



RESUMEN

La presente tesis se enfoca en la elaboración de un Plan de Negocios para la implementación de nuevos servicios en una piscicultura de truchas.

Los nuevos servicios son: Caminata Recreativa, Cabalgata, Alquiler de Cabañas y Pesca Deportiva.

Para el desarrollo del mismo fue necesario primero realizar una síntesis del desarrollo de la actividad piscícola en la provincia de Azuay.

Se puede recalcar que la zona del Cajas y Molleturo son sitios que por motivos climáticos son de óptimas condiciones para esta actividad productiva.

Se analizó la situación tanto interna como externa de la piscícola, empleando la herramienta de diagnóstico FODA.

En base a las conclusiones se pudo determinar como se encuentra la empresa actualmente.

Para el capítulo denominado Marketing y Estrategia se realizó un Estudio de Mercado, aplicando una encuesta a los posibles consumidores para medir el nivel de aceptación de los nuevos servicios.

Conjuntamente se explica las Estrategias de posicionamiento propuestas para este negocio.

Se plantearon ideas concretas acerca de las políticas de publicidad y ventas, permitiendo realizar propuestas para mejorar las estrategias existentes.



Adicionalmente se realizó un Estudio Técnico para comprobar la factibilidad de este proyecto, en donde se concretó la importancia de la infraestructura, herramientas y equipos necesarios para este nuevo giro del negocio.

En este capítulo también se desarrollo como serán prestados cada uno de los servicios, detallando de esta manera las características de cada uno de ellos.

Finalmente se realizó un Estudio Financiero para hacer un reconocimiento del área financiera del emprendimiento obteniendo como resultado de donde se conseguirán los recursos con los que contara la empresa para su funcionamiento y ampliación.

Palabras clave: Factibilidad, Inversión, Posicionamiento

CONTENIDO

RESUMEN.....	2
RESPONSABILIDAD.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
INTRODUCCIÓN.....	8

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES

1.1 Desarrollo de la Actividad Piscícola en el Azuay.....	12
1.2 Objetivos, Misión y Visión.....	19
1.3 Características de la Empresa.....	21
1.3.1 Especificar el Sector de Actividad, el subsector / rama.....	21
1.3.2 Ámbito de acción del emprendimiento.....	21
1.3.3 Costo Total del proyecto.....	21
1.3.4 Valor solicitado al Fondo Concursable “El Cucayo” de la SENAMI	



1.3.5 Aporte propio del o los solicitantes.....	22
1.3.6 Producto y/o servicio.....	22
1.4 Composición y Organización.....	23
1.5 Recursos Humanos.....	25
1.5.1 Recurso Directivo.....	25
1.5.2 Recurso Operativo.....	25
1.6 Recursos Físicos.....	26
1.7 Socios Y clientes.....	27

CAPÍTULO 2: NATURALEZA DEL PROYECTO

2.1 Producto o Servicio.....	30
2.2 Producto Actual.....	37
2.3 Estrategia Operativa.....	49
2.3.1 Análisis FODA.....	50
2.4 Precios y Costos propuestos para los nuevos servicios.....	57
2.4.1 Servicio de Cabalgata.....	57
2.4.2 Servicio de Caminata Recreativa.....	57
2.4.3 Servicio de Pesca Deportiva.....	58
2.4.4 Servicio de Alquiler de Cabañas.....	58

CAPÍTULO 3: MERCADEO Y ESTRATEGIA

3.1 Investigación de Mercado.....	60
3.1.1 Población.....	62
3.1.2 Muestra.....	63
3.1.3 Recolección de Datos.....	63
3.2 Segmentación de Mercado.....	64
3.2.1 Mercado.....	65
3.2.2 Composición del Mercado.....	66
3.3 Análisis de la Competencia.....	68
3.3.1 Entorno.....	69
3.3.2 Competencia.....	69
3.3.3 Precios de la Competencia.....	69
3.4 Publicidad y Relaciones Públicas.....	71



3.4.1 Publicidad.....	71
3.4.2 Relaciones Públicas.....	72
3.5 Posicionamiento.....	73
3.5.1 Estrategias de Posicionamiento.....	76
3.6 Ventas.....	80
3.6.1 Perfil del Consumidor.....	80
3.6.2 Deseos y Necesidades del Consumidor.....	81
3.6.3 Preferencia de Uso.....	81
3.6.4 Objetivos de Ventas.....	82
3.6.5 Método de Venta.....	82
3.6.6 Promoción.....	83
 CAPÍTULO 4: SERVICIOS	
4.1 Especificaciones de los Servicios.....	84
4.1.1 Características de los Servicios.....	87
4.2 Atención al Cliente.....	93
4.2.1 Recepción del Cliente.....	95
4.3 Infraestructura.....	97
4.3.1 Caminata Recreativa.....	98
4.3.2 Cabalgata.....	98
4.3.3 Alquiler de Cabañas.....	99
4.3.4 Pesca Deportiva.....	100
 CAPÍTULO 5: ASPECTOS ECONÓMICOS - FINANCIEROS	
5.1 Determinación de la Inversión Necesaria.....	102
5.2 Fuentes de Financiación Disponibles.....	103
5.3 Análisis del Punto de Equilibrio.....	104
5.4 Proyecciones de Gastos.....	111
5.5 Proyecciones de Ingresos.....	113
5.6 Flujo de Efectivo.....	115
5.7 Criterios de Decisión a través del VAN – TIR.....	118



5.7.1 Cálculo del VAN.....	119
5.7.2 Cálculo de la TIR.....	120
5.8 Estados Financieros Proyectados.....	121
5.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	122
5.8.1 Balance General Proyectado.....	123

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	128
Recomendaciones.....	132

ANEXOS.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	168
DISEÑO DE TESIS.....	172



UNIVERSIDAD DE CUENCA#
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Nº 76925

CUARENTA
CENTAVOS

Yo, Gabriela Patricia Illescas Merchán, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Gabriela Patricia Illescas Merchán
010463145-2





UNIVERSIDAD DE CUENCA#
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Nº 76926

CUARENTA
CENTAVOS

Yo, Gabriela Patricia Illescas Merchán, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Gabriela Patricia Illescas Merchán
010463145-2





UNIVERSIDAD DE CUENCA#
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DE LA TESIS:

**Plan de Negocios para la implementación de nuevos
servicios aplicado en la Piscicultura Quiroz ubicada
en la Vía Cuenca – Puerto Inca, sector Miguir,
Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia
Molleturo; periodo 2010-2011**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
Ingeniera Comercial

AUTORA:
Gabriela Patricia Illescas Merchán

DIRECTOR:
Ing. José Jarrín Ochoa

Cuenca – Ecuador

2011



DEDICATORIA

Este trabajo de tesis va dedicado con amor a Dios por darme la vida, salud, fortaleza y sabiduría; a mis adorados padres Jorge Illescas y Bertha Merchán, quienes que con su ejemplo, amor infinito y amistad incondicional siempre me han apoyado en todo momento; siendo el pilar fundamental de mi vida.

A José Espinoza por su amor ilimitado y amistad absoluta que siempre estuvieron ahí en los momentos cuando decaían mis ánimos con la frase “Tú si puedes”.

A Daniela Vázquez por siempre estar conmigo, compartiendo penas y alegrías; amiga este trabajo es para ti.

A mi director de tesis Ing. José Jarrin que con su sabiduría me ha apoyado para alcanzar un peldaño más en mi vida profesional.

Gabriela



AGRADECIMIENTO

Quiero manifestar mi agradecimiento infinito a Dios mi Padre Todopoderoso, sin cuyo amparo no hubiera llegado a nada y a quienes directa o indirectamente han contribuido con el resultado de este trabajo de tesis.

De manera especial:

Ing. José Jarrin, por dedicarme parte de su valioso tiempo para guiarme e instruirme en este presente trabajo investigativo.

Sr. Pablo Quiroz, quien colaboró con toda la información necesaria de Piscicultura Quiroz para realizar mi trabajo de tesis.

Lcdo. Germán Cárdenas, quien colaboró con la asesoría y guía necesaria para la realización de esta tesis.

SENAMI, por la colaboración al permitirme realizar mi tesis en uno de sus emprendimientos de negocio.

Personal de Piscicultura Quiroz por la paciencia, amabilidad y ayuda que me brindaron en su debido momento.

A mis Padres Jorge Illescas y Bertha Merchán por ser el pilar fundamental en mi vida.

A José Espinoza, que con su amor, confianza y amistad me impulso a seguir adelante.

A Priscila Arévalo, por su apoyo y ayuda profesional en mi tesis.

A Daniela Vázquez, por su amistad incondicional e infinita, forman parte de este hermoso sueño.

A Alicita Lucero, por creer en mi y apoyarme en mi carrera universitaria.

A todos mis profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, a cada uno de ellos les debo mis conocimientos y experiencias adquiridas en mi carrera universitaria.

A cada uno de ustedes MIL GRACIAS por ayudarme a hacer de mi sueño una dulce realidad!!!



INTRODUCCIÓN

En la presente tesis me he enfocado en realizar un Plan de Negocios para la implementación de nuevos servicios en Piscicultura Quiroz.

Piscicultura Quiroz es una empresa dedicada desde hace 3 años a la actividad piscícola y comercialización de Trucha Arcoíris en la Parroquia Molleturo-Sector Miguir.

El propietario de Piscicultura Quiroz considera necesario implementar los servicios de Caminata Recreativa, Cabalgata, Alquiler de Cabañas y Pesca Deportiva en su piscícola porque cuenta con el espacio e infraestructura para lograr esta ampliación y nuevo giro en la línea de negocio en su empresa.

El objetivo principal planteado para este trabajo investigativo es brindar la visión general sobre la ampliación del emprendimiento que el propietario de Piscicultura Quiroz quiere para su negocio mediante una propuesta de plan de negocios que contiene un Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero.

En esta tesis se destaca la importancia que tiene ofrecer un servicio con atención al cliente eficiente, que permita obtener y ganar la fidelidad de los clientes, enfocándome en temas concretos acerca de la factibilidad y financiación de este proyecto.

Considero que la implementación de nuevos servicios en un negocio no es una tarea fácil, puesto que implica riesgos como la falta de aceptación de los servicios por parte de los clientes, la deficiencia en la atención al cliente por



parte del personal, alta inversión necesaria para la realización del proyecto, el desaprovechamiento de recursos físicos y productivos; es por eso que se requiere poseer a la vez conocimientos, capacidades, aptitudes y perspicacia para lograr los fines anhelados.

Actualmente para que una empresa sea competitiva en el mercado, no solo requiere ofrecer un producto de calidad o una buena imagen de su negocio sino es indispensable que la atención al cliente sea eficiente, de manera que la clientela satisfecha atraiga más consumidores, siendo esta la mejor estrategia para lograr un nivel óptimo de ventas.

Por lo tanto un Plan de negocios tiene que enfocarse en la forma en que su estrategia aumentará la probabilidad de éxito en la ampliación de la empresa.

El plan de negocios es un documento elaborado para capturar y comunicar la dirección planeada y las maniobras que se requieren para que el negocio alcance su meta más importante: la rentabilidad

Es de vital importancia porque permite realizar un proceso de revisión para mantener el negocio bien encaminado, asegurarse que se están tomando las decisiones adecuadas.

El presente trabajo está dividido en los siguientes capítulos:

Capítulo 1, en el cual se describe los antecedentes de la actividad piscícola en el Azuay, misión, visión, objetivos de la organización y las características del negocio.

Capítulo 2, se enfoca a describir el producto actual que comercializa Piscicultura Quiroz y sus estrategias operativas actuales.



Capítulo 3, presenta la elaboración de un Estudio de Mercado en donde consta la segmentación de mercado y análisis de la competencia, presenta estrategias directamente relacionadas con este tema.

Capítulo 4, se orienta a la factibilidad y realización del proyecto; además en la atención y recepción del cliente.

Capítulo 5, se centra en la elaboración de un Estudio Financiero para determinar las fuentes de financiación disponibles, punto de equilibrio y estados financieros proyectados.

Capítulo 6, se expone las conclusiones, recomendaciones, anexos y bibliografía.



CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1.1 Desarrollo de la Actividad Piscícola en el Azuay

1.2 Objetivos, Misión y Visión

1.3 Características de la Empresa

1.4 Composición y Organización

1.5 Recursos humano: Equipo directivo y Equipo operativo

1.6 Recursos físicos

1.7 Socios y clientes



1.1 Desarrollo de la Actividad Piscícola en el Azuay

La actividad piscícola viene ligada de la acuicultura, puesto que la piscicultura es la acuicultura de peces; esta actividad ha presentado trascendencia a lo largo del tiempo en nuestro país.

La acuicultura en nuestro país se inicio en el año de 1932 con la introducción de la trucha arco iris (*Oncorhynchus mykiss*) y la trucha común o trucha marrón (*Salmo trutta*) desde Norte América para la repoblación de ríos y lagos andinos. (ETAPA, 2008).

Luego hubo un estado de transición hasta inicios de la década de los setenta cuando la industria camaronera dio un impulso grande a la acuicultura, siendo a fines de la década de los noventa que esta industria alcanzó niveles de exportación de 252.985.907 libras, con 875.050.894 dólares. (Cámara Nacional de Acuicultura, 2006).

Sin embargo, a pesar de ser la industria camaronera, la más relevante de la acuicultura en el país, existe una variedad de especies potenciales para su desarrollo debido a las grandes condiciones climáticas que nuestro país ofrece.

La crisis económica y alimentaria a nivel mundial exige a las naciones optimizar en la producción y ser creativos para encontrar nuevas fuentes de ingreso que satisfagan las demandas por lo menos internas.



Es importante conocer las características de cada zona y junto a ella, las posibles especies cultivables y metodologías de cultivo, para de esta forma aprovechar las características propias de cada sector, cultivando las especies más idóneas para estas zonas.

El sector de El Cajas es un sector con un alto potencial acuícola, posee características favorables para la producción de truchas. El objetivo de realizar un estudio en esta zona es obtener datos que faciliten información al sector acuícola para beneficiar así su expansión utilizando todos sus recursos sin necesidad de causar daños ambientales y humanos.

La iniciativa de introducir las especies de truchas antes mencionadas, promovida por el Gobierno y asociaciones deportivas, derivó con el tiempo en la creación de criaderos artesanales en El Cajas como una actividad productiva para los pobladores de la zona incentivada por la demanda de parte de restaurantes, hoteles y centros de abastos influenciadas por el incremento turístico en la zona.

La siembra de trucha en Ecuador se inició en 1932, mediante un acuerdo entre el gobierno y una empresa canadiense que seleccionó ríos, riachuelos y lagos de la región interandina para el cultivo de dicha especie.

La explotación de la trucha con fines de exportación la realizan unas pocas empresas legalmente constituidas y que practican el cultivo y algunas comunidades indígenas que proveen a los exportadores.



En el año 1992 la estación piscícola "Arco Iris" del Ministerio de Industrias, Comercio,

Integración y Pesca (MICIP) se concreta en la reproducción artificial de trucha destinada a abastecer de alevines a piscicultores particulares que se dediquen al cultivo de esta especie.

Durante 1998 siete empresas de la región interandina produjeron aproximadamente 500 toneladas métricas de trucha viva y sus productos derivados. De igual manera en el sector de El Cajas se encuentra la estación "Dos Chorreras" que para el año 1997 alcanzó 15 toneladas de producción mensuales.

Durante los últimos años el cultivo de trucha se ha extendido a la pesca deportiva, al igual que sucede en otros países.

Su ubicación es ideal. Está en una zona donde el agua es pura y la temperatura no sobrepasa los 10°C. La temperatura óptima es aquella que fluctúa entre los 6 y 7°C.

La trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*) tarda un año en estar lista para el consumo; y la producción continua abastece los pedidos sin contratiempos.

La estación piscícola tiene 3.500 reproductores, entre machos y hembras. Cada una de éstas rinde hasta 2.500 ovas (huevos), por cada kilo de peso.

El siguiente paso es trabajar con los alevines, que cuando miden diez centímetros o pesen 0,27 gramos, son separados para iniciar la etapa de crecimiento.



Por último se los clasifica para determinar su forma consumo, destaje y empaquetamiento para la venta. Muchos de los compradores prefieren que sean tres ejemplares por libra, aunque otros buscan los peces grandes, para filetearlos.

Paulatinamente su carne gana adeptos: solo el principal criadero del Azuay faena entre 300 y 400 kilos diarios.

Los avances en el sector son evidentes: los piscicultores lograron mejorar el sabor de la carne e incrementar hasta el 30% su contenido de proteínas.

Debido a su sensibilidad en los primeros cuatro meses requieren de un máximo cuidado para evitar la mortalidad. Por ello se les da un alimento compuesto por aceite, harina de pescado, proteínas y vitaminas.

Para los ocho meses restantes los alimentos son preparados en la planta para incrementar la rentabilidad.

La especie predominante es la arco iris, que requiere temperaturas menores a los 10°C. Por ello los sitios claves son los páramos. Allí el Ministerio de Industrias solo produce ovas y alevines: ofrece 500.000 y 700.000 anuales, respectivamente.

Una gran alternativa, la crianza de esos peces, son en Cañar y Loja, especialmente en Saraguro, una opción alimenticia para las comunidades campesinas o indígenas.

Existe mayor demanda en los supermercados, tiendas y mercados los exhiben y los restaurantes los incluyen en su menú.



El cultivo, procesamiento y comercialización de esta especie, se ha convertido en alternativas de producción de la acuicultura en el país, en un nuevo intento por diversificar especies, generar fuentes de trabajo e incrementar los ingresos de la economía nacional.

Aún cuando no se tienen estadísticas exactas de los productores de trucha en el Ecuador, en el año 1998 la producción fue de 2.500 TM observándose en el mismo año 2.633,88 Kg., destinadas al mercado externo hasta llegar al 2003 con de exportaciones de 343.36 TM .

Actualmente el 90% de la producción de trucha es destinada al consumo nacional puesto que la comercialización del producto no ha llegado a su máxima organización para exportarlo en mayores cantidades. El 10% se exporta a Colombia, Perú y Venezuela.

La producción y comercialización de truchas en nuestro país se enfoca en la exportación de Trucha fresca con un peso aproximado de 240 a 400 g. Sin embargo, la exportación de trucha se intentó diversificar con el objeto de abarcar mayor mercado.

En la Figura se muestran los datos de exportaciones totales y por presentaciones a partir de 1994, observándose valores que oscilan de año a año, las exportaciones de Trucha a partir del año 1996 disminuyeron drásticamente, siendo de 20 Kilos netos como trucha fresca, mientras que al año siguiente (1997) no se registró exportación alguna, luego se observa un ligero ascenso en las exportaciones del año 1998 fueron de 2339 kilos netos los que representan un 3.86 % de la producción total.



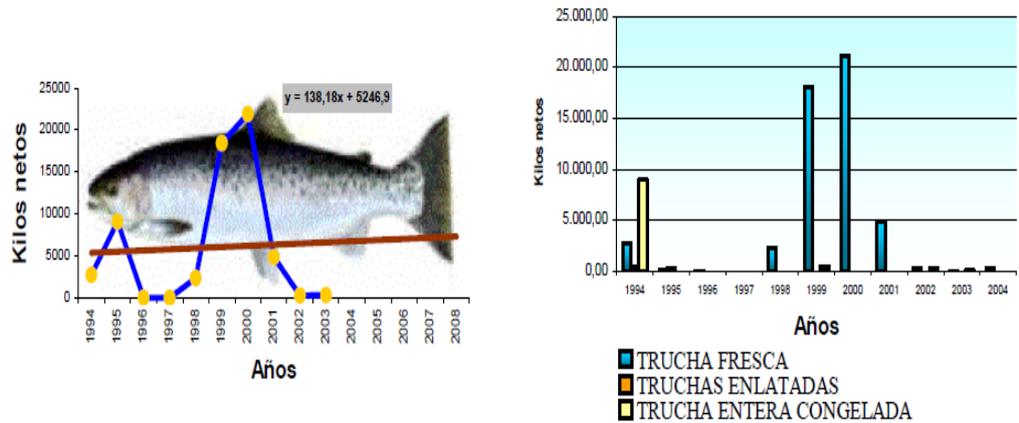
Excepto durante los años 1999 y 2000, donde las exportaciones representan el mayor ingreso entre las diferentes formas de presentación se exportaron 18.427,53 y 21.939,63 kilos netos respectivamente, indicando un aumento en porcentaje que va de un 30.47 % (1999) a un 36.28 % (2000) respectivamente.

Mas en los años venideros (2001) la exportación de esta especie descendió drásticamente llegando a un 8.01 %.

En una forma de atraer mercados se exportó Trucha enlatada y congelada con la finalidad de generar ingresos y establecer mercados con dicho valor agregado.

Lamentablemente se dejó de exportar en esta presentación debido a los costos que ello implicaba.

En el 2004 las cifras de exportación durante los cuatro primeros meses del mismo fueron de 391 Kilos netos, bajo la presentación de trucha fresca y congelada, con valores de 317,52 y 73,48 Kg., respectivamente. Siendo la primeramente mencionada la presentación más común. Para los años subsiguientes las exportaciones de trucha de acuerdo a la línea de proyección presentaría valores promedios cercanos a los 5000 Kg./año.



En el Ecuador existen actualmente alrededor de 160 criaderos concentrados principalmente en la Región Sierra Norte y Sur (MICIP Azuay y Pichincha, *Com. pers.* 2004).

Doce criaderos producen entre 80-150 TM/Año, aproximadamente 30 criaderos obtienen un promedio de 30 TM/año y el resto son productores artesanales que consiguen producir menos de 5 TM/año. La demanda se concentra en las ciudades de Quito (47%) y Cuenca (21%), sin embargo, existen interesantes perspectivas de exportación a Colombia y a los Estados Unidos.



1.2 Objetivos, Misión y Visión

1.2.1 Objetivos.- Piscicultura Quiroz tiene los siguientes objetivos:

- Contar siempre con los alevines necesarios para cubrir la demanda existente.
- Disponer de procesos de formación o capacitación constante tanto el propietario como sus trabajadores en el adecuado manejo y crianza de truchas.
- Brindar al mercado un producto de calidad invariable (no cambiar de alevines)
- Incrementar su producción en un 10% anual.
- Mantener siempre en constante adecuación y aseo las piscinas pues de este factor también depende la calidad de la trucha.
- Otorgar a los empleados de los medios necesarios para la adecuada ejecución de su trabajo (Uniformes, Herramientas)
- Disponer del producto en todo momento considerando las temporadas altas de consumo como Semana Santa, principalmente.
- Construir más piscinas conforme la producción se incremente y el mercado así lo exija o demande.

1.2.2 Misión.- Piscicultura Quiroz tienen como misión fundamental criar truchas de excelente calidad, marcando la diferencia en el mercado por su correcto proceso de crianza debido al adecuado manejo de las truchas con



una mano de obra calificada y su precio aceptable y competitivo. Cubriendo de esta manera el mercado de la zona en la cual se desempeña.

1.2.3 Visión.- Manteniendo un producto de calidad constante, Piscicultura Quiroz se proyecta en un periodo de tiempo determinado ampliar su volumen de producción manual y posicionarse en el mercado con su producto, lo que implica generar más fuentes de trabajo para el sector y ofrecer un servicio de calidad.



1.3. Características de la Empresa

1.3.1 Especificar el Sector de Actividad, el subsector / rama

Al determinar la naturaleza del proyecto se puede establecer que la actividad del mismo comprende al área de Piscicultura, teniendo como subsector la Truchicultura, cuya actividad es justamente el cultivo de Truchas en piscina, con un tipo de cultivo intenso ya que se efectúa con fines comerciales. Además tiene el carácter de Monocultivo pues únicamente se dedica a la crianza de las Truchas como única especie.

1.3.2 Ámbito de acción del emprendimiento/negocio: Local, Nacional, Regional, Internacional

Considerando la capacidad instalada del proyecto y el mercado demandante del mismo se puede determinar que el proyecto tiene un enfoque local, de manera que cubre los restaurantes de la zona los mismos que son el mercado directo.

1.3.3 Costo Total del proyecto

El costo total del proyecto suma un total de **\$ 58.584,00** los mismos que serán cubiertos por el Emprendedor el Sr. Pablo Quiroz en su mayoría y la diferencia con el oportuno capital Semilla de El Cucayo otorgado por la SENAMI. Dicho monto cubre toda la inversión inicial del proyecto desde el terreno necesario para la producción hasta los costos referentes a capital de trabajo para el primer mes de ejecución del proyecto.



1.3.4 Valor solicitado al Fondo Concursable “El Cucayo” de la SENAMI

El valor solicitado al fondo El Cucayo es de **14.526,50** de los cuales se realizara las adecuaciones de las piscinas, se adquirirá alevines, se compraran materiales para la pesca y lavado de truchas.

1.3.5 Aporte propio del o los solicitantes

El aporte del emprendedor en su totalidad es de **44.057,50** montos que comprende el terreno, parte de las adecuaciones de las piscinas, la construcción de una pileta y un lavador y también parte del capital de trabajo para el primer mes.

1.3.6 Producto y/o servicio

El producto principal de Piscicultura Quiroz son las Truchas las mismas que en materia prima (Alevines) son adquiridas de manera directa en la ciudad de Quito – Tandapi, siendo estas importadas desde España lo cual representa una ventaja pues su crianza se reduce a 6 o 7 meses de edad, considerando que en este tiempo la trucha esta apta para la venta y el consumo del cliente.



1.4 Composición y Organización

Es importante recalcar que las plazas de trabajo que el proyecto genera son en su totalidad 4 personas entre las cuales se encuentra el emprendedor su esposa, su hermano y otra persona originaria del sector. Se tienen planificado brindarles los medios necesarios para la realización de su trabajo así como también dispondrán de los beneficios que por ley les corresponde. Para el adecuado manejo de la trucha es necesario realizar una asistencia directa de 24 horas al día, para lo cual se deberá realizar turnos de trabajo para ser cubiertos en la noche tanto por el emprendedor como por su hermano el Sr. Juan Quiroz.

