

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa
comercializadora de pescados y mariscos en la ciudad de Cali

Presentado por:

Yorlady Taborda Martinez

Juliana Tabares Dulcey

Fundación Universidad San Martín
Universidad Abierta y a Distancia
Programa Administración de Empresas
Santiago de Cali

2017

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PESCADOS Y MARISCOS EN LA CIUDAD DE CALI**

PRESENTADO POR:

**YORLADY TABORDA MARTINEZ
JULIANA TABARES DULCEY**

**FUNDACION UNIVERSIDAD SAN MARTIN
UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2017**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PESCADOS Y MARISCOS EN LA CIUDAD DE CALI**

PRESENTADO POR:

**YORLADY TABORDA MARTINEZ
JULIANA TABARES DULCEY**

**Tesis de grado para optar el título de profesional en Administración de
Empresas**

Asesor: Diego Castillo

**FUNDACION UNIVERSIDAD SAN MARTIN
UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2017**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	11
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	11
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
2.1 OBJETIVO GENERAL	13
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. JUSTIFICACIÓN	14
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	14
3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	15
3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	15
4. MARCO DE REFERENCIA	16
4.1 ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE	16
4.2 MARCO TEÓRICO	21
La concepción de Schumpeter de emprendimiento	23
4.3 MARCO CONCEPTUAL	28
4.4 MARCO LEGAL	29
4.5 MARCO ESPACIAL	31
4.6 MARCO TEMPORAL	32
4.7 MARCO CONTEXTUAL	32
5. DISEÑO METODOLÓGICO	34
5.1. TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN	34
5.2. METODO DE INVESTIGACION	34
5.3. FUENTES Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	34
5.3.1. Fuentes primarias..	34
5.3.2. Fuentes secundarias..	34
5.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	35
6. ESTUDIO DE MERCADO	36
6.1 ANALISIS DEL SECTOR	36
6.1.1 Sector pesquero nacional	36
6.1.2 Cifras nacionales de pesca	36
6.1.3 Litoral Pacífico	40

6.1.4	Desembarco en Buenaventura	41
6.1.5	Valor monetario de los desembarcos	42
6.1.6	Pesca industrial	43
6.2	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	44
6.3	MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	45
6.3.1	Mercado potencial	45
6.3.2	Diseño de la investigación	45
6.4	ANALISIS DE LA DEMANDA	45
6.5	ANALISIS DE LA OFERTA	51
6.6	CLIENTES	54
6.7	COMPETENCIA	55
6.8	PLAN DE MERCADEO	56
6.8.1	Estrategia de producto	56
6.8.2	Estrategia de precio	56
6.8.3	Estrategia de comercialización	58
6.8.4	Estrategia de comunicación	59
7.	ESTUDIO TECNICO	61
7.1	SISTEMA DE DISTRIBUCION	61
7.1.1	Pequeños distribuidores	61
7.1.2	Restaurantes de barrios	61
7.2	PRODUCTOS A COMERCIALIZAR	61
7.3	EQUIPOS REQUERIDOS	62
7.4	LOCALIZACION DEL PROYECTO	64
7.5	TAMAÑO DEL PROYECTO	65
7.5.1	Factores que determinan el tamaño del proyecto	65
7.6	DISTRIBUCION EN PLANTA	67
8.	CRONOGRAMA	69
9.	PRESUPUESTO	70
9.1	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS	70
10.	PROCESO ADMINISTRATIVO	72
10.1	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	72
10.2	MISIÓN	73
10.3	VISIÓN	73
11.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA	74
11.1.	INVERSION Y FINANCIACION INICIAL	74
11.2.	COSTOS DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	75
11.2.1	Costo de Oportunidad del Inversionista	75
11.2.2	Costo de la deuda financiera del proyecto	75
11.2.3	Costo de Capital del Proyecto.	76
11.3.	PARAMETROS DE PROYECCION FINANCIERA	76

11.4. POLITICAS FINANCIERAS PARA PROYECTAR FLUJO DE CAJA Y ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA	82
11.5. PROYECCIONES FINANCIERAS	83
11.5.1. Proyección de los estados financieros	83
11.6. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	86
12. CONCLUSIONES	100
13. RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFÍA	103
WEBGRAFIA	104
CIBERGRAFIA	104
ANEXOS	105

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Desembarcos totales (t) entre enero y junio de 2014	37
Tabla 2. Desembarcos totales (t) en el periodo de estudio, noviembre y diciembre de 2015	38
Tabla 3. Desembarcos (t) entre abril a diciembre de 2015	39
Tabla 4. Desembarcos (t) estimados y/o registrados a nivel nacional durante el período julio-diciembre de 2016, discriminados por tipo de pesquería, mes y litoral o cuenca.	40
Tabla 5. Sitio preferido de comprar el pescado	46
Tabla 6. Modo preferido de presentación	47
Tabla 7. Presupuesto semanal	48
Tabla 8. Preferencia	49
Tabla 9. Condiciones del producto	50
Tabla 10 . Cantidad de compra	51
Tabla 11. Distribución de volúmenes (t) de productos pesqueros comercializados por región. Periodo Julio-Diciembre 2016	53
Tabla 12. Volúmenes de productos pesqueros comercializados litoral pacífico. Periodo julio- diciembre 2016	53
Tabla 13. Precios promedios (pesos colombianos/kg) de los principales productos pesqueros comercializados en el sur de la zona Andina sur (Cali, Pasto, Popayán) entre julio y diciembre de 2016	54
Tabla 14. Empresas comercializadoras de pescados y mariscos de Cali	55
Tabla 15. Precios de los productos a comercializar	57
Tabla 16. Precios promedios de la competencia	58
Tabla 17. Muebles y enseres	70
Tabla 18. Inversiones y financiación del proyecto	74
Tabla 19. Amortización del crédito	76
Tabla 20. Costo de capital del proyecto	76

Tabla 21. Proyección de Ingresos y egresos operativos	77
Tabla 22. Plan de ventas del proyecto para el primer año de operación	78
Tabla 23. Proyección de precios de venta	79
Tabla 24. Proyección de ingresos por venta	80
Tabla 25. Proyección de los costos de venta	81
Tabla 26. Proyección de los gastos operacionales	82
Tabla 27. Proyección de los gastos de depreciación del proyecto	82
Tabla 28. Proyección del Estado de Resultados	84
Tabla 29. Proyección del Estado de la Situación Financiera	85
Tabla 30. Proyección del Flujo de caja libre del Proyecto	86
Tabla 31. Factibilidad económica del proyecto	87
Tabla 32. Inversiones y financiación del proyecto	88
Tabla 33. Proyección de Ingresos y egresos operativos	90
Tabla 34. Plan de ventas del proyecto para el primer año de operación	91
Tabla 35. Proyección de precios de venta	92
Tabla 36. Proyección de ingresos por venta	93
Tabla 37. Proyección de los costos de venta	94
Tabla 38. Proyección de los gastos operacionales	95
Tabla 39. Proyección de los gastos de depreciación del proyecto	95
Tabla 40. Proyección del Estado de Resultados	96
Tabla 41. Proyección del Estado de la Situación Financiera	97
Tabla 42. Proyección del Flujo de caja libre del Proyecto	98
Tabla 43. Factibilidad económica del proyecto	99

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Mapa de Comunas de Cali	32
Figura 2. Plano de la Comercializadora	68
Figura 3. Cronograma de inversiones	69
Figura 4. Organigrama	72

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Distribución de los desembarcos (t) registrados en Buenaventura durante el período Abril-diciembre de 2015, por tipo de arte o método de pesca	42
Gráfica 2. Valoración monetario desembarcos en Buenaventura. Periodo 2015	43
Gráfica 3. Composición porcentual desembarcos en Buenaventura. Periodo 2015	44
Gráfica 4. Sitio preferido para comprar el pescado	46
Gráfica 5. Modo preferido de presentación	47
Gráfica 6. Presupuesto semanal	48
Gráfica 7. Preferencia	49
Gráfica 8. Condiciones del producto	50
Gráfica 9. Cantidad de compra	51
Gráfica 10. Distribución de los volúmenes comercializados por grupos de especies en Cali durante el periodo mayo-diciembre de 2015.	52

INTRODUCCIÓN

Este proyecto consiste en el estudio de la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de pescados y mariscos en la ciudad de Santiago de Cali, sector Galería Alameda.

Para la elaboración de este proyecto se tuvieron en cuenta todos los aspectos involucrados en un plan de negocios. Es decir, el estudio de cada una de las áreas pertenecientes a las funciones operativas y administrativas de una empresa, y con ello realizar un análisis detallado de las necesidades del proyecto para determinar las condiciones de mercado, técnicas, administrativas, legales, económico-financieras, ambientales y sociales para evaluar su factibilidad.

Existen varios factores de interés a los que se encamina el proyecto:

Piscicultores: Este proyecto garantiza la compra de pescado a los piscicultores del área de influencia.

Empresarios: a través del estudio financiero se determinara que es un proyecto rentable para invertir.

Consumidores: se ofrecerá un pescado diferenciado en el mercado y con un precio competitivo, además de mejorar la seguridad y salubridad alimentaria.

Este proyecto comprenderá una serie de estudios como lo son:

Estudio de mercado: el cual permitirá conocer la demanda y oferta, y de esa manera determinar los clientes potenciales y sus expectativas, la competencia, los canales de comercialización y los precios de venta de los productos.

El consumidor final se verá favorecido con la puesta en marcha de este proyecto en la adquisición de un producto de buena calidad y precio asequible

SANMARTÍN
Fundación Universitaria

CRAI
Centro de Recursos para el
Aprendizaje y la Investigación

Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co