- Experiencia: Dos años de experiencia en cargos relacionados.
- Excelentes relaciones personales.
- Tener habilidades y destrezas en la atención al cliente.

**Cargo: Jefe de ventas e inventarios**

**Localización:** Departamento de mercadeo

**Jefe inmediato:** Gerente

**Número de puestos:** 1

**Naturaleza del cargo.** Este cargo está dirigido a buscar nuevos mercados y por medio de estrategias de ventas lograr que el producto llegue a nuevos consumidores por medio de nuevas estrategias de ventas.

**Funciones:**

- Hacer inventarios de la producción terminada a diario en el almacén.
- Investigar en el mercado los estilos de gustos y preferencias de los clientes y dar un informe detallado al gerente para la toma de decisiones en cuanto a estrategias de inclusión en el mercado.
- Buscar segmentos de mercados ocultos por la empresa para buscar estrategias para atraer nuevos clientes potenciales.
- Mantener contacto directo con los dueños de los graneros tiendas de barrio y supermercado para una fácil distribución del producto.
- Llevar el inventario de la materia prima
- Llevar inventario del producto final
- Hacer un informe periódico sobre ventas y el movimiento del mercado.
- Cumplir las demás funciones asignadas por el gerente que se ajusten a la naturaleza del cargo.

**Requisitos**

- Estudios. Técnico en mercadeo o ventas.
- Experiencia. Dos (2) años como asesor de ventas. – manejo de inventarios

**Cargo: operario**

Localización: Departamento de producción

Jefe inmediato: Gerente

Número de puestos: 3

Naturaleza del cargo. Realizar labores durante todo el proceso desde el inicio hasta el proceso final dentro de las cuales le pertenece realizar operaciones que involucran el manejo adecuado de la maquinaria, lavado, secado y despulpado del pescado listo para ser procesado demás elementos en la planta de producción de embutidos a base de pescado.

**Funciones:**

- Operar la maquinaria y equipos utilizados en el proceso de despulpado del pescado.
- Operar la maquinaria y equipos utilizados en el proceso de elaboración de los productos que oferta la empresa
- Mantener aseado y en buen estado la maquinaria, equipos y el lugar de trabajo.
- Notificar le al jefe de producción cualquier problema que se presente en el proceso de producción del producto.
- Dejar el puesto de trabajo limpio.
- Cumplir con las demás funciones asignadas por su superior que se ajusten a la naturaleza del cargo.

**Requisitos**

- Estudios. Técnico industrial
- Experiencia. Un (1) año en cargos afines.

**Cargo: Jefe de producción**

Localización: Departamento de producción

Jefe inmediato: Gerente

Número de puestos: 1

Naturaleza del cargo. Tiene a su cargo la responsabilidad del buen funcionamiento de máquinas, equipos, herramientas y demás elementos de trabajo para el adecuado proceso de producción.

**Funciones:**

- Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo a la maquinaria y equipo y herramientas utilizadas durante el proceso de producción.
- Identificar las necesidades existentes como la falta de repuestos y elementos que se requieran para la reparación de maquinaria y equipos.
- Verificar que las maquinas funcione correctamente durante todo el proceso de producción.
- Cumplir con las demás funciones asignadas por el gerente que se ajusten a la naturaleza del cargo.
- Seguimiento a los operarios

**Requisitos**

- Estudios. Técnico mecánico con capacitación relacionada con el área de desempeño.
- Experiencia. Un (1) años de experiencia relacionada.

**Cargo: Contador**

El cargo de contador no existe directamente, ya que este, será contratado mediante Outsourcing, con fin de reducir los costos de nómina, hasta que la empresa cuente con capital necesario para ampliar los costos por funcionarios, apoyados en un margen de rentabilidad que permita la contratación formal de cargos indispensables a mediano o largo plazo, para la

ejecución de los procesos integrales que exige la legislación nacional e internacional según las proyecciones de la visión empresarial, para empresa con este objeto social.

Igualmente se relacionan las exigencias para optar al cargo de contador en la empresa MARISCOS PROCESSED S.A.

**Localización:** GERENCIA

**Jefe inmediato:** GERENTE

**Número de cargos:** 1

**Naturaleza del cargo:** Ayudar, estudiar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa para la toma de decisiones.

**Funciones:**

- verificar, dirigir, controlar la ejecución de los registros contables por parte de la secretaria.
- Presentar informes mensuales al gerente para la toma de decisiones.
- Asesorar a la gerencia en todo lo relacionado con asuntos contables y tributarios en la empresa.
- Liquidar las prestaciones sociales.
- Elaborar declaraciones de renta e impuesto de industria y comercio.
- Mantener un registro puntual y preciso de los activos fijos de la empresa, debidamente identificados y las operaciones o amortizaciones correspondientes.
- Mantener al día los libros oficiales de la empresa.

- Cumplir con las demás funciones asignadas por la gerencia que se ajusten a la descripción del cargo para su adecuado funcionamiento.

**Requisitos**

- Estudios. Contador Público titulado con tarjeta profesional vigente.

11 Experiencia. Tres (3) años en cargos relacionados.

## 8. Estudio financiero

Tabla 5. Balance General Inicial

<b>ACTIVO</b>	
Caja	\$ 44.582.376
Maquinaria y Equipo	\$ 43.707.677
Herramientas y Utilaje	\$ 1.029.160
Equipo de Computo	\$ 7.880.787
Equipo de Transporte	\$ 2.000.000
Intangibles	\$ 800.000
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 100.000.000</b>
<b>PASIVO</b>	
Obligaciones Financieras	\$ 20.000.000
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 20.000.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Social	\$ 80.000.000
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 80.000.000</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 100.000.000</b>
<b>DEPRECIACION</b>	
Maquinaria y Equipo	\$ 2.622.461
Herramientas y Utilaje	\$ 61.750
Equipo de Computo	\$ 1.418.542
Equipo de Transporte	\$ 257.143
Intangibles	\$ 144.000
	\$ 4.503.895

El capital de inversión para el proyecto es de \$ 80.000.000 y un crédito financiero por valor de \$ 20.000.000 para un total de capital Inicial de \$ 100.000.000

Fuente. Elaboración propia

Tabla 6. Nómina mano de obra

<b>NOMINA MANO DE OBRA DIRECTA</b>								
<b>CARGO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>AUX TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>APORTES SEG SOCIAL</b>	<b>PREST SOCIALES</b>	<b>APORTES PARAFISCALES</b>	<b>TOTAL/MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Jefe de								
Producción	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 160.155	\$ 186.155	\$ 70.312	\$ 1.286.075	\$ 18.715.928
Operario 1	\$781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 160.155	\$ 186.155	\$ 70.312	\$ 1.286.075	\$ 18.715.928
Operario 2	\$781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 160.155	\$ 186.155	\$ 70.312	\$ 1.286.075	\$ 18.715.928
Operario 3	\$781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 160.155	\$ 186.155	\$ 70.312	\$ 1.286.075	\$ 18.715.928
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.124.968</b>	<b>\$ 352.844</b>	<b>\$ 3.477.812</b>	<b>\$ 640.618</b>	<b>\$ 744.620</b>	<b>\$ 281.247</b>	<b>\$ 5.144.298</b>	<b>\$ 74.863.711</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 7. Nómina administración y ventas

<b>NOMINA PERSONAL DE ADMINISTRACION</b>								
<b>CARGO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>AUX TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>APORTES SEG SOCIAL</b>	<b>PREST SOCIALES</b>	<b>APORTES PARAFISCALES</b>	<b>TOTAL/MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Gerente	\$ 1.200.000	\$ 88.211	\$ 1.288.211	\$ 246.000	\$ 277.584	\$ 108.000	\$ 1.919.795	\$ 27.901.793
Secretaria	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 160.155	\$ 186.155	\$ 70.312	\$ 1.286.075	\$ 18.715.928
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.981.242</b>	<b>\$ 176.422</b>	<b>\$ 2.157.664</b>	<b>\$ 406.155</b>	<b>\$ 463.739</b>	<b>\$ 178.312</b>	<b>\$ 3.205.869</b>	<b>\$ 46.617.721</b>

<b>NOMINA PERSONAL DE VENTAS</b>								
<b>CARGO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>AUX TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>APORTES SEG SOCIAL</b>	<b>PREST SOCIALES</b>	<b>APORTES PARAFISCALES</b>	<b>TOTAL/MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Jefe de Ventas	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 160.155	\$ 186.155	\$ 70.312	\$ 1.286.075	\$ 18.715.928
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 781.242</b>	<b>\$ 88.211</b>	<b>\$ 869.453</b>	<b>\$ 160.155</b>	<b>\$ 186.155</b>	<b>\$ 70.312</b>	<b>\$ 1.286.075</b>	<b>\$ 18.715.928</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 8. Costos anuales del producto

COSTOS ANUALES DEL PRODUCTO								
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>Costos Directos</b>								
Nomina	\$ 6.238.643		\$ 74.863.711	\$ 78.606.896	\$ 82.537.241	\$ 86.664.103	\$ 90.997.308	Incremento anual del 5%
Bolsas de polietileno	\$ 3.150.000	\$ 37.800.000	\$ 37.800.000	\$ 38.934.000	\$ 40.102.020	\$41.305.081	\$ 42.544.233	Incremento anual del 3%
Tripa	\$ 1.320.000	\$ 15.840.000	\$ 15.840.000	\$ 16.315.200	\$ 16.804.656	\$ 17.308.796	\$ 17.828.060	Incremento anual del 3%
Espicias y adobos	\$ 2.520.000	\$ 30.240.000	\$ 30.240.000	\$ 31.147.200	\$32.081.616	\$33.044.064	\$ 34.035.386	Incremento anual del 3%
Berrugate (pescado)	\$ 13.650.000	\$ 163.800.000	\$ 163.800.000	\$ 168.714.000	\$ 173.775.420	\$ 178.988.683	\$ 184.358.343	Incremento anual del 3%
<b>Total costos Directos</b>			\$ 322.543.711	\$ 333.717.296	\$ 345.300.953	\$ 357.310.727	\$ 369.763.330	
<b>Costos Indirectos</b>								
Arrendamiento	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ 8.400.000	\$8.652.000	\$ 8.911.560	\$ 9.178.907	\$ 9.454.274	Incremento anual del 3%
Energía	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.180.000	\$ 6.365.400	\$ 6.556.362	\$ 6.753.053	Incremento anual del 3%
<b>Total costos Indirectos</b>			\$ 14.400.000	\$ 14.832.000	\$15.276.960	\$ 15.735.269	\$ 16.207.327	
<b>TOTAL COSTOS</b>			<b>\$ 336.943.711</b>	<b>\$ 348.549.296</b>	<b>\$ 360.577.913</b>	<b>\$ 373.045.995</b>	<b>\$ 385.970.657</b>	

Fuente. Elaboración propia

Tabla 9. Costo unitario

<b>COSTO UNITARIO</b>		
<b>Costos Variables</b>		
Bolsas de polietileno		\$ 300
Tripa		\$ 126
Especias y adobos		\$ 240
Berrugate (pescado)		\$ 1.300
<b>Total costos Variables</b>		<b>\$ 1.966</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	
Nomina	\$ 74.863.711	\$ 594
Arrendamiento	\$ 8.400.000	\$ 67
Energía	\$ 6.000.000	\$ 48
<b>Total costos Fijo</b>		<b>\$ 708</b>
<b>TOTAL COSTO UNITARIO</b>		<b>\$ 2.674</b>

Fuente. Elaboración propia

**El costo Unitario por producto es de \$ 2.674**

Tabla 10. Costos directos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN								
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Nómina	\$ 6.238.643		\$ 74.863.711	\$ 78.606.896	\$ 82.537.241	\$ 86.664.103	\$ 90.997.308	Incremento anual del 5%
Arrendamiento	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ 8.400.000	\$ 8.652.000	\$ 8.911.560	\$ 9.178.907	\$ 9.454.274	Incremento anual del 3%
Energía	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.180.000	\$ 6.365.400	\$ 6.556.362	\$ 6.753.053	Incremento anual del 3%
Mantenimiento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	Incremento anual del 3%
Bolsas de polietileno	\$3.150.000	\$ 37.800.000	\$ 37.800.000	\$ 38.934.000	\$ 40.102.020	\$ 41.305.081	\$ 42.544.233	Incremento anual del 3%
Tripa	\$ 1.320.000	\$ 15.840.000	\$ 15.840.000	\$ 16.315.200	\$ 16.804.656	\$ 17.308.796	\$ 17.828.060	Incremento anual del 3%
Especias y adobos	\$ 2.520.000	\$ 30.240.000	\$ 30.240.000	\$ 31.147.200	\$ 32.081.616	\$ 33.044.064	\$ 34.035.386	Incremento anual del 3%
Berrugate (pescado)	\$ 13.650.000	\$ 163.800.000	\$ 163.800.000	\$ 168.714.000	\$ 173.775.420	\$ 178.988.683	\$ 184.358.343	Incremento anual del 3%
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 262.080.000	\$ 269.942.400	\$ 278.040.672	\$ 286.381.892	\$ 294.973.349	
<b>TOTAL CIF</b>			\$ 336.943.711	\$ 348.549.296	\$ 360.577.913	\$ 373.045.995	\$ 385.970.657	

Fuente. Elaboración propia

Tabla 11. Nómina y gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS								
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Nómina	\$ 3.884.810		\$ 46.617.721	\$ 48.948.607	\$ 51.396.037	\$ 53.965.839	\$ 56.664.131	Incremento anual del 5%
Outsourcing								
Contador	\$ 800.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 10.080.000	\$ 10.584.000	\$ 11.113.200	\$ 11.668.860	Incremento anual del 5%
Adecuación del local			\$ 10.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Constitución y Puesta en Marcha			\$ 2.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Arrendamiento	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 4.167.450	\$ 4.375.823	Incremento anual del 5%
Energía	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.236.000	\$ 1.273.080	\$ 1.311.272	\$ 1.350.611	Incremento anual del 3%
Papelería	\$ 10.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 123.600	\$ 127.308	\$ 131.127	\$ 135.061	Incremento anual del 3%
Depreciación	\$ 375.325	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 31.023.895	\$ 19.723.495	\$ 20.457.283	\$ 21.226.944	\$ 22.034.249	
<b>TOTAL CIF</b>			<b>\$ 77.641.616</b>	<b>\$ 68.672.102</b>	<b>\$ 71.853.320</b>	<b>\$ 75.192.783</b>	<b>\$ 78.698.380</b>	

Fuente. Elaboración propia

Tabla 12. Gastos en ventas

<b>GASTOS EN VENTAS</b>								
	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
Nómina	\$ 1.559.661		\$ 18.715.928	\$ 19.651.724	\$ 20.634.310	\$ 21.666.026	\$ 22.749.327	Incremento anual del 5%
Publicidad	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 636.000	\$ 674.160	\$ 714.610	\$ 757.486	Incremento anual del 6%
Teléfono	\$ 55.000	\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 673.200	\$ 686.664	\$ 700.397	\$ 714.405	Incremento anual del 2%
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 1.260.000	\$ 1.309.200	\$ 1.360.824	\$ 1.415.007	\$ 1.471.891	
<b>TOTAL</b>								
<b>CIF</b>			<b>\$ 19.975.928</b>	<b>\$ 20.960.924</b>	<b>\$ 21.995.134</b>	<b>\$ 23.081.033</b>	<b>\$ 24.221.218</b>	

Fuente. Elaboración propia

Tabla 13. Unidades producidas

<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>							
	<b>UNIDADES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
Chorizo de pescado	1	7200	7920	8712	9583	10542	Crecimiento anual del 10%
Chorizo de pescado	3	12600	13860	15246	16771	18448	
Chorizo de pescado	5	16200	17820	19602	21562	23718	

Fuente. Elaboración propia

Se determina producir aproximadamente 100 chorizos diarios por operario repartidos en empaques individuales o en productos de 3 y 5 embutidos tomando un tiempo de producción por chorizo entre 4 y 5 minutos; junto con la maquinaria comprada inicialmente es posible la producción diaria.

Tabla 14. Precio venta por unidad

PRECIO VENTA POR UNIDAD							
UNIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
Chorizo de pescado	1	\$ 3.500	\$ 3.850	\$ 4.235	\$ 4.659	\$ 5.124	Incremento anual 10%
Chorizo de pescado	3	\$ 10.350	\$ 11.385	\$ 12.524	\$ 13.776	\$ 15.153	
Chorizo de pescado	5	\$ 17.000	\$ 18.700	\$ 20.570	\$ 22.627	\$ 24.890	

Fuente. Elaboración propia

El precio de venta se fija en \$3500 bajo la información que salió de las encuestas donde los usuarios están dispuestos a pagar por un precio promedio entre \$1000 y \$5000.

Se determina un crecimiento del 10% anual de tal forma que en los 5 años siguientes se llegue al tope máximo por el cual se hicieron las encuestas que es de \$5000.

Para la venta de 3 unidades y 5 unidades se les otorgan un pequeño descuento para incentivar la compra de más productos

Tabla 15. Ventas totales

VENTAS TOTALES						
UNIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Chorizo de pescado	1	\$ 24.255.000	\$ 25.918.200	\$ 31.361.022	\$ 37.946.837	\$ 45.915.672
Chorizo de pescado	3	\$ 125.519.625	\$ 134.126.685	\$ 162.293.289	\$ 196.374.880	\$ 237.613.604
Chorizo de pescado	5	\$ 265.072.500	\$ 283.248.900	\$ 342.731.169	\$ 414.704.714	\$ 501.792.705

Fuente. Elaboración propia

Tabla 16. Ingresos

<b>INGRESOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Unidades Vendidas</b>	121275	117810	129591	142550	156805
<b>Precio Venta Promedio</b>	\$ 3.421	\$ 3.763	\$ 4.139	\$ 4.553	\$ 5.008
<b>Total Ventas</b>	\$ 414.847.125	\$ 443.293.785	\$ 536.385.480	\$ 649.026.431	\$ 785.321.981
<b>Ventas de Contado</b>	\$ 352.620.056	\$ 376.799.717	\$ 455.927.658	\$ 551.672.466	\$ 667.523.684

Fuente. Elaboración propia

Tabla 17. Estados de resultados

		ESTADO DE RESULTADOS					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	<b>Ventas</b>	\$ 414.847.125	\$ 443.293.785	\$ 536.385.480	\$ 649.026.431	\$ 785.321.981	
	<b>Costo de Ventas</b>	\$ 336.943.711	\$ 348.549.296	\$ 360.577.913	\$ 373.045.995	\$ 385.970.657	
	<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 77.903.414	\$ 94.744.489	\$ 175.807.567	\$ 275.980.435	\$ 399.351.324	
	<b>Gastos Administración</b>	\$ 77.641.616	\$ 68.672.102	\$ 71.853.320	\$ 75.192.783	\$ 78.698.380	
	<b>Gastos Ventas</b>	\$ 19.975.928	\$ 20.960.924	\$ 21.995.134	\$ 23.081.033	\$ 24.221.218	
	<b>Utilidad Operacional</b>	-\$ 19.714.129	\$ 5.111.463	\$ 81.959.112	\$ 177.706.619	\$ 296.431.725	
Intereses del crédito	<b>Gastos financieros</b>	\$ 4.594.430	\$ 3.798.487	\$ 3.002.335	\$ 1.957.901	\$ 757.788	El crédito se calcula
	<b>Utilidad antes de impuestos</b>	-\$ 24.308.559	\$ 1.312.976	\$ 78.956.777	\$ 175.748.718	\$ 295.673.937	
	<b>Impuesto de renta</b>		\$ 433.282	\$ 26.055.736	\$ 57.997.077	\$ 97.572.399	El impuesto de renta
	<b>Utilidad después de impuestos</b>	-\$ 24.308.559	\$ 879.694	\$ 52.901.041	\$ 117.751.641	\$ 198.101.538	
	<b>Reserva Legal</b>		\$ 87.969	\$ 5.290.104	\$ 11.775.164	\$ 19.810.154	
	<b>Utilidad neta</b>	-\$ 24.308.559	\$ 791.724	\$ 47.610.937	\$ 105.976.477	\$ 178.291.384	

Fuente. Elaboración propia

El crédito se calcula a una tasa de interés del 25% efectivo anual y a un pago de 3 años

El impuesto de renta se calcula en un aproximado del 33%

Tabla 18. Balance general

		<b>BALANCE GENERAL</b>					
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
<b>ACTIVO</b>							
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>\$ 79.634.712</b>	<b>\$ 85.105.578</b>	<b>\$ 118.587.525</b>	<b>\$ 274.520.100</b>	<b>\$ 518.713.408</b>	
\$ 39.810.122	Caja	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	
	Bancos	\$ 4.272.254	\$ 5.040.912	\$ 24.108.031	\$ 162.676.911	\$ 385.941.211	\$ 19.067.119
	Clientes	\$ 62.227.069	\$ 66.494.068	\$ 80.457.822	\$ 97.353.965	\$ 117.798.297	Dos meses
	Inventario materia prima	\$ 6.738.874	\$ 6.970.986	\$ 7.211.558	\$ 7.460.920	\$ 7.719.413	Mensualmente
	Inventario producto en proceso	\$ 4.211.796	\$ 4.356.866	\$ 4.507.224	\$ 4.663.075	\$ 4.824.633	
	Inventario producto terminado	\$ 1.684.719	\$ 1.742.746	\$ 1.802.890	\$ 1.865.230	\$ 1.929.853	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>\$ 50.913.729</b>	<b>\$ 46.409.835</b>	<b>\$ 41.905.940</b>	<b>\$ 37.402.045</b>	<b>\$ 32.898.150</b>	
	Maquinaria y Equipo	\$ 43.707.677	\$ 43.707.677	\$ 43.707.677	\$ 43.707.677	\$ 43.707.677	
	Herramientas y Utilaje	\$ 1.029.160	\$ 1.029.160	\$ 1.029.160	\$ 1.029.160	\$ 1.029.160	
	Equipo de Computo	\$ 7.880.787	\$ 7.880.787	\$ 7.880.787	\$ 7.880.787	\$ 7.880.787	
	Equipo de Transporte	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	
	Intangibles	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	
	Depreciación Acumulada	-\$ 4.503.895	-\$ 9.007.789	-\$ 13.511.684	-\$ 18.015.579	-\$ 22.519.474	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>\$ 130.548.441</b>	<b>\$ 131.515.413</b>	<b>\$ 160.493.464</b>	<b>\$ 311.922.145</b>	<b>\$ 551.611.558</b>	
<b>PASIVO</b>							
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>\$ 74.857.000</b>	<b>\$ 74.944.278</b>	<b>\$ 51.021.289</b>	<b>\$ 84.698.329</b>	<b>\$ 126.286.204</b>	
	Proveedores	\$ 49.536.000	\$ 51.022.080	\$ -	\$ -	\$ -	
	Obligaciones Financieras	\$ 17.572.196	\$ 14.532.764	\$ 10.727.623	\$ 5.963.868	-\$ 0	
	Retenciones y Aportes de Nomina	\$ 2.814.921	\$ 2.955.667	\$ 3.103.451	\$ 3.258.623	\$ 3.421.554	
	Impuesto de Renta	\$ -	\$ 433.282	\$ 26.055.736	\$ 57.997.077	\$ 97.572.399	

Impuesto Sobre Las Ventas a Pagar	\$ 4.933.883	\$ 6.000.484	\$ 11.134.479	\$ 17.478.761	\$ 25.292.251
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 74.857.000</b>	<b>\$ 74.944.278</b>	<b>\$ 51.021.289</b>	<b>\$ 84.698.329</b>	<b>\$ 126.286.204</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000
Reserva Legal	\$ -	\$ 87.969	\$ 5.378.073	\$ 17.153.238	\$ 36.963.391
Utilidad Del Ejercicio		\$ 791.724	\$ 47.610.937	\$ 105.976.477	\$ 178.291.384
Perdida Del Ejercicio	\$ (24.308.559)				
Utilidades Acumuladas				\$ 24.094.102	\$ 130.070.579
Pérdidas Acumuladas		\$ (24.308.559)	\$ (23.516.835)		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 55.691.441</b>	<b>\$ 56.571.135</b>	<b>\$ 109.472.175</b>	<b>\$ 227.223.817</b>	<b>\$ 425.325.354</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 130.548.441</b>	<b>\$ 131.515.413</b>	<b>\$ 160.493.464</b>	<b>\$ 311.922.145</b>	<b>\$ 551.611.558</b>

Fuente. Elaboración propia

### Política de 2 meses para cobro.

Mensualmente se deja el 15 % de la producción en proceso

Para el año 1 y año 2 los proveedores son del 20% de lo comprado en el año

Tabla 19. Flujo de caja proyectado

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>					
<b>OPERACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ (24.308.559)	\$ 879.694	\$ 52.901.041	\$ 117.751.641	\$ 198.101.538
+ DEPRECIACION DEL PERIODO	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895	\$ 4.503.895
- DIFERENCIA DE LAS CUENTAS POR COBRAR	\$ (62.227.069)	\$ (4.266.999)	\$ (13.963.754)	\$ (16.896.143)	\$ (20.444.333)
- DIFERENCIA DE INVENTARIO	\$ (12.635.389)	\$ (435.209)	\$ (451.073)	\$ (467.553)	\$ (484.675)
+ DIFERENCIA DE LAS CUENTAS POR PAGAR	\$ 57.284.804	\$ 3.126.709	\$ (20.117.847)	\$ 38.440.795	\$ 47.551.743
= <b>EFICIENCIA OPERATIVA</b>	\$ (37.382.318)	\$ 3.808.089	\$ 22.872.261	\$ 143.332.635	\$ 229.228.168
<b>FINANCIACION</b>					
+ DIFERENCIA DEUDA CORTO PLAZO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ DIFERENCIA DEUDA LARGO PLAZO	\$ (2.427.804)	\$ (3.039.432)	\$ (3.805.142)	\$ (4.763.755)	\$ (5.963.868)
+ DIFERENCIA CAPITAL SOCIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- DIVIDENDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= <b>EFICIENCIA FINANCIERA</b>	\$ (2.427.804)	\$ (3.039.432)	\$ (3.805.142)	\$ (4.763.755)	\$ (5.963.868)
<b>DIFERENCIA TOTAL DE EFECTIVO</b>	\$ (39.810.122)	\$ 768.658	\$ 19.067.119	\$ 138.568.880	\$ 223.264.301

Fuente. Elaboración propia

Tabla 20. Relación costo beneficio

Recursos Accionistas	\$ 80.000.000
Crédito Financiero	\$ 20.000.000
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$ 100.000.000</b>

	EFECTIVO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Bancos	\$ 4.272.254	\$ 5.040.912	\$ 24.108.031	\$ 162.676.911	\$ 385.941.211
<b>Efectivo y Equivalente al Efectivo</b>	<b>\$ 4.772.254</b>	<b>\$ 5.540.912</b>	<b>\$ 24.608.031</b>	<b>\$ 163.176.911</b>	<b>\$ 386.441.211</b>

TASA EA 25,19%

<b>VNA INGRESOS</b>	\$ 107.428.465,70
<b>VNA EGRESOS</b>	<u>\$ 20.000.000</u>
<b>R.B/C</b>	<b>5</b>

De acuerdo con el resultado obtenido podemos afirmar que el proyecto es viable, toda vez que el índice es superior a 1 porque los beneficios superan los costos, en ese sentido, el proyecto de Mariscos Processed debe ser aceptado.

Tabla 21. Costo de oportunidad o tasas interna de retorno.

<b>COSTO DE OPORTUNIDAD O TASAS INTERNA DE RETORNO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>TIO</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>CCPP</b>
<b>PASIVO</b>	\$ 74.857.000	25,19%	99%	24,96%
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 691.441	23,00%	1%	0,21%
	<b>\$ 75.548.441</b>		<b>100%</b>	<b>25,17%</b>
<b>AÑO 2</b>				
<b>PASIVO</b>	\$ 74.944.278	25,19%	57%	14,35%
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 56.571.135	23,00%	43%	9,89%
	<b>\$ 131.515.413</b>		<b>100%</b>	<b>24,25%</b>
<b>AÑO 3</b>				
<b>PASIVO</b>	\$ 51.021.289	25,19%	32%	8,01%
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 109.472.175	23,00%	68%	15,69%
	<b>\$ 160.493.464</b>		<b>100%</b>	<b>23,70%</b>
<b>AÑO 4</b>				
<b>PASIVO</b>	\$ 84.698.329	25,19%	27%	6,84%
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 227.223.817	23,00%	73%	16,75%
	<b>\$ 311.922.146</b>		<b>100%</b>	<b>23,59%</b>
<b>AÑO 5</b>				
<b>PASIVO</b>	\$ 126.286.204	25,19%	23%	5,77%
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 425.325.354	23,00%	77%	17,73%
	<b>\$ 551.611.558</b>		<b>100%</b>	<b>23,50%</b>

### **Análisis del Costo de Capital Promedio ponderado**

Con base en los resultados anteriores podemos indicar que a medida que la proporción de deuda y capital se incrementa hacia la parte donde la tasa esperada por el proveedor de financiamiento sea más baja, el costo de capital disminuye y en la medida del caso contrario la tasa del costo de capital aumenta.

Tabla 22. Punto de equilibrio

	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 761.699.395	\$ 775.698.106	\$ 802.729.656	\$ 830.588.439	\$ 859.411.374
<b>COSTO VARIABLE</b>					
UNI	\$ 1.966	\$ 2.025	\$ 2.085	\$ 2.148	\$ 2.212
<b>PRECIO VENTA UNI</b>	\$ 3.421	\$ 3.763	\$ 4.139	\$ 4.553	\$ 5.008
<b>P.E \$</b>	<b>\$ 1.790.760.138</b>	<b>\$ 1.679.296.790</b>	<b>\$ 1.617.884.773</b>	<b>\$ 1.572.421.500</b>	<b>\$ 1.539.488.590</b>
<b>P.E UNID</b>	<b>523505</b>	<b>446291</b>	<b>390882</b>	<b>345362</b>	<b>307389</b>

Fuente. Elaboración propia

**PIB 2017 9,5%****VPN \$ 111.135.978****TIR 33%**

VPN: Cuando el valor presente neto de una tasa de interés rentable \$ 111.135.978 nos indica que el proyecto es viable porque genera suficiente dinero para recuperar la inversión y además deja un margen de utilidad durante los próximos 5 años

TIR: Tasa de retorno el 33% se puede decir que el proyecto es factible, ya que es un porcentaje bueno, este valor va aumentar después del segundo año debido que a finales del segundo año se recupera la inversión inicial, generando utilidades como se demuestra en el valor presente neto.

Tabla 23. Razones e indicadores financieros

INDICADOR	RAZÓN	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Liquidez</b>	Razón Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1,06	1,14	2,32	3,24	4,11
	Prueba Ácida	Activo Corriente - Inventario / Pasivo Corriente	0,90	0,96	2,06	3,08	3,99
<b>Endeudamiento</b>	Nivel de Endeudamiento	Total Pasivo / Total Activo	57%	57%	32%	27%	23%

Fuente. Elaboración propia

**Razón Corriente:** El resultado nos muestra una tendencia creciente de Mariscos Processed SAS en el sentido de atender o cumplir con todas sus obligaciones tanto como financieras, proveedores y demás pasivos en el corto plazo

**Prueba Ácida:** Al igual que indicador anterior la tendencia de la capacidad de Mariscos Processed SAS para atender sus obligaciones corrientes sin acudir a la venta de inventarios es cada vez mayor lo que denota un buen flujo de efectivo, así como una rotación de cartera tolerante

**Nivel de Endeudamiento:** A medida que pasan los años Mariscos Processed SAS muestra una solidez financiera como se puede observar en los resultados de este indicador la participación del pasivo o deuda en el patrimonio líquido de la sociedad es decreciente, lo que es positivo toda vez que la empresa cuenta con más recursos propios para realizar nuevas inversiones sin necesidad de acudir a financiación externa y en caso de necesitarla tendrá muchas más posibilidades de acceder a ellas.

Tabla 24. Amortización crédito bancario Occidente.

T.I.	1,89% MV		25,19% EA				
No.	Capital	Intereses	Seguro de Vida	Cuota	Cuota + Seguro	Cuota Protegida	Saldo
0			\$ 160.000				\$ 20.000.000
1	\$ 182.139	\$ 377.999	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 19.817.861
2	\$ 185.581	\$ 374.557	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 19.632.280
3	\$ 189.089	\$ 371.049	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 19.443.192
4	\$ 192.662	\$ 367.476	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 19.250.529
5	\$ 196.304	\$ 363.834	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 19.054.226
6	\$ 200.014	\$ 360.124	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 18.854.212
7	\$ 203.794	\$ 356.344	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 18.650.418
8	\$ 207.646	\$ 352.492	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 18.442.772
9	\$ 211.570	\$ 348.568	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 18.231.202
10	\$ 215.569	\$ 344.569	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 18.015.633
11	\$ 219.643	\$ 340.495	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 17.795.990
12	\$ 223.794	\$ 336.344	\$ 140.578	\$ 700.716		\$ 602.172	\$ 17.572.196
13	\$ 228.024	\$ 332.114	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 17.344.172
14	\$ 232.334	\$ 327.804	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 17.111.838
15	\$ 236.725	\$ 323.413	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 16.875.113
16	\$ 241.199	\$ 318.939	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 16.633.914
17	\$ 245.758	\$ 314.380	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 16.388.157
18	\$ 250.402	\$ 309.736	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 16.137.755
19	\$ 255.135	\$ 305.003	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 15.882.620
20	\$ 259.957	\$ 300.181	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 15.622.663
21	\$ 264.870	\$ 295.268	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 15.357.792
22	\$ 269.876	\$ 290.262	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 15.087.916
23	\$ 274.977	\$ 285.161	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 14.812.939
24	\$ 280.175	\$ 279.964	\$ 116.262	\$ 676.401		\$ 602.172	\$ 14.532.764
25	\$ 285.469	\$ 274.669	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 14.247.295
26	\$ 290.865	\$ 269.273	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 13.956.431
27	\$ 296.362	\$ 263.776	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 13.660.069
28	\$ 301.963	\$ 258.175	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 13.358.106
29	\$ 307.670	\$ 252.468	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 13.050.435
30	\$ 313.485	\$ 246.653	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 12.736.950
31	\$ 319.410	\$ 240.728	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 12.417.540
32	\$ 325.447	\$ 234.691	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 12.092.093
33	\$ 331.598	\$ 228.540	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 11.760.495
34	\$ 337.865	\$ 222.273	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 11.422.630
35	\$ 344.251	\$ 215.887	\$ 0	\$ 560.138		\$ 602.172	\$ 11.078.380

36	\$ 350.757	\$ 209.381	\$ 85.821	\$ 645.959	\$ 602.172	\$ 10.727.623
37	\$ 357.386	\$ 202.752	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 10.370.236
38	\$ 364.141	\$ 195.997	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 10.006.096
39	\$ 371.023	\$ 189.115	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 9.635.072
40	\$ 378.035	\$ 182.103	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 9.257.037
41	\$ 385.180	\$ 174.958	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 8.871.857
42	\$ 392.460	\$ 167.678	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 8.479.396
43	\$ 399.878	\$ 160.260	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 8.079.519
44	\$ 407.435	\$ 152.703	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 7.672.083
45	\$ 415.136	\$ 145.002	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 7.256.948
46	\$ 422.982	\$ 137.156	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 6.833.966
47	\$ 430.976	\$ 129.162	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 6.402.989
48	\$ 439.122	\$ 121.016	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 5.963.868
49	\$ 447.421	\$ 112.717	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 5.516.447
50	\$ 455.877	\$ 104.261	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 5.060.569
51	\$ 464.493	\$ 95.645	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 4.596.076
52	\$ 473.272	\$ 86.866	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 4.122.804
53	\$ 482.217	\$ 77.921	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 3.640.586
54	\$ 491.331	\$ 68.807	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 3.149.255
55	\$ 500.617	\$ 59.521	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 2.648.638
56	\$ 510.079	\$ 50.059	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 2.138.559
57	\$ 519.719	\$ 40.419	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 1.618.840
58	\$ 529.542	\$ 30.596	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 1.089.298
59	\$ 539.550	\$ 20.588	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	\$ 549.748
60	\$ 549.748	\$ 10.390	\$ 0	\$ 560.138	\$ 602.172	(\$ 0)

Fuente. Banco Occidente. Simulador de créditos.

El Banco de Occidente, nos ofrece una mejor alternativa en sus tasas de interés y podemos cumplir con dicha obligación en un plazo de 5 años

Tabla 25. Amortización crédito bancario Davivienda

<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>\$ 20.000.000</b>
<b>TASA MENSUAL</b>	<b>1,98%</b>
<b>TASA EFECTIVA ANUAL</b>	<b>26,53%</b>
	<b>1,98%</b>
<b>PLAZO MESES</b>	<b>6</b>

**CREDIEXPRESS FIJO**

<b>NUMERO CUOTA</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERES</b>	<b>SEGUROS</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO</b>
0					\$ 20.000.000
1	\$ 582.000	\$ 396.053	\$ 9.000	\$ 176.947	\$ 19.823.053
2	\$ 582.000	\$ 392.548	\$ 9.000	\$ 180.452	\$ 19.642.601
3	\$ 582.000	\$ 388.975	\$ 9.000	\$ 184.025	\$ 19.458.576
4	\$ 582.000	\$ 385.331	\$ 9.000	\$ 187.669	\$ 19.270.907
5	\$ 582.000	\$ 381.615	\$ 9.000	\$ 191.385	\$ 19.079.521
6	\$ 581.000	\$ 377.825	\$ 8.000	\$ 195.175	\$ 18.884.346
7	\$ 581.000	\$ 373.960	\$ 8.000	\$ 199.040	\$ 18.685.306
8	\$ 581.000	\$ 370.018	\$ 8.000	\$ 202.982	\$ 18.482.324
9	\$ 581.000	\$ 365.999	\$ 8.000	\$ 207.001	\$ 18.275.322
10	\$ 581.000	\$ 361.899	\$ 8.000	\$ 211.101	\$ 18.064.222
11	\$ 581.000	\$ 357.719	\$ 8.000	\$ 215.281	\$ 17.848.941
12	\$ 581.000	\$ 353.456	\$ 8.000	\$ 219.544	\$ 17.629.397
13	\$ 581.000	\$ 349.108	\$ 8.000	\$ 223.892	\$ 17.405.505
14	\$ 581.000	\$ 344.675	\$ 8.000	\$ 228.325	\$ 17.177.180
15	\$ 581.000	\$ 340.153	\$ 8.000	\$ 232.847	\$ 16.944.333
16	\$ 581.000	\$ 335.542	\$ 8.000	\$ 237.458	\$ 16.706.875

17	\$ 580.000	\$ 330.840	\$ 7.000	\$ 242.160	\$ 16.464.715
18	\$ 580.000	\$ 326.045	\$ 7.000	\$ 246.955	\$ 16.217.760
19	\$ 580.000	\$ 321.154	\$ 7.000	\$ 251.846	\$ 15.965.914
20	\$ 580.000	\$ 316.167	\$ 7.000	\$ 256.833	\$ 15.709.081
21	\$ 580.000	\$ 311.081	\$ 7.000	\$ 261.919	\$ 15.447.162
22	\$ 580.000	\$ 305.894	\$ 7.000	\$ 267.106	\$ 15.180.056
23	\$ 580.000	\$ 300.605	\$ 7.000	\$ 272.395	\$ 14.907.661
24	\$ 580.000	\$ 295.211	\$ 7.000	\$ 277.789	\$ 14.629.872
25	\$ 580.000	\$ 289.710	\$ 7.000	\$ 283.290	\$ 14.346.582
26	\$ 579.000	\$ 284.100	\$ 6.000	\$ 288.900	\$ 14.057.682
27	\$ 579.000	\$ 278.379	\$ 6.000	\$ 294.621	\$ 13.763.061
28	\$ 579.000	\$ 272.545	\$ 6.000	\$ 300.455	\$ 13.462.606
29	\$ 579.000	\$ 266.595	\$ 6.000	\$ 306.405	\$ 13.156.201
30	\$ 579.000	\$ 260.527	\$ 6.000	\$ 312.473	\$ 12.843.728
31	\$ 579.000	\$ 254.340	\$ 6.000	\$ 318.660	\$ 12.525.068
32	\$ 579.000	\$ 248.029	\$ 6.000	\$ 324.971	\$ 12.200.097
33	\$ 579.000	\$ 241.594	\$ 6.000	\$ 331.406	\$ 11.868.691
34	\$ 578.000	\$ 235.031	\$ 5.000	\$ 337.969	\$ 11.530.722
35	\$ 578.000	\$ 228.339	\$ 5.000	\$ 344.661	\$ 11.186.061
36	\$ 578.000	\$ 221.513	\$ 5.000	\$ 351.487	\$ 10.834.574
37	\$ 578.000	\$ 214.553	\$ 5.000	\$ 358.447	\$ 10.476.127
38	\$ 578.000	\$ 207.455	\$ 5.000	\$ 365.545	\$ 10.110.582
39	\$ 578.000	\$ 200.216	\$ 5.000	\$ 372.784	\$ 9.737.798
40	\$ 578.000	\$ 192.834	\$ 5.000	\$ 380.166	\$ 9.357.632
41	\$ 577.000	\$ 185.306	\$ 4.000	\$ 387.694	\$ 8.969.938
42	\$ 577.000	\$ 177.628	\$ 4.000	\$ 395.372	\$ 8.574.566
43	\$ 577.000	\$ 169.799	\$ 4.000	\$ 403.201	\$ 8.171.365
44	\$ 577.000	\$ 161.814	\$ 4.000	\$ 411.186	\$ 7.760.179
45	\$ 577.000	\$ 153.672	\$ 4.000	\$ 419.328	\$ 7.340.851
46	\$ 577.000	\$ 145.368	\$ 4.000	\$ 427.632	\$ 6.913.219
47	\$ 576.000	\$ 136.900	\$ 3.000	\$ 436.100	\$ 6.477.119
48	\$ 576.000	\$ 128.264	\$ 3.000	\$ 444.736	\$ 6.032.383
49	\$ 576.000	\$ 119.457	\$ 3.000	\$ 453.543	\$ 5.578.840

50	\$ 576.000	\$ 110.476	\$ 3.000	\$ 462.524	\$ 5.116.316
51	\$ 576.000	\$ 101.316	\$ 3.000	\$ 471.684	\$ 4.644.632
52	\$ 575.000	\$ 91.976	\$ 2.000	\$ 481.024	\$ 4.163.608
53	\$ 575.000	\$ 82.450	\$ 2.000	\$ 490.550	\$ 3.673.059
54	\$ 575.000	\$ 72.736	\$ 2.000	\$ 500.264	\$ 3.172.795
55	\$ 575.000	\$ 62.830	\$ 2.000	\$ 510.170	\$ 2.662.625
56	\$ 575.000	\$ 52.727	\$ 2.000	\$ 520.273	\$ 2.142.351
57	\$ 574.000	\$ 42.424	\$ 1.000	\$ 530.576	\$ 1.611.776
58	\$ 574.000	\$ 31.917	\$ 1.000	\$ 541.083	\$ 1.070.693
59	\$ 574.000	\$ 21.203	\$ 1.000	\$ 551.797	\$ 518.896
60	\$ 530.171	\$ 10.275	\$ 1.000	\$ 518.896	\$ 0

Fuente: SIMULADOR CREDITO DAVIVIENDA

Tabla 26. Amortización crédito bancario AVVILLAS

<b>Credivillas Personal</b>			
Proyectado el:	22-mar-19	Tasa de Interés:	29.06% EA
Tipo de Crédito:	Credivillas Personal	Valor mes seguro de vida:	\$ 11,93
Valor solicitado:	\$20,000,000	Valor mes seguros adicionales:	\$ 46,89
Destino del crédito:	Libre		

PERÍODO	FECHA	ABONO A CAPITAL	INTERESES	CUOTA CON SEGURO DE VIDA	SALDO DE CAPITAL	CUOTA CON SEGUROS ADICIONALES
0	mar-19				\$20,000,000.00	
1	abr-19	\$166,522.00	\$429,730.00	\$608,186.00	\$19,833,478.00	\$643,143.00
2	may-19	\$170,100.00	\$426,152.00	\$608,186.00	\$19,663,378.00	\$643,143.00
3	jun-19	\$173,755.00	\$422,497.00	\$608,186.00	\$19,489,623.00	\$643,143.00
4	jul-19	\$177,488.00	\$418,764.00	\$608,186.00	\$19,312,135.00	\$643,143.00
5	ago-19	\$181,302.00	\$414,950.00	\$608,186.00	\$19,130,833.00	\$643,143.00
6	sep-19	\$185,197.00	\$411,055.00	\$608,186.00	\$18,945,635.00	\$643,143.00
7	oct-19	\$189,177.00	\$407,076.00	\$608,186.00	\$18,756,458.00	\$643,143.00
8	nov-19	\$193,241.00	\$403,011.00	\$608,186.00	\$18,563,217.00	\$643,143.00
9	dic-19	\$197,394.00	\$398,859.00	\$608,186.00	\$18,365,823.00	\$643,143.00
10	ene-20	\$201,635.00	\$394,618.00	\$608,186.00	\$18,164,189.00	\$643,143.00
11	feb-20	\$205,967.00	\$390,285.00	\$608,186.00	\$17,958,221.00	\$643,143.00
12	mar-20	\$210,393.00	\$385,860.00	\$608,186.00	\$17,747,829.00	\$643,143.00
13	abr-20	\$214,913.00	\$381,339.00	\$608,186.00	\$17,532,915.00	\$643,143.00
14	may-20	\$219,531.00	\$376,721.00	\$608,186.00	\$17,313,384.00	\$643,143.00
15	jun-20	\$224,248.00	\$372,004.00	\$608,186.00	\$17,089,136.00	\$643,143.00
16	jul-20	\$229,066.00	\$367,186.00	\$608,186.00	\$16,860,069.00	\$643,143.00
17	ago-20	\$233,988.00	\$362,264.00	\$608,186.00	\$16,626,081.00	\$643,143.00
18	sep-20	\$239,016.00	\$357,237.00	\$608,186.00	\$16,387,065.00	\$643,143.00
19	oct-20	\$244,151.00	\$352,101.00	\$608,186.00	\$16,142,914.00	\$643,143.00
20	nov-20	\$249,397.00	\$346,855.00	\$608,186.00	\$15,893,516.00	\$643,143.00
21	dic-20	\$254,756.00	\$341,496.00	\$608,186.00	\$15,638,760.00	\$643,143.00
22	ene-21	\$260,230.00	\$336,022.00	\$608,186.00	\$15,378,530.00	\$643,143.00
23	feb-21	\$265,821.00	\$330,431.00	\$608,186.00	\$15,112,709.00	\$643,143.00
24	mar-21	\$271,533.00	\$324,719.00	\$608,186.00	\$14,841,176.00	\$643,143.00
25	abr-21	\$277,367.00	\$318,885.00	\$608,186.00	\$14,563,809.00	\$643,143.00

26	may-21	\$283,327.00	\$312,926.00	\$608,186.00	\$14,280,482.00	\$643,143.00
27	jun-21	\$289,415.00	\$306,838.00	\$608,186.00	\$13,991,067.00	\$643,143.00
28	jul-21	\$295,633.00	\$300,619.00	\$608,186.00	\$13,695,434.00	\$643,143.00
29	ago-21	\$301,985.00	\$294,267.00	\$608,186.00	\$13,393,449.00	\$643,143.00
30	sep-21	\$308,474.00	\$287,779.00	\$608,186.00	\$13,084,975.00	\$643,143.00
31	oct-21	\$315,102.00	\$281,151.00	\$608,186.00	\$12,769,873.00	\$643,143.00
32	nov-21	\$321,872.00	\$274,380.00	\$608,186.00	\$12,448,001.00	\$643,143.00
33	dic-21	\$328,788.00	\$267,464.00	\$608,186.00	\$12,119,213.00	\$643,143.00
34	ene-22	\$335,853.00	\$260,400.00	\$608,186.00	\$11,783,360.00	\$643,143.00
35	feb-22	\$343,069.00	\$253,183.00	\$608,186.00	\$11,440,291.00	\$643,143.00
36	mar-22	\$350,440.00	\$245,812.00	\$608,186.00	\$11,089,850.00	\$643,143.00
37	abr-22	\$357,970.00	\$238,282.00	\$608,186.00	\$10,731,880.00	\$643,143.00
38	may-22	\$365,662.00	\$230,591.00	\$608,186.00	\$10,366,219.00	\$643,143.00
39	jun-22	\$373,518.00	\$222,734.00	\$608,186.00	\$9,992,700.00	\$643,143.00
40	jul-22	\$381,544.00	\$214,708.00	\$608,186.00	\$9,611,156.00	\$643,143.00
41	ago-22	\$389,742.00	\$206,510.00	\$608,186.00	\$9,221,414.00	\$643,143.00
42	sep-22	\$398,116.00	\$198,136.00	\$608,186.00	\$8,823,297.00	\$643,143.00
43	oct-22	\$406,670.00	\$189,582.00	\$608,186.00	\$8,416,627.00	\$643,143.00
44	nov-22	\$415,408.00	\$180,844.00	\$608,186.00	\$8,001,218.00	\$643,143.00
45	dic-22	\$424,334.00	\$171,918.00	\$608,186.00	\$7,576,884.00	\$643,143.00
46	ene-23	\$433,452.00	\$162,801.00	\$608,186.00	\$7,143,433.00	\$643,143.00
47	feb-23	\$442,765.00	\$153,487.00	\$608,186.00	\$6,700,668.00	\$643,143.00
48	mar-23	\$452,278.00	\$143,974.00	\$608,186.00	\$6,248,389.00	\$643,143.00
49	abr-23	\$461,996.00	\$134,256.00	\$608,186.00	\$5,786,393.00	\$643,143.00
50	may-23	\$471,923.00	\$124,329.00	\$608,186.00	\$5,314,470.00	\$643,143.00
51	jun-23	\$482,063.00	\$114,189.00	\$608,186.00	\$4,832,407.00	\$643,143.00
52	jul-23	\$492,421.00	\$103,832.00	\$608,186.00	\$4,339,986.00	\$643,143.00
53	ago-23	\$503,001.00	\$93,251.00	\$608,186.00	\$3,836,985.00	\$643,143.00
54	sep-23	\$513,809.00	\$82,443.00	\$608,186.00	\$3,323,176.00	\$643,143.00
55	oct-23	\$524,849.00	\$71,403.00	\$608,186.00	\$2,798,327.00	\$643,143.00
56	nov-23	\$536,126.00	\$60,126.00	\$608,186.00	\$2,262,201.00	\$643,143.00
57	dic-23	\$547,646.00	\$48,607.00	\$608,186.00	\$1,714,556.00	\$643,143.00
58	ene-24	\$559,413.00	\$36,840.00	\$608,186.00	\$1,155,143.00	\$643,143.00
59	feb-24	\$571,432.00	\$24,820.00	\$608,186.00	\$583,711.00	\$643,143.00
60	mar-24	\$583,711.00	\$12,542.00	\$608,186.00	\$0.00	\$643,143.00

Fuente. Simulador de crédito Banco AVVILLAS

## **9. Impacto ambiental, social, cultural y económico**

### **9.1 Requerimientos solicitados por la autoridad ambiental (INVIMA)**

Teniendo en cuenta que, en Colombia para ofertar un producto a un consumidor, se debe cumplir con los siguientes requerimientos, estipulados en la página web principal del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), el cual afirma que: “En Colombia todo alimento que se expendia directamente al consumidor deberá obtener, de acuerdo con el riesgo en salud pública, la correspondiente autorización de comercialización” (Notificación Sanitaria - NSA, Permiso Sanitario - PSA o Registro Sanitario - RSA), expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – (INVIMA, 2016, p.1)..

A continuación, se expondrán los 8 puntos necesarios para solicitar los registros expedidos por el INVIMA.

**Paso 1.** Realice la inscripción de su fábrica según lo dispuesto en el Artículo 126 del Decreto – Ley 019 de 2012. Si ya se encuentra inscrita continúe con el siguiente paso.

**Paso 2.** Identifique la categoría del riesgo para su producto, según Anexo 1 de la Resolución 719 de 2015. Si tiene una duda sobre la clasificación consúltelo en ventanilla en la Oficina de Atención al ciudadano, Call Center 57-(1) 2948700 grupo de Registros Sanitarios de Alimentos de la Dirección de Alimentos y Bebidas o a través de conexión Chat todos los lunes de 8:00 a.m. a 12 M.

**Paso 3.** Una vez identificada la clasificación del riesgo de su producto tenga en cuenta que si corresponde a riesgo alto requiere RSA, riesgo medio requiere PSA o riesgo bajo requiere NSA, según el Artículo 37 de la Resolución 2674 de 2013 y Resolución 3168 de 2015.

**Paso 4.** Tenga en cuenta que puede amparar alimentos bajo un mismo Registro, Permiso o Notificación Sanitaria en los casos establecidos en el artículo 42 de la Resolución 2674 de 2013.

**Paso 5.** Si se trata de un alimento de riesgo alto o medio verifique los requisitos para la obtención de RSA o PSA establecidos en el Artículo 38 de la Resolución 2674 de 2013. Si se trata de un alimento de bajo riesgo, verifique los requisitos establecidos en el Artículo 40 de la misma Resolución para solicitar una NSA.

**Paso 6.** Diligencie los formularios tanto de información básica, como de solicitud de Registro, Permiso o Notificación Sanitaria, según sea el caso, los cuales se encuentran en el archivo Excel “Formato único de Alimentos registros Sanitarios o Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria y tramites asociados (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)”

**Paso 7.** Verifique la tarifa que debe cancelar según el trámite requerido en nuestro manual tarifario, y realice el pago en cualquier oficina de Davivienda en la cuenta No. 00286999868-8.

**Paso 8.** Presentar o enviar dicha documentación en carpeta blanca foliada en la Oficina de Atención al Ciudadano ubicada en la sede central del Invima, dirección Carrera 10 N° 64–28, primer piso – Bogotá D.C. Si sus productos corresponden a alimentos dirigidos a poblaciones especiales (p.ej. deportistas, pacientes con alguna enfermedad), surta el trámite de

consulta a la Sala Especializada de Alimentos y Bebidas – SEAB, antes de solicitar la Notificación Sanitaria — NSA, el Permiso Sanitario — PSA o el Registro Sanitario — RSA. (INVIMA, 2016)

## **9.2 Impacto ambiental**

El municipio de Guapi-Cauca, cuenta con un clima húmedo tropical, está rodeado por una gran variedad ríos que desembocan al océano pacifico. Posee un ecosistema con una gran biodiversidad, haciéndolo un lugar propicio para ser visitado, debido a su gran cantidad de flora y fauna, sumadas dichas características al talento y calor humano de sus habitantes, quienes por lo general y partiendo de los conocimientos ancestrales, realizan diferentes actividades con los recursos del medio, entre las cuales se encuentra la pesca, actividad que hace parte del proyecto en estudio, que permite y fortalece el desarrollo de otras como el comercio y turismo gastronómico principalmente.

Teniendo en cuenta que la materia prima proviene de la extracción de uno de los recursos naturales como son los peces, se realizarán prácticas para que no se propicien factores que deterioren el medio ambiente. Dentro de estas prácticas se propone realizar actividades dirigidas a concientizar a los proveedores, en este caso pescadores, que respeten el tamaño, peso y tiempos de veda, para la recolección de lo que sería la materia prima.

Por otra parte, en cuanto al manejo de los residuos sólidos en la labor productiva, serán recogidos, y almacenados en tanques plásticos con sus accesorios, y después se hará la clasificación para determinar cuáles pueden ser comercializados, contribuyendo así, con el cuidado y buen manejo del medio ambiente, aprovechando para generar dividendos monetarios extra, maximizando así el aprovechamiento integral de la materia prima.

Para la recolección y almacenamiento del agua, se crearán unas piscinas subterráneas, las cuales se abastecerán con agua directamente del acueducto del río o de las lluvias, utilizando un purificador ozonizador, que se encargará de purificar el agua, para utilizarla en la parte productiva y también para la higiene y aseo de toda la empresa. Por otra parte, los desechos que se generen en las actividades de limpieza en la planta, serán almacenados en tanques subterráneos, ayudando estos también al control de olores sabiendo que se manipularán Mariscos. Después de ser almacenados los desechos líquidos y sólidos, será separada la parte sólida de la líquida mediante la utilización de mallas o trampas; la parte líquida será tratada y devuelta al río, a su vez, la parte sólida se recolectará y depositará en las respectivas bolsas para ser inspeccionadas, seleccionadas y llevadas al relleno del municipio.

Tabla 27. Componente ambiental impactado y medidas de manejo ambiental

Componente Ambiental Impactado	Medidas de Manejo Ambiental
<b>Pesca</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orientar a los pescadores para que respeten tiempos de veda, tamaño y peso, al hacer la captura de los peces.</li> <li>2. Incentivar a los pescadores que practiquen la pesca ancestral y artesanal, y no se utilicen pólvora, químicos u otras sustancias que contaminen el medio ambiente.</li> </ol>
<b>Residuos Sólidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clasificar los residuos sólidos y los desechos en tanques diferentes.</li> <li>2. Los desechos serán depositados en bolsas plásticas para ser entregados a los encargados del relleno en el municipio.</li> <li>3. Los residuos sólidos se almacenarán en contenedores con tapas, para ser congelados</li> </ol>

---

<b>Agua</b>	<p>hasta que sean comercializados con los clientes.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Utilizar las vísceras como abono o alimento para otras especies animales.</li> <li>1. Sustraer el agua del río o acueducto, e igualmente aprovecha el agua de lluvia, para almacenarlas en piscinas subterráneas o tanques subterráneos.</li> <li>2. Purificar el agua utilizando el purificador ozonizador.</li> <li>3. Acumular el agua resultante en las labores de aseo, limpieza e higiene de la empresa, en contenedores subterráneos que ayuden a controlar malos olores y se purifiquen con el fin de reintegrarse al río principal con características propicias que contribuya con el medio ambiente.</li> </ol>
-------------	--

---

Fuente. Elaboración propia

### 9.3 Impacto social, cultural y económico

El municipio de Guapi Cauca, cuenta con una gran biodiversidad y una ubicación privilegiada, bañado por el Océano Pacífico, ubicándose al sur occidente del departamento del Cauca en la rivera del Río Guapi, limitando al norte con el municipio de Timbiquí, al oriente con Argelia, al occidente con el Océano Pacífico y al sur con el municipio de Santa Bárbara de Iscuandé (Nariño). Según el (Censo General, 2012 - 2015), aplicado a la cabecera Municipal y toda su extensa área rural, que comprende múltiples centros poblados y otras poblaciones dispersas, Guapi cuenta con 28.649 habitantes, de los cuales 16.573 (57.8%) habitan la cabecera del Municipio y 12.076 (42%) la zona rural. En el municipio de Guapi Cauca el 97% de los

habitantes son afrocolombianos, y el 3% restante está distribuido entre indígenas (0.35%) y mestizos (2.65%). Datos tomados de la página oficial del DANE.

En general, el municipio de Guapi Cuaca fundamenta su economía básicamente en la agricultura, seguido por la pesca y otras actividades secundarias como lo son la minería artesanal e ilegal, y la elaboración de productos artesanales a base de productos locales. Igualmente se apoyan en el desarrollo de actividades culturales mediante los grupos musicales y bailes que sumados a la exuberancia de sus paisajes su flora y fauna promueven el ecoturismo a través de la isla Gorgona y su variedad de ríos y playas.

Teniendo en cuenta estos aspectos, surge la idea de crear una empresa dedicada a la elaboración de embutidos a base de pescado, la cual evidencia un alto grado de atractivo para la población en general, siendo esta idea innovadora y fuera de lo común, dando a los consumidores una alternativa a consumir el pescado como normalmente lo hacían, (en fresco). En esa dirección se puede inferir que es un producto con buenas expectativas de aceptación no solo en mercados nacionales, sino también en mercados internacionales; lo que sería una gran contribución al crecimiento económico y social, tanto del municipio como del país, generando empleo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

## 10. Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos mediante el desarrollo integral de la propuesta “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de embutidos a base de pescado”, elaborada por Pedro Francisco González Angulo y Aníbal Micolta, como trabajo de grado para optar al título de Contadores, se concluye que:

1. El establecimiento de la iniciativa emprendedora estudiada, proporcionará nuevas oportunidades dirigidas al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la zona, ya que integra y concatena debidamente la cadena de valor que se genera con dicha actividad, donde se da valor agregado a una de las actividades más representativas de subsistencia para la comunidad Guapireña, como lo es la “PESCA”.
2. La ubicación geográfica del Municipio de Guapi, lugar de estudio seleccionado para el desarrollo de la propuesta, facilita y favorece la viabilidad del proyecto, ya que influye positivamente en el manejo de los costos, tanto para la adquisición de materia prima e insumos, como para su comercialización a nivel local inicialmente y la distribución a nivel regional, nacional e internacional, siendo esta última la proyección a largo plazo del proyecto.
3. Partiendo de los resultados obtenidos mediante la implementación del estudio de mercados diseñado para la propuesta estudiada, se evidencia un alto nivel de viabilidad enmarcado en los beneficios que el proyecto brinda a la comunidad Guapireña, debido, a que integra los saberes culturales y ancestrales a través de la actividad económica como lo es la pesca, con nuevas propuestas que generan valor agregado a dicha actividad, además, de favorecer la creación de nuevas fuentes de empleo, así, como también fortalecer el sector turístico y brindar tanto a nativos como a visitantes y demás, alimentos sanos y seguros en nuevas presentaciones que

demuestren que si es posible innovar y aportar al crecimiento económico del municipio, al igual que a la seguridad alimentaria, perpetuación de los saberes ancestrales, la defensa y permanencia en el territorio.

4. Partiendo de los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado realizado en el casco urbano de guapi; el producto Choryfish, presenta una aceptación significativa que incrementa las posibilidades y expectativas de la empresa, ya que, las características integrales del producto son aceptadas por la población encuestada, así mismo, como los posibles costos relacionados con las adquisiciones (ley de oferta y demanda), del producto.

## 11. Recomendaciones

Para la propuesta “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de embutidos a base de pescado”, se plantean las siguientes recomendaciones:

1. Diseñar e implementar un estudio de mercados a nivel nacional con el fin de proyectar las posibilidades en dicho mercado, con miras a la ampliación de este a mediano plazo.
2. Identificar y presentar la propuesta, a posibles entidades a nivel local, nacional privadas o internacionales, que se consideren pueden financiar la propuesta.
3. Diseñar el plan para la organización formal y legal ante los entes correspondientes (Cámara de Comercio, DIAN, INCODER), de los proveedores de la materia prima, en este caso, los pescadores del Municipio de Guapi Inicialmente.
4. Estudiar la posibilidad de integrar a la propuesta inicial (chorizos de pescado), la ampliación de la oferta mediante la inclusión de otros productos derivados de los mariscos como el camarón, entre otros, a mediano y largo plazo.
5. Estudiar y conocer el plan de manejo ambiental general del Municipio de Guapi Cauca, con miras de contribuir en su debida implementación, desde la actividad integral de la fábrica procesadora y comercializadora de chorizos a base de pescado, la cual pretende desarrollar sus actividades en dicha comunidad.

### Referencias

- Alape, J. B. (27 de mayo de 2009). Plan de negocios para la creación de una fábrica de carnes procesadas competitiva y de pequeño tamaño en la localidad “Barrios Unidos” de Bogotá dirigida a los estratos bajos. (Proyecto de grado). Universidad Javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Programa de Administración de empresas Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9046/tesis133.pdf?sequence=1>
- Alianza del Pacífico. (octubre, 2013). Qué es la Alianza del Pacífico. Recuperado de [http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/8758/alianza\\_del\\_pacifico](http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/8758/alianza_del_pacifico)
- Alcaldía del Municipio de Guapi. (2018). Informe general de Guapi, p.1. Recuperado de <http://www.guapi-cauca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Caballer, P. (19 de septiembre de 2016). Tendencias y consumo de productos cárnicos procesados. Industria cárnica. Recuperado de <http://www.interempresas.net/Industria-Carnica/Articulos/159009-Tendencias-y-consumo-de-productos-carnicos-procesados.html>
- Castro Rodríguez, M. (2013). Plan de empresa para la creación de “el chorizo gourmet” (Trabajo de grado). Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de ciencias administrativas. Programa de mercadeo y negocios internacionales. Santiago de Cali. Recuperado de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5042/1/TMD01417.pdf>
- Cajiao A, L. y Jaramillo G. L. (enero, 2006). Estudio de prefactibilidad para la elaboración de chorizos de camarón”. (Trabajo de grado). Universidad San Francisco de Quito.

Programa Ingeniero de alimentos. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3859/1/98138.pdf>. Tesis de grado presentada

Código de Comercio. Art. 19. Obligaciones de los comerciantes

----- Art. 110. Requisitos para la constitución de una sociedad

----- (s,f). De las Sociedades Comerciales, Capítulo 1, p.3

Corporación Autónoma Regional del Cauca – CRC. (2018). Regional Guapi, p.1)

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-392 de 2007 (M.P. Humberto Sierra Porto; junio 28 de 2007)

Censo General. (2012 - 2015). Guapi-Cauca.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2014 - 2015). Informe de coyuntura económica y regional. Recuperado de [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Cauca2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Cauca2015.pdf)

De los Santos Sánchez, L.C., López Vargas, G., Beltrán Adame, L. M y Leyva Abarca, G. (s.f). Elaboración de chorizo de pescado y soya. Centro de estudios tecnológicos del mar no27; Quinto 5º Congreso Juvenil de Ciencia y Tecnología del Maren la educación media superior, Ciudad de México Recuperado de <http://168.255.153.152/XXIV%20congreso/paginas/Congreso%20Juvenil/Tecnologia%20de%20Alimentos/CET-TA-23.pdf>

Drucker, P. (1985). *Innovación y Emprendimiento*

- Editor de alimentos. (2016). Generamos contenidos de gestión y negocios para profesionales del sector de la industria de alimentos y bebidas. Recuperado de <https://revistaialimentos.com/noticias/productos-naturales-la-tendencia-en-embutidos/>
- Editor de alimentos. (2016). Productos naturales, la tendencia en embutido Generamos contenidos de gestión y negocios para profesionales del sector de la industria de alimentos y bebidas. Recuperado de <https://revistaialimentos.com/noticias/author/editor-ialimentos-2/>
- Gottau, G.G. (2012). Los diferentes tipos de carne y su influencia en la salud Directo al paladar el sabor de la vida. Recuperado de <https://www.directoalpaladar.com/salud/los-diferentes-tipos-de-carne-y-su-influencia-en-la-salud>
- Gutiérrez Espinosa, D. P. (28 de Julio de 2011). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa. Trabajo de Grado (Administrador de Empresas) Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de Ciencias Empresariales. [En línea]. From Repository Uniminuto. [Colombia], Recuperado de [http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/2500/TA\\_GutierrezEspinosaDiana\\_2011.pdf?sequence=1](http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/2500/TA_GutierrezEspinosaDiana_2011.pdf?sequence=1)
- Hoselitz, B. (1960). Teorías de las etapas del crecimiento económico", en Bert F. Hoselitz ed., Teorías del crecimiento económico. Nueva York: La Prensa Libre.
- Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos (INVIMA) (2012). Decreto 2270 noviembre. Recuperado de [https://www.invima.gov.co/decretos.../decreto-no-2270-02-nov...2012.../download.ht... 2012\)](https://www.invima.gov.co/decretos.../decreto-no-2270-02-nov...2012.../download.ht... 2012)

Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos (INVIMA). (11 de noviembre de 2016). 8 pasos para obtener su registro sanitario de alimentos. Recuperado de <https://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos>

Ley 550 (1999). Por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

Ley 1151 (2007). Por la cual se expide el plan nacional de desarrollo 2006-2010

Ministerio de la Protección Social. Decreto 1500 (4 de mayo de 2007). Por el cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos, destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación.

McClelland. (1961). The achieving society. Princeton: Van Nostrand. *Revista Científica Pensamiento y Gestión, No 26.*

OECD. Embutidos. (2016). Visualizaciones. Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/1601/>

Osterwalder. (2004). Innovación en modelos de negocio. La metodología de Osterwalder en la práctica. *Revista MBA EAFIT.* Recuperado de

<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovacion-modelo-negocio.pdf>

Recinos González, T. (marzo-diciembre, 2002). Proyecto de investigación industrialización de especies de bajo valor comercial de la Pesca artesanal y aprovechamiento de subproductos de otras Especies hidrobiológicas. (Informe final). Universidad de San Carlos de Guatemala Centro de Estudios del Mar y Acuicultura –CEMA Dirección. General de Investigación –DIGI. Guatemala. Recuperado de <http://digi.usac.edu.gt/bvirtual/informes/puidi/INF-2002-042.pdf>

Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Revista científica Pensamiento y Gestión, No 26*

Say, H. J. (1767 - 1832). Entrepreneurship and the economic growth, In *The American Journal of Economic and sociology. Revista Científica pensamiento y Gestión No 26.*

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta

#### PERFIL DEL CONSUMIDOR DE ALIMENTOS EMBUTIDOS EN EL MUNICIPIO DE GUAPI CAUCA

FECHA \_\_\_\_\_ ENCUESTA N° \_\_\_\_\_

LUGAR \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS (ENCUESTADO - OPCIONAL) \_\_\_\_\_

CORREO ELECTRONICO \_\_\_\_\_

TELEFONO DE CONTACTO \_\_\_\_\_

La presente encuesta tiene objetivos exclusivamente académicos, por medio de la cual se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de embutidos a base de pescado.

Usted ha sido seleccionado para responder algunas preguntas, por lo que amablemente se le solicita unos pocos minutos de su tiempo para responder.

Responda

1. ¿Consumen usted pescado?
  - a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
2. ¿Consumen alguna clase de alimentos embutidos?
  - a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
3. ¿Qué cantidad compra los embutidos?
  - a. De 1 a 2 libras
  - b. De 2 a 5 libras
  - c. Más de 5 libras
4. ¿Cuáles son las razones por la que compra estos embutidos?
  - a. Por su fácil preparación
  - b. Por economía
  - c. Por el tiempo
  - d. Por el agrado del sabor
  - e. Por marca
  - f. Porque es el más promocionado por la televisión
5. ¿Qué clase de embutidos es su preferido?
  - a. De pollo
  - b. Carnes
  - c. Mixtos
  - d. Longanizas
  - e. Otros

6. ¿Estaría dispuesto a consumir embutidos elaborados a base de pescado?
  - a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
7. ¿Si llegara al mercado un producto nuevo de embutidos a base de pescado como te gustaría que fuera su presentación?
  - a. Enlatados
  - b. Bolsas plásticas empacadas al vacío
  - c. Tarros plásticos
  - d. Otros
8. ¿En qué lugares realiza la compra de los embutidos?
  - a. Tienda del barrio
  - b. Restaurantes
  - c. Plaza de mercado
  - d. Otros
9. ¿Con que frecuencia compra usted estos embutidos?
  - a. Diario
  - b. Semanal
  - c. Dos veces por semana
  - d. Cada 2 semanas
  - e. Cada 4 semanas
10. ¿En qué jornada del día consume usted embutidos?
  - a. Mañana
  - b. Tarde
  - c. Noche
  - d. Todas las anteriores
11. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación para distribuir el producto?
  - a. Por unida
  - b. Por dos unidades
  - c. Por tres unidades
  - d. Por cinco unidades
  - e. Más de cinco unidades
12. ¿De los siguientes medios masivos de comunicación cual es el que más utiliza? Única respuesta
  - a. Facebook
  - b. Instagram
  - c. Televisión
  - d. Radio
  - e. Otros \_\_\_\_\_ ¿Cuál?

13. ¿Si se le informa que existe un producto nuevo de embutidos a base de pescado en el mercado?
- Si lo compraría
  - Probablemente lo compraría
  - Lo compraría para probar la calidad del producto
  - Tal vez lo compraría tal vez no lo compre
  - Definitivamente no lo compraría
14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto embutido a base de pescado?
- De 1.000 a 5.000
  - De 5.000 a 10.000
  - De 10.000 en adelante
15. ¿Recomendaría a familiares y amigos a que consuman embutidos a base de ¿Pescado?
- Si\_\_\_\_\_
  - No\_\_\_\_\_