Piscicultura Quiroz es un negocio dedicado principalmente al cultivo de truchas originarias de España en sus inicios (alevines), las mismas que son importadas y distribuidas desde la ciudad de Quito – Tandapi, al disponer de la materia Prima importada garantiza la calidad del producto final es decir se ha realizado pruebas de calidad y madurez en las truchas de la Zona¹ y las truchas de España, dando como resultado una maduración de 11 a 12 meses de la trucha del sector y de 6 a 7 meses la trucha de España. Al realizar esta comparación podemos determinar que a pesar del precio² superior que tienen el alevín importado es mucho más conveniente pues al conseguir el producto final a menor tiempo restamos gastos de alimentación, mantenimiento y mano de obra.

Podemos definir al producto principal la Trucha de 7 meses de edad con un peso aproximado de 5 onzas lo que implica 3 truchas por libra.

¹ Distribuidas en CREA, MISIP

² 0,075 centavos alevín España frente a 0,04 centavos el alevín Zona



UNIVERSIDAD DE CUENCA#
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Es importante determinar las necesidades del cliente pues muchos consideraran que mientras mayor sea el peso de la trucha es mejor sin embargo este criterio puede aplicarse únicamente en los mercado informales, pero como nuestro mercado directo son los restaurantes de la Zona podemos asegurar que mientras menos peso tenga la trucha será mejor pues cada plato se sirve con una trucha mas no con la mitad de la misma por su peso y tamaño consideramos el área de mercado y cobertura territorial toda la zona comprendida desde Sayausí y el Cajas en la ciudad de Cuenca hasta el sector de Miguir en donde se encuentra ubicado la Piscicultura Quiroz. Hemos considerado estos sectores ya que al momento de disponer del producto final (Trucha) directamente se llegara a cubrir las necesidades de los restaurantes quienes serán nuestros principales clientes. Dichos clientes se encuentra ubicados en la zona de cobertura del proyecto por tal motivo la consideramos como nuestra área de mercado.

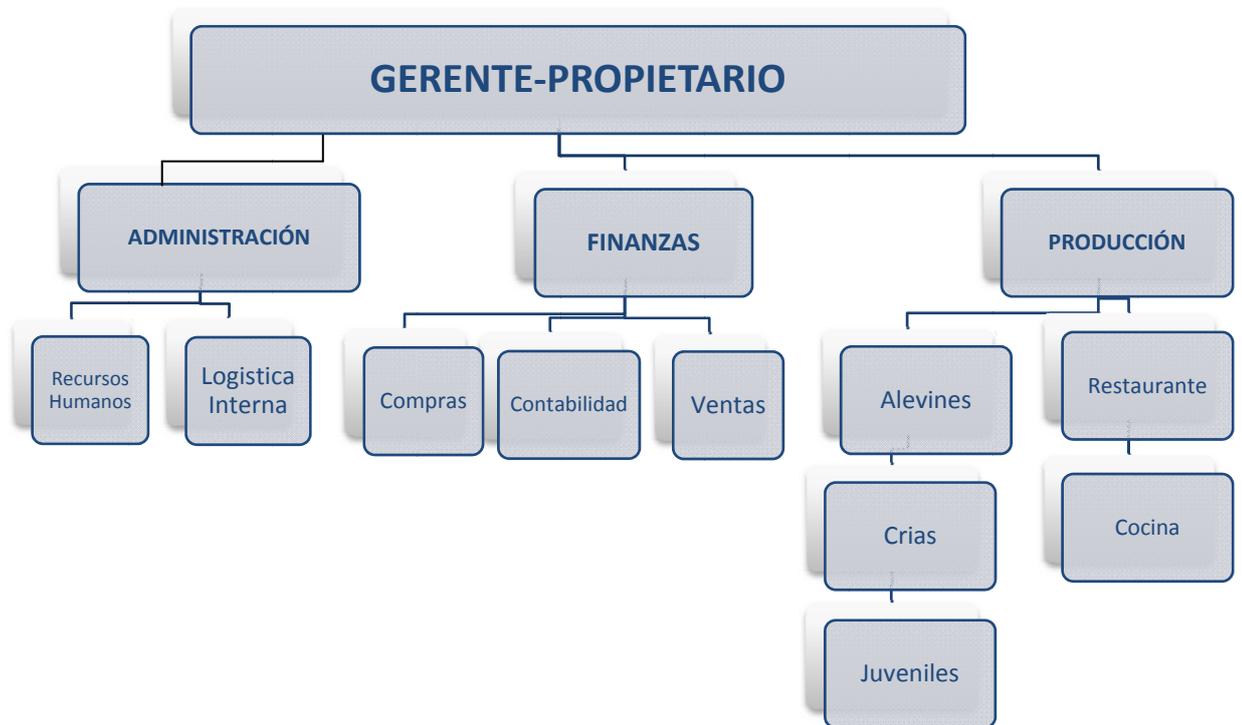
Se podría determinar o plantear como cobertura de mercado a toda la zona austro, pero un factor muy importante para determinar la cobertura de mercado es justamente, la capacidad instalada de la piscícola la misma que tienen un volumen de producción de 3500 a 4000 truchas al mes considerando el porcentaje de perdida por la muerte



1.5 Recursos Humanos: Equipo directivo y Equipo operativo

Lo que se refiere a Equipo Directivo y Operativo Piscicultura Quiroz cuenta con un organigrama funcional que se muestra a continuación:

ORGANIGRAMA FUNCIONAL





1.6 Recursos Físicos

La piscícola cuenta con 6 piscinas para la crianza de las truchas con diferentes capacidades pero generalmente varían entre 40000, 30000 y 20000 truchas. Lo que significa que si las ocupamos todas estaremos con una producción en piscina de 150000 truchas lo que implica 48000 libras de trucha al año.

Es importante detallar que de cada 3 truchas se está considerando la libra de la misma obviamente existirán variaciones en las que únicamente la libra implique 2 truchas por su tamaño y sus peso y en otros caso se necesitara no de 3 sino de 4 al igual por las mismas características.

También cuenta con un restaurante donde se ofrecen tres tipos de platos: gallina criolla, cuy asado y trucha frita. En donde la trabajadora principal es la cocinera, pues ella es la que elabora los exquisitos platos.



1.7 Socios y clientes

1.7.1 Socios

Siendo el único socio y dueño/propietario el Señor Pablo Sexto Quiroz Quiroz

1.7.2 Clientes

Los principales clientes son los restaurantes:

- ✓ Casa Vieja
- ✓ El jardín del Cajas
- ✓ Cabañas El pescador

A su vez algunos vendedores informales del sector, teniendo también como cliente potencial a COOPERA.

Pero la cantidad de compra por cada cliente lo determina la participación y asistencia de los turistas a la zona, así como también la cantidad de personas que viajan de Cuenca a Guayaquil ya que las cooperativas de Transporte Interprovincial que tienen la ruta Cajas- Guayaquil tienen como política realizar un descanso en el primer control de la vía cerca de los restaurantes en donde se les ofrece la trucha.

Es importante tomar en cuenta que el consumo de las trucha se incrementa en periodos determinados del año siendo, así tenemos por ejemplo en Semana Santa el consumo se incrementa debido a costumbres que mantiene la gente acerca de no ingerir carne en estos días, también tenemos un incremento de las compras de trucha en la temporada de



vacaciones de la región Sierra ya que muchas de las familias viajan o realizan actividades turísticas en la zona.

Lo que se refiere a clientes en el restaurante no se cuenta con nombres específicos, porque varían diariamente.

En cuanto a preferencias existen clientes que eligen más comúnmente la trucha, se puede decir que esto se debe a que la zona el palto típico es este.

A continuación se presenta un cuadro en donde se ha registrado la preferencia de los clientes en cuanto a los platos que Restaurante Quiroz ofrece.

Cuadro de Preferencias del consumidor de Restaurante Quiroz

Plato	Grado de Preferencia
Gallina Criolla	15%
Cuy Asado	20%
Trucha Frita	65%
	100%



CAPÍTULO 2.

NATURALEZA DEL PROYECTO

2.1 Producto o Servicio

2.2 Producto actual

2.3 Estrategia Operativa (Productiva)

2.4 Precios y Costos propuestos para los nuevos servicios



2.1 PRODUCTO O SERVICIO

SERVICIO DE CABALGATA

Una cabalgata no es otra cosa que una excursión a caballo. La idea básica es la exploración de la naturaleza y el paisaje en conjunto con el animal. El caballo es un medio de transporte y un amigo con el cual compartir las vivencias que se tienen durante la excursión.

- Ventajas:
 - El caballo permite desplazarse más rápidamente.
 - A caballo, un mismo trayecto resulta menos cansador que a pie.
 - No hay que cargar todo el equipaje.
 - Es más fácil superar obstáculos, como ríos o laderas con fuerte pendiente.

- Equipo para una cabalgata:
 - Pantalón de montar o cualquier pantalón cómodo y largo (de jeans), en lo posible, sin costuras interiores y que no sea resbaloso
 - Zapatos: Idealmente zapatos de trekking o excursión, que protejan los tobillos y cuenten con una buena suela y taco. Para mejorar la sujeción al lomo del caballo, es aconsejable llevar unas perneras chicas que lleguen hasta las rodillas.
 - Gorro: Si no se quiere usar casco de montar, se deberá buscar otra solución para cubrirse la cabeza. Los sombreros de ala



ancha son lo más recomendable para protegerse del sol y de una eventual insolación; en última instancia, puede utilizarse también un jockey.

- Ropa de material liviano, resistente y cómodo que absorba el sudor. Una camisa de mangas largas no solo protege del sol, sino también de las espinas, las garrapatas y otros insectos. Para las noches y los días más frescos, es ideal llevar un chaleco de polar y, para los casos en que haya lluvia, chaqueta y pantalón de Goretex, o una simple capa y pantalón delgados, ambos impermeables (nunca ropa impregnada con cera, es demasiado pesada)
- Ropa interior no muy apretada y con pocas costuras, idealmente ropa interior deportiva o especializada y calcetines de trekking.
- El uso de guantes (de montar) no es indispensable, pero pueden ser útiles en caso de temperaturas bajas.
- Navaja (no es indispensable)
- Linterna (con pilas de reserva)
- Repelente de insectos
- Bloqueador solar
- Cantimplora (indispensable)
- Cámara
- Encendedores y fósforos



- Bolsas de basura (para proteger el medio ambiente de la basura)
- Equipamiento de primeros auxilios o botiquín de viaje
- Mochila pequeña
- Eventualmente pequeñas bolsas para guardar comida
- Brújula
- Equipo para la lluvia
- Pañuelos de papel

El servicio de cabalgata que se sugiere para la Piscicultura Quiroz incluye en su utilización la ayuda de un guía profesional y los implementos: montura para el caballo, casco, guantes, equipo de aseo y cuidado para el caballo, botiquín de primeros auxilios (en caso de alguna emergencia)

SERVICIO DE CAMINATA RECREATIVA

Caminar, es el más antiguo de los ejercicios, que tiene enormes beneficios para la salud. Es para las personas sanas que quieren seguir siéndolo y que no saben cómo cuidarse o que no pueden, no quieren o no lo intentan. El objetivo es apoyar a los que se cuidan, animar a los que no lo hacen y dar consejos útiles a ambos. Simplemente mediante el ejercicio de caminar.



En la antigüedad, la actividad física ha sido parte de la cultura de muchos pueblos. La vida moderna hace que el hombre sea más sedentario y tenga mayor acceso a la nutrición fácil y rápida, lo que desequilibra su naturaleza.

- Ventajas:
 - Ayuda a mantener buena salud
 - Mejora la circulación
 - Alivio de tensiones ocasionadas por la rutina diaria
 - Contacto con la naturaleza
- Equipo para una caminata:
 - Calzado adecuado.- Por tratarse de una actividad sencilla, el equipamiento no implica costosas inversiones ni demanda grandes exigencias. En primer lugar, el calzado es fundamental; utilizar siempre uno ya probado, cómodo y que sujete al tobillo media caña para evitar torceduras. Es recomendable analizar también la flexibilidad de la suela y la impermeabilidad de la capellada.
 - Mochila liviana.- La actual combinación de tecnología y materiales ayuda mucho al confort y la comodidad, sólo es necesario tener en cuenta el uso al cual están destinados.
 - Medias de algodón que calcen justas, para evitar rozamientos y lastimaduras.
 - Cantimplora



- Tanque de oxígeno en caso de emergencia
- Se recomienda pantalón largo
- Gorro protector
- Abrigo impermeable
- El uso de bastón, sea uno técnico telescópico, ayuda mucho ya que sostiene el 8% del peso del cuerpo, permitiendo regular el esfuerzo, especialmente en los sectores de ascenso.
- Linterna
- Medias de repuesto
- Botiquín de primeros auxilios
- Navajas
- Fósforos

El Servicio de caminata que se propone para la Piscicultura Quiroz incluye la ayuda de un guía profesional e implementos: abrigos impermeables, botiquín de primeros auxilios, tanques de oxígeno recargable (en caso de emergencia) y botas

SERVICIO DE CABAÑAS

Desde un principio hemos resuelto denominar "Cabañas" a nuestra propuesta porque creemos que es el que mejor define el servicio que se quiere prestar. Pero somos conscientes que debe el término explicarse.



Cabaña es aquella construcción típicamente cordillerana, que por diseño, integración al paisaje y materiales empleados adquiere una personalidad única que no puede confundirse con ningún otro sistema de alojamiento. La calidez de la madera debe ser protagonista.

Están construidas exclusivamente con materiales como: Predominan el ciprés y el pino.

- Ventajas:
 - Presentación de Cabañas Confortables
 - Servicio de Calidad
 - Personal capacitado
 - Brinda la opción de alojamiento y estadía

SERVICIO DE PESCA DEPORTIVA

La Pesca deportiva se define como una actividad deportiva consistente en la captura de Peces con fines recreativos y no lucrativos, en contraposición a la pesca comercial.

La pesca deportiva moderna se puede dividir en dos grandes categorías: Pesca de agua dulce y Pesca de mar o agua salada.

La pesca de agua dulce se practica en lagos, estanques, ríos y arroyos, mientras que la pesca de agua salada se realiza en océanos, estuarios y ríos en los que influyen las mareas.



La pesca en agua dulce es, con algunas excepciones, menor que la que de agua salada; en consecuencia se pesca con cañas, carretes y sedales más ligeros y con cebos más pequeños. Para pescar en lagos, estanques y ríos grandes, los pescadores vadean, se quedan en la orilla, o usan una embarcación para aproximarse a la presa. Para pescar en ríos más pequeños y arroyos, se usan botas y vestimenta impermeable y se camina por el agua hacia la zona donde se sospecha que está la pesca.

- Ventajas:
 - Es una de las formas más populares de esparcimiento en todo el mundo
 - Permite a la gente disfrutar del aire libre
 - Consiente la lucha con peces escurridizos y quizás obtener su captura
- Equipo para pesca deportiva:
 - Cañas de pescar,
 - Carretes, línea o sedal
 - Anzuelos con cebos naturales o artificiales para conseguir los peces

El servicio de pesca deportiva que se propone para la Piscicultura Quiroz incluye la ayuda de un profesional y los implementos: caña de pescar, anzuelos, carretes.



2.2 PRODUCTO ACTUAL

El producto que ofrece la Piscicultura Quiroz es la trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*).

Estas Truchas las mismas que en materia prima (Alevines) son adquiridas de manera directa en la ciudad de Quito – Tandapi, siendo estas importadas desde España lo cual representa una ventaja pues su crianza se reduce a 6 o 7 meses de edad, considerando que en este tiempo la trucha esta apta para la venta y el consumo del cliente.

A continuación se presenta una descripción detallada de la trucha arcoíris:

La llamada trucha arco iris, cuyo nombre científico es *Oncorhynchus mykiss*, es un pez que pertenece al grupo de los salmónidos originarios de América del Norte, en nuestro país, su distribución natural abarca las corrientes de aguas frías y cristalinas.

El nombre de este pez deriva de la peculiar coloración que posee, misma que varía en función del medio, de la talla, del sexo, del tipo de alimentación, y del grado de maduración.

***Oncorhynchus mykiss*-Trucha Arco Iris**





- Hábitat

La trucha arco iris en su ambiente natural, es un pez que habita espacios acuáticos con aguas puras y cristalinas, con cauces que presentan marcados desniveles topográficos que originan rápidos, saltos y cascadas que son muy comunes en los ríos de alta montaña, son estos rápidos con una pronunciada velocidad de corriente y suelo pedregoso los más frecuentados por las truchas. De manera que las truchas son peces nativos de regiones elevadas y montañosas donde existen aguas frías y claras, siendo en general la Sierra Norte una región apropiada para el cultivo de este pez, puesto que cuenta con aguas cristalinas y bien oxigenadas.

- Alimento

Por otra parte, la trucha es un pez carnívoro que en la naturaleza se alimenta de las presas que captura vivas, siendo la mayoría de ellas organismos acuáticos y algunos terrestres, como son los insectos que en primavera y verano revolotean sobre el agua. Los moluscos como los caracoles también son presas habituales, así como los crustáceos (cangrejos, etc.), gusanos, renacuajos y peces pequeños de la misma u otras especies.

- Reproducción y ciclo de vida

Los machos de la trucha arco iris siempre son de mayor tamaño y durante la etapa de reproducción suelen desarrollar dimorfismo sexual,



la trucha tiene un ciclo reproductor anual, siendo una condición indispensable que el macho y la hembra sean adultos y sexualmente maduros. Los machos pueden adquirir la madurez sexual a los 15 o 18 meses, mientras que en las hembras es un poco más tardado, ya que necesitan un mínimo de dos años.

Durante el proceso de maduración sexual, las truchas van sufriendo una serie de cambios morfológicos en su aspecto, los cuales hacen que uno pueda distinguir fácilmente los machos de las hembras, dos de los cambios más notorios sucede en el macho, uno de ellos es en el maxilar inferior debido a que este sufre un proceso de prolongación, así como una ligera curvatura dorsal del cuerpo.

En el ciclo de vida de la trucha arco iris se describen generalmente cinco etapas que son:

- Huevo: una vez que se ha llevado la fertilización de los huevos, estos son incubados en el nido construido por la hembra; la velocidad de desarrollo de los huevos depende en gran medida de la temperatura del agua, la óptima se sitúa entre los 8 y 12 °C. A una temperatura de 10 °C la eclosión del alevín será a los 31 días, mientras que a 15.6 °C la eclosión será a los 19 días.
- Alevín: al concluir el desarrollo embrionario, el alevín eclosiona y se alimenta de las reservas nutricionales contenidas en el saco vitelino durante dos o cuatro semanas dependiendo de la temperatura. Una vez que estas reservas han sido agotadas y el saco vitelino ha sido



absorbido, el alevín se transforma en cría y asciende a la superficie; esta fase dura entre 14 y 20 días.

- Cría: en esta fase empiezan a nadar más libremente y procurarse el alimento por si mismos. Conforme crecen y sobreviven, las crías continúan su desarrollo, cuyo ritmo depende de una serie de factores, tales como la duración del día, la temperatura y la abundancia de alimento.
- Juvenil: en esta etapa los organismos tienen todas las características de los adultos, es decir, ya tienen hábitos propios de la especie, como ser activos y nadar contra la corriente, atrapar sus presas para alimentarse, haciéndolo con pequeños peces de otras especies, ranas, etc. Se diferencian de los adultos en que aún no han madurado sexualmente.
- Adulto: dependiendo de las condiciones físicas del hábitat, una buena parte de las truchas de una determinada población maduran entre los 15 y 18 meses de edad, sin embargo, la mayoría alcanza su madurez dos meses después. Cuando ocurre la maduración, los peces cambian de coloración, de tal manera que adquiere las características típicas de la trucha adulta.

Este ciclo de vida de la trucha arcoíris puede ser resumido en un esquema o diagrama.



Diagrama del Ciclo de vida de la Trucha Arco Iris (*Oncorhynchus mykiss*)



Las etapas de crecimiento y desarrollo de la trucha arcoíris son cinco, recalcando que, Piscicultura Quiroz adquiere las truchas en su etapa de alevines, siendo esta su materia prima con la que trabaja durante siete meses antes comercializar a los clientes.

Otro detalle importante acerca de la creación de las truchas, es que, Piscicultura Quiroz la mayor parte de truchas con las que cuenta en su inventario las comercializa cuando están una etapa de juveniles, es decir no esperan su madurez sexual, puesto que como recalcamos



anteriormente Piscicultura Quiroz adquiere los alevines como materia prima.

Su objetivo no es el de alcanzar ovas, porque esto incluyen costos más altos y se necesitaría una adaptación de las piscinas diferente porque las hembras hacen nidos.

Adicionalmente otro factor importante es que las truchas hembras alcanzan una madurez sexual a los dos años de edad, esto implica incremento de costos debido a que el tiempo de crianza aumentaría.

Por lo que Piscicultura Quiroz se dedica exclusivamente a la crianza de truchas desde su etapa de alevines.

Parámetros para el cultivo considerados en la Piscicultura Quiroz

La calidad del agua es fundamental en el desarrollo de las truchas, pues es el medio donde los peces viven, por lo tanto La Piscicultura Quiroz considera los siguientes factores de vital importancia. Así que conocer y mantener los parámetros del agua como: temperatura, oxígeno, turbidez, pH y amonio es de suma importancia para tener una buena producción acuícola, y que las truchas cosechadas de la piscicultura sean de las características deseadas

- Oxígeno

Dentro de la acuicultura, el cultivo de la trucha arco iris es una de las prácticas que demandan de mayor cantidad de oxígeno disuelto en el agua. Dentro de la Truchicultura (cultivo de trucha) se estima que los



peces en crecimiento deben de tener continuamente tasas mínimas de oxígeno de 5 a 5.5 mg/l (miligramos/litro), mientras que los huevos y alevines son más exigentes, demandando de 6 a 7 mg/l; con cifras muy inferiores a las mencionadas, las truchas presentan dificultades para extraer el oxígeno del agua y transportarlo a través de sus branquias.

Existen diversos factores físicos, químicos y biológicos que determinan la cantidad de oxígeno presente en el agua, uno de los factores es la temperatura, puesto que cuanto más alta sea, menor será la cantidad de oxígeno disuelto en el agua y mayor las exigencias de oxígeno de las truchas. Este aspecto es muy importante y debe de considerarse en la época de sequias, puesto que la temperatura ambiental incrementa y la disposición de agua es menor, esto hará que el oxígeno sea insuficiente y se deberán tomar medidas al respecto. Las acciones más comunes es disminuir la carga de los estanques, recurrir a aportes suplementarios de agua, oxigenar el agua a través de bombas de aire.

- Temperatura

La trucha arco iris al igual que todos los peces, no tiene capacidad propia para regular su temperatura corporal, y ésta depende totalmente del medio acuático en que vive. La temperatura del agua tiene una incidencia directa sobre los aspectos reproductivos de las truchas, el ritmo de crecimiento de los alevines y adultos, y especialmente sobre el grado de actividad metabólica. Indirectamente como ya se menciona



con anterioridad, la temperatura del agua influye en la concentración de oxígeno disuelto en ella, la concentración de productos metabólicos (amoníaco), así como el tiempo y grado de descomposición de los materiales depositados en el fondo de los estanques.

Como ya se indicó, la trucha en condiciones naturales puede vivir en aguas con temperaturas de entre 0° y 25° C; sin embargo, es necesario mencionar que en términos de cría artificial de trucha, los límites de la temperatura del agua en los cuales su crecimiento y desarrollo son los adecuados es entre los 9° y 17°C, siendo en la etapa de alevín entre 10°-12°C la temperatura adecuada, y para los juveniles en pleno crecimiento 16°C. A pesar de que el rango de temperatura del agua en que las truchas pueden sobrevivir es amplio, a partir de temperaturas por arriba de los 21°C las concentraciones de oxígeno en el agua son muy bajas y las aguas no son adecuadas para utilizarlas en el cultivo de trucha.

- pH

Conocer los valores de pH o potencial de hidrógeno es de gran importancia al igual que la temperatura y el oxígeno, esto debido a que si los valores en el pH del agua son demasiado bajos o elevados, causaran estrés en las truchas.

El valor del pH viene determinado por la presencia de hidrógeno en el agua y se expresa en una escala que va de 0 a 14, dentro de esta



escala, un valor de 7 indica que el agua es neutra, un valor inferior a 7 indica que el agua es ácida y si es superior a 7 el agua se considera alcalina.

Para la cría de la trucha arco iris los valores deseables del pH deben estar en un rango de 6.5 a 9, estos son los más apropiados para la producción. Con valores inferiores a 6.5 o mayores a 9.5 la reproducción disminuye. Con un pH por debajo de 4 se presenta la muerte ácida de los peces, y por arriba de 11 la muerte alcalina.

- Turbidez

Como ya se ha mencionado, la trucha gusta de aguas cristalinas y puras, siendo la turbidez del agua un factor negativo en la cría de estos peces. La turbidez es causada por partículas suspendidas generalmente arrastradas desde el suelo o de la vegetación adyacente, así como de organismos planctónicos, que pueden generar una disminución en la absorción de oxígeno por parte de las truchas, puesto que sus branquias se ven afectadas, en el caso de los alevines, los problemas branquiales son mas notorios y pueden dar origen a infecciones, debido a que cuando las branquias de los pequeños peces son expuestas al contacto con las partículas suspendidas, se irritan fácilmente ya que se dificulta el pasó del oxígeno a través de ellas. En términos de productividad, la turbidez causa una reducción en la tasa de crecimiento de las truchas.



Este es un factor sobre el cual se debe poner especial atención en la época de lluvias, pues es cuando más partículas son arrastradas del suelo y de la vegetación a causa de las fuertes lluvias que caen en esa temporada, aspecto que en la Sierra Norte es muy notorio debido a su marcada topografía con pendientes pronunciadas, lo cual hace que los escurrimientos provocados por las lluvias tomen fuerza, fenómeno al que generalmente se han enfrentado muchas de las granjas de truchas de la región, y que les ha ocasionado pérdidas debido a la muerte de muchos de sus organismos.

- Amonio

La composición química de las aguas de un criadero de truchas se puede ver afectada por el metabolismo de los mismos peces que en ellos habitan o por la degradación de la materia orgánica presente en el agua. De especial importancia es el contenido de amoníaco, pues su toxicidad y efectos sobre el organismo varían con el pH y la temperatura del agua. Los efectos tóxicos son debidos esencialmente a la forma no ionizada del amoníaco, que es perjudicial para los peces. El pH, la temperatura y la salinidad del agua determinan la toxicidad del amoníaco no ionizado, el pH es el más importante, cuando el pH aumenta una unidad causa que se incremente 10 veces la producción de amonio tóxico.



Las sustancias amoniacales son producto de la excreción de los peces, de manera que hay que tener muy en cuenta la carga de peces que se tendrán por estanque, puesto que una alta concentración de truchas puede traer consecuencias negativas en los niveles de amonio presentes en el agua, así como en los peces, pues ocasionará daños en las branquias y retardo en su crecimiento.

Cosecha en la Piscicultura Quiroz

La cosecha se realiza en la Piscicultura Quiroz considerando que los peces hayan alcanzado la talla deseada para su comercialización, esta se realiza totalmente cuando están listas.

El peso aproximado es de 500 gramos.

Se emplean redes de arrastre, con una luz de malla de 7 a 12 centímetros, en forma de cucharón, la cual es construida en la misma piscicultura Quiroz por parte de los dos trabajadores.

La Piscicultura Quiroz considera como un factor de vital importancia las enfermedades que pueden sufrir la trucha arcoíris.

A continuación se presenta una enumeración de las enfermedades más comunes que pueden sufrir las Truchas Arcoíris:

Generalmente las enfermedades de las truchas son ocasionadas principalmente por contagios directos o indirectos, frecuentemente ocasionadas por microorganismos como: bacterias, virus, protozoarios, hongos y gusanos.



Una alta densidad de cultivo, deficiencias en el recambio de agua, acumulación de alimento y excretas en los estanques pueden hacer que estos microorganismos encuentren las condiciones adecuadas para multiplicarse y atacar a las truchas, de igual manera una deficiencia nutricional y lesiones pueden debilitar a los peces y hacerlos presa fácil de estos organismos agresores.

Enfermedades ocasionadas por virus

Existen tres tipos de infecciones virales de las cuales puede sufrir la trucha arcoíris, a las cuales se les ha denominado, necrosis pancreática, necrosis infecciosa hematopoyética y septicemia hemorrágica, éstas son enfermedades de muy baja incidencia y que invaden la sangre de los peces.

- Necrosis pancreática infecciosa (NPI)
- Necrosis infecciosa hematopoyética (NHI)
- Septicemia hemorrágica viral (SHV)

Enfermedades ocasionadas por bacterias

- Furunculosis
- Enfermedad columnar
- Enfermedad entérica de la boca roja (EBR)



Enfermedades ocasionadas por hongos

- Saprolegniasis

Enfermedades ocasionadas por protozoarios y otros parásitos

- Ictioftiriasis o punto blanco (ICH)
- Costiasis
- Chilodoneliasis
- Argulosis



2.3. ESTRATEGIA OPERATIVA

Considero que las siguientes características de la Piscicultura Quiroz son esenciales para el desarrollo de su plan de negocios debido a que estrategia es la base para la continuación de mi análisis.

- Piscicultura Quiroz cuenta con ideas nuevas, con amplias expectativas de crecimiento y con predisposición al cambio, que deben ser incentivados de mejor manera por alguien con experiencia.
- Las personas que laboran en Piscicultura Quiroz tienen expectativas de cambio, evolución y crecimiento dentro del negocio para superarse y ganar experiencia que hoy en día es muy importante. .
- La administración ha puesto énfasis en la calidad del producto que proporciona, con el fin de brindar una excelente imagen hacia el cliente.
- Existen políticas en la administración de proveedores, pues se eligen los que mejores beneficios brinden a la empresa.
- Relación de respeto y confianza entre el propietario y los trabajadores.
- Se realizan esfuerzos por alcanzar imagen excelente.
- Esfuerzos por contactar proveedores directos, para que nos brinden y brindar los mejores precios del mercado.
- Cuentan con políticas en el manejo de precios, para satisfacer las necesidades de los consumidores.



- Perseverancia del propietario para alcanzar sus metas, a pesar de los inconvenientes que se han suscitado.
- Transparencia y honestidad en las operaciones administrativas.
- La empresa maneja diferentes políticas de cobro, pues se realizan ventas tanto en efectivo como a crédito.
- Poseen políticas en el manejo y control de inventarios.

2.3.1 Análisis FODA

A continuación se detallaran los Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta la Piscicultura Quiroz:

Fortalezas

- Empresa joven en el mercado.
- Cuentan con excelente infraestructura.
- Estabilidad financiera del gerente propietario.
- Amplio inventario de truchas para satisfacer la demanda existente.
- Geográficamente bien ubicados.
- Capacidad instalada.
- La moral de los empleados es buena.

Oportunidades

- Incrementar la línea de negocio en función del mercado.



- Ofrecer producto de excelente calidad al mercado.
- Competencia poco desarrollada.
- Apoyo del Fondo Concursable El Cucayo de la SENAMI

Debilidades

- Falta de experiencia.
- Carencia de una estructura administrativa.
- Subutilización de la planta.
- Desconocimiento de las necesidades del mercado.
- No cuentan con mecanismos de planeamiento, ejecución, dirección, control y retroalimentación de sus procesos.
- Personal desmotivado y sin competencias.
- Deficiencias en el diseño del inmueble.
- No existen lineamientos en el manejo del personal así como en sus funciones.
- Falta de políticas efectivas.

Amenazas

- Empresas de la competencia mejor posicionadas.
- Entrada de nuevos competidores.
- Aumento de la inflación.
- Cambio en las políticas crediticias de los proveedores.
- Cambios en los gustos y preferencias del mercado.



Matriz FODA para la formulación de estrategias

La matriz amenazas oportunidades debilidades y fortalezas es un instrumento importante que ayuda a desarrollar cuatro tipos de estrategias:

- Estrategias de fortalezas y debilidades, que usan las fortalezas internas para aprovechar las ventajas de las oportunidades externas.
- Estrategias de debilidades y oportunidades, que pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.
- Estrategias de fuerzas y amenazas, que aprovechan las fortalezas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.
- Estrategias de debilidades y amenazas, son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno.

Piscicultura Quiroz debe aplicar estrategias para poder crecer en el mercado, diseñándolas para superar debilidades al mismo tiempo que evitan las amenazas. Se deben enfocar hacia los factores que ayudaran al éxito, resaltando fortaleza



ANÁLISIS FODA

	<p>Fortalezas-F</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad instalada• Ubicación • Infraestructura• Inventario • Calidad del producto	<p>Debilidades-D</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de experiencia• Carencia de una estructura administrativa • Subutilización de la planta • Mal manejo del Personal • Deficiencias en el diseño del inmueble
<p>Oportunidades-O</p> <ul style="list-style-type: none">• Incrementar la línea de negocio. • Expansión a nuevos mercados. • Competencia poco desarrollada. • Apoyo del Fondo Concursable El Cucayo de la SENAMI	<p>Estrategias-FO</p> <ul style="list-style-type: none">• Ofrecer nuevos servicios • Promocionar el sector donde se encuentra Piscicultura Quiroz • Adaptar el sistema de tal forma que nos brinde información detallada de rentabilidad por líneas de negocio. • Dar nuevas flexibilidades de cobro a los clientes	<p>Estrategias-DO</p> <ul style="list-style-type: none">• Crear un Plan de Marketing. • Incrementar la línea de negocio, utilizando de mejor forma la capacidad instalada. • Crear políticas en el manejo de personal, proveedores, etc.



ANÁLISIS FODA

Amenazas-A	Estrategias-FA	Estrategias-DA
<ul style="list-style-type: none">• Empresas de la competencia mejor posicionadas.• Entrada de nuevos competidores.• Aumento de la inflación.• Cambio en las políticas crediticias de los proveedores.	<ul style="list-style-type: none">• Buscar proveedores para productos alternativos.• Ofrecer nuevos servicios.• Promocionar servicios atractivos al público con innovaciones atrayentes para el público.	<ul style="list-style-type: none">• Contar con la ayuda de un experto en Administración.• Optimizar el uso del inmueble mediante el mejoramiento de su presentación e imagen• Capacitación del personal.• Implementar un buzón de sugerencias y comentarios.



Conclusiones del Análisis FODA:

Después de haber analizado los factores positivos y negativos de Piscicultura Quiroz se puede decir que la empresa cuenta con un gran número de factores negativos, mismos que podían convertirse en fortalezas y oportunidades si se los maneja de forma apropiada; Piscicultura Quiroz es una empresa con gran capacidad de crecimiento, cuenta con una buena ubicación donde crece el mercado y no existen potenciales competidores, posee un mercado con poder adquisitivo y en crecimiento, que exige truchas de alta calidad.

La empresa está en proceso de crecimiento dentro de la curva de aprendizaje, lo que provoca varios aspectos negativos, además existe competencia que está mejor posicionada en el mercado y en vías de crecimiento.



Luego de analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Piscicultura Quiroz a través del FODA, puedo decir que es una empresa con una gran visión a futuro.

Tiene capacidad y espacios subutilizados, estos pueden ser aprovechados de óptima manera implementando nuevos servicios que permitan el crecimiento del negocio.

Por lo que la propuesta contiene la implementación a la Piscicultura Quiroz de cuatro nuevos servicios: Caminata, cabalgata, estadía en cabañas y pesca deportiva.

Cada uno de estos servicios han sido propuestos, porque se cree que son convenientes y realizables para la Piscicultura Quiroz.

Piscicultura Quiroz cuenta con una gran potencialidad de crecimiento en el mercado, solo se debe encaminar correctamente tal ventaja, de esta forma se obtendrá beneficios para la piscícola.

A continuación se presenta un esquema de precios y costos que se propone para estos servicios.



2.4. PRECIOS Y COSTOS PROPUESTOS PARA LOS NUEVOS SERVICIOS

2.4.1 SERVICIO DE CABALGATA

Propuesta:

Detalle	Costo	Precio	Beneficio
Montura	1,75	2,10	0,35
Guantes	0,50	0,60	0,10
Casco	1,25	1,50	0,25
Equipo de aseo- Caballo	1,25	1,50	0,25
Costos Adicionales:			
Asesoría de un profesional	4,00	4,80	0,80
Botiquín Primeros Auxilios	1,50	1,80	0,30
Total Alquiler/ 1 hora	10,25	12,30	2,05

2.4.2 SERVICIO DE CAMINATA RECREATIVA

Propuesta:

Detalle	Costo	Precio	Beneficio
Abrigos Impermeables	1.00	1,20	0,20
Costos Adicionales			
Asesoría de un guía	4.00	4,80	0,80
Botiquín de primeros auxilios	1,50	1,80	0,30
Tanque de oxígeno	1,50	1,80	0,30
Total/ 1 hora	8.00	9,60	1,60



2.4.3 SERVICIO DE PESCA DEPORTIVA

Propuesta: Este servicio será prestado en relación directa a la cantidad de libras que pesquen, a continuación se muestra un desglose de los costos que hemos considerado necesarios

Propuesta:

Detalle	Costo	Precio	Beneficio
Caña de pescar	0,15	0,18	0,03
Anzuelos	1,30	1,56	0,26
Carretes	0,15	0,18	0,03
TOTAL	1,60	1,92	0,32

2.4.4 SERVICIO DE CABAÑAS

Propuesta:

Detalle	Costo	Precio	Beneficio
Calefacción	8.00	9,60	1,60
Implementos para la cama	2.00	2,40	0,40
Cama	3.00	3,60	0,60
Baño	2.00	2,40	0,40
Servicios básicos	5.00	6.00	1.00
Costos de mantenimiento	12.00	14,40	2,40
TOTAL	32.00	38,40	6,40



CAPÍTULO 3

MERCADEO Y ESTRATEGIA

- 3.1 Investigación de mercado**
- 3.2 Segmentación de mercado**
- 3.3 Análisis de la competencia**
- 3.4 Publicidad y Relaciones Públicas**
- 3.5 Posicionamiento**
- 3.6 Ventas**



3.1 Investigación de mercado

- Determinar gustos y preferencias del consumidor
- Determinar la satisfacción de los clientes de la Piscicultura Quiroz.
- Conocer el lugar en donde los clientes hacen uso de estos servicios
- Determinar si el mercado objetivo conoce Piscicultura Quiroz.
- Determinar que es lo más importante para el cliente a la hora de ocupar estos servicios.
- Determinar como esta Piscicultura Quiroz frente a la competencia en la mente del cliente.

3.1.1. Población

La población considerada para la investigación es la ciudad de Cuenca que actualmente tiene una población de 495.776. Para la investigación he tomado en cuenta el mercado objetivo que son los habitantes de dicho cantón de la edad de 15 años en adelante que son personas económicamente activas, dándonos un total de 164.366 personas la población para la investigación.

El tipo de población es finita y concluyente por que nos permitirá obtener conclusiones de la investigación a realizar.

3.1.2. Muestra

Como no se puede trabajar con una población tan grande se procede a obtener la muestra que es una parte representativa de la población,



tomando en cuenta que es una muestra no probabilística por que los individuos de la población no tienen la misma posibilidad de integrar la muestra, pues esta se la realiza al azar.

Por ello se procede a utilizar la fórmula que se aplica a poblaciones finitas:

$$n = \frac{[z^2 P (1 - P) N]}{[e^2 (N - 1) + z^2 P (1 - P)]}$$

Donde:

z (Nivel de Confianza):	e (Nivel de error):
<ul style="list-style-type: none"> • 90% 1.64 • 95% 1.96 • 97% 2.23 • 99% 2.57 	<ul style="list-style-type: none"> • 3% • 5% • 7%
p (Proporción de interés: 50%)	

Para realizar el cálculo se considera los siguientes valores:

z: 90% - 1.64

e: 5%

p: 0.5

N: 164366

$$n = \frac{[(1.64)^2 (0.5)(0.5)(164366)]}{[(0.05)^2 (164366) + (1.64)^2 (0.5)(0.5)]}$$

$$n = \frac{110519.6984}{411.5874} = 268.5206$$

Fuente: INEC Censo 2001 – Estimación 2010



La muestra que se toma para realizar la investigación de mercado será de 268 encuestas.

3.1.3. Recolección de datos

La técnica que se utiliza para la recolección de datos en la investigación es la encuesta

3.1.3.1. La Encuesta

Las encuestas se realizarán para el mercado objetivo, para conocer el nivel de aceptación de los nuevos servicios que se quiere implementar en la Piscicultura Quiroz

3.1.3.2. Encuesta Mercado Objetivo

Las encuestas al mercado objetivo fueron realizadas en diferentes puntos de la ciudad, las mismas que fueron ejecutadas de manera eficiente y eficaz, cuyo objetivo es conocer si la implementación de los nuevos servicios tendrá aceptación en los posibles consumidores.

3.1.3.3. Tabulaciones de Encuesta Mercado Objetivo

Los gráficos según los datos tabulados de las encuestas realizadas al Mercado Objetivo son de gran importancia para poder sacar conclusiones de los consumidores sobre los nuevos servicios que se desea implementar en la Piscicultura “Quiroz” (consultar anexo)



Conclusiones de Encuesta al mercado objetivo

Las conclusiones que pudimos sacar con la investigación son:

- Tanto hombres como mujeres podrían ser posibles consumidores, sin importar su estado civil y su profesión.
- La mayor parte de los posibles consumidores presenta un nivel de ingresos entre 200 – 400 dólares
- De las encuestas realizadas a los posibles consumidores el 90.67% de los encuestados si les gustaría hacer uso de estos nuevos servicios en la Piscicultura Quiroz.
- De los beneficio ofrecidos el 91.63% de los encuestados desean obtener precios accesibles, el 79.42% prefieren calidad en los servicio, el 73.66% optan por personal capacitado, mientras el 67.90% encuentra que la buena imagen del lugar es de gran importancia y el 59.26% prefieren que contemos con los implementos necesarios para los nuevos servicios.
- Con respecto a los precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar por los servicios la mayor parte de los encuestados se prefieren pagar precios bajos. Tenemos que en la caminata el 62.14% pagaría un precio entre 3 – 6 dólares, en la cabalgata el 57.61% pagaría un valor de entre 5 -10 dólares, en lo que se refiere a estadía en cabañas el 69,96% pagaría por este



servicio un valor de entre el 20 – 30 dólares, y por último en la pesca deportiva el 79,84% pagaría un precio de 2 – 4 dólares.

3.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.2.1. Mercado

El mercado de Piscicultura Quiroz es el Cantón Cuenca capital de la provincia del Azuay, que durante los últimos años se ha registrado un alto crecimiento de la actividad piscícola convirtiéndose en un factor importante para la economía de la sociedad.

En la ciudad de Cuenca no se ha dado mucha apertura a este tipo de actividades, por ello la población busca otros mercados en cantones vecinos para satisfacer necesidades de consumo.

Tomando en cuenta esta necesidad que se ha convertido en un problema, la solución es la implementación de estos servicios: pesca deportiva, cabalgata, alquiler de cabañas y caminata recreativa en el Sector Miguir-Parroquia Molleturo, para mejorar así el desarrollo y crecimiento comercial del cantón y la provincia.

3.2.2. Composición del mercado

Se determinó el segmento o parte de la población considerada para el estudio; País: Ecuador, Provincia: Azuay, Cantón: Cuenca, Parroquia Molleturo, Sector Miguir.



Debido a que la ciudad de Cuenca es en donde se concentra la mayor parte de la población y además existe la afluencia de personas de otros cantones de la provincia, que acuden a dicha ciudad para realizar actividades comerciales, por esta razón consideraremos para nuestro estudio como segmento el cantón Cuenca.

**AZUAY: POBLACIÓN POR SEXO, TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN
CANTÓN**

Cantón	Habit. 2001	TCA %	Habit. 2010	Hombres	%	Mujeres	%
Cuenca	417632	15,8	495776	232271	46,85	263505	53,15
Urbana	277374	31,01	402068	155598	66,99	173650	65,9
		-					
Rural	140258	49,67	93708	76673	33,01	89855	34,1

De acuerdo al INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el último censo de población y vivienda realizado en el año 2001 nos dan resultados proyectados con índices de crecimiento para cada año, tomando en cuenta esta información estimamos la población para el año 2010.

Del total de habitantes tomados en consideración, el 53.15% son mujeres y el 46.85% son hombres.



Tamaño de Mercado Considerado

Cantón	Habit. 2010	Hombres	Mujeres
Cuenca			
Urbana	402068	155598	173650
Rural	93708	76673	89855
TOTAL	495776	232271	263505

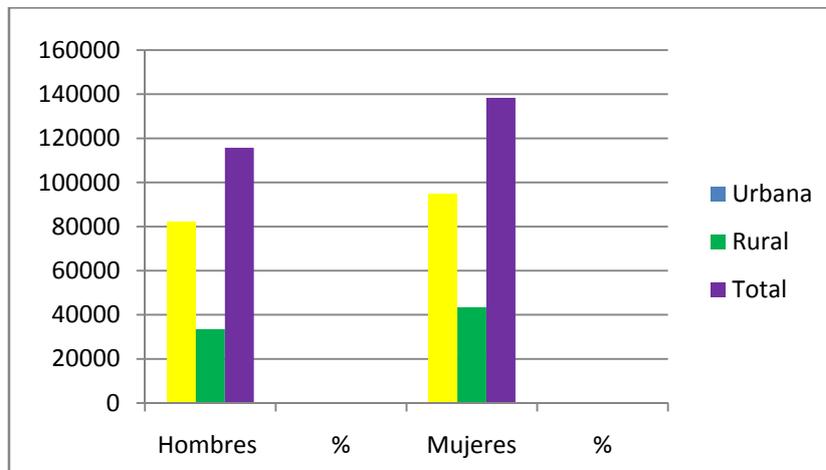
Para determinar el mercado se ha seleccionado la ciudad de Cuenca, llegando a un total de 495776 habitantes. El porcentaje de la zona rural y de la zona urbana ha sido establecido mediante los datos proporcionados por el INEC.

3.2.2.1. Composición Demográfica

Población 15 a 64 años de edad

Cuenca	Hombres	%	Mujeres	%
Urbana	82123	70,99	94949	68,61
Rural	33559	29,01	43432	31,39
Total	115682	100	138381	100

Fuente: INEC, Censo Poblacional y de Vivienda 2001 – estimación 2010



Fuente: INEC, Censo Poblacional y de Vivienda 2001- estimación 2010

Concluyo que el mercado objetivo son las personas de entre 15 años en adelante de la ciudad de Cuenca cuyo número es de 164366 personas.

Están excluidos del mercado objetivo las personas menores de 14 años porque tienen dependencia económica

Población económicamente activa por sectores.

Mercado Objetivo

SECTOR	%	PEA
Urbano	68,64	112813
Rural	31,36	51553
Total	100	164366

De acuerdo a los datos obtenidos en el cuadro anterior se puede ver que los potenciales compradores son los del sector urbano; sin



embargo, se observa también que existe un importante porcentaje del sector rural que tiene poder de compra.

3.3 Análisis de la Competencia

3.3.1. Entorno

A pesar de la situación económica grave que atraviesa el país, esta no representa un factor preponderante para la aplicación y desarrollo de este plan. Por otra parte al considerar a la región Austral como un bastión importante de la economía regional y nacional, por cuanto las remesas de los migrantes solventan y compensan en gran parte las necesidades básicas de la población, se abre una ventana de oportunidades para el éxito de Piscicultura Quiroz.

Para atender la necesidad de la prestación de servicios: cabalgata, alquiler de cabañas, caminata recreativa, y pesca deportiva en la parroquia Molleturo-Sector Miguir, se realizó una investigación que arrojó como resultado que existe un crecimiento sustancial de niveles de personas que solicitan estos servicios debiendo utilizar la publicidad para que Piscicultura Quiroz se de a conocer y los consumidores prefieran acudir a este nuevo establecimiento.

Se llegó a la conclusión que a los clientes les agrada acudir a estos lugares por la atención al cliente, la comodidad y la seguridad que



brindan los mismos. Piscicultura Quiroz tiene la oportunidad de posicionarse en el mercado si cumple con los requerimientos de los consumidores.

Piscicultura Quiroz pretende alcanzar a convertirse el mejor establecimiento de este sector, generando empleos e impulsando el desarrollo económico de la ciudad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y ofreciendo servicios de la manera más eficiente con la mejor atención al cliente, comodidad y seguridad.

Es importante mencionar que Piscicultura Quiroz necesita darse a conocer en el mercado, debido al desconocimiento de la piscícola, resistencia de los consumidores, falta de publicidad, desorganización en las ventas, y por el posicionamiento de la competencia, situación que puede provocar que el negocio no crezca, ni alcance los objetivos deseados.

3.3.2. Competencia

La competencia de Piscicultura Quiroz por contar con años de experiencia ya están posicionados en la mente del consumidor, en cambio, Piscicultura Quiroz cuenta apenas con poco tiempo de funcionamiento y aun le falta experiencia y más asesoría para que pueda surgir en el mercado.

Los grandes competidores potenciales de Piscicultura Quiroz son:

- Hostería Dos Chorreras
- Parque Nacional “El Cajas”



- Otros
 - La Hostería Dos Chorreras es la más destacada porque se ha posicionado en la mente de los consumidores y es la que capta gran proporción del mercado objetivo, por ser el pionero en la prestación de estos servicios en este sector.
 - Parque Nacional Cajas es la competencia que esta totalmente posicionada en el mercado, debido a que ofrecen servicios similares
 - Otros, son piscícolas pequeñas que están ubicados por el sector, que no representan mayor competencia pero no por ello se las puede dejar de considerar.

3.3.3. Precios de la competencia

Para comparar los precios de la competencia se ha tomado en cuenta los servicios que prestan las hosterías.

Debido a que Piscicultura Quiroz analiza la posibilidad de implementar estos servicios, se encuentra en desventaja en comparación a sus competidores, pero a su vez esta desventaja puede llegar a ser una ventaja porque presentaría precios bajos hasta lograr la aceptación de los consumidores.

Aunque hay que tomar en cuenta que muchas veces a los consumidores no les importa mucho el precio sino la atención, podemos realizar una campaña publicitaria destacando los precios para ganar clientes, sin dejar de lado la atención al cliente.



Los precios que se presentan a continuación están basados en los cuatro servicios que desea implementar la Piscícola Quiroz.

Servicios	Competencia	
	Hostería Dos Chorreras	Parque Nacional El Cajas
Cabalgata	12,00	
Cabaña	35,00	30,00
Caminata	15,00	10,00
Pesca	2,00	2,00



3.4 PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3.4.1 Publicidad

Piscicultura Quiroz cuenta con algunos medios publicitarios:

Cuñas radiales: Muchas personas escuchan las radios ya sea en sus casas, en sus oficinas o en medios de transporte, Piscicultura Quiroz tiene un contrato con una radiodifusora.

- Antena Uno (90.5) ofrece por \$110 mensuales, en la que se transmite una cuña 10 veces al día, anunciando el producto y servicio que prestan actualmente.

Publicidad exterior o vía pública: Este tipo de publicidad debe ser muy directa e impactante.

- Piscicultura Quiroz tiene letrero colocado en las afueras de su local de los productos que actualmente ofrece, por lo que se propone colocar un letrero con una mejor presentación e imagen para lograr de esta forma mayor atracción de los posibles consumidores.

Publicidad en Punto de venta: Se realiza por medio de tarjetas, póster, etc.



- Piscicultura Quiroz cuenta con la entrega de tarjetas de presentación con los productos que actualmente ofrece: comercialización de truchas, y restaurante

3.4.2 Relaciones Públicas

Las relaciones públicas son importantes en todas las empresas, estas permiten a Piscicultura Quiroz el contacto con las personas, los clientes o proveedores, para su mejor concordancia en las actividades que por el giro del negocio se realizan.

El propietario de la Piscicultura Quiroz, el Señor Pablo Quiroz participante del programa Fondo Concursable “El Cucayo” de la SENAMI ha asistido a varias reuniones en distintas ciudades del país con respecto a este programa, en el que hubo mucha afluencia de personas de todo el país para difundir cada uno de sus emprendimientos que apoya la SENAMI.

La propaganda es esencial para el posicionamiento, por ello es de vital importancia para sobrellevar el nuevo giro del negocio contar con una publicidad de excelente calidad y beneficio para la Piscicultura Quiroz.



3.5 POSICIONAMIENTO

Piscicultura Quiroz debe darse a conocer más, de modo que ocupen un lugar distintivo en la mente del mercado comparándolo con la competencia, diferenciando los servicios para que sean mejores, de esta forma los consumidores preferirán acudir a este lugar.

Piscicultura Quiroz puede centrarse en el posicionamiento por calidad o precio, pues prestarán sus servicios a precios bajos generándose así una ventaja competitiva que debe ser explotada al máximo para sacar utilidad, pues si existen más clientes obtendremos más ventas y por ende más utilidades.

Piscicultura Quiroz debe posicionar su nombre en el mercado objetivo, y lograr que todos los servicios que se desea implementar, se presten de alguna manera lleven el sello: "prestado por Piscicultura Quiroz", para que los clientes adquieran el hábito de la regresar a su establecimiento y cada vez que deseen utilizar estos servicios de caminata, cabalgata, estadía en cabañas, y pesca deportiva asistan a Piscicultura Quiroz.

La piscícola no es lo que sus propietarios creen que es, sino es lo que el cliente cree que es, por ello se debe poner el máximo de los esfuerzos para retener a los clientes. La fama y el prestigio de cualquier empresa son otorgados por los clientes, pues ellos son los que transmiten los beneficios o decadencias de Piscicultura Quiroz.



Según la investigación de mercado Piscicultura Quiroz puede llegar a tener gran acogida de los posibles consumidores con la implementación de los nuevos servicios, se debe encaminar todos los esfuerzos posibles para lograr los objetivos en este nuevo giro del negocio.

3.5.1 Estrategias de Posicionamiento

Dentro de las estrategias hemos trabajado en las siguientes:

- * **Cuñas radiales:** Piscícola Quiroz debería hacer conocer a su negocio, más aun si se desea implementar estos nuevos servicios, proponemos que se debería promocionar por medio de emisoras que estén bien posicionadas y sean escuchadas como:
 - o Radio 96.1, que es una emisora muy escuchada en los medios de transporte, en la que los usuarios escuchan mientras son transportados de un lugar a otro.
 - o Radio La Mega, es una radio muy escuchada en las oficinas por la música amena que por esta se transmite, es muy común escucharla en los negocios de la ciudad.

Descripción			
Producto:	Cuñas radiales		
Cantidad:	5	10	10
Duración:	60''	60''	60''
Precio:	\$150	\$250	\$230*
Proveedor:	96.1		La mega
Teléfono:	40127961		2885612



- * **TV:** Consiste en presentar un spot por uno de los canales de la ciudad.

Descripción		
Producto:	Spot	
Cantidad:	4	6
Duración:	60''	60''
Precio:	\$200	\$250
Proveedor:	UNSION	
Teléfono:	072831380	

- * **Periódico:** Piscicultura Quiroz debe constantemente sacar anuncios publicitarios en el periódico de la ciudad, logrando captar la atención de los consumidores que leen dicho medio de comunicación.

Descripción	
Producto:	Anuncio
Tipo de material:	Papel periódico
Tipo de impresión:	colores
Dimensiones:	6 x 5 cm.
Precio:	\$30
Proveedor:	El Tiempo
Teléfono:	2882551



- * **Hojas volantes:** Piscicultura Quiroz debe implementar este tipo de publicidad, en cuyas hojas se detalle la ubicación , teléfono, y los nuevos servicios que se quiere implementar, el repartir hojas volantes en lugares de mayor aglomeración de posibles clientes, o en lugares aledaños a la competencia, incentivando al consumidor que visite Piscicultura Quiroz.

Descripción		
Producto:	Hojas Volantes	
Tipo de material:	Papel couche	
Tipo de impresión:	Full color	
Dimensiones:	Formato A5	
Cantidad:	1000	2000
Precio:	75*	105*
Proveedor:	Gráficas Mervas	
Teléfono:	2845473	
*No Incluye IVA		

- * **Stickers:** Estos son adhesivos y se regalan a los clientes que lleguen al establecimiento para que los coloquen en los parabrisas de los vehículos.



Descripción	
Producto:	Stickers
Tipo de material:	Papel adhesivo
Tipo de impresión:	Full color
Dimensiones:	33 x 10 cm.
Precio:	\$0.85 c/u*
Proveedor:	Gráficas Mervas
Teléfono:	2845473
* No incluye IVA	

- * **Buzón de sugerencias:** Se debe implementar en Piscicultura Quiroz un Buzón de Sugerencias, en donde los clientes pueden dar sus comentarios o reclamos para de esta manera lograr ganar la fidelidad de lo clientes.

Descripción	
Producto:	Buzón de sugerencias
Tipo de material:	Madera
Cantidad:	1
Dimensiones:	30 x 25 x 15 cm.
Precio:	\$45
Proveedor:	Sr. José Espinoza
Teléfono:	2844954



Si se tomaran en cuenta las estrategias antes planteadas se lograrían el posicionamiento en la mente del consumidor de Piscicultura Quiroz, además de que se contaría con métodos de control como: las encuestas, las facturas, los contratos, y los registros contables de la empresa.



3.6 Ventas

3.6.1 Perfil del Consumidor

Los consumidores de estos servicios son todos los hombres y mujeres, de todas las clases sociales, entre los 15 años en adelante ya que consideramos que son personas por lo general económicamente activas.

3.6.2 Deseos y Necesidades del Consumidor

De acuerdo con la investigación de mercado realizada, los posibles consumidores, prefieren en esta clase de servicios, lo siguiente:

- Calidad de Servicio
- Precio Accesible
- Personal capacitado
- Buena imagen del lugar
- Implementos necesarios para la utilización de los servicios
- Eficiencia en la atención al cliente

3.6.3 Preferencia de Uso

El estudio de mercado dio como resultado que las personas si les gustaría asistir a un establecimiento que los ofrezca este tipo de servicios: caminata, cabalgata, estadía en cabañas y pesca deportiva.

No hay que dejar de lado el porcentaje mínimo de personas que por distintos motivos no les gustaría un establecimiento de este tipo.



3.6.4 Objetivos de Ventas

- **Objetivo general**

La primera meta de esta empresa es alcanzar un nivel de ventas que permita cubrir los costos, es decir alcanzar las ventas necesarias para llegar al punto de equilibrio

- **Objetivos Específicos**

- Contar con altos niveles de venta de estos servicios en su establecimiento.
- Elevar los niveles de venta mediante políticas de precios diferentes.
- Motivar a la recompra de manera que se vea reflejados en las ventas.
- Fidelizar a los clientes para tener unas ventas constantes.
- Motivar al cliente a adquirir mayor cantidad de nuestros productos para aumentar nuestras ventas totales.

3.6.5 Método de venta

La prestación de los servicios: caminata, cabalgata, estadía en cabañas y pesca deportiva, está enfocada a la venta al detal; es decir, destinada al consumidor final.

3.6.6 Promoción

Los objetivos de realizar promociones en Piscicultura Quiroz son:



- Que los clientes vayan a Piscicultura Quiroz a hacer uso de estos servicios de distracción.
- Aumentar la cantidad y frecuencia del consumo de los servicios.
- Mejorar la imagen de Piscicultura Quiroz ante el cliente.
- Lograr fidelidad de los clientes para que regresen a la piscicultura Quiroz.

Las promociones son menos costosas que la utilización de la publicidad y más rápidos pues dan resultados casi inmediatos



CAPÍTULO 4

SERVICIOS

4.1 Especificaciones de los Servicios

4.2 Atención al cliente

4.3 Infraestructura



4.1 Especificaciones de los Servicios

En el presente capítulo se detalla con mayor claridad cada uno de los nuevos servicios que la Piscicultura Quiroz ofrecerá a sus clientes, explicando con profundidad la prestación de los mismos así como también exponiendo como se llevará a cabo la atención al cliente.

4.1.1. Características de los servicios

4.1.1.1 Caminata

Antecedentes

“Caminar es el más antiguo medio de locomoción, el más barato, y la forma más sencilla de realizar ejercicio aeróbico. Como deporte olímpico fue introducido en 1908. Es además la actividad más natural que puede ser disfrutada tanto por jóvenes como ancianos, veloces o lentos, principiantes o expertos. Su origen se remonta al siglo XVII en Gran Bretaña, con el nombre de 'pedestrianismo' y se practicaba en forma de pruebas largas de 24 horas a 6 días. A partir de Gran Bretaña se fue extendiendo al resto de Europa y posteriormente a América y a los demás continentes.”²

La caminata consiste en transitar por geografías recónditas, en zonas aisladas en las que sólo es posible llegar andando.

wiki.sumaqperu.com/es/Caminatas2



Por lo tanto la parte más atrayente de la caminata no es practicar un deporte, sino disfrutar de los parajes y paisajes que se atraviesan, descubriendo a menudo faunas, floras y culturas, que se han mantenido vírgenes y salvajes a través del tiempo.

Lo más importante de la caminata es el fuerte contacto con la naturaleza.

La dureza de la jornada depende de la dificultad del terreno y cada jornada. El que realice esta actividad debe tener buen espíritu deportivo y ser amante de la naturaleza.

Existen combinaciones perfectas, aprovechar el tiempo libre y mantenerse bien físicamente es una de ellas, mas aun si la manera de hacerlo es haciendo ejercicio al aire libre y en lugares con paisajes agradables que nos reconforten el espíritu.

“Para tener en cuenta

1. Se informará sobre el vestuario y equipo
2. Se registrará los horarios y tiempo en que va a durar el recorrido
3. Se registrará las personas y número máximo de personas que integran el grupo
4. Se registrará las rutas
5. Se registrará las condiciones metereológicas



6. Se registrará las actividades
7. Se registrará los sucesos
8. Se registrará las contingencias
9. Se registrará las características topográficos del terreno tales como altitud, distancias y grado de dificultad
10. Los clientes deberán informar su estado físico y de salud frente a la realización de la actividad de la caminata
11. Idioma en que se va a prestar el servicio de guianza”³

Las Recomendaciones

1. Se aconseja comprar líquidos antes de empezar la caminata.
2. Al finalizar las caminatas se podrá almorzar en el restaurante de la Piscicultura Quiroz
3. Hay que tener en cuenta que estos recorridos se pueden realizar durante todo el año y adicionalmente se pueden hacer en Caballo.
4. Durante todos los recorridos el Guía proporciona información

De comportamiento

- Seguir las instrucciones del guía.
- Caminar en grupo y con precaución.
- Guardar respeto por el medio ambiente
- Tener disposición para observar, disfrutar y aprender de las características del recorrido.



- Llevar una bolsa plástica para arrojar las basuras durante el recorrido.
- No sustraer material vegetal de las zonas verdes.
- No perturbar las especies de fauna que se puedan observar, especialmente las aves.
- La cacería o captura de animales está terminantemente prohibida.
- No es recomendable ingerir frutos desconocidos.
- No llevar mascotas.
- No consumir bebidas alcohólicas ni sustancias alucinógenas

4.1.1.2 Servicio de Cabalgata

Antecedentes

No es necesario ser un jinete experto para poder disfrutar de una cabalgata ecológica. El servicio se presta para niños, jóvenes y adultos desde principiantes, hasta profesionales.

Este servicio lleva por hermosos paisajes, bosques, ofreciendo así una vista espectacular del lugar.

Se deberá usar jeans o ropa cómoda y abrigarte muy bien con chaqueta o impermeable, guantes, bufanda y sombrero o gorro.

No hará falta traer material, en las instalaciones se dispondrá de todo lo imprescindible. Todo pensado para la comodidad del cliente. Solo tendrá que



preocuparse de disfrutar de la emocionante ruta por el bello entorno natural de esta región.

Las aventuras a caballo son una experiencia única e inolvidable, la cual permitirá conocer diferentes espacios naturales de una forma muy especial, ya que el hecho de realizarlos a caballo da una perspectiva completamente diferente de la zona, y además, permitirá al cliente prestar mucha más atención a lo que estamos contemplando ya que el caballo se encargará de guiar la ruta y no tendremos que preocuparnos, entonces, por el cansancio o cualquier tipo de fatiga que podamos experimentar. Las excursiones a caballo, podemos decir, que se tratan de un tipo de actividad que tiene muchos beneficios a un bajo costo.

No hace falta tener ningún tipo de entrenamiento previo y solamente tener ganas de hacer esta experiencia. Brindaremos a cada usuario del servicio un caballo acorde a sus necesidades.

El equipo de montar

Para montar consideramos necesario lo siguiente:

Pantalones: deben ser confortables, ajustados y a ser posible elásticos, que permitan tener flexibilidad y no formen pliegues ni roces con las costuras; de otro modo originarían llagas. Un pantalón de pana, o mallas pueden servirnos para comenzar.

Calzado: debe ser sin tacón (para podernos desprender fácilmente de los estribos) y puede ser de caña alta o corta. Si es de caña corta es aconsejable



proteger nuestras piernas con botas o medias, para evitar el roce con las acciones de estribo. Las botas de montaña, o deportivas, pueden ser la alternativa a las botas de montar, ya que a veces deberemos caminar por la montaña.

Otras prendas: Es conveniente llevar camiseta de manga corta, camisa de manga larga, jersey y cazadora (impermeable).

Casco: es muy aconsejable, aunque la gran mayoría de personas que practican regularmente esta modalidad, utilizan en su defecto, una gorra o sombrero.

Una nueva forma de hacer turismo emerge con esta modalidad. El turismo ecuestre, nos permite descubrir a caballo la naturaleza.

4.1.1.3 Servicio de Alquiler de cabañas

El objetivo principal es ofrecer un servicio personalizado y satisfactorio para todos los clientes, teniendo en cuenta siempre la calidad de la atención que se brindará.

El servicio consta de 2 cabañas muy acogedoras, de acabados rústicos, siendo diseñadas para diferentes ámbitos como de negocios, prácticas estudiantiles y sobre todo para la familia ya que los servicios con los que cuentan van de la mano con la convivencia.

Están ubicadas en un lugar alejado de la ciudad, contará con atractivos naturales de la región, artesanías de la localidad, así como una vista de ensueño desde las cabañas, se brindará una tranquilidad que sólo ahí se

respira al interactuar con la naturaleza misma. Los servicios y actividades son de ecoturismo respetando y conservando el medio ambiente.

Para alquilar las cabañas se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Revise la capacidad de alojamiento de cada cabaña, sus especificaciones, precios para escoger la opción que más se acomoda a lo que desea.
2. Consulte con la persona encargada que le brindará la información de alojamiento en las cabañas.
3. Reserve la cabaña escogida para la fecha deseada.

Condiciones de prestación del servicio

1. Precios sujetos a cambio sin previo aviso. Serán consideradas tarifas oficiales aquellas informadas por la persona encargada
2. Reservas y Forma de Pago. Con el fin de garantizar la reserva el cliente deberá llamar para realizar una reserva, o de otra manera si acude a la Piscicultura ese momento se le indicará las cabañas que estén disponibles. El valor total del alquiler de la cabaña deberá ser cancelado después de la prestación del servicio.
3. Las pre-reservas se garantizan sin depósito por un máximo de 48 horas a partir de su realización, siempre y cuando sean hechas mínimo 10 días antes de la fecha de prestación del servicio.
4. Para prestar el servicio de alquiler de cabañas, Piscicultura Quiroz exigirá el nombre y número de identificación de todas las personas que



se alojarán en éstas, y dirección y teléfono de la persona encargada del grupo.

5. En caso de que por alguna razón algún elemento de la cabaña sea dañado ó extraviado por el cliente, éste deberá pagar el valor comercial del mismo (a precio de objeto nuevo), más la mano de obra en que se incurra para realizar su reparación y/o instalación.
6. Los servicios no utilizados no serán reembolsados.
7. Piscicultura Quiroz se reserva el derecho a modificar el servicio contratado por el cliente ó devolver el dinero pagado por el mismo, en las ocasiones de fuerza mayor ó caso fortuito en las que no sea posible prestar el servicio pactado, solución que se buscará de común acuerdo con el cliente.
8. MASCOTAS. No se permiten mascotas en las cabañas. En caso de que el cliente se presente con una mascota, no se le prestará el servicio y se cobrará la primera noche por concepto de No Show, sin excepción.
9. Con el fin de prestar un servicio cómodo a nuestros clientes, a la vez que conservar las cabañas, cada cabaña tiene una capacidad máxima establecida
10. Un número mayor de personas que pernocte en las cabañas generará un valor adicional por noche por persona.



4.1.1.4 Servicio de Pesca Deportiva

Antecedentes

La pesca deportiva es una actividad inserta dentro de los viajes de intereses especiales, los cuales responden a una motivación personal que en general tiene relación con una afición.

Dentro de las bondades de esta actividad está el contacto directo con la naturaleza, beneficio que puede ser incluso compartido por el grupo familiar, puede ser desarrollada por personas de diferentes estratos socioeconómicos, dado que su práctica no necesariamente requiere incurrir en gastos elevados, vinculados al equipo o transporte.

La diversidad geográfica de nuestro país, con un sistema hidrográfico extenso, permiten la práctica de cualquier modalidad de pesca.

La pesca deportiva y en especial la pesca con mosca ha surgido como una actividad económica para el turismo, especialmente para el turismo receptivo.

La calidad del recurso y la belleza escénica del sector Miguir hacen de este un destino atractivo.

La pesca deportiva es una actividad realizada por personas naturales nacionales o extranjeras, que consiste en la captura de especies hidrobiológicas, tanto en aguas continentales como en aguas marinas, su fin es recreativo, deportivo o turístico y es desarrollada con un aparejo de pesca personal, el cual varía de acuerdo a la modalidad de pesca.



La pesca es, sin duda un deporte apasionante. Piscicultura Quiroz tiene la expectativa de destinar este servicio a turistas y pescadores deportivos.

Modalidad para la práctica de este servicio

Pesca con Mosca

Esta técnica utiliza un señuelo artificial denominado mosca el cual es diseñado utilizando plumas de tal forma de representar un pez o insecto.

Básicamente se pueden distinguir dos tipos de pesca con mosca.

- Mosca Seca se realiza en la superficie del agua, la mosca en este caso se asemeja a un insecto flotando en el agua.
- Mosca Mojada se realiza bajo la superficie del agua en este caso la mosca se asemeja a insectos que han caído al agua, pequeños peces, larvas, entre otros.

La pesca con mosca no requiere una técnica o conocimiento específico acerca del comportamiento de los peces, alimentación, hábitat, ciclos migratorios, etapas de reproducción, dado que la mosca se diseñara sobre la base de estos conocimientos



4.2 Atención al cliente

“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”¹. Considerando este concepto Piscicultura Quiroz se enfocará en prestar una excelente atención a nuestros clientes desde el momento de ingreso del mismo al local hasta su salida.

Teniendo presente que para la Piscicultura Quiroz los clientes son la prioridad del negocio.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

Para la Piscicultura Quiroz el cliente es:

- Es la persona más importante del negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.

<http://www.abcpymes.com/menu31.htm> ¹



- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Concluyendo así que el cliente es el jefe y motor de la empresa.



4.2.1 Recepción del cliente

Al momento de la llegada de nuestro cliente estará a su disposición un(a) recepcionista, quién será el encargado(a) de dar la bienvenida, de brindar con amabilidad y cordialidad la información oportuna y adecuada de cada uno de los servicios que la Piscicultura Quiroz ofrecerá, logrando de esta manera que las expectativas del consumidor sean buenas desde su ingreso.

Recordando siempre que el servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza.

El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

Características significativas de los servicios en Piscicultura Quiroz:

Intangible: no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.

Inseparable: se fabrica y se consume al mismo tiempo.

Variable: depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.

Perecedero: No se puede almacenar.

Muchas de las veces los clientes se pierden por la mala atención que reciben, la propuesta para piscicultura Quiroz es de considerar a los clientes como el todo de la empresa.



Los clientes se pierden por:

- ✓ 1 % Porque se mueren
- ✓ 3 % Porque se mudan a otra parte
- ✓ 5 % Porque se hacen amigos de otros
- ✓ 9 % Por los precios bajos de la competencia
- ✓ 14 % Por la mala calidad de los productos/servicios
- ✓ 68 % Por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y servicio, vendedores, supervisores, gerentes, telefonistas, secretarias y otros en contacto con clientes.

En conclusión la excelente calidad en la atención a los clientes permitirá a Piscicultura Quiroz un crecimiento sustancial en los mercados de este tipo.

Es necesario instrumentar un sistema de capacitación y motivación que involucre a todo el personal que interviene en este proceso. Debe haber una clara definición de tareas y responsabilidades, para hacer previsibles los resultados y reducir constantemente la cantidad de clientes insatisfechos. Porque la disminución de la "no calidad en la atención al cliente", tiene como contrapartida un aumento de las ventas y la fidelidad de los clientes satisfechos.



4.3 Infraestructura

Aquí se determina cuál será la infraestructura de cada uno de los servicios. Con qué se cuenta y qué se necesita construir, instalar y poner en marcha para arrancar con la operación del negocio.

En este punto se hace referencia a elementos como servicios públicos, líneas telefónicas energía eléctrica, infraestructura, carreteras, etc. Que están a la disposición para facilitar nuestra actividad productiva y que dependerán de la localización que hayamos elegido para el proyecto.

Además de tomar en cuenta estos elementos, se debe determinar con qué infraestructura cuenta Piscicultura Quiroz para prestar los servicios, que necesitamos construir o instalar para tal fin y cuánto nos costará.

El terreno con el que cuenta el Sr. Pablo Quiroz para la prestación de estos servicios se encuentra ubicado en la vía Cuenca- Puerto Inca, Kilómetro 44,5 sector Miguir Parroquia Molleturo.

Con respecto a la infraestructura, cuenta ya con un servicio de restaurante y recepción de clientes, bodega para almacenar el alimento de las truchas, establo, 6 Piscinas para la crianza y con un espacio para guardar los implementos necesarios para los servicios que se prestarán.

A continuación detallaremos la infraestructura e implementos necesarios de cada servicio.



4.3.1 Caminata

En este servicio se realizara alrededor de los atractivos naturales de la piscicultura, ya que el ambiente exótico da la sensación de un paraíso para los clientes que sean amantes de un cambio de rutina.

En lo que se refiere al guía para este servicio lo realizará el propietario de la Piscicultura Quiroz, ya que él Sr. Pablo Quiroz tiene la capacidad y el conocimiento suficiente sobre el área, el terreno y su potencial turístico.

Implementos

Para este servicio contaremos con:

- 10 Abrigos Impermeables
- 5 pares de botas en caso de que el cliente lo requiera.

4.3.2 Cabalgata

Para la prestación de este servicio se cuenta ya con el establo para los caballos, el sendero será el mismo que se utilizará para la caminata.

Los caballos serán adquiridos en el camal (feria de ganado) de la ciudad de Cuenca, estos serán comprados teniendo en cuenta su precio y su adaptabilidad al clima en donde se encuentra ubicada la Piscicultura Quiroz.

Para el cuidado de los caballos será realizado por los trabajadores que actualmente laboran en la Piscicultura Quiroz y la guía en la prestación del servicio la realizará el Sr. Pablo Quiroz ya que es un experto jinete.



Implementos

Para este servicio será necesario:

- 5 caballos
- 5 monturas
- 5 riendas
- 5 cascos

4.3.3 Estadía en Cabañas

Como se mencionó anteriormente serán dos cabañas, las mismas que serán de 6x8 m, cada cabaña contará también con una guardilla, baño, cocina en caso de que el cliente prefiera hacer su propia comida, caso contrario se ofrece el servicio de restaurante.

La cabaña se construirá con pino que es un material adecuado para el clima de la región, esta madera se adquirirá en el sector Guamote, parroquia el Tambo, provincia Cañar. La mano de obra consta de los trabajadores actuales del negocio, así como el propietario.

Implementos:

Para este servicio se necesita:

- Madera
- Instalaciones Eléctricas
- Instalaciones de Agua
- Accesorios
- Electrodomésticos



4.3.4 Pesca deportiva

Para este servicio ya se cuenta con la piscina en la que se realizará la actividad de pesca deportiva.

También se cuenta con una bodega donde se guardarán los implementos para este servicio.

El cuidado de la piscina estará a cargo de los trabajadores de la Piscícola, ya que ellos conocen con exactitud las técnicas para realizar esta labor.

Implementos

Para este servicio necesitamos:

- 10 cañas de pescar de 2,10m
- 10 carretes
- 10 cestas
- 10 cucharillas
- 5 libras de moscas (vinilos)
- 10 bobinas de hilo trenzado



CAPITULO 5

ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS

5.1 Determinación de la inversión necesaria

5.2 Fuentes de financiación disponibles

5.3 Análisis de Punto de Equilibrio

5.4 Proyecciones de Gastos

5.5 Proyecciones de Ingresos

5.6 Flujo de Efectivo

5.7 Criterios de decisión del proyecto a través de VAN - TIR

5.8 Estado Financieros Proyectados



5.1 Determinación de la inversión necesaria

5.1.1 Recursos financieros

Los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta Piscicultura Quiroz son indispensables para el buen funcionamiento del negocio, por ello cuentan con:

- Aportaciones de un solo inversionista cuya participación es de \$9.000
- Crédito de \$5.000, a una tasa 17.75%, que será solicitado en Coopera.

De esta inversión detallamos a continuación cada uno de los rubros:

Cuadro de Inversiones de Piscicultura Quiroz

Detalle	Costo Unit.	Costo Total
Implementos Caminata		115,00
Implementos Cabalgata		3812,65
Cabañas		
Madera		2500,00
Instalaciones Eléctricas		118,30
Instalaciones de Agua		822,45
Accesorios		4832,12
Subtotal		8272,87
Implementos Pesca		589,00
Mano de Obra/ 1 mes (cabañas terminadas)		1210,48
TOTAL DE INVERSION		14000,00



5.2 Fuentes de financiación disponibles

Se cuenta con la posibilidad que el Propietario de Piscicultura Quiroz acceda a un crédito en COOPERA puesto que el es socio de esta cooperativa, además COOPERA es uno de los clientes más potenciales con los que cuenta el negocio.

A continuación se muestra la tabla de amortización del préstamo, previamente consultada con un asesor de crédito de esta entidad, el plazo es de 24 meses (2 años):

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Período	Saldo	Interés	Pago	Amortización Capital	Total
1	5000,00	73,96	249,02	175,06	4824,94
2	4824,94	71,37	249,02	177,65	4647,29
3	4647,29	68,74	249,02	180,28	4467,02
4	4467,02	66,07	249,02	182,94	4284,08
5	4284,08	63,37	249,02	185,65	4098,43
6	4098,43	60,62	249,02	188,39	3910,03
7	3910,03	57,84	249,02	191,18	3718,85
8	3718,85	55,01	249,02	194,01	3524,84
9	3524,84	52,14	249,02	196,88	3327,96
10	3327,96	49,23	249,02	199,79	3128,17
11	3128,17	46,27	249,02	202,75	2925,43
12	2925,43	43,27	249,02	205,75	2719,68
13	2719,68	40,23	249,02	208,79	2510,89
14	2510,89	37,14	249,02	211,88	2299,02
15	2299,02	34,01	249,02	215,01	2084,01
16	2084,01	30,83	249,02	218,19	1865,82
17	1865,82	27,60	249,02	221,42	1644,40
18	1644,40	24,32	249,02	224,69	1419,70
19	1419,70	21,00	249,02	228,02	1191,69
20	1191,69	17,63	249,02	231,39	960,30
21	960,30	14,20	249,02	234,81	725,48
22	725,48	10,73	249,02	238,29	487,20
23	487,20	7,21	249,02	241,81	245,39
24	245,39	3,63	249,02	245,39	0,00



5.3 Análisis del Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es importante en cualquier empresa con el cual podemos conocer el nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales a los gastos.

Con este análisis podemos sacar el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para empezar a obtener utilidades, es decir que es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos de la empresa y en consecuencia no obtener utilidad ni pérdida.

Para poder comprender mucho mejor el concepto de Punto de Equilibrio, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Los costos pueden ser fijos o variables.

La fórmula que se aplicará para obtener el punto de equilibrio en Piscicultura Quiroz es:

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$



Hallar y analizar el punto de equilibrio sirve para:

- Permitir una primera simulación que admita saber a partir de qué cantidad de ventas se empezarán a obtener utilidades.
- Conocer la viabilidad de un proyecto, al saber si nuestra demanda supera nuestro punto de equilibrio.
- Ver a partir de qué nivel de ventas, puede ser recomendable cambiar un Costo Variable por un Costo Fijo o viceversa, por ejemplo, cambiar comisiones de ventas, por un sueldo fijo en un vendedor.
- Saber que número de ventas se debe realizar, para lograr cierta utilidad.

Se ha considerado para el cálculo lo siguiente:

Consideramos para el servicio de caminata 1200 personas asistirán en un año.

Para la cabalgata 1200 personas utilizarán este servicio en un año.

En lo concerniente al alquiler de las cabañas, para el cálculo del punto de equilibrio consideramos que serán alquiladas 240 veces al año.

En la pesca deportiva, para el cálculo utilizamos datos de venta de 48000 libras en un año.

Para entender de mejor manera el punto de equilibrio se considera necesario hacer una distinción entre los costos variables y costos fijos que Piscicultura Quiroz tendrá con la implementación de estos nuevos servicios.



**Estructura de Costos de Piscicultura Quiroz
Pesca Deportiva**

Concepto		Costos Fijos	Costos Variables
<u>Materias Primas</u>			
Alevines			46080,00
Mano de Obra		1680,00	6720,00
Servicios Básicos		600,00	
Depreciación		1605,60	
Alimentación			9000,00
Total		3885,60	61800,00

**Estructura de Costos de Piscicultura Quiroz
Caminata**

Concepto		Costos Fijos	Costos Variables
Mano de Obra		720,00	2880,00
Depreciación		11,40	
Total		731,40	2880,00

**Estructura de Costos de Piscicultura Quiroz
Cabañas**

Concepto		Costos Fijos	Costos Variables
Mantenimiento(MO)		648,00	2592,00
Servicios Básicos		600,00	240,00
Depreciación		483,12	
Total		1731,12	2832,00

**Estructura de Costos de Piscicultura Quiroz
Cabalgata**

Concepto		Costos Fijos	Costos Variables
Mano de Obra		210,00	3990,00
Servicios Básicos		600,00	
Depreciación		106,20	
Alimentación		3060,00	
Total		3976,20	3990,00



Considerando que el precio de venta para alquiler de cabañas es de \$30.00, para la cabalgata es de \$ 10.00 por persona, para la caminata es de \$6.00 por persona y para la pesca deportiva es de \$2.00 por libra.

Aplicando la fórmula da como resultado para cada servicio:

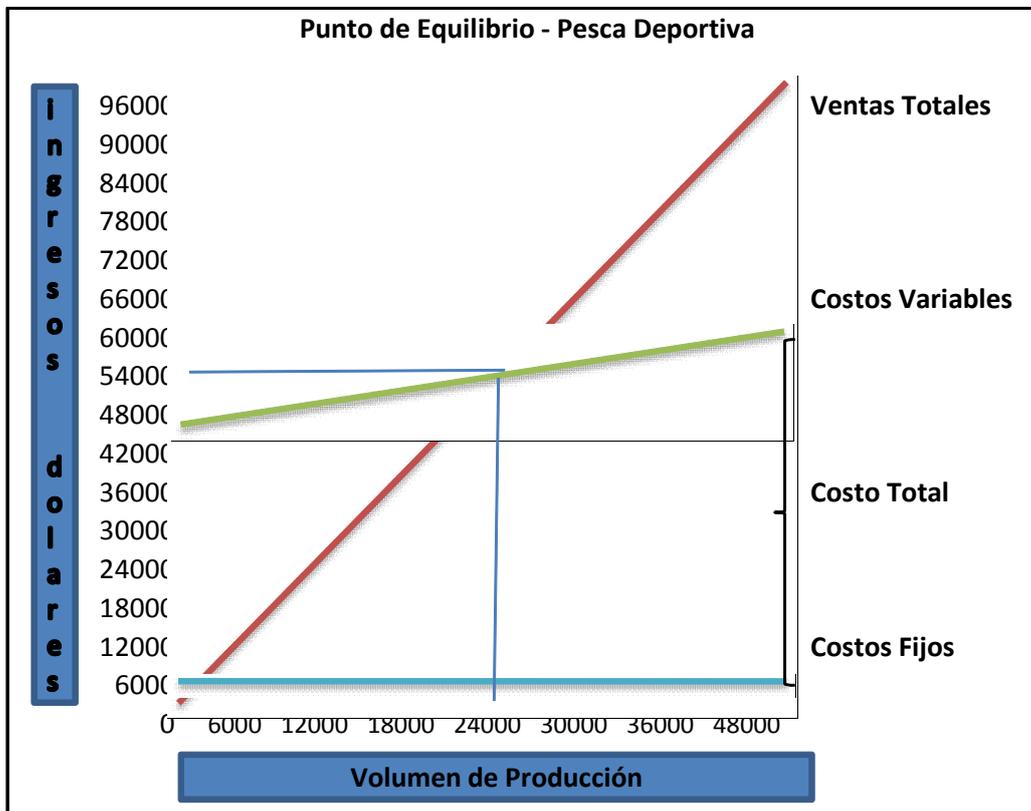
✓ **Pesca Deportiva:**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{3885,60}{1 - \frac{61.800,00}{96.000,00}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{3885,60}{0,35625}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 10.906,95 \text{ dólares}$$

Se demuestra con el Método Gráfico:





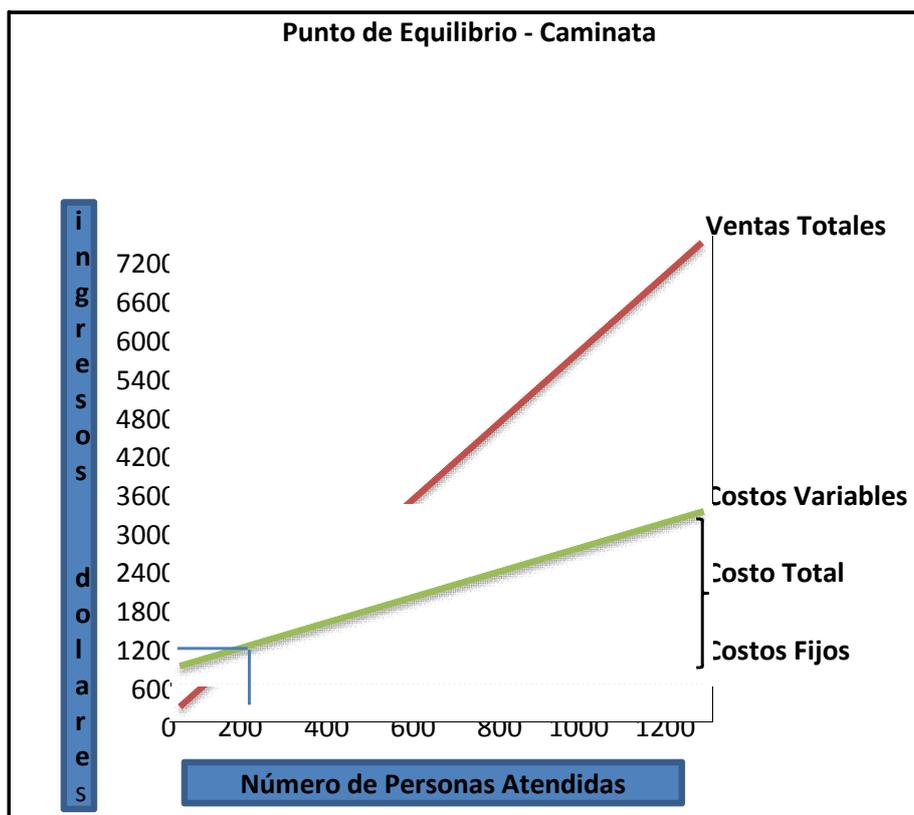
✓ **Caminata:**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{731,80}{1 - \frac{2,880,00}{7,200,00}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{731,80}{0,60}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 1.219,67 \text{ dólares}$$

Se demuestra con el Método Gráfico:





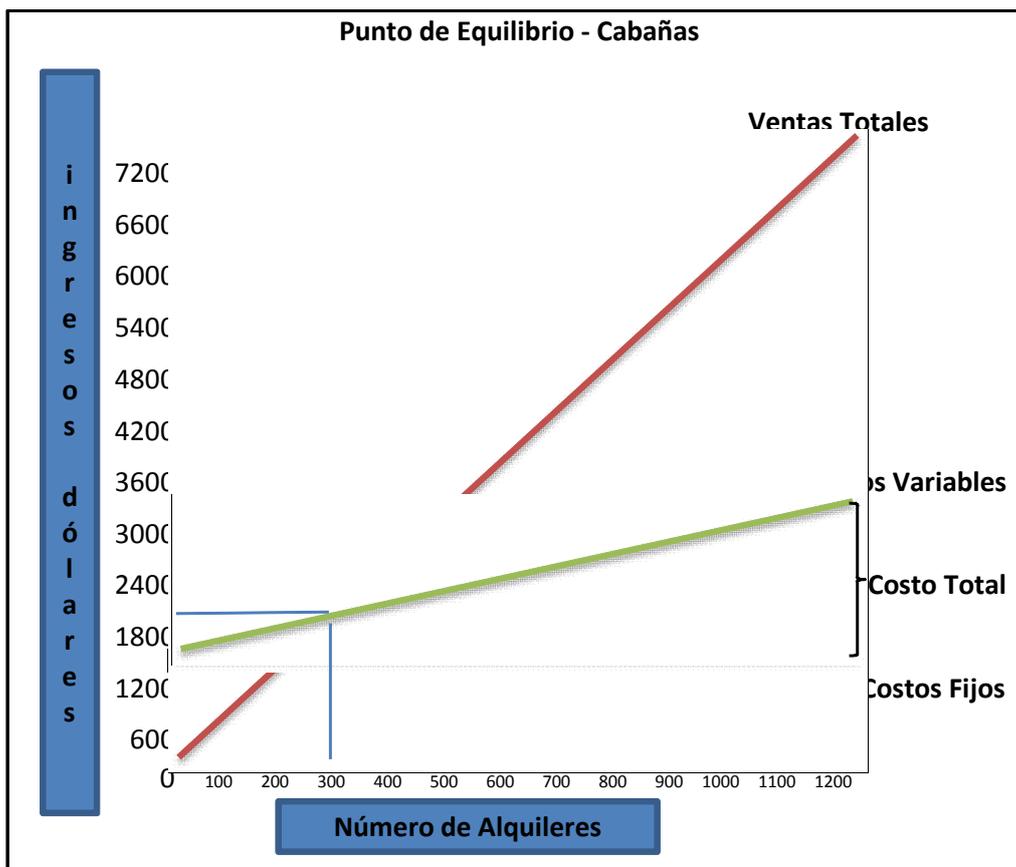
✓ **Cabañas:**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{1.731,12}{1 - \frac{2.832,00}{7.200,00}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{1.731,12}{0.6066666666666666}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 2.853,49 \text{ dólares}$$

Se demuestra con el Método Gráfico:





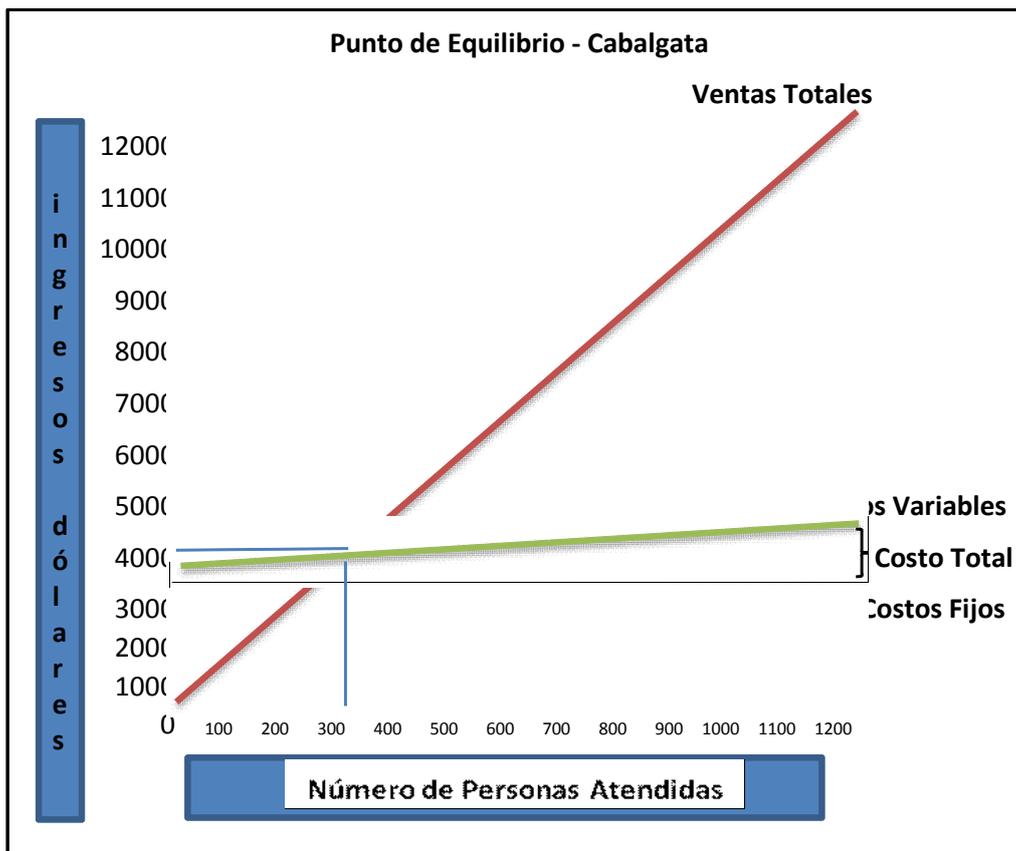
✓ **Cabalgata:**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{3.976,20}{1 - \frac{3.990,00}{12.000,00}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{3.976,20}{0,6675}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 5.956,85 \text{ dólares}$$

Se demuestra con el Método Gráfico:





5.4 Proyecciones de Gastos de Piscicultura Quiroz

5.4.1 Gastos en Venta

Son los gastos realizados y se consideran necesarios para el normal desarrollo de la actividad empresarial. Los gastos en venta constituyen el 64.24% del total de los gastos.

5.4.1.1. Sueldos y Salarios del personal en ventas

Considerando que es una empresa que presta servicio podemos observar que esta cuenta constituye el 43.20% del total de gastos y el 67.25% del total de los gastos de venta.

5.4.1.2. Gastos de Publicidad

Estos gastos de publicidad constituyen el 15.94% con respecto al total de los gastos y el 24.81% con respecto al total de los Gastos de Venta, un nivel considerable porque es el más alto de estos gastos, puesto que se considera a este factor de vital importancia para iniciar este proyecto para dar a conocer el nuevo giro del negocio.

5.4.1.3. Gastos de Facturas

El gasto de facturas constituye el 1.06% del total de los gastos y el 1.65% con respecto al total de los Gastos de Venta.

5.4.2 Gastos en Administración

Realizando un análisis podemos ver que la empresa destina un 26.94% de sus gastos en administración lo que le representa un valor menor comparado



con sus gastos de ventas que son de 64.24%. A continuación se realizara un análisis de la cuentas en el gasto de administración.

5.4.2.1. Servicios Básicos

Entre otro de los gastos en la cuenta de gastos Administrativos esta el gasto en servicios Básicos que constituye el 1.77% del total de los gastos y el 6.57% de gastos de administración.

5.4.2.2. Sueldos de Personal Administrativo

Este gasto constituye el 23.02% del total de los gastos y el 85.44% del total de los Gastos Administrativos, un nivel alto puesto que aquí se consideran los sueldos del personal que labora en esta área.

5.4.3. Gastos Financieros

Estos gastos por intereses constituyen el 8.82% del total de los gastos y el 100% de los Gastos Financieros.

A continuación presentamos el cuadro de los gastos que hemos proyectado para el nuevo giro del negocio de Piscicultura Quiroz.

Proyección de Gastos Mensuales PISCICULTURA QUIROZ

CONCEPTO	Valor	% General	% En función del total	% En función de Gtos. Grales.
GASTO DE VENTA(-)	1814,07	64,24%		
SALARIOS DE PERSONAL	1220,00		43,20%	67,25%
GASTOS DE PUBLICIDAD	450,00		15,94%	24,81%
GASTOS DE FACTURAS	30,00		1,06%	1,65%
APORTACIONES AL IESS PERSONAL EN VENTAS	114,07		4,04%	6,29%
GASTO DE ADMINISTRACION(-)	760,78	26,94%		
GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	50,00		1,77%	6,57%
SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	650,00		23,02%	85,44%
APORTACIONES DEL IESS PERSONAL ADMINISTRATIVO	60,78		2,15%	7,99%
GASTOS FINACIEROS(-)	249,02	8,82%		
PAGO DE CREDITO	249,02		8,82%	100%
TOTAL GASTOS	2823,87	100%	100%	



5.5 Proyecciones de Ingresos de Piscicultura Quiroz

Para las proyecciones de los ingresos hemos considerado los años una vida útil del proyecto que en su totalidad son 5 años.

Aquí se detalla las ventas y costos de cada uno de los servicios de la Piscicultura Quiroz.

Hemos considerado para el primer año un número de ingreso de 2400 personas para el servicio de caminata, 2000 personas para el servicio de cabalgata, 120 alquileres para la estadía en cabañas y 32.000 libras para la pesca deportiva.

Las variaciones en cada uno de los servicios son de 10 personas en la caminata, 10 personas en la cabalgata, 5 alquileres en las cabañas y 10 libras en la pesca deportiva.

Con respecto a los precios hemos estimado que estos variarán cada dos años, en relación al año 1 y año 2. Se mantendrán con dicho incremento durante los próximos tres periodos.

En la caminata en el año 1 y 2 el precio será de \$6 por persona.

En la cabalgata en el año 1 y 2 el precio será de \$10 por persona.

En el alquiler de cabañas en el año 1 y 2 el precio será de \$30 por alquiler.

En la pesca deportiva en el año 1 y 2 el precio será de \$2 por libra.

Lo que se refiere a los costos fijos estos varían un 3% cada año.

Para los costos variables consideramos un factor de variabilidad del 3% cada año.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECCIÓN DE INGRESOS PISCICULTURA QUIROZ

RUBROS / MESES	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		102000,00	102330,00	110432,00	110788,00	111144,00
Caminata		14400,00	14460,00	16940,00	17010,00	17080,00
Cantidad	personas	2400	2410	2420	2430	2440
Precio	Dólares	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00
Cabalgata		20000,00	20100,00	22220,00	22330,00	22440,00
Cantidad	personas	2000	2010	2020	2030	2040
Precio	Dólares	10,00	10,00	11,00	11,00	11,00
Cabañas		3600,00	3750,00	4030,00	4185,00	4340,00
Cantidad	Número	120	125	130	135	140
Precio	Dólares	30,00	30,00	31,00	31,00	31,00
Pesca		64000,00	64020,00	67242,00	67263,00	67284,00
Cantidad	Libras	32000	32010	32020	32030	32040
Precio	Dólares	2,00	2,00	2,10	2,10	2,10
ANOS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL COSTOS		81826,32	83539,51	86045,69	88627,07	91285,88
COSTOS FIJOS		10324,32	9892,45	10189,22	10494,90	10809,75
Caminata		731,40	11,74	12,09	12,46	12,83
Depreciación		11,40	11,74	12,09	12,46	12,83
Mano de Obra		720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
Cabalgata		3976,20	4095,49	4218,35	4344,90	4475,25
Alimentación		3060,00	3151,80	3246,35	3343,74	3444,06
Depreciación		106,20	109,39	112,67	116,05	119,53
Servicios Básicos		600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Mano de Obra		210,00	216,30	222,79	229,47	236,36
Cabañas		1731,12	1783,05	1836,55	1891,64	1948,39
Servicios Básicos		600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Depreciación		483,12	497,61	512,54	527,92	543,76
Mano de Obra		648,00	667,44	687,46	708,09	729,33
Pesca Deportiva		3885,60	4002,17	4122,23	4245,90	4373,28
Servicios Básicos		600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Depreciación		1605,60	1653,77	1703,38	1754,48	1807,12
Mano de Obra		1680,00	1730,40	1782,31	1835,78	1890,85
COSTOS VARIABLES		71502,00	73647,06	75856,47	78132,17	80476,13
Caminata		2880,00	2966,40	3055,39	3147,05	3241,47
Mano de Obra		2880,00	2966,40	3055,39	3147,05	3241,47
Cabalgata		3990,00	4109,70	4232,99	4359,98	4490,78
Mano de Obra		3990,00	4109,70	4232,99	4359,98	4490,78
Cabañas		2832,00	2916,96	3004,47	3094,60	3187,44
Mano de Obra		2592,00	2669,76	2749,85	2832,35	2917,32
Servicios Básicos		240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
Pesca Deportiva		61800,00	63654,00	65563,62	67530,53	69556,44
Mano de Obra		6720,00	6921,60	7129,25	7343,13	7563,42
Materia Prima		46080,00	47462,40	48886,27	50352,86	51863,45
Alimentación		9000,00	9270,00	9548,10	9834,54	10129,58



5.6 Flujo de Efectivo

El flujo de fondos nos muestra la evolución financiera de la empresa, hasta cuando alcanza su capacidad normal o hasta determinar el servicio de los créditos a largo plazo.

En este punto se detalla el efectivo con el que cuenta el negocio.

El propósito de esta matriz es determinar anualmente el saldo líquido por cada año, una vez establecidos los ingresos y egresos.

Este flujo de fondos solamente trata de dinero en efectivo, y no toma en cuenta la depreciación, cuentas incobrables, etc.

Piscicultura Quiroz en el primer año tiene un nivel bajo de efectivo con relación a la inversión inicial.

Al inicio de cualquier negocio se hace difícil contar con una fuerte cantidad de efectivo puesto que los ingresos no son altos porque la empresa se esta dando a conocer.

En la proyección de los siguientes años se puede observar un incremento considerable en el efectivo para la Piscicultura Quiroz.

En esta etapa la empresa va ganando consumidores, dependiendo de la calidad en la atención al cliente que se preste.

El flujo de efectivo constituye la base para los siguientes proyecciones financieras, ya que entre la diferencia entre ingresos y egresos de caja nacen las necesidades o disponibilidades financieras.



Ingresos de Caja

Aquí se detalla las ventas de los servicios de Caminata, Cabalgata, Alquiler de Cabañas y Pesca Deportiva.

Egresos de Caja

Se tomará en cuenta los siguientes rubros:

- Pagos de Sueldos
- Gastos de Administración
- Gastos de Financiación
- Gastos de Ventas



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FLUJO DE EFECTIVO PISCICULTURA QUIROZ						
RUBROS / MESES	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		102.000,00	102.330,00	110.432,00	110.788,00	111.144,00
Ventas en Efectivo		102.000,00	102330,00	110432,00	110788,00	111144,00
EGRESOS		95157,36	98012,08	100952,44	103981,02	107100,45
COSTOS FIJOS		8118,00	8361,54	8612,39	8870,76	9136,88
Caminata		720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
Mano de Obra		720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
Cabalgata		3870,00	3986,10	4105,68	4228,85	4355,72
Alimentación		3060,00	3151,80	3246,35	3343,74	3444,06
Servicios Básicos		600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Mano de Obra		210,00	216,30	222,79	229,47	236,36
Cabañas		1248,00	1285,44	1324,00	1363,72	1404,63
Servicios Básicos		600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Mano de Obra		648,00	667,44	687,46	708,09	729,33
Pesca Deportiva		2280,00	2348,40	2418,85	2491,42	2566,16
Servicios Básicos		600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Mano de Obra		1680,00	1730,40	1782,31	1835,78	1890,85
COSTOS VARIABLES		72150,00	74314,50	76543,94	78840,25	81205,46
Caminata		2880,00	2966,40	3055,39	3147,05	3241,47
Mano de Obra		2880,00	2966,40	3055,39	3147,05	3241,47
Cabalgata		3990,00	4109,70	4232,99	4359,98	4490,78
Mano de Obra		3990,00	4109,70	4232,99	4359,98	4490,78
Cabañas		3480,00	3584,40	3691,93	3802,69	3916,77
Mano de Obra		3240,00	3337,20	3437,32	3540,44	3646,65
Servicios Básicos		240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
Pesca Deportiva		6180,00	6365,40	6556,32	6753,53	6956,44
Materia Prima		46080,00	47462,40	48886,27	50352,86	51863,45
Mano de Obra		6720,00	6921,60	7129,25	7343,13	7563,42
Alimentación		9000,00	1545,00	1591,35	1639,09	1688,26
GASTOS		14889,36	15336,04	15796,12	16270,01	16758,11
Gastos de Admistración		9129,36	9403,24	9685,34	9975,90	10275,18
Gastos de Ventas		5760,00	5932,80	6110,78	6294,11	6482,93
Flujo de efectivo		6842,64	4317,92	9479,56	6806,98	4043,55
Saldo de efectivo inicial			3854,40	5184,08	14663,64	21470,62
Pago Financiamiento		2988,24	2988,24			
Saldo Final de Efectivo	-14000,00	3854,40	5.184,08	14663,64	21.470,62	25.514,17



5.7 Criterios de decisión del proyecto a través de VAN - TIR

Luego de haber realizado los cálculos financieros a través del flujo de efectivo los mismos que son indicadores de decisión podemos realizar el siguiente análisis en base a los referentes medidores por cada indicador.

5.7.1 Cálculo del VAN

El Valor actual neto también conocido valor actualizado neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.



La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k .

El Valor Actual Neto el mismo que nos da como resultado la cantidad de \$ 24.238,34 cantidad que representa la recuperación de el monto sobre la inversión realizada es decir que no solo se cubrirá la inversión inicial sino que también obtendremos esta cantidad a favor del proyecto para mayor claridad consideraremos los siguientes parámetros.

$$\text{Valor Actual Neto} = \$ 24.238,34$$



CRITERIOS DE DECISIÓN:

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

VAN POSITIVO = Proyecto Aceptable.

Como el Valor actual Neto emite un resultado positivo se puede decir que el proyecto es Aceptable o es conveniente realizar la ejecución del mismo.

5.7.2 Cálculo de la TIR

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0). La tasa referencial es del 15%

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- tamaño de inversión.
- flujo de caja neto proyectado



Según la Tasa Interna de Retorno nos podemos dar en cuenta que obtendremos una tasa de rendimiento o de retorno del 59% sobre la inversión es decir que al ser esta superior a la tasa referencial el proyecto es aceptable y se debería llevar a cabo pues el rendimiento es superior.

TIR = 59%

CRITERIOS DE DECISIÓN:

TIR > 15% = Proyecto Aceptable

TIR = 15% = Opcional o indiferente

TIR < 15% = Proyecto no Aceptable

Este proyecto es aceptable.

5.8 Estados Financieros

Los estados financieros son los documentos que debe preparar la empresa, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un período.

Los Estados Financieros proyectados nos dan información de la situación planeada para Piscicultura Quiroz y los resultados de las operaciones en una fecha determinada, pues en ellos se detallan los cambios económicos y financieros.

Un período contable inicia el primero de enero y termina el 31 de diciembre de cada año, puesto que hemos realizado proyecciones sin contar con datos reales se ha tomado en cuenta un año contable completo para ejecutar los cálculos.

La metodología para realizar los estados financieros, es muy sencilla y práctica. Facilita una mejor interpretación de los resultados, no requiere la elaboración de procesos complejos que demandan tiempo y herramientas que, posiblemente, no están al alcance de las personas que desean conocer el impacto que sufren las empresas ante cambios en estrategias, objetivos y políticas, cambios muchas veces necesarios que requieren las empresas para una mejor evolución.

La información presentada en los estados financieros interesa a las siguientes partes:



- La administración, para la toma de decisiones, después de conocer el rendimiento, crecimiento y desarrollo de la empresa durante un periodo determinado.
- El propietario para conocer el progreso financiero del negocio y la rentabilidad de sus aportes.
- Los acreedores, para conocer la liquidez de la empresa y la garantía de cumplimiento de sus obligaciones.
- Posibles Inversionistas o socios comerciales.

5.8.1. Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de resultados también se le conoce como Estado de Resultados.

Es un instrumento que se utiliza para reportar las operaciones que se realizan en la empresa en un periodo determinado, es decir, resume los resultados de las operaciones del negocio. Es el principal medio para medir la rentabilidad.

Aquí se incluye las ventas, es decir te da una idea de cómo está operando la empresa, cuánto vende, cuáles son sus gastos mensuales, tanto de operación, como de financiamiento, cual es el costo de ventas, y cuál es tu utilidad de un periodo determinado.

El Estado de Resultados nos da información del estado de las ventas, costos, gastos y, si se sabe manejar bien el negocio, la utilidad que se espera obtener.

Pero esa utilidad es únicamente un récord contable y una posible promesa de hacerla efectivo.



Este estado financiero nos muestra la utilidad bruta, que resulta de restar de las ventas totales los costos totales.

Si bien es cierto puede ser no alta para los dos primeros años, se debe considerar la fuerte inversión que deberá realizar el propietario de Piscicultura Quiroz para la implementación de los nuevos servicios: Caminata, cabalgata, estadía en cabañas y pesca deportiva.

A medida que se ha proyectado a cinco años, se puede ver los cambios de la utilidad en los periodos contables.

**PISCICULTURA QUIROZ
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	102000,00	102330,00	110432,00	110788,00	111144,00
Costo de Ventas	81826,32	83539,51	86045,69	88627,07	91285,88
<u>Utilidad Bruta</u>	20173,68	18790,49	24386,31	22160,93	19858,12
<u>Gastos Operacionales</u>	17877,60	18324,28	15796,12	16270,01	16758,11
Gastos de Administración	9129,36	9403,24	9685,34	9975,90	10275,18
Gastos de ventas	5760,00	5932,80	6110,78	6294,11	6482,93
Gastos Financieros	2988,24	2988,24			
<u>Utilidad Neta del Ejercicio</u>	2296,08	466,21	8590,19	5890,92	3100,01

5.8.2. Balance General

Es el estado financiero en donde se muestra la situación económica de la empresa en un momento determinado.

El balance general proforma se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años.



Para construir un Balance General, deben tomarse en cuenta los Activos, Pasivos y el Patrimonio.

Se detalla la situación económica de la Piscicultura Quiroz con la implementación de los nuevos servicios: Caminata, Cabalgata, Estadía en Cabañas y Pesca Deportiva, proyectado a cinco años.

ACTIVO

Se refiere a bienes, derechos y obligaciones, relacionados con el objeto social.

Se subdivide en: Corriente y Fijo

Corriente

Se refiere a las cuentas que van a ser convertidas en dinero y lo conforman: disponible, exigible y realizable.

Fijo

Dentro de esta cuenta están todos los bienes que conforman la parte tangible de Piscicultura Quiroz tanto en propiedad y equipos.

Valoración de inmuebles y muebles

Cabañas

La mayor inversión se realizará en este inmueble, por lo que se debería aprovecharla de una manera óptima, manteniendo siempre una buena imagen para ganar y mantener la fidelidad de los clientes.



Estas cabañas serán de madera, con un terminado rustico, lo que da un toque especial y atractivo a la clientela.

Implementos para el servicio de Caminata

Han sido previstos para cubrir las necesidades de la empresa para la prestación de este servicio. Se puede decir que es una buena inversión, porque son de vital importancia para los clientes.

Tanto los abrigos impermeables y las botas son implementos que no pueden faltar pues se debe de tener una buena imagen ante los clientes.

Implementos para el servicio de Cabalgata

Lo más importante son los caballos ya que sin ellos no se pudiera prestar el servicio.

Adicionalmente a estos se incluyen: monturas, riendas, cascos.

Estos implementos también son muy importantes porque sin ellos no se podría prestar un servicio de calidad.

Accesorios para el servicio de Alquiler de Cabañas

Aquí incluyen todos los accesorios que son necesarios para equipar las dos cabañas. Electrodomésticos, implementos de cocina, implementos para las camas y baño.

Implementos para la pesca deportiva

Es una inversión no tan alta pero de necesidad inmediata, puesto que sin estos implementos no se podría prestar el servicio, sin dejar de lado que muchos de los clientes tienen sus cañas, carretes, cestas, cucharillas, vinilos y



bobinas de hilo trenzado, que pueden llevar y utilizar en la Piscicultura Quiroz sin ninguna obligación de ocupar los implementos de la piscícola.

Depreciaciones

PISCICULTURA QUIROZ
CUADRO DE DEPRECIACIONES

Servicio	Valor de los bienes	Porcentaje	Valor Mensual	Valor Anual
Caminata	115,00	10%	0,95	11,40
Cabalgata	1062,65	10%	8,85	106,20
Cabañas(accesorios)	4832,12	10%	40,26	483,12
Pesca (accesorios y piscina)	4817,28	33,33%	133,80	1605,60
TOTAL	10827,05		183,86	2206,32

PASIVO

En lo que tiene que ver con los pasivos del negocio están: los pasivos laborales, pagos a proveedores de los alimentos para los caballos y truchas, aportaciones al IESS, servicios por pagar y en lo que se relaciona a otras cuentas por pagar consideramos los pagos que se hacen a distintos proveedores de enseres pequeños que son necesarios al transcurrir el año en la empresa.

PATRIMONIO

Se refiere a lo que pertenece a Piscicultura Quiroz, es decir lo que es de su propiedad.

Aquí se detalla el capital y la utilidad con la que cuenta la empresa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PISCICULTURA QUIROZ
BALANCE GENERAL PROYECTADO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
<u>Corriente o Circulante</u>					
<u>Disponibile</u>					
Caja	102000,00	102330,00	110432,00	110788,00	111144,00
<u>Realizable</u>					
Materia Prima	46080,00	47462,40	48886,27	50352,86	51863,45
<u>No Corriente o Fijo</u>					
<u>Tangible</u>					
Implementos Caminata	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00
Implementos Cabalgata	3812,65	3812,65	3812,65	3812,65	3812,65
Accesorios Cabañas	4832,12	4832,12	4832,12	4832,12	4832,12
Implementos Pesca	589,00	589,00	589,00	589,00	589,00
Cabañas	8420,01	8841,01	9283,06	9747,21	10234,57
Depreciaciones	-2206,32	-2272,51	-2340,68	-2410,91	-2483,23
TOTAL ACTIVO	163642,46	165709,67	175609,42	177825,94	180107,56
PASIVO	56223,48	57820,54	56477,27	58171,58	59820,96
<u>Corriente</u>					
<u>Exigible a c/p</u>					
Pasivo Laboral	19440,00	20023,20	20623,90	21242,61	21879,89
Proveedores	12060,00	12421,80	12794,45	13178,29	13477,86
Aportes IESS por pagar	1817,64	1872,17	1928,33	1986,18	2045,77
Servicios por pagar	2040,00	2101,20	2164,24	2229,16	2296,04
Otras cuentas por pagar	17877,60	18413,93	18966,35	19535,34	20121,40
<u>Exigible a L/p</u>					
Préstamos por pagar	2988,24	2988,24			
PATRIMONIO	107418,98	107889,13	119132,15	119654,36	120286,60
Capital	105122,90	107422,92	110541,96	113763,44	117186,59
Utilidad Neta del Ejercicio	2296,08	466,21	8590,19	5890,92	3100,01
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	163642,46	165709,67	175609,42	177825,94	180107,56



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES

Luego de realizado este Plan de negocios puedo concluir que:

- Piscicultura Quiroz necesita urgente posicionarse en el mercado del Sector de Miguir y también reestructurar la empresa ya que presenta grandes debilidades en el sector administrativo, lo que constituye un futuro incierto para la organización y sus colaboradores, es una empresa con excelente infraestructura, con un producto de alta calidad, con gran capacidad instalada, pero debe aprovechar estas ventajas para salir a flote en el mercado.
- Se debe tomar en cuenta que no posee una experiencia amplia porque son un negocio nuevo, esta piscícola sigue adelante por la capacidad de emprendimiento e innovación de su propietario, pero no tienen utilidades muy representativas, para ello se deben incrementar más líneas de negocio para aprovechar la infraestructura generando así recursos para la empresa constituyéndose en un pilar fundamental para el desarrollo del Sector de Miguir
- Piscicultura Quiroz no esta suficientemente posicionada en la mente del consumidor, esto repercute en sus ventas y en la obtención de futuros clientes.



- Tiene una publicidad que no ha provocado ninguna ventaja al negocio, puesto que tienen estrategias anticuadas y poco atractivas al público consumidor.
- Piscicultura Quiroz posee una localización que debe ser aprovechada al 100%, porque actualmente se encuentra desperdiciando, su ambiente y naturaleza que rodea el lugar es un factor que debe ser explotado.
- Posee un alto inventario de truchas que le ha permitido insertarse al mercado, haciéndose conocer ante el consumidor pero no con las estrategias adecuadas.
- Piscicultura Quiroz necesita la elaboración de procesos lo que provocara mayor eficiencia utilizando herramientas como el Merchandising para mejorar y poder llamar la atención de los clientes.
- Luego de realizadas las encuestas a los posibles consumidores se concluye que estos nuevos servicios tendrán un alto nivel de aceptación.
- Los clientes lo que más anhelan es la calidad y eficiencia al momento de ser atendidos por el personal.
- Cabe recalcar que en la Tesis en el capítulo 4 se realizó propuestas específicas con respecto a la atención y recepción del cliente.



- Piscicultura Quiroz pretende alcanzar a convertirse el mejor establecimiento de este sector, generando empleos e impulsando el desarrollo económico de la ciudad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.
- La piscícola no es lo que sus propietarios creen que es, sino es lo que el cliente cree que es, por ello se debe poner el máximo de los esfuerzos para retener a los clientes.
- La fama y el prestigio de cualquier empresa son otorgados por los clientes, pues ellos son los que transmiten los beneficios o decadencias de Piscicultura Quiroz.
- El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.
- En este plan se han definido las descripciones de los nuevos servicios que Piscicultura Quiroz quiere implementar y se ha propuesto el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero.



- El Plan de Negocios que propongo para Piscicultura permitirá una innovación de la empresa y ayudara al posicionamiento de la misma, para que así surja y se convierta en un gran competidor de mercado.
- Los Estados Financieros Proyectados han sido considerados para cinco años, en cada uno de ellos se ha detallado las variaciones que se podrían presentar.

Entre los objetivos que se plantearon al inicio de este trabajo investigativo están:

- Determinar las características y aceptación de los posibles consumidores de los nuevos servicios que se plantea para Piscicultura Quiroz esto se lo ha cumplido pues con la investigación de mercado se pudo obtener y analizar datos que permitían alcanzar este objetivo.
- Fundamentar teóricamente el Plan de Negocios y sus procedimientos, este se ha cumplido pues se obtuvieron datos importantes sobre todos los temas que se deben tratar en el Plan de Negocios y toda esta información es actual y esta respaldada con la bibliografía citada.



- Elaborar una propuesta de Plan de Negocios que determine políticas productivas, organizativas, de factor humano, de mercado, comercialización y financieras, este objetivo este totalmente cumplido pues se analizó la información de Piscicultura Quiroz.
- Demostrar que los servicios de: caminata recreativa, cabalgata, alquiler de cabañas y pesca deportiva son un giro del negocio que puede ser lo suficiente rentable para Piscicultura Quiroz.



RECOMENDACIONES

- Claramente el proyecto emite datos rentables y sostenibles este aspecto complementado con la demanda y la cantidad de la oferta de los servicios, recomiendo al propietario de Piscicultura Quiroz realizar la inversión en este proyecto ya que previo análisis se determina los siguientes factores viabilidad, rentabilidad, y factibilidad.
- Se recomienda a Piscicultura Quiroz la Reestructuración urgente de sus políticas de publicidad, de esta forma la empresa será más conocida por sus clientes en el mercado de esta actividad productiva.
- Aprovechar todos los recursos físicos y humanos con los que cuenta Piscicultura Quiroz.
- No desaprovechar el espacio y medio ambiente natural del lugar donde se encuentra ubicado el negocio; puesto que es una ventaja competitiva en el mercado.
- Considerar los cambios en las Estrategias de Posicionamiento que se han propuesto en este trabajo investigativo.
- Beneficiarse de las propuestas que se expone en esta tesis para obtener la mayor rentabilidad posible, brindando un servicio de calidad; enfocado siempre en la atención al cliente eficiente.
- Se sugiere que los riesgos que implica este giro en el negocio de Piscicultura Quiroz deben ser asumidos con perspicacia, esto permitirá



al propietario desarrollar más sus capacidades de innovación y creatividad en la prestación de estos nuevos servicios.

- Con respecto a la inversión necesaria para este proyecto, se considera alta pero el propietario de Piscicultura Quiroz cuenta con la capacidad para endeudarse, y con una parte de este monto; por lo que se recomienda considerar las propuestas detalladas en el Estudio Financiero.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANEXOS



Anexos Capítulo 1

- Caracterización Socio-Económica del Proponente para el Fondo Concursable “El Cucayo”

Datos generales del o los emprendedores(as) que solicita el capital semilla	
Apellidos y Nombre Completos:	Quiroz Quiroz Pablo Sexto
Cédula de Identidad:	010421758-3
Lugar fecha de Nacimiento:	Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia Sayausí
Fecha de Nacimiento:	22 de Febrero de 1980
Estado Civil:	Casado
Si tiene algún tipo de capacidad especial:	NO
Indicar el número de CONADIS	Ninguna
País de Destino como migrante:	Estados Unidos, New York, Bronx,
Dirección de mail:	paoquir20@hotmail.com



DETALLE DE INVERSIONES PISCICULTURA QUIROZ

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	Costo Unitario	Costo Total	Capital			
					\$		%	
					Propio	FONDO CUCAYO	Propio	FONDO CUCAYO
TERRENO	Hectarea	1	\$ 33.250,00	\$ 33.250,00	33.250,00	0,00	100%	0%
ADECUACION DE PISCINAS	Unidad	1		\$ 14.094,00	4.407,50	9.686,50	31%	69%
Revestimiento de Paredes-Piscinas		1	\$ 3.986,00	\$ 3.986,00	0,00	3.986,00	0%	100%
Revestimiento de Pisos-Piscina	Unidad	1	\$ 4.833,50	\$ 4.833,50	0,00	4.833,50	0%	100%
Iluminación	Unidad	1	\$ 342,00	\$ 342,00	0,00	342,00	0%	100%
Tubería para entrada-salidad de agua	Unidad	1	\$ 525,00	\$ 525,00	0,00	525,00	0%	100%
Cerramiento	Unidad	1	\$ 3.407,50	\$ 3.407,50	3.407,50	0,00	100%	0%
Alquiler de Retroexcavadora(horas)	Unidad	40	\$ 25,00	\$ 1.000,00	1.000,00	0,00	100%	0%
CONSTRUCCIONES				\$ 1.000,00	1.000,00	0,00	100%	0%
Construccion de Pileta	Unidad	1	\$ 800,00	\$ 800,00	800,00	0,00	100%	0%
Contruccion de Lavador	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00	200,00	0,00	100%	0%
MATERIALES				\$ 240,00	0,00	240,00	0%	100%
Gabetas	Unidad	10	\$ 8,00	\$ 80,00	0,00	80,00	0%	100%
Cuchillos	Unidad	6	\$ 10,00	\$ 60,00	0,00	60,00	0%	100%
Redes	Unidad	2	\$ 50,00	\$ 100,00	0,00	100,00	0%	100%
CAPITAL DE TRABAJO	Unidad			\$ 10.000,00	5.400,00	4.600,00	54%	46%
Alevines	Unidad	100000	\$ 0,075	\$ 7.500,00	3.000,00	4.500,00	40%	60%
Alimentacion	Unidad	1	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	1.250,00	0,00	100%	0%
Tratamientos	Unidad	3	\$ 50,00	\$ 150,00	150,00	0,00	100%	0%
Sueldos	Dolares	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00	1.000,00	0,00	100%	0%
Publicidad	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00	0,00	100,00	0%	100%
TOTAL				\$ 58.584,00	\$ 44.057,50	\$ 14.526,50		



Anexos Capítulo2

- Instalaciones de la Piscicultura Quiroz











Entrada a la Piscicultura Quiroz



Alrededores de la Piscícola





Anexos Capítulo 3

Modelo de Encuesta

**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS EN LA
PISCICULTURA QUIROZ**

1. DATOS GENERALES

Sexo: M..... F.....
Edad:.....
Estado Civil: Soltero.... Casado.... Viudo.... Unión libre....
Profesión:.....

2. NIVEL DE INGRESOS

- \$200 a \$400
- \$500 a \$700
- \$800 en adelante

3. Visitaría usted una empresa que le ofrezca servicios de cabalgata, caminata recreativa, pesca deportiva y estadía en cabañas, en Miguir-Parroquia Molleturo

SI.....

NO.....

4. De los servicios antes mencionados cuales serían los beneficios que usted espera obtener:

- Calidad de Servicio
- Precio Accesible
- Personal capacitado
- Buena imagen del lugar
- Implementos necesarios para la utilización de los servicios
- Eficiencia en la atención al cliente
- Otras (especifique).....



5. Marque con una X ¿Cual seria el precio que estaría dispuesto a pagar para el uso de estos servicios?:

Caminata Recreativa (guiada)

\$3 a \$6

\$7 a \$10

\$11 a \$14

Estadía en Cabañas (precio por noche)

\$20 a \$30

\$31 a \$41

\$42 a \$52

Cabalgata

\$5 a \$10

\$11 a \$16

\$17 a \$22

Pesca Deportiva (por peso de libra)

\$2 a \$4

\$5 a \$7

\$8 en adelante



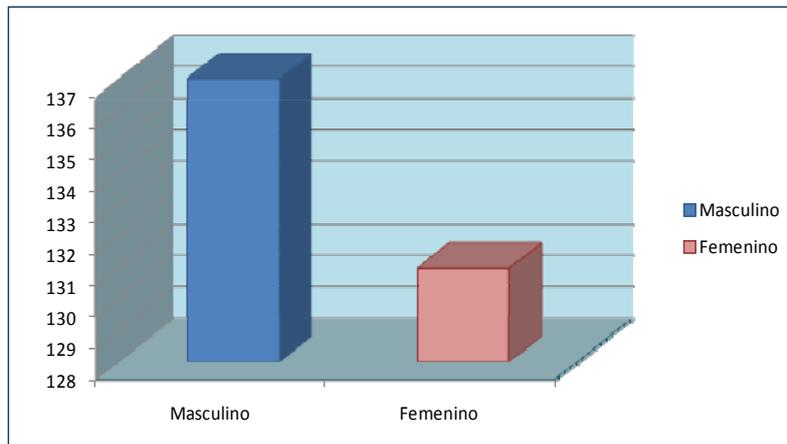
TABULACIONES POR PREGUNTA

Pregunta 1

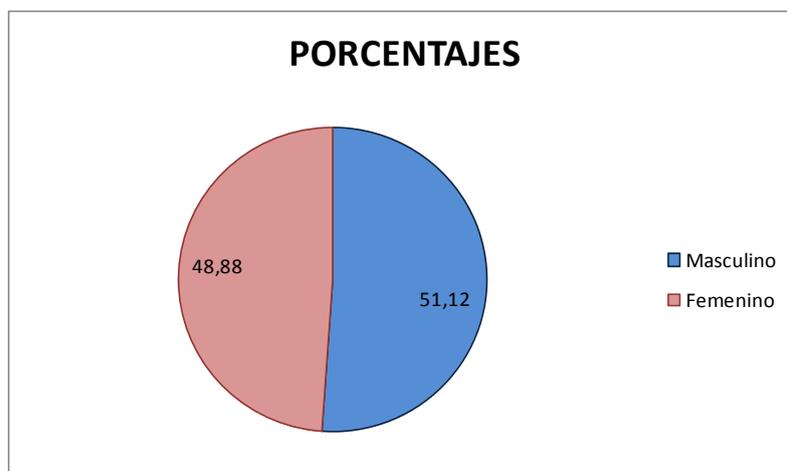
- Datos Generales

SEXO		PORCENTAJE
Masculino	137	51,12
Femenino	131	48,88
TOTAL	268	100%

GÉNERO MASCULINO Y FEMENINO



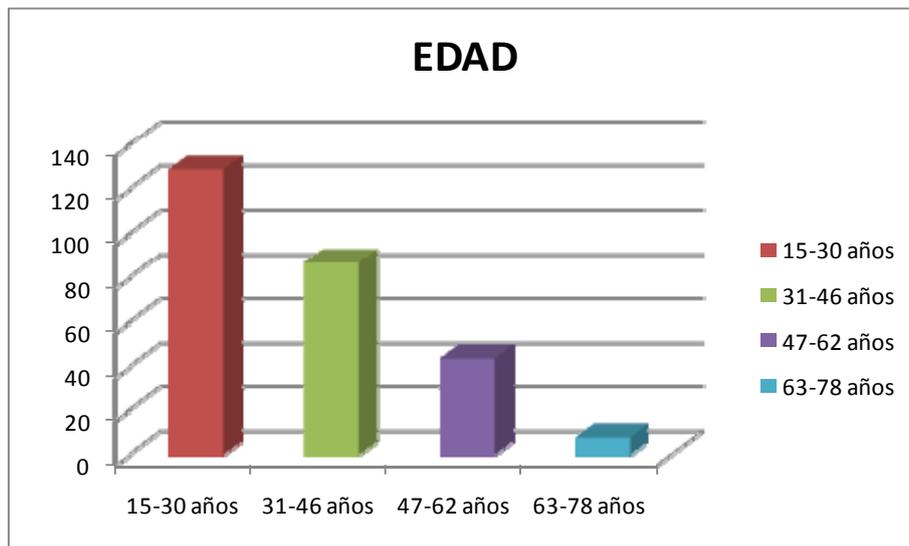
NIVEL DE PROPORCIONES (MASCULINO Y FEMENINO)



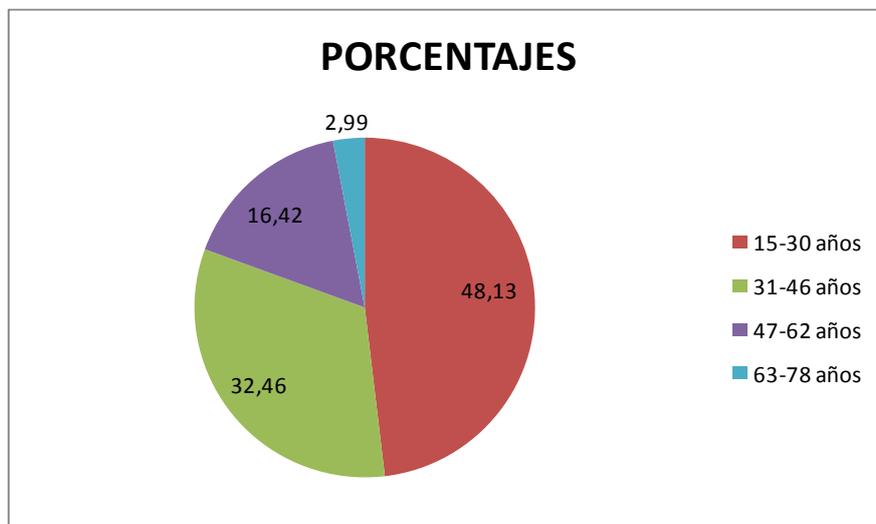


o **Edad**

EDAD		PORCENTAJES
15-30 años	129	48,13
31-46 años	87	32,46
47-62 años	44	16,42
63-78 años	8	2,99
TOTAL	268	100



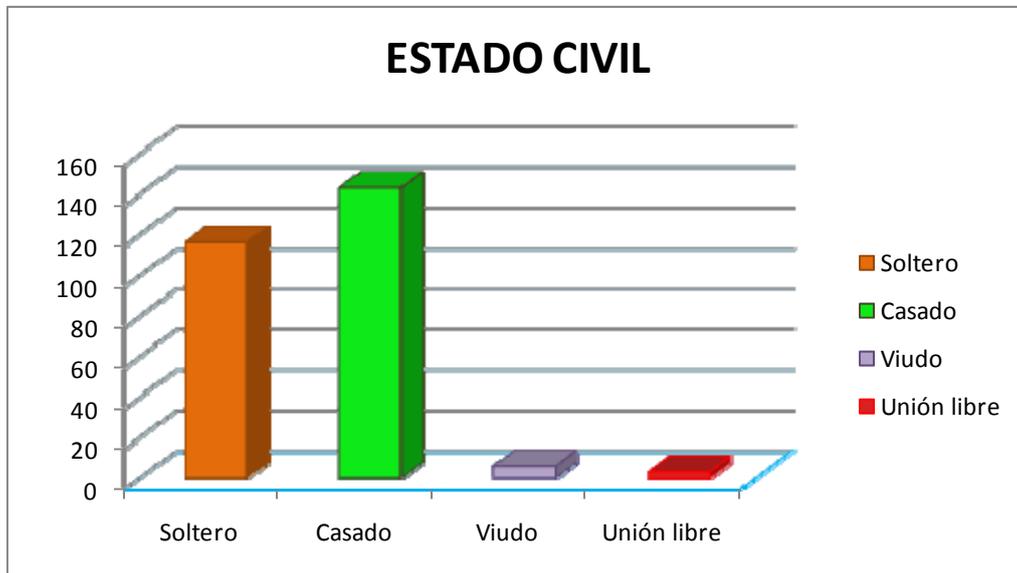
NIVEL DE PROPORCIONES (EDAD)



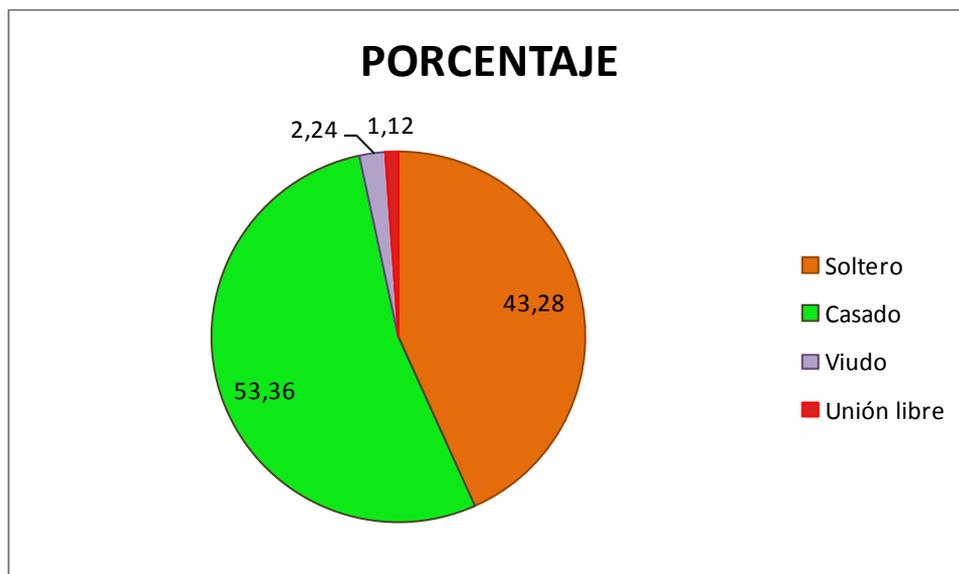


○ **Estado Civil**

ESTADO CIVIL		PORCENTAJE
Soltero	116	43,28
Casado	143	53,36
Viudo	6	2,24
Unión libre	3	1,12
TOTAL	268	100



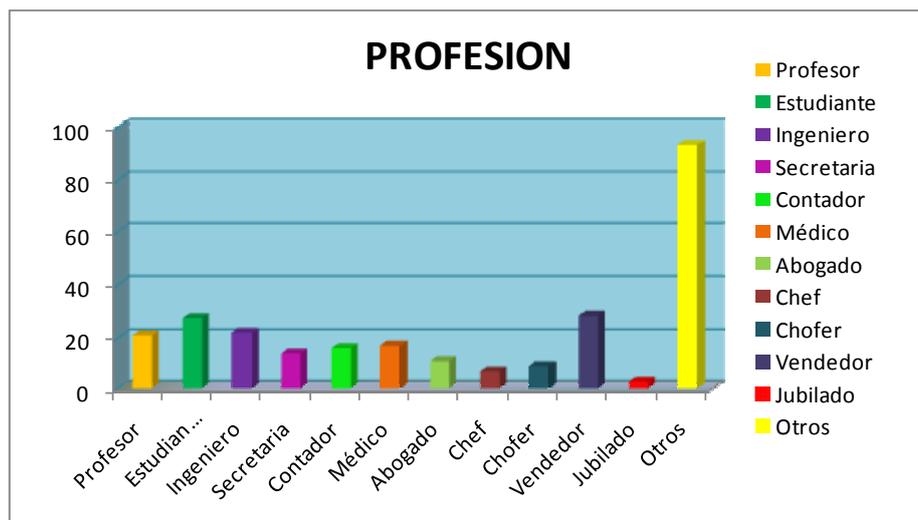
NIVEL DE PROPORCIONES (ESTADO CIVIL)



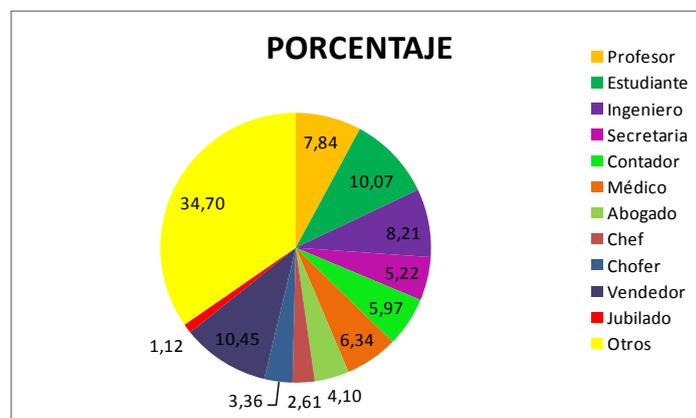


○ Profesión

PROFESION		PORCENTAJE
Profesor	21	7,84
Estudiante	27	10,07
Ingeniero	22	8,21
Secretaria	14	5,22
Contador	16	5,97
Médico	17	6,34
Abogado	11	4,10
Chef	7	2,61
Chofer	9	3,36
Vendedor	28	10,45
Jubilado	3	1,12
Otros	93	34,70
TOTAL	268	100,00



NIVEL DE PROPORCIONES (PROFESIÓN)

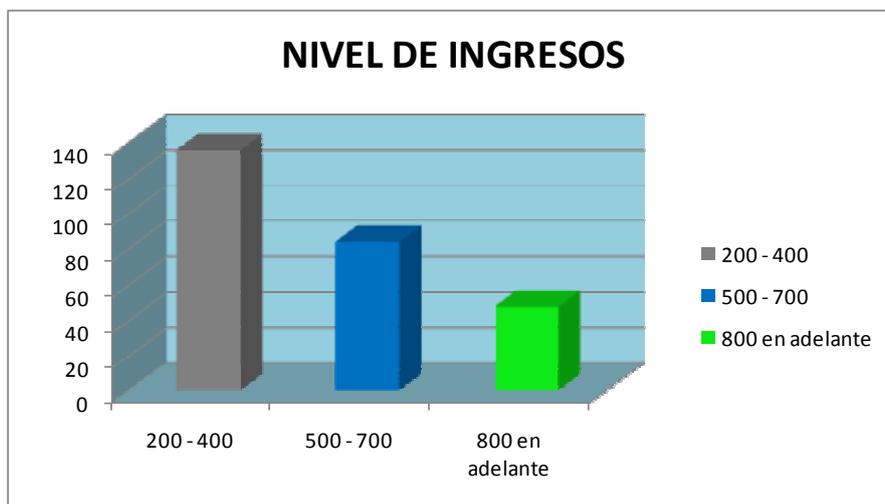




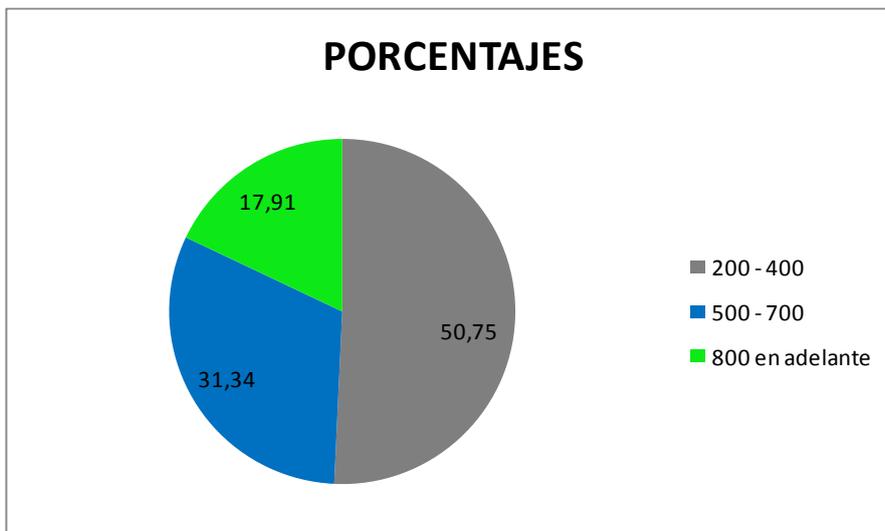
Pregunta 2

○ Nivel de Ingresos

NIVEL DE INGRESOS		PORCENTAJES
200 - 400	136	50,75
500 - 700	84	31,34
800 en adelante	48	17,91
TOTAL	268	100



NIVEL DE PROPORCIONES (NIVEL DE INGRESOS)

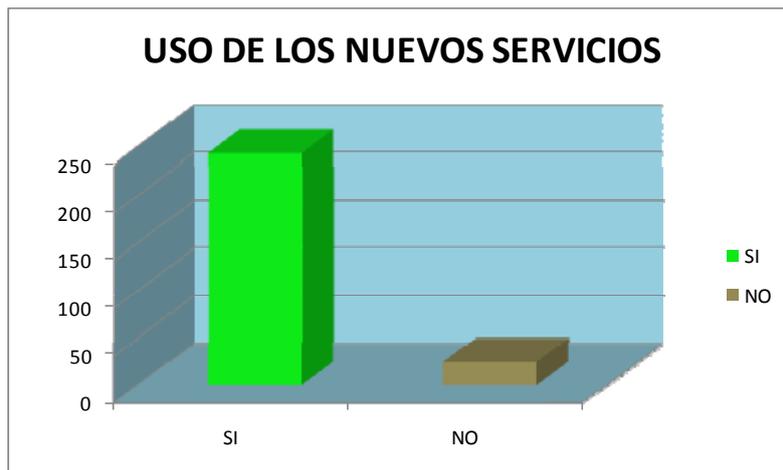




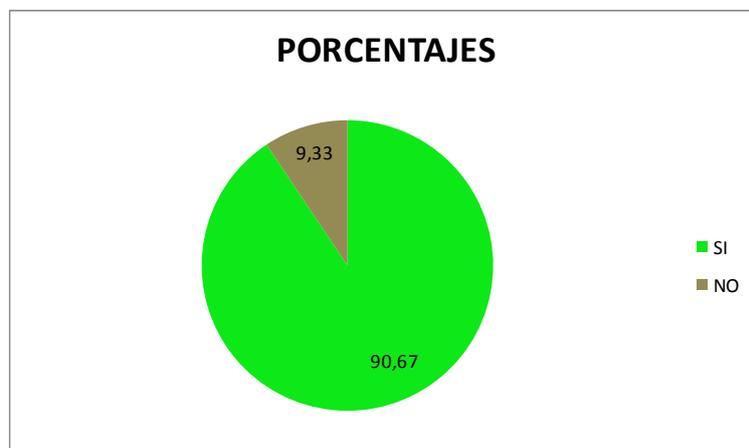
Pregunta 3

- ¿Visitaría usted una empresa que le ofrezca servicios de cabalgata, caminata recreativa, pesca deportiva y estadía en cabañas, en Miguir-Parroquia Molleturo?

USO DE LOS NUEVOS SERVICIOS		PORCENTAJES
SI	243	90,67
NO	25	9,33
TOTAL	268	100



NIVEL DE PROPORCIONES (USO DE LOS SERVICIOS)

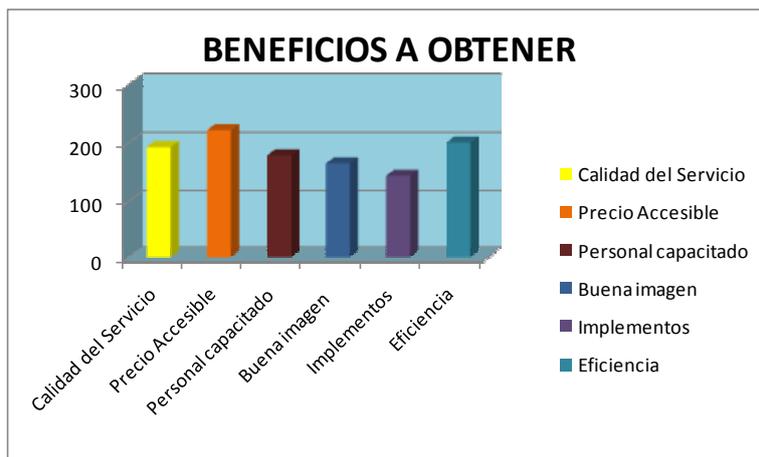




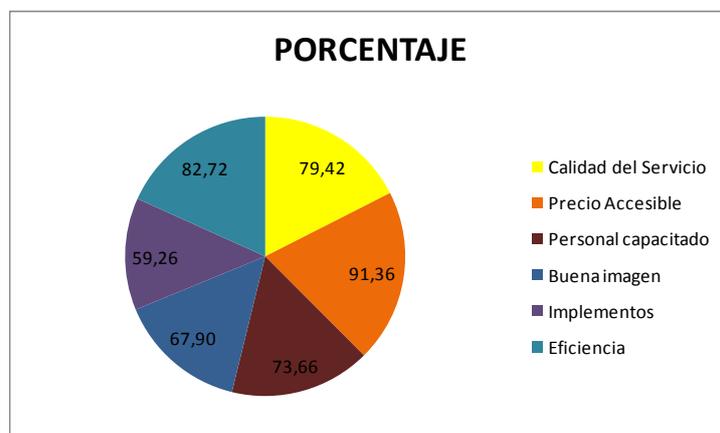
Pregunta 4

- De los servicios antes mencionados. ¿cuales serían los beneficios que usted espera obtener?

BENEFICIOS A OBTENER		PORCENTAJE
Calidad del Servicio	193	79,42
Precio Accesible	222	91,36
Personal capacitado	179	73,66
Buena imagen	165	67,90
Implementos	144	59,26
Eficiencia	201	82,72



NIVEL DE PROPORCIONES (BENEFICIOS)





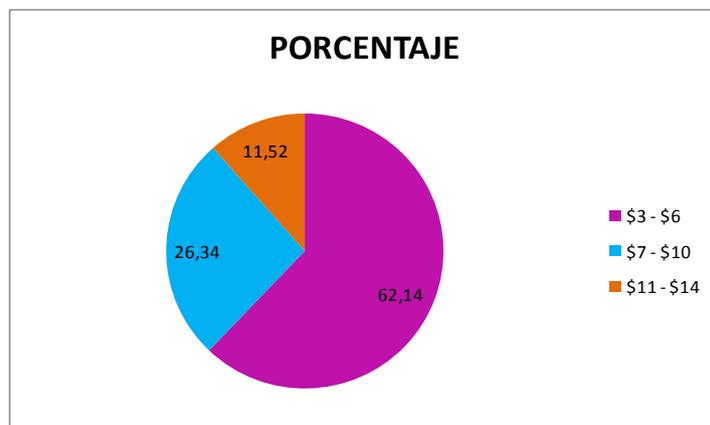
Pregunta 5

- ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar para el uso de estos servicios?
- ✓ Servicio de Caminata

PRECIOS		PORCENTAJE
\$3 - \$6	151	62,14
\$7 - \$10	64	26,34
\$11 - \$14	28	11,52
TOTAL	243	100



NIVEL DE PROPORCIONES (PRECIOS CAMINATA)



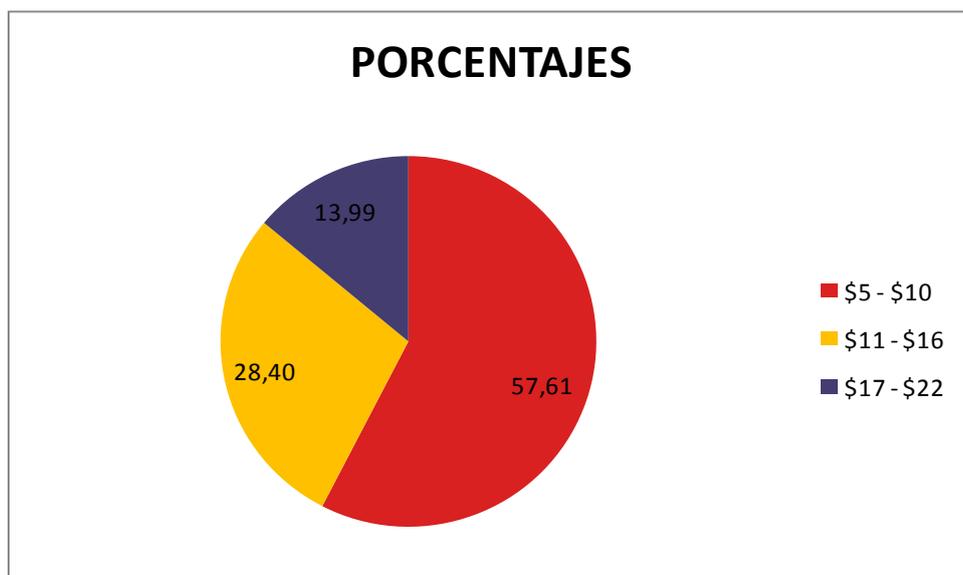


✓ Servicio de Cabalgata

PRECIOS		PORCENTAJES
\$5 - \$10	140	57,61
\$11 - \$16	69	28,40
\$17 - \$22	34	13,99
TOTAL	243	100



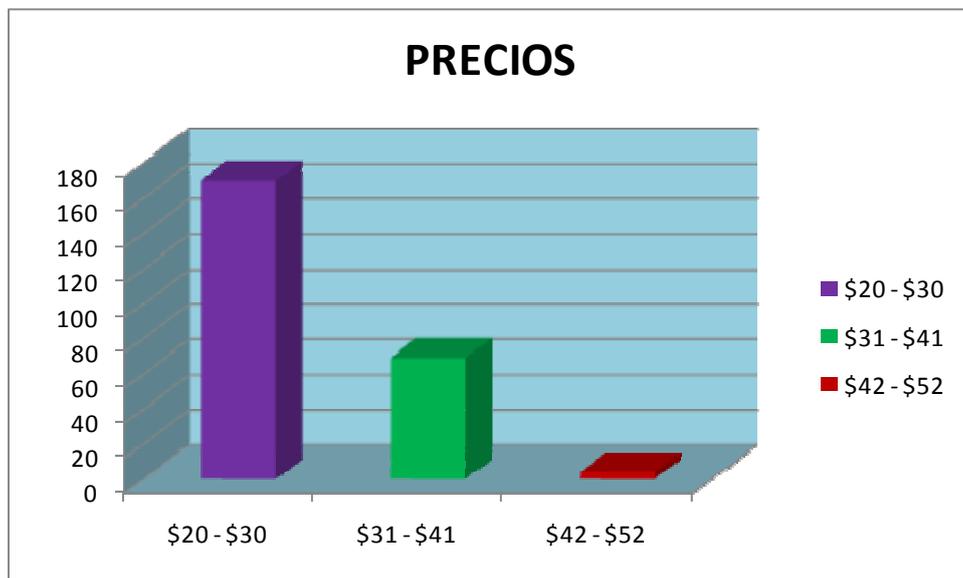
NIVEL DE PROPORCIONES (PRECIOS CABALGATA)



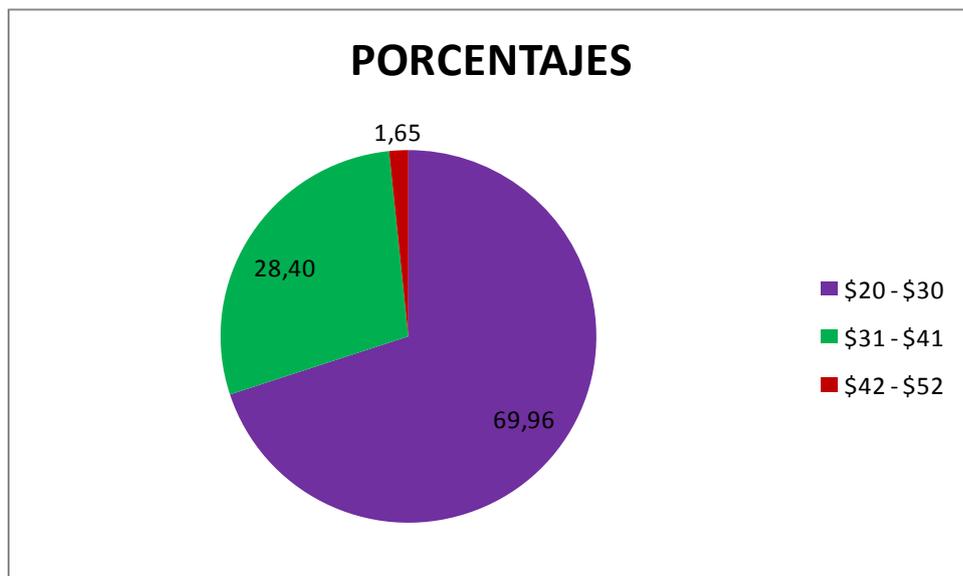


✓ Servicio de Estadía en Cabañas

PRECIOS		PORCENTAJES
\$20 - \$30	170	69,96
\$31 - \$41	69	28,40
\$42 - \$52	4	1,65
TOTAL	243	100



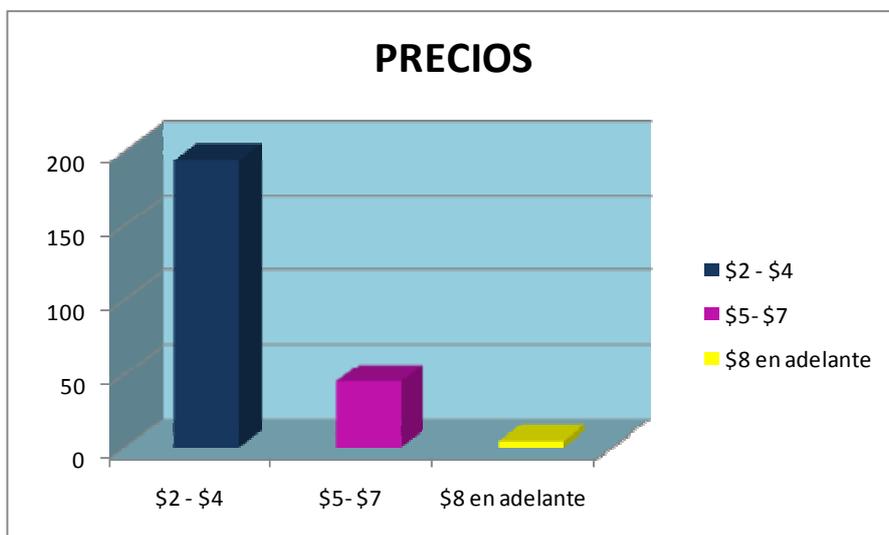
NIVEL DE PROPORCIONES (PRECIOS CABAÑAS)



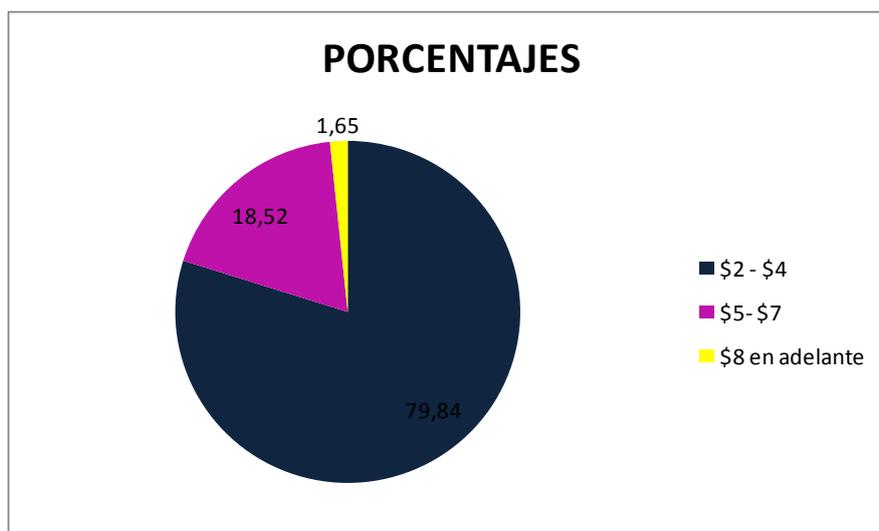


✓ Servicio de Pesca Deportiva

PRECIOS		PORCENTAJES
\$2 - \$4	194	79,84
\$5- \$7	45	18,52
\$8 en adelante	4	1,65
TOTAL	243	100



NIVEL DE PROPORCIONES (PRECIOS PESCA DEPORTIVA)





Estrategias de Posicionamiento

- Publicidad por cuñas radiales:

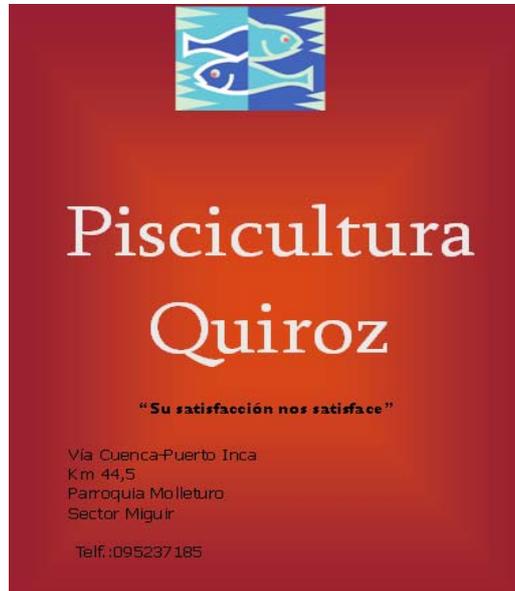


- Publicidad por televisión:





- Publicidad por Anuncio en periódico



- Publicidad por hojas volantes:

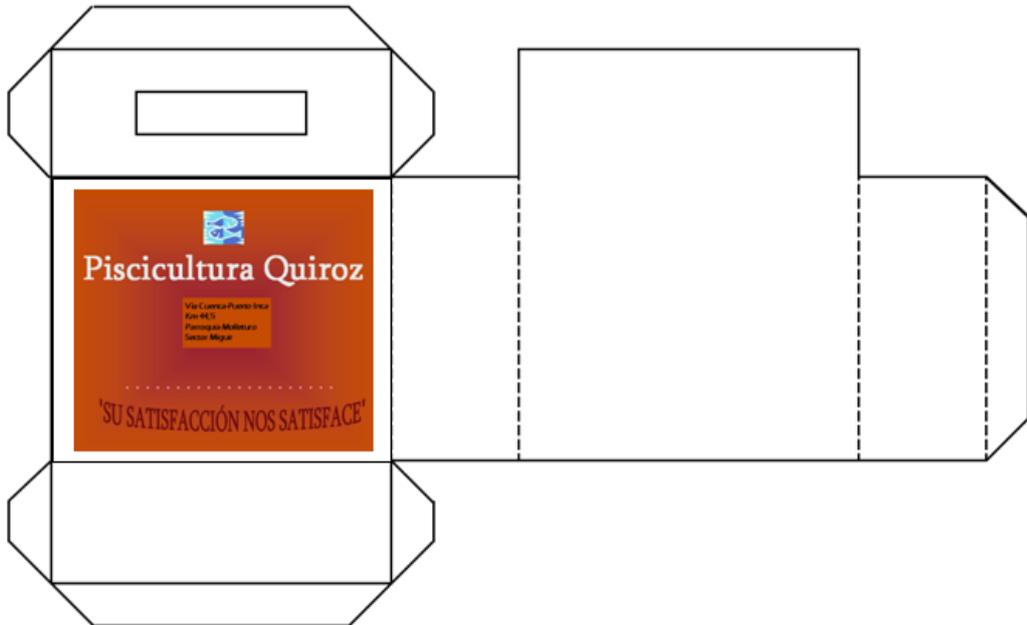




- Publicidad por Stickers:



- Buzón de sugerencias:





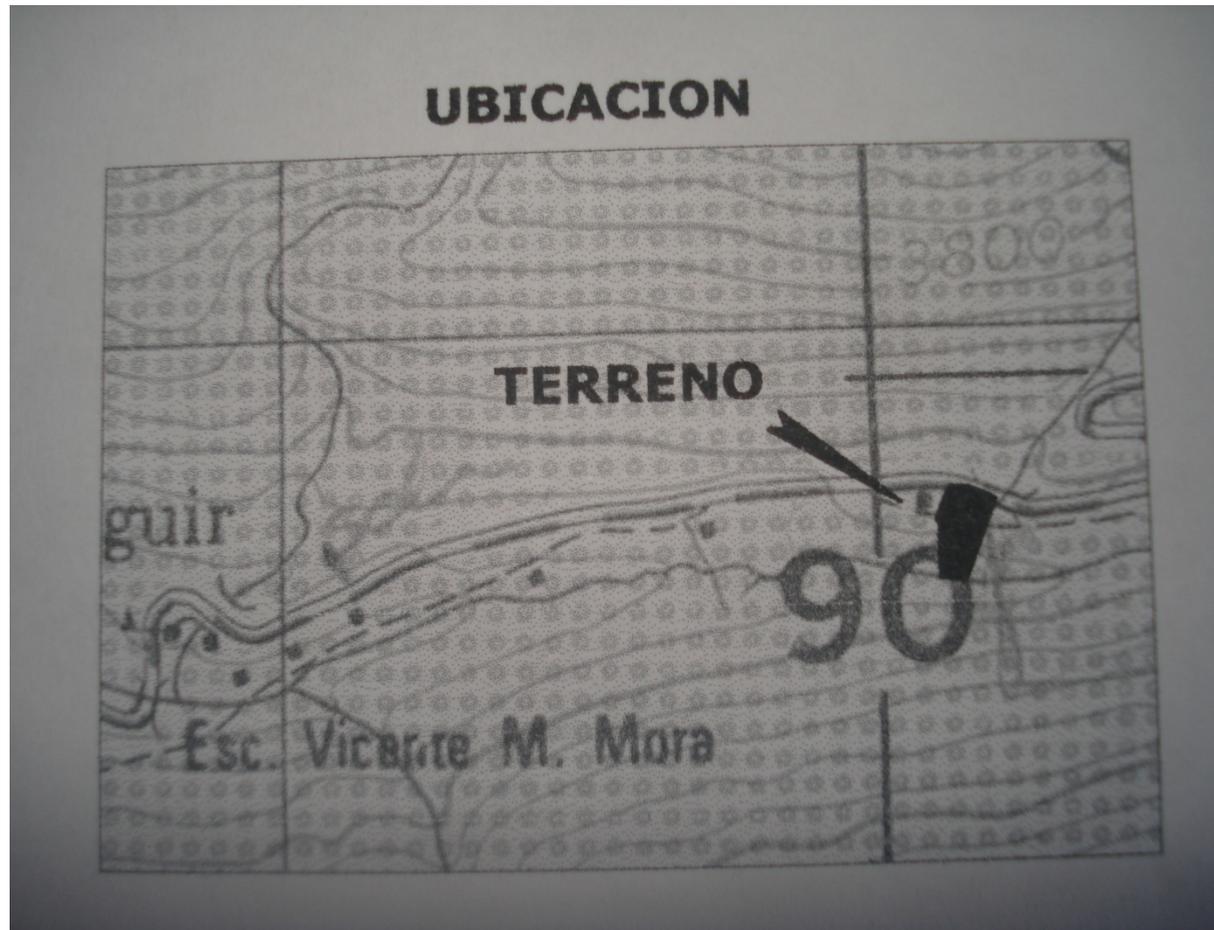
Anexos Capítulo 4

- Plano del Terreno de Piscicultura Quiroz:





- Croquis de Ubicación de Piscicultura Quiroz





- Ubicación donde serán construidas las cabañas





- Listado de materiales para la construcción de las cabañas

Madera
<ul style="list-style-type: none">○ 15 vigas de 3m (parados)○ 140 tablas 20cm x 2.5m cerrado toda la cabaña○ 19 vigas de 6m (techo y piso)○ 22 viguillas de 8m (piso guardilla)○ 20 tirantes de 6m (techo)○ 2 tirantes de 6m (techo y cumba)○ 3 tirantes de 2,5m (techo)○ 80 tiras de 3m 4x4 (techo)○ 240 tablas de pino 250x250cm (techo)○ 56 planchas de zinc 3m x 83 cm○ 840 duelas de 7cm (pisos)○ 22 vigas de 8m (piso bajo)○ 120 tiras de 3 m 4x4(piso arriba y abajo)○ 6 tablonos 20cmx3m



Instalaciones Eléctricas

- 150 m de alambre #12
- 25 m de alambre #14
- 6 cajetines de porta fusibles
- 10 T conti ½ pulgada
- 11 tubos conti
- 6 uniones de ½ pulgada
- 1 conmutador
- 4 lámparas empotradas
- 4 lámparas con señalización
- 7 luminarias(focos) colgantes
- 9 interruptores
- 9 toma corrientes dobles
- 2 luminarias(focos) con protección

Instalaciones de Agua

- 3 tubos galvanizados de ½ pulgada
- 3 tubos de agua caliente de ½ pulgada
- 5 tubos de asbesto de ½ pulgada
- 3 uniones de ½ pulgada
- 5 codos de ½ pulgada
- 2 llaves mezcladoras de agua
- 3 nudos universales ½ pulgada
- 5 llaves de paso
- 3 T de ½ pulgada
- 1 tubo PBC de 2 pulgadas
- 10 codos de 2 pulgadas
- 2 sifones
- 2 reductores de 4 pulgadas a 2 pulgadas
- 1 rollo de cinta teflón
- 1 tubo de pegamento PBC



- Listado de Accesorios para las cabañas

Accesorios
<ul style="list-style-type: none">○ 2 tasas de baños○ 2 lavamanos○ 4 cilindros○ 2 tinas○ 2 duchas eléctricas○ 2 muebles de cocina○ 4 llaves de agua○ 2 juegos de vajillas○ 2 juegos de ollas○ 2 docenas de cucharas○ 2 docenas de vasos○ 2 juegos de sala pequeños○ 2 mesas de comedor○ 1 docena de sillas○ 8 camas de una plaza○ 8 colchones○ 8 almohadas○ 8 juegos de sábanas○ 16 cobijas○ 2 fregaderos○ 2 calefacciones○ 12 vidrios de 6mm claro de 1x1○ 6 puertas○ 6 chapas○ 12 cortinas○ 12 ventanas 1.40 x 1.40 m○ 2 lámparas de velador○ 2 closets○ 4 sartenes○ 6 alfombras○ 4 jarras○ 4 cucharones○ 4 cernidores○ 2 juegos de cuchillos



- Listado de Electrodomésticos para las cabañas

Electrodomésticos
<ul style="list-style-type: none">○ 2 cocinas de 6 quemadores con horno○ 2 licuadoras○ 2 tostadoras○ 2 microondas○ 4 televisores de 30 pulgadas○ 2 equipos de música



Anexos Capítulo 5

Listado de Precios

Cant.	Detalle	Costo Unit.	Costo Total
Implementos Caminata			
10	Abrigos Impermeables	8,00	80,00
5	pares de botas	7,00	35,00
	Subtotal		115,00
Implementos Cabalgata			
5	caballos	550,00	2750,00
5	monturas	180,00	900,00
5	riendas	9,53	47,65
5	cascos	23,00	115,00
	Subtotal		3812,65
Cabañas			
	Madera (cerrado de cabaña, entechado y pisos)		2500,00
Instalaciones Eléctricas			
100	Metros de alambre #12	0,60	60,00
25	Metros de alambre #14	0,40	10,00
6	cajetines de porta fusibles	0,80	4,80
8	T conti ½ pulgada	0,35	2,80
9	tubos conti	0,50	4,50
6	uniones de ½ pulgada	0,30	1,80
2	conmutador	1,50	3,00
9	interruptores	0,80	7,20
9	toma corrientes dobles	1,00	9,00
8	luminarias(focos) con protección	1,90	15,20
	Subtotal		118,30
Instalaciones de Agua			
3	tubos galvanizados de ½ pulgada	3,60	10,80
3	tubos de agua caliente de ½ pulgada	4,80	14,40
5	tubos de asbesto de ½ pulgada	2,30	11,50
3	uniones de ½ pulgada	1,50	4,50
5	codos de ½ pulgada	0,75	3,75
2	llaves mezcladoras de agua	6,80	13,60
3	nudos universales ½ pulgada	1,25	3,75
5	llaves de paso	0,89	4,45
3	T de ½ pulgada	7,00	21,00
1	tubo PBC de 2 pulgadas	7,60	7,60
10	10 codos de 2 pulgadas	0,70	7,00
2	sifones	6,70	13,40
2	reductores de 4 pulgadas a 2 pulgadas	2,10	4,20
1	rollo de cinta teflón	0,30	0,30
1	tubo de pegamento PBC	8,20	8,20
2	fregaderos	60,00	120,00



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2	tasas de baños	65,00	130,00
4	lavamanos	45,00	180,00
2	tinajas	132,00	264,00
	Subtotal		822,45
	Accesorios		
4	cilindros	55,00	220,00
2	juegos de vajillas	24,86	49,72
2	juegos de ollas	29,90	59,80
2	docenas de cucharas	7,50	15,00
2	docenas de vasos	9,90	19,80
2	juegos de sala	85,00	170,00
2	juego de comedor	100,00	200,00
6	camas de una plaza	164,00	984,00
6	colchones	85,00	510,00
6	almohadas	7,90	47,40
6	juegos de sábanas	29,00	174,00
12	cobijas	8,20	98,40
2	calefacciones	156,00	312,00
4	puertas	55,00	220,00
4	chapas	10,00	40,00
8	cortinas	16,20	129,60
2	Basureros	8,95	17,90
4	lámparas de velador	16,50	66,00
2	cajoneras	51,00	102,00
2	sartenes	8,60	17,20
4	alfombras	12,10	48,40
2	jarras	4,50	9,00
2	cucharones	7,80	15,60
2	cernidores	0,60	2,40
2	juegos de cuchillos	11,00	22,00
2	cocinetas de 4 quemadores	61,95	123,90
2	licuadoras	63,00	126,00
2	televisores de 30 pulgadas	430,00	860,00
4	Veladores	43,00	172,00
	Subtotal		4832,12
	Implementos Pesca		
10	cañas de pescar de 2,10m	27,20	272,00
10	carretes	14,00	140,00
10	cestas	2,60	26,00
10	cucharillas	4,75	47,50
5	libras de moscas (vinilos)	1,70	8,50
10	bobinas de hilo trenzado	9,50	95,00
	Subtotal		589,00
	Mano de Obra/ 1 mes (cabañas terminadas)		1210,48
	Subtotal		12789,52
	TOTAL DE INVERSION		14000,00



BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas

- ALHAMA, Alonso, “**Perfeccionamiento Empresarial: Realidades y Retos**”, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 2001.
- ALHAMA, Rafael, “**Nuevas Formas Organizativas**”, USAT, Escuela de Economía, 2004.
- AMORÓS, Eduardo, “**Comportamiento Organizacional**”, Cuarta parte.
- BELAMARIC, Rafael, “**Nuevas Formas Organizativas**”, Capítulo IV.
- BERNAL César, “**Metodología de la investigación para administración y economía**”, Prentice Hall, Colombia 2000.
- BLACK, Sam, “**ABC de las Relaciones Públicas**”, Madrid, Edición 2000.
- BLANCHARD, Ken; RANDOLPH, Alan; GRAZIER, Peter, “**Trabajo en equipo**”, Ediciones Deusto, Barcelona, 2006
- BODIE, Zvi; MERTON, Robert C. “**Finanzas**”, Prentice Hall. México. 1999.
- BREALEY, Richard A.; MYERS, Stewart C. “**Manual de finanzas corporativas**”, McGraw-Hill Interamericana, Santa Fe de Bogotá, 4^o. Edición, 1995.
- CABALLER, Mellardo, “**Métodos de valoración de empresas**”, Editorial Pirámide, 1994.
- CRUZ, Roche I., (1992). “**Fundamentos de Marketing**”, 2^a edición, Editorial Ariel, Barcelona.
- FAUS, Josep. “**Finanzas operativas**”, Estudio y Ediciones IESE, Barcelona, 1997.



- FERREIROS, Pablo, ALCÁZAR, Manuel. **“Gobierno de Personas”**. 1ª Edición. Editorial Escuela de Dirección UDEP. Perú. 2001
- GARCES, Hugo, **“Investigación Científica”**, Ediciones Abya-Yala, 1º Edición, 2000.
- GITMAN, Lawrence J., **“Principios de administración financiera”**, Pearson Educación. México. 8a. edición abreviada. 2000.
- GUARDÍA, Massó R.,(1998). **“El beneficio de compartir valores”**, Editorial Deusto, Bilbao.
- GUEVARA, Carlos, **“Metodología de la Investigación”**, Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, 2001, 2º Edición.
- HANDY, Charles, **“La organización por dentro”**, Ediciones Dedusto, 2006.
- HANDY, Charles, **“Las claves del Liderazgo”**, Ediciones Dedusto, 2006.
- HEIZER, Jay; RENDER, Barry, **“Dirección de la producción: decisiones estratégicas”**, Prentice Hall, Madrid, 6º. Edición, 2001.
- HICK, Gullett, **“Administración”**, McGraw Hill Book Co. Inc.
- JONES, Gary, **“Decisiones de marketing: guía práctica para la redacción de un plan de marketing”**, Ediciones Deusto, Bilbao, 1994.
- KINNEAR, Thomas C.; TAYLOR, James R., **“Investigación de mercados: un enfoque aplicado”**, McGraw-Hill, Santa Fe de Bogotá, 4a. edición, 1981.
- KEEGAN, Warrem. **“Marketing global”**, Prentice-Hall, Madrid, 5º. edición. 1997.



- KOTLER, Philip y Armstrong, Gary, “**Fundamentos de Marketing**”, México, 2003.
- KOTLER, Philp; ARSMSTRONG, Gary, “**Marketing/ Pearson Education**”, México, 8a. Edición, 2001.
- MARCHANT, Loreto, “**Management y el Desarrollo Organizacional**”, Editorial El Mercurio de Valparaíso, Chile, 1º Edición, 2006.
- MINTZBERG, Henry, “**Administración**”, McGraw Hill Book Co. Inc.
- MONTANO, AGUSTIN, “**Interpretación dinámica de los estados financieros**”, Ediciones Trillas, México, 1997.
- MUÑIZ, Rafael, “**Marketing de siglo XXI**”, Capítulo 2.
- ORTEGA, Xavier, “**Estrategias Empresariales**”, Catedrático de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca
- PRIETO, Martha, “**Contabilidad de Costos**”, Ediciones Cultural S. A., España, 1998.
- RABASSA, Asenjo, B., “**Marketing Social**”, Editorial Pirámide. Madrid, 2000.
- ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JORDAN, Branford D. “**Fundamentos de finanzas corporativas**”, McGraw-Hill, México, 5a. edición, 2001.
- SANTESMASES, Miguel, “**Marketing conceptos y estrategias**”, Ediciones Pirámide, 1998.



- SARMIENTO, Rubén, “**Contabilidad General**”, Ediciones Publingraf, 6º Edición, 2001.
- SEITEL, Fraser, “**Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas**”, Madrid, Pearson Educación.
- SIPPPE, Daniel; BULFIN, Robert, “**Planeación y control de la producción**”, McGraw-Hill, México, 1998.
- SLATER, Robert, “**Jack Welch on Leadership**” Editorial McGraw-Hill, 2004.
- STANTON, Etzel y Walter, “**Fundamentos de Marketing**”, Ed. Mc. Graw Hill, Edición número 11, México 2000
- TROUT, Jack., “**Posicionamiento**” es el juego que utiliza la gente en el actual mercado”, Industrial Marketing, Vol.54, No.6, (1969).
- VÁSQUEZ José María, “**Escuela de Dirección de Empresas**”, Biblioteca IDE (Escuela de Dirección de Empresas)
- WILCOX, D.J., “**Relaciones Públicas: Estrategias y Prácticas**”, Madrid, Pearson Educación.
- XIFRA, Jordi, “**Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas**”, Madrid, McGraw Hill/Interamericana.
- ZEPEDA, F. “**Psicología Organizacional**”, 1ª Edición. Pearson. México, 1999.



Referencias Electrónicas

- www.bce.fin.ec
- www.senami.gob.ec
- www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk43.htm
- www.dinero.com.ve/plandenegocios.html
- www.elmercurio.com.ec/web/titulares.php?seccion=xJoURMC&codigo=0U4tYI27AG&nuevo_mes=02&nuevo_ano=2006&dias=24¬icias=2006-02-24
- www.esmas.com/emprendedores/plandenegocios
- www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400991.html
- www.empleo.universia.es/contenidosHTML/emprendedores/plan_empresa/plan_marketing.htm
- www.es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio
- www.es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_marketing
- www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/no%202/bp.htm
- www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/empowerment.htm
- www.hoy.com.ec/NotiDinero.asp?row_id=187877
- www.inec.gov.ec
- www.mujeresdeempresa.com/marketing/marketing000402.shtml
- www.myownbusiness.org/espanol/s2/index.html#1
- www.revistainterforum.com/espanol/servicios/071501tecno.html
- www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/elementos_basicos_de_un_plan_de_negocios.html
- www.sena.edu.co/Portal/Emprendimiento/Plan+de+Negocios
- www.sistinformgerencial.blogspot.com
- www.udesa.edu.ar/default.aspx?P=180167/#
- www.websitemarketingplan.com
- www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1550/1/3076.pdf
- www.explored.com.ec/...ecuador/truchas-el-negocio-esta-en-los-paramos-108702-108702.html



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DISEÑO DE TESIS

MARZO 2011



RESUMEN EJECUTIVO

El tema de mi tesis es un Plan de Negocios para la implementación de nuevos servicios aplicado en la Piscicultura Quiroz, debido a esta ampliación del negocio se presenta una problematización referente a la inversión, aceptación a los nuevos servicios, de esta manera aplicaremos los conocimientos necesarios para realizar los respectivos estudios para conocer a fondo el desarrollo de esta inversión.

Este tema de tesis me permitirá validar todos los conocimientos adquiridos durante mi trayectoria universitaria, con el fin de brindar a la sociedad una tesis de calidad. Con este plan de negocios pretendo alcanzar una visión a futuro de la realidad de la Piscicultura y además espero que todo mi esfuerzo sirva de apoyo tanto a docentes como a estudiantes, y al mismo tiempo que refleje la excelencia académica adquirida en la universidad.

Considero que es básico disponer de los instrumentos o herramientas como: conocimientos adquiridos en las aulas de clases a través de los docentes que me brindan la oportunidad de aprender con su enseñanza de calidad.

El objetivo que me he planteado con el desarrollo de este tema de tesis es elaborar un Plan de negocios para la implementación de nuevos servicios, con lo que contribuiré a brindar un enfoque real y acertado acerca de las inversiones que se realizarán con estos nuevos servicios. Alcanzare este objetivo a través de estrategias adecuadas.



Para mi tema de tesis cuento con los datos de la Piscicultura que son necesarios como documentos, estadísticas y observaciones generales.

Que a través de la colaboración del propietario de la Piscicultura Quiroz y del Coordinador General del Fondo Concursable El Cucayo de la SENAