

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE COOPEZ, COOPERATIVA
DE PESCADORES DEL BARRIO DE LAS FLORES DE
BARRANQUILA**

**JORGE DE LA HOZ NIEBLES
KELLIS GARAVITO VILLALBA
RICARDO RODRIGUEZ CAMARGO**

**MONOGRAFIA PRESENTADA COMO TRABAJO FINAL EN LA
ASIGNATURA DE INVESTIGACION VI**

ASESORES:

**ING. HUGO MERCADO
ING. GLORIA NARANJO**

**UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
DECIMO SEMESTRE
INVESTIGACION VI
BARRANQUILLA
2006**

TABLA DE CONTENIDO

	PAG
INTRODUCCION.....	9
JUSTIFICACION.....	10
1. GENERALIDADES.....	11
2. OBJETIVOS.....	12
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	12
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	12
3. RESUMEN EJECUTIVO.....	13
3.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	13
3.2 POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS.....	14
3.3 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR.....	16
3.3.1 FUERZAS.....	16
3.3.2 IMAGEN.....	17
3.3.3 PERSONAL.....	17
3.4 RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS.....	18
3.5 PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD.....	19
4. RESUMEN EJECUTIVO.....	21
5. EQUIPO DE TRABAJO.....	22
6. MODULO DE MERCADO.....	23
6.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	23
6.2 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	23
6.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	25
6.4 ESTRATEGÍAS DE DISTRIBUCIÓN.....	26
6.5 ESTRATEGÍAS DE PRECIO.....	26
6.6 ESTRATEGÍAS DE PROMOCIÓN.....	27
6.7 ESTRATEGÍAS DE SERVICIO.....	27
6.8 ESTRATEGÍAS DE COMUNICACIÓN.....	28
6.9 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO.....	28
6.10 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO.....	29
6.10.1 COSTODE PENETRACIÓN.....	29
6.10.2 PLAZA.....	29
6.10.3 SERVICIO.....	29
6.11 PROYECCION DE VENTAS.....	30

7. MODULO TÉCNICO.....	31
7.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	31
7.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	34
7.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	37
7.4 PLAN DE COMPRAS.....	40
7.5 PLAN DE PRODUCCIÓN.....	40
7.6 INFRAESTRUCTURA.....	41
7.7 COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	42
8. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	43
8.1 ANALISIS DOFA.....	43
8.2 ORGANISMOS DE APOYO.....	44
8.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL COOPEZ.....	44
8.4 CONSTITUCION EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.....	45
8.5 GASTOS DE PERSONAL.....	46
8.6 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.....	46
8.7 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN.....	47
9. MODULO FINANCIERO.....	48
9.1 INGRESOS.....	48
9.2 EGRESOS.....	48
10. IMPACTO.....	51
ANEXOS.....	52
CONCLUSIONES.....	55

NOTA DE ACEPTACION

FIRMA DEL PRESIDENTE

FIRMA DE JURADO

FIRMA DE JURADO

Barranquilla, 25 de noviembre del 2006

Dedicamos este trabajo a nuestros guías, quienes con sus preguntas y reflexiones críticas nos proporcionaron pautas para expresar con claridad esta monografía.

A todas aquellas personas que han sido pilares de nuestra motivación, constancia y emprendimiento empresarial

LISTA DE TABLAS

	PAG.
Resumen de las inversiones requeridas	18
Proyecciones de ventas y rentabilidad.....	19
Equipo de trabajo.....	22
Proyección de ventas.....	30
Descripción de los peces a comercializar.....	31
Plan de compras.....	40
Infraestructura.....	41
Costos de producción.....	42
Análisis DOFA.....	43
Gastos de personal.....	46
Gasto de puesta en marcha.....	46
Gastos anuales de administración.....	47
Proyecciones de ingresos por ventas.....	48
Inversiones fijas.....	48
Costos de puesta en marcha.....	49
Costos anualizados administrativos.....	49
Gastos de personal.....	50

LISTA DE ANEXOS

	PAG
ANEXO 1.....	53
ANEXO 2.....	54

INTRODUCCION

El propósito de este plan de negocio es la creación de COOPEZ, una cooperativa de pescadores que tiene como objetivo, fomentar el desarrollo empresarial, productivo, organizacional con innovación tecnológica para la comunidad pesquera artesanal del barrio de las flores del Distrito de Barranquilla.

Para tal efecto, se pretende realizar un procedimiento establecido para la formulación, desarrollo y evaluación de un proyecto de inversión privada. En consecuencia se plantean los porcentajes de mercados factibles para el desarrollo de la cooperativa. Esto se logrará a través de un estudio de mercado con toda la información referente sobre los gustos, preferencias y aptitudes de los consumidores de este tipo de productos (pescados, mariscos, etc.), a nivel local y nacional.

Posteriormente se describen toda la información relacionada con los requerimientos técnicos y operativos necesarios para la comercialización del producto y la puesta en marcha de la cooperativa.

JUSTIFICACION

En el departamento del atlántico ha existido la necesidad de crear fuentes de ingresos diferentes a las que existen hoy en día; debido a que las grandes empresas del sector del departamento del atlántico durante estos últimos años han cambiado todo su enfoque afectando principalmente a los trabajadores; por eso es necesario la creación de fuentes de trabajo independientes como son las PIMES (Pequeñas y medianas empresas).

Para el caso de este plan de negocio, como es la creación de una fuente de ingreso efectiva para muchas personas dedicadas a las actividades piscícolas en esta zona del departamento del atlántico, es necesario crear esta alternativa de ingreso que con el transcurrir del tiempo podrá incrementar las utilidades, principalmente para el barrio las flores de la ciudad de Barranquilla.



1. GENERALIDADES

Este proyecto nace de la necesidad que tiene el sector pesquero en el barrio las flores de Barranquilla de mantenerse como un punto de apoyo para sus habitantes, además de esto fomentar y apoyar al pescador artesanal para que visiones su trabajo como fuente de progreso y mejoramiento de calidad de vida mejorando la productividad de los pescadores de este sector.

Ha existido la necesidad de cooperar con el crecimiento de la región mediante creación de fuentes de trabajo y elevar el nivel de vida de la comunidad para que de esta manera se logre una estabilidad laboral y económica para la comunidad del barrio las flores.

La idea de este plan de negocio es crear productos innovadores a partir del pescado; posicionando el pescado como alimento sano, nutritivo, de fácil preparación, alternativo y económico.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de negocios que permita la creación y puesta en marcha de una cooperativa de pescadores en el barrio las flores de Barranquilla.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Obtener una oportunidad de negocio para generar empleo.
 - Describir los procesos de captura, procesamiento y comercialización.
 - Innovar en productos a base de pescado.
-

3. RESUMEN EJECUTIVO

3.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

Nombre del Proyecto:

Nombre de la Empresa: Cooperativa de Pescadores del Barrio las Flores del Distrito de Barranquilla –COOPEZ-.

Tipo de Negocio: Micro

Domicilio: Calle 106 No. 86 A- 89 Local 3; barrio las Flores del distrito de Barranquilla.

Teléfono: 3558969

Cooperativa de Pescadores del Barrio las Flores del distrito de Barranquilla COOPEZ, surge de la iniciativa de un grupo de pescadores que con asesoría del Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA- deciden organizarse en una Cooperativa con el propósito de incrementar sus ingresos económicos y los de su familia, para así mejorar su calidad de vida.

Pero COOPEZ, quiere ser diferente a los negocios que funcionan hoy en día en las Flores y pensando en la ventaja turística del barrio, gracias a los proyectos que en esta materia se están realizando, decide innovar en la presentación de productos pesqueros: ofrecer embutidos, croquetas, hamburguesas y otros de pescado; pero realizarlas con calidad e higiene, es en este punto donde se integra la Universidad del Atlántico, en su facultad de Ingenierías con su proyecto Diseño e Implementación de un Sistema de Buenas Prácticas de Manufacturas BPM.

El principal objetivo de este proyecto es aumentar la producción de pesquera en el departamento; sobre todo en el distrito de Barranquilla, obteniendo así un aumento del 15% del empleo con respecto del sector pesquero.

3.2 POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS:

A pesar de que nuestro país en general es consumidor de carne de res y pollo, se ha notado un considerable incremento en el consumo de la carne de pescado. Según la revista dinero de las 5.000 empresas más importantes de Colombia, el sector ganadero vende 1'943.194 millones de pesos al año, con un incremento en sus ventas respecto al último año del 12%. El sector avícola tiene ventas del orden de 1'687.925 millones de pesos en el último año, con un incremento del 20 % de sus ventas con respecto al año pasado. El sector pesquero tiene ventas del orden de los 511.071 millones de pesos al año, con un incremento del 16% con respecto al año anterior.

Los clientes potenciales de nuestra empresa son los consumidores de carne de pescado de la ciudad de Barranquilla, de los estratos 4,5 y 6. De un total de aproximadamente una población de 400.000 habitantes, donde el 12% corresponde a consumidores de carne de pescado, con un consumo promedio de 8 kilogramos por año, a un precio promedio de \$ 10.000 pesos el kilo, tenemos un mercado potencial de 3.840 millones de pesos por año, con incrementos anuales estimadas del 15 al 20 %.

Por lo tanto, nuestro mercado objetivo será el 10 % de 3.840 millones de pesos por año, o sea 384 millones de pesos por año en la venta de pescado fresco y fileteado.

En el sector de alimentos, los productos cárnicos presentan un comportamiento similar frente a los tipos de carne más vendidos por las empresas. De un total de 582.504 millones de pesos anuales en venta, el 60% de las mismas son a base de carne de res, el 30% de cerdo y el 10% de pollo. En este sector la carne de pescado no tiene participación, lo que hace que nuestra propuesta sea de tipo innovadora con grandes posibilidades de éxito, según nuestra encuesta realizada a comensales de la ciudad de Barranquilla.

Destinaremos de nuestra captura un promedio de 12.000 kilogramos al año para la fabricación y venta de los productos cárnicos a base de pescado, a un precio promedio de \$ 15.000 pesos, para un total de ventas anuales estimadas del orden de los \$180 millones de pesos.

3.3 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR:

Para el establecimiento de las ventajas competitivas de COOPEZ, se hizo un análisis de ventajas de la Cooperativa.

3.3.1 FUERZAS

Producto.

El producto de COOPEZ, es el pescado de mar. Producto de alto poder alimenticio, fácil digestión, rápida cocción y variada y sabrosa preparación.

Por su contenido bajo en grasa, es apto para el consumo de personas que padecen enfermedades cardiacas, hipertensión y ácido úrico, pues resulta ser muy desintoxicante natural. Es rico en vitaminas y minerales como el hierro, que ayuda a prevenir la anemia.

Coopez, comercializará el pescado fresco, fileteado y la innovación en embutidos a base de pescado empleando para ello recetas propias de los hogares de los pescadores.

COOPEZ, ofrecerá una carta autóctona, ofreciendo especies propias de la región, alejándonos de las cartas “europeizadas” que actualmente se ofrecen.

3.3.4 IMAGEN

Dado el empuje de sus cooperados, COOPEZ, ha generado buenas expectativas a su alrededor, ha encontrado apoyo en diversas entidades regionales públicas y privadas. Es considerada una alternativa de desarrollo autóctona del barrio.

Producción

La implementación de un sistema de Buenas Prácticas de Manufacturas, generará confianza en el mercado; pues se mostrará un producto manipulado higiénicamente y con el cumplimiento de los estándares sanitarios.

3.3.5 PERSONAL

El conocimiento que sobre su arte y producto tienen los cooperados, los hace confiables para el mercado y la percepción que ellos tienen de la problemática del servicio en el sector, los hace fuente de estrategias para diversificación en el mercado.

3.4 RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS:

Para la puesta en marcha del plan de negocio Coopez se requieren los siguientes equipos:

•	Equipo de navegación	\$6.750.000
•	Motor 4.236 perkins	\$3.880.000
•	Casco	\$5.350.000
•	Equipo de conservación	\$748.490
•	Adecuación habitacional	\$152.800
•	Equipo de seguridad	\$1.500.000
•	Seguridad interna	\$350.000
•	Herramientas	\$1.300.000
•	Equipo de carreteo	\$1.920.000
•	Anzuelos	\$400.000
•	Platinas	\$273.000
•	Torniquetes o girotas	\$105.000
•	Palangres tipo T	\$2.760.000
•	Palangres tipo P	\$1.822.000
•	Muebles y enseres	\$2.000.000

3.5 PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD:

PROYECCION DE VENTAS PESCADO			
	MERCADO TOTAL KG	FRACCION MERCADO %	VOLUMEN DE VENTAS KG
TRIMESTRE 1	96.000	10	9.600
TRIMESTRE 2	96.000	10	9.600
TRIMESTRE 3	96.000	10	9.600
TRIMESTRE 4	96.000	10	9.600
TOTAL PRIMER AÑO	384.000	10	38.400
TOTAL SEGUNDO AÑO	384.000	12	46.080
TOTAL TERCER AÑO	384.000	15	57.600

Esto son los estimados de ventas durante el primer año de funcionamiento de la cooperativa indicando un volumen de ventas que será del diez por ciento del mercado para el primer año; para el segundo año el volumen de ventas esperado será de 46.080kg correspondiente a un incremento de un 2% adicional al primer año en la participación en el mercado; y para el tercer año el volumen de ventas esperado será de 57600kg correspondiente a un incremento de un 3% adicional al segundo año en la participación en el mercado.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Pescado fresco y fileteado Kg.	23.520	27.284	31.650
Precio de Venta \$/Kg.	10.000	11.000	12.000
Total Ventas \$	235.200.000	300.124.000	379.800.000

El sector pesquero tiene ventas del orden de los 511.071 millones de pesos al año, con un incremento del 16% con respecto al año anterior.

4. RESUMEN EJECUTIVO.

Coopez pescadería- Universidad Simón Bolívar (Barranquilla)

Pesca y cultivo de peces en criaderos y granjas piscícolas

Barranquilla (Atlántico)

Captura

Recursos solicitados al fondo: **\$31, 824,000.00**

5. EQUIPO DE TRABAJO

Nombre	Email	Rol
Hugo José Mercado Cervera	hmercado@unisimonbolivar.edu.co	Asesor líder
Jorge Mario De la Hoz Niebles	jotam90@yahoo.com	Emprendedor
Kellis Garavito Villalba	kgv3021@yahoo.es	Emprendedor
Ricardo de Jesús Rodríguez Camargo	riroca09@yahoo.es	Emprendedor

6. MODULO DE MERCADO

6.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

COOPEZ será una empresa dedicada a ofrecer toda una gama de productos de río y del mar que les permite a todos sus potenciales clientes escoger el estado y grado de procesamiento así:

- Pescado Fresco
- Pescado Fileteado
- Embutidos

Para cumplir con los requerimientos de sus clientes la organización empresa con una embarcación trabajando para su servicio utilizando la pesca artesanal como proceso de captura y preservando la cadena de frío desde el mar hasta las manos de los diferentes distribuidores.

6.2 ANÁLISIS DEL SECTOR:

Según datos de la Organización para la agricultura y la alimentación de las Naciones Unidas, un 25% de las reservas de pesca marina más importantes en el comercio mundial están infraexplotadas, un 47% están explotadas por

completo, un 15% sufren explotación excesiva y un 10% de las mismas están agotadas o en fase de recuperación lenta

Si las reservas de pesca se gestionaran de una forma más correcta los ecosistemas gozarían de mejor salud. De este modo, la producción pesquera mundial aumentaría 10 millones de toneladas aproximadamente.

El consumo de pescado y productos de la pesca a nivel mundial ha aumentado un 240% desde 1960.

Entre 1960 y 1996 la producción mundial de pescado para el consumo humano ha aumentado de 27 millones a 91 millones de toneladas. En el año 2010 la demanda de pescado según el crecimiento de la población previsto podría llegar a ser de 120 millones de toneladas al año.

El consumo mundial (humano) de pescado y marisco actualmente es de unos 91 millones de toneladas al año. (1996)

Lo anterior representa un alto potencial para este sector. En Colombia se presenta un fenómeno contrario; el colombiano consume poca cantidad de pescado y marisco y por ende conoce poco acerca de la variedad, calidades, características y modos de preparación. El consumo en nuestro país se estima de 7.5 kilos per. Capital/año; por su parte en Japón el mayor consumidor del mundo esta por encima de los 80 kilos. España supera los 30 kilos y Europa en general los 20 kilos. Este consumo es compartido por otros países latinoamericanos que en general fluctúan entre 8 kilos y 10 kilos. Para COOPEZ este consumo no es considerado como un factor negativo pues se

ve como un potencial de mercado que puede crecer se debe promover el consumo del pescado.

6.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

En Barranquilla hay 20 empresas dedicadas a la comercialización y venta de carne de pescado, 10 de las cuales se encuentran en el barrio de las flores, aledaño al sitio en el cual se proyecta estar nuestro punto de venta, sin embargo Coopez es la única que posee un sistema de buenas prácticas de manufactura para la manipulación del producto.

En el punto de venta de Coopez, nuestros clientes tendrán la oportunidad de comprar los embutidos a base de carne de pescado, siendo los pioneros a nivel regional en ofrecerlos, cumpliendo con las estrictas normas de calidad para los alimentos.

La captura, procesamiento y comercialización de nuestros productos nos garantizan el estricto cumplimiento de los compromisos establecidos con nuestros clientes, factor diferenciador del resto de posibilidades que hay actualmente en el mercado.

6.4 ESTRATEGÍAS DE DISTRIBUCIÓN:

Nuestro canal principal estará dirigido a los consumidores finales, para que este producto no pierda características que les dan una imagen más llamativa a nuestros clientes.

Coopez contará con un punto de distribución localizado en el muelle de las flores, sitio para el desembarque de los pescados el local contará con la infraestructura necesaria para prestar el mejor y más cómodo servicio a sus clientes. Atendido por personal de amplia trayectoria y conocimiento en la manipulación adecuada de los productos como lo son las buenas practicas de manufactura dirigidas al sector de los alimentos.

6.5 ESTRATEGÍAS DE PRECIO:

Nuestros precios para el pescado fresco son más competitivos que los de nuestros competidores se encuentran entre un 10 y 15 % por debajo, ya que los precios de nuestra competencia mas directa oscilan entre los \$ 11000 y \$12500 pos cada kilo, mientras que los nuestros están alrededor de los \$ 10000 kilo así le obtenemos una gran ventaja competitiva para la cooperativa de pescadores en la venta de los productos frescos.

6.6 ESTRATEGÍAS DE PROMOCIÓN:

Para la promoción de nuestros productos utilizaremos publicidad visual directa, entregaremos volantes donde estarán cada uno de los precios de cada producto, días de promociones como fines de semana, puentes festivos y épocas del año para que puedan visitarnos de una manera constante, regalaremos las mas exquisitas recetas para la preparación de los productos a los clientes finales con las características nutricionales de cada una, como también nos concentraremos en la publicidad de los barrios vecinos que son unos de nuestros clientes mas potenciales.

6.7 ESTRATEGÍAS DE SERVICIO:

La cooperativa brindara a toda su clientela productos frescos y de buena calidad al mejor precio del mercado el producto se venderá inicialmente de contado debido a las condiciones económicas de nuestros afiliados, contaremos con un punto de atención al cliente donde podrán realizar sus compras y sus sugerencias con respecto al servicio prestado.

Como nuestro personal de venta son los que estarán directamente en contacto con el cliente por esta razón serán capacitados para brindar un mejor servicio, como también contaremos con personal calificado para dar asesorias de cocción y preparación de nuestros productos.

6.8 ESTRATEGÍAS DE COMUNICACIÓN:

Para la comunicación del funcionamiento de la empresa utilizara como medio de información volantes publicitarios los cuales le brindaran a todos los clientes y personas interesadas sobre nuestro estado de precios, promociones y ubicación de nuestras oficinas, también tendremos publicidad dentro y fuera de nuestras instalaciones donde nuestra clientela podrá enterarse de las diferentes gamas de pescados que distribuimos.

Se Daremos a conocer nuestros productos por medio de degustaciones de nuestros pescados en el mismo punto de venta, brindando la información nutricional a nuestros clientes.

6.9 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO:

COOPEZ es una cooperativa que se encarga de la captura de una manera artesanal que solo se abastecerá de anzuelos y otros elementos que se adquirirán cuando se necesiten y no existe un tiempo determinado para su compra o cambio.

6.10 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO:

PROMOCIÓN **\$ 8.000.000**

Destinado a las vallas publicitarias, volantes repartibles y degustaciones que se les repartirán a nuestros posibles usuarios cuando se acerquen a nuestra cooperativa, como también se imprimirán recetarios de los más exquisitos platos que se puedan preparar con las diferentes clases de nuestros productos.

6.10.1 COSTODE PENETRACIÓN **\$ 1.500.000**

Destinados a la venta con que penetraremos al mercado con precios bajos durante el primer mes de funcionamiento de la cooperativa.

6.10.2 PLAZA **\$ 2.000.000**

Destinados a la acondicionamiento del lugar para prestar un mejor servicio a nuestros clientes.

6.10.3 SERVICIO **\$ 2.000.000**

Destinado a la capacitación de nuestros vendedores para ofrece un servicio eficiente a todos nuestros usuarios y cursos de buenas practicas de manufactura.

6.11 PROYECCION DE VENTAS

VARIEDAD DE PESCADO	KILOGRAMOS POR MES	VALOR KILOGRAMO	VALOR TOTAL POR AÑO (11 MESES)
PARGO, MERO MEDREGAL, SIERRA TIBURON Y OTROS	3600	\$10.000	\$396.000.000

Lo anterior muestra el estimado anual de las ventas para el primer año, indicando una venta mensual de 3600kg de las diferentes variedades de peces que comercializados, con un valor de \$10.000 por Kg.



7. MODULO TÉCNICO

7.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO:

El servicio que la cooperativa presta a la comunidad a sus clientes es la captura y venta de pescados frescos y fileteados, como también otros productos de mar.

Identificación de productos:

La variedad de especies capturadas depende del arte empleado. En las Flores se encuentran como especies más comerciales las siguientes:

DESCRIPCIÓN DE LOS PECES A COMERCIALIZAR

ESPECIES	CARACTERÍSTICAS
Bagre	De gran interés para la pesca artesanal, por su tamaño y por poseer pocas espinas, pulpa blanca es atractivo para el mercado de consumo. Se vende fresco o salado, entero o partido en postas.
Carite	Son apreciados por su carne y por su presentación.
Cherna	A pesar de ser capturado no resulta muy atractivo para el pescador artesanal, pues no se encuentran en talla media grande. Se consume fresco.
Jurel	Se comercializa fresco y entero porque su carne oscura no es muy atractiva para filetes. Alcanza grandes tamaños pero el comercio lo prefiere máximo 40 CMS.

Lebranche	Muy popular en el menú de los restaurantes de la zona; lo ofrecen frito o asado. Se consume en filete.
Corvina	Muy comercial, aparece en los menús, de carne blanca. Es la especie que más capturan en la s Flores, su tendencia futura en la captura es baja.
Mojarras	Tamaño pequeño, apreciadas por su carne blanca y buen sabor. Se comercializan como plato frito y común.
Mero	Posee carne de muy buena calidad. Su captura es muy baja dado a que se ha retirado por la contaminación.
Pargos	Se encuentra en la variedad de pargo rojo, especie de gran interés comercial. Plato exquisito difícil captura por ser una población en decrecimiento.
Róbalo	Carne exquisita, blanca, lo ofrecen preparado para azar o freír. Se presenta en filetes.
Sábalo	De especial interés para los pescadores artesanales por su gran tamaño y con su carne se pueden preparar deliciosos filetes de gran petición comercial.
Saltona	Muy similar al pargo, a veces se ofrece por éste.
Sierra	Por su tamaño, tipo de carne y pocas espinas, la hacen atractiva para el consumidor. Se ofrece en filetes.
Tiburón - Toyo	Carne que bien preparada es agradable al paladar, muy nutritivo.

La Cooperativa de Pescadores Artesanales del barrio las Flores COOPEZ ofrece al mercado la variedad de pescado fileteado, en posta y embutidos.

➤ **Pescado en Filete:**

Su presentación es en fresco, descamado, abierto, relajado en capas finas, empacado en bandejas de icopor recubiertas con plástico vinypel; se prefiere al vacío pero la adquisición de la empacadora suele ser muy costosa; para su conservación debe mantenerse refrigerado. Toda especie no se puede filetear, depende de la estructura del pescado, el tipo de pulpa y las solicitudes del consumidor. Las especies aptas para esta presentación son: sábalo, sierra, pargo, la saltona, el tiburón.

➤ **Pescado en posta:**

Su presentación es cortado en rodajas-círculos-, descamado, listo para consumir generalmente, frito o guisado, ejemplo, el jurel las amas de casa lo preparan guisado con coco y es un plato típico de la región. Empacado en bandejas de icopor, recubierto con plástico vinypel y conservación congelado.

➤ **Embutidos**

Butifarras de pescado:

Se encuentra en la categoría de alimentos de embutidos cocidos, es una mezcla de carne molida, sal, pimienta picante, embutidas a manera de relleno en tripas o fundas naturales. La Cooperativa de Pescadores

artesanales ofrece una variedad de butifarra de pescado, elaborado con especies de bajo valor comercial pero calidad nutricional.

Antipasto de Pescado:

Es una mezcla de pulpas de pescado previamente cocidas y vegetales, en medio líquido de ph bajo.

7.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Para lograr la comercialización y venta de nuestros productos del mar, la empresa COOPEZ deberá realizar sus procesos de captura, procesamiento y comercialización, de la siguiente forma:

- Alistamiento
- Preparación de la nave

La embarcación deberá estar en óptimas condiciones de trabajo, para lo cual se le realiza periódicamente revisión y mantenimiento de su motor, equipo eléctrico, de radio, de casco, limpieza de hélices y timón. El capitán de la nave deberá garantizar la seguridad de toda su tripulación, siguiendo todas las normas de seguridad establecidas por la capitanía de puerto.

➤ **Preparación de artes de pesca**

La empresa cuenta con personal dedicado a la elaboración y reparación de trasmallos, Palandros y nylon, según las necesidades de época y especies a capturar, garantizando las condiciones mínimas necesarias exigidas para la preservación del medio ambiente.

➤ **Preparación de carnadas**

Se prepara la carnada a utilizar para la faena de pesca, según las especies que se pretende capturar.

➤ **Preparación de alimentos**

Se designa a un tripulante para garantizar la preparación de los alimentos a consumir durante el tiempo que dure la faena.

➤ **Zarpe de la nave**

El capitán deberá realizar las maniobras necesarias, con la ayuda de su tripulación, para trasladar la embarcación hasta el lugar en el cual tienen sus trasmallos ubicados.

OPERACIONES EN ALTA MAR

➤ Revisión y colocación de trasmallos

La tripulación deberá realizar la revisión de los trasmallos, recolectar los peces atrapados en ella y volver a colocar los trasmallos. Los peces capturados son eviscerados y refrigerados inmediatamente para evitar su descomposición.

➤ Traslado hasta el lugar de pesca

El capitán junto con su tripulación, realizará las maniobras para trasladarse al sitio en cual se ejecutará la pesca con calandres o con nylon. El lugar dependerá de las posibilidades de captura de peces, es posible que se realice movilizaciones frecuentes.

7.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS:

Para el buen funcionamiento de la empresa COOPEZ se requiere de los siguientes equipos y maquinarias:

- Nave pesquera con capacidad de 1 tonelada con equipo de GPS-GARMIN 12XL
- Video sonda FURUNO LS 6000
- Cartas náuticas y pesqueras
- Bitácoras de pesca, compás de punta, reglas, escuadras, reglas paralelas
- Trasmallos cariteros, bureleros y tablas de fileteo y corte, bandejas plásticas, cuchillos, mesas en acero inoxidable, licuadora, selladora al vacío, aditivos e insumos para procesamiento pesquero; todo el equipo necesario debe ser en acero inoxidable de calado, equipo de correteo y de fondeo.
- Embutidor manual
- Molino eléctrico
- Cocinador, moldes, prensas, recipientes plásticos, calderos, balanzas, termómetros
- Equipos de congelación y conservación de alimentos, con capacidad de 300 Kg.

- Vitrinas exhibidores del producto y mesones para pesaje y empaque final y se incluye un grupo de sillas y mesas y utensilios de cocina.
- Equipos de oficina: un computador, una impresora, dos escritorios, dos sillas para escritorio, un archivador, una caja registradora, un extintor, un tablero, una mesa con sillas y un Kit de oficina.

INSTRUMENTOS PARA LA CAPTURA DEL PESCADO

Arte de pesca	Concepto
CHINCHORRO	Es un instrumento hecho principalmente de mallas que se utiliza para el arrastre. Consiste en un aparejo de red de dos bandas de tejido de polipropileno, de 500 metros de largo y ojo de malla de 2 1/2 pulgadas.
ATARRAYAS	Es una arte de malla empleado en aguas poco profundas. Se utiliza para la captura de carnadas, ejemplo, sardinas.
TRASMALLOS	Es un arte en la que los peces quedan atrapados por las agallas. El empleado por los pescadores de la Flores tiene las siguientes dimensiones: largo – ancho entre 150-300 metros; altura de 10 metros de trabajo y material de nylon monofilamento (redes) y nylon multifilamento (chinchorros). Relingas superiores para boyas de ¾; 1; 1 ¾ de pulgada de diámetro. Relingas inferior elaborada en plomo, de ½; ¾; 1 pulgada de diámetro.

VOLANTINES	Aparejos sencillos que se emplean para realizar actividades de pesca manualmente. El material más usado es el nylon perlón monofilamento y la seda. Existen dos tipos que dependen si la pesca es de fondo o pesca en superficie o cerca de ésta.
------------	---

Existen tres artes de pesca: una red de arrastre, una red de cerco y un palangre. **VER ANEXO 1.**

Red de cerco

Un pequeño bote arrastra un extremo de la red para rodear a los peces. Después, la red se cierra por abajo y se iza desde el pesquero.

VER ANEXO 2

En la pesca comercial, las redes se echan cerca de la superficie o se arrastran a lo largo del fondo; la red de superficie más eficaz es la red de cerco, una red larga semejante a una cortina colgada de flotadores, que se arrastra en círculo alrededor de un banco de peces y después se cierra por el fondo tirando de un cabo como si fuera una bolsa. La red de enmalle tiene unas mallas con el tamaño justo para dejar pasar la cabeza del pez y enganchar las agallas; generalmente este tipo de redes se deja a la deriva en

la superficie, pero en ocasiones se anclan al fondo para pescar especies que habitan a una profundidad mayor. Las redes de arrastre sirven para capturar peces de aguas profundas, como el bacalao, y son las más importantes en la pesca comercial; tienen forma de calcetín y son arrastradas por dos grandes cables.

7.4 PLAN DE COMPRAS

Materia prima, insumo o requerimiento	Cantidad	presentación	margen de desperdicio
Lancha	2	operarios	0
Materia Prima	1	varios	0
Servicios Públicos	1	local	0
Arrendamientos	1	tel- agua-luz	0

7.5 PLAN DE PRODUCCIÓN:

Para la planificación de la producción se espera la captura de 1.28 toneladas por faena, durante 25 faenas en el mes a lo largo de un año de trabajo.

7.6 INFRAESTRUCTURA

Nombre	Fecha compra	Periodos de Amortización	Sis. de Depreciación	% Crédito	Unidad	Cantidad	Precio/Unidad
Maquinaria, Equipos y herramientas							
equipos de refrigeración	Mar 14 de 2006	5	lineal	0%	Unidad	3	2,000,000.00
mezcladora	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	1	3,000,000.00
embutidora	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	2	2	1,000,000.00
mesones	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	3	500,000.00
sierras	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	3	300,000.00
equipo de carreteo	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	1	2,000,000.00
equipo de navegación	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	1	6,750,000.00
equipo de seguridad	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	1	1,500,000.00
motor	Mar 14 de 2006	5	lineal	0%	Unidad	1	4,000,000.00
palangre tipo p	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	1	2,000,000.00
palangre tipo T	Mar 14 de 2006	3	lineal	0%	Unidad	1	3,000,000.00

7.7 COSTOS DE PRODUCCION

Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3
Mantenimiento y Repuestos	517,440.00	818,640.00	1,202,928.00
Materia Prima	81,849,600.00	103,192,300.80	136,601,971.20
Otros	47,580,960.00	64,809,000.00	86,357,568.00
Totales	129,948,000.00	168,819,940.80	224,162,467.20

Se estima que para los primeros tres años los costos de producción serán de \$129948000, \$138819940,\$224162467 respectivamente.

8. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

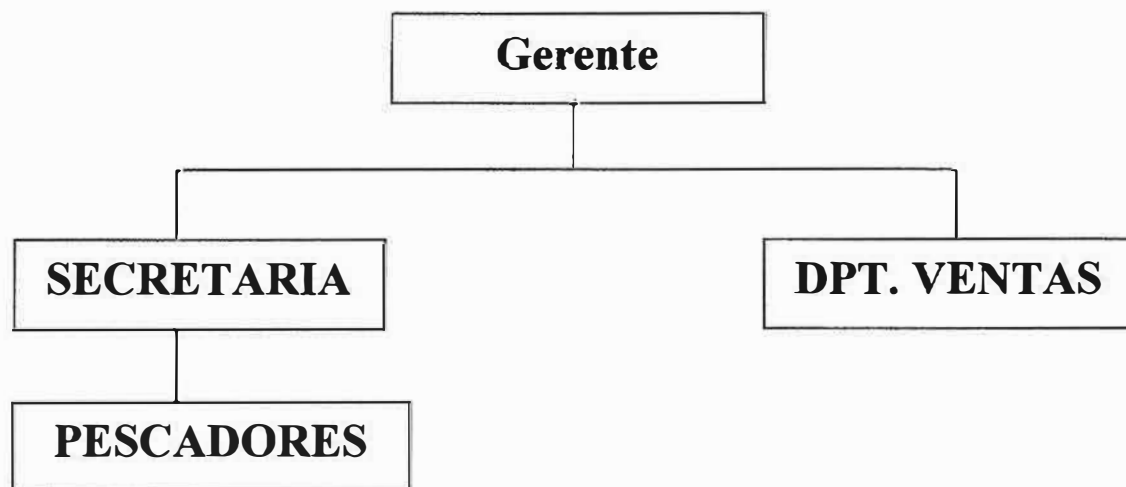
8.1 ANALISIS DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• En el mercado al cual nos dirigimos contamos con imagen y confianza. • Ofrecer servicios de valor agregado con que la competencia no cuenta como recetas y asesorías. • Se posee equipos de alta tecnología para mayor velocidad y rendimiento en la captura. • Contamos con más de 35 asociados.	• Los pescadores son muy escépticos con nuevas formas de realizar su labor de captura. • Actualmente se captura un promedio de 75 – 90 kilos por embarcación, lo que refleja un bajo índice de captura que afectaría la cobertura planeada para el mercado.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Alta demanda potencial en el sector donde se ubica la cooperativa. • Nuestra tecnología es de avanzada, donde dándonos una ventaja sobre nuestra competencia. • La infraestructura con la cual contamos nos da mayor conformidad para nuestros clientes.	• Más de 10 empresas similares en la misma zona. • Requiere de una alta inversión de capital para la consolidación de un centro de acopio con los requisitos mínimos en el diseño, montaje y embalaje del producto exigidos por la reglamentación en BPM

8.2 ORGANISMOS DE APOYO:

La Cooperativa de pescadores Coopez, colocará los recursos necesarios para la totalidad de la inversión del presente proyecto.

8.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL COOPEZ



8.4 CONSTITUCION DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

PASOS DE LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD LTDA.

Coopez será una SOCIEDAD Ltda., la cual será conformada por tres (3) socios, constituyendo así la empresa o negocio y se escogió esta sociedad por la capacidad de la sociedad y por el desarrollo de la empresa o negocio o actividad prevista en su objeto social, se entenderán adquirido en el objeto social los actos relacionados con el mismo y lo que tengan finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones legales o comercialmente derivados de la existencia de la actividad de la sociedad.

La sociedad se constituye mediante escritura pública, una vez constituida los socios firman dicha escritura ante el Notario público, una vez autorizada por el Notario expide las respectivas copias así: La primera copia con destino a la sociedad, la segunda copia con destino a la Cámara de Comercio. Para el diligenciamiento de registro en la Cámara de Comercio se diligencian dos (2) formulario, unos de los formularios se llenan todos los datos de la escritura y de los socios para su respectiva inscripción y el otro formulario es para la expedición del certificado de existencia y de representación legal de la sociedad. La escritura una vez registrada en la Cámara de Comercio con el certificado de existencia y representación legal, la misma Cámara de comercio diligencia el NIT ante la Dirección de Impuestos y Aduana Nacional

(DIAN) siempre y cuando sea por primera vez, cuando se trata por segunda vez los mismo interesado lo diligencia ante la Dirección de Impuestos y Aduana Nacional (DIAN).

8.5 GASTOS DE PERSONAL:

Cargo	Tipo de Contratación	Valor Mensual	Valor Anual	Otros Gastos
secretaria	Completa	Fija	381,000.00	4,572,000.00
		Total	381,000.00	4,572,000.00

8.6 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Descripción	Valor
adecuación habitacional	152,800.00
Escrituras y Gastos Notariales	300,000.00
muebles y enseres	2,000,000.00
Permisos y Licencias	0.00
platinas	273,000.00
Registro Mercantil	0.00
Registros, Marcas y Patentes	0.00
seguridad interna	350,000.00
torniquetes o girotas	105,000.00

8.7 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Cargos por servicios bancarios	0.00
Pagos por arrendamientos	1,200,000.00
Publicidad	1,200,000.00
Reparaciones y mantenimiento	2,000,000.00
Seguros	0.00
Servicios Públicos	1,500,000.00
Suministros de Oficina	380,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	0.00
Teléfono, Internet, Correo	0.00

9. MODULO FINANCIERO

9.1 INGRESOS

9.1.1. FINANZAS

PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS			
Producto	Año 1	Año 2	Año 3
pescado fresco en filetes	235,200,000.00	300,168,000.00	379,872,000.00
Total	235,200,000.00	300,168,000.00	379,872,000.00
IVA	37,632,000.00	48,026,880.00	60,779,520.00
Total con IVA	272,832,000.00	348,194,880.00	440,651,520.00

9.2 EGRESOS:

INVERSIONES FIJAS	
Concepto	Valor
Maquinaria, Equipos y herramientas	32,650,000.00
Remodelación y/o Adecuación de instalaciones	8,000,000.00
Total	40,650,000.00

COSTOS DE PUESTA EN MARCHA	
Descripción	Valor
adecuación habitacional	152,800.00
Escrituras y Gastos Notariales	300,000.00
muebles y enseres	2,000,000.00
Permisos y Licencias	0.00
platinas	273,000.00
Registro Mercantil	0.00
Registros, Marcas y Patentes	0.00
seguridad interna	350,000.00
torniquetes o girotas	105,000.00

COSTOS ANUALIZADOS ADMINISTRATIVOS			
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Cargos por servicios bancarios	0.00	0.00	0.00
Pagos por arrendamientos	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00
Publicidad	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00
Reparaciones y mantenimiento	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
Seguros	0.00	0.00	0.00
Servicios Públicos	1,500,000.00	1,500,000.00	1,500,000.00
Suministros de Oficina	380,000.00	380,000.00	380,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	0.00	0.00	0.00
Total	6,280,000.00	6,280,000.00	6,280,000.00

GASTOS DE PERSONAL			
Cargo	Año 1	Año 2	Año 3
secretaria	4,572,000.00	4,572,000.00	4,572,000.00
Total	4,572,000.00	4,572,000.00	4,572,000.00

10. IMPACTO

IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL, AMBIENTAL:

- La Cooperativa de Pescadores del Barrio las Flores-COOPEZ- espera apoyar el desarrollo de la comunidad de la siguiente manera:
 - Cooperar con el crecimiento de la región mediante creación de fuentes de trabajo y elevar el nivel de vida de la comunidad.
 - Crear productos innovadores a partir del pescado.
 - Posicionar el pescado como alimento sano, nutritivo, de fácil preparación, alternativo y económico.
 - Fomentar y apoyar al pescador artesanal para que visiones su trabajo como fuente de progreso y mejoramiento de calidad de vida.
 - Colaborar en conjunto con otras instituciones para el desarrollo del sector cultivador de peces.
 - Mejorar la productividad de la Cooperativa de pescadores del barrio Las flores de Barranquilla.
 - Ecológico cuidado de las especies marinas, el empleo de empaques amigables con el medio.
 - Manejo adecuado de los residuos y desechos por orden de nuestra actividad económica.
-

ANEXOS

ANEXO 1



Red de arrastre



Palangre



Red de cerco

ANEXO 2



CONCLUSIONES

La clave del éxito de todo negocio radica en tener una buena estrategia competitiva, lo cual, en términos simples, significa atraer la atención de los clientes haciendo algo diferente y de mayor significación respecto a lo que hacen los competidores, por tal razón esta empresa encaminará sus esfuerzos en ofrecer productos innovadores de excelente calidad y con los mas altos niveles asepsia y a buenos precios.

Los resultados de la puesta en marcha de esta PYME que se encargará de comercializar productos innovadores a base de pescado, dará a conocer la gran variedad de peces que existen en todo el litoral del caribe, generando un determinado número de empleos productivos; fomentando así el incremento de visitantes consumidores y turistas para que conozcan a esta zona del departamento del atlántico.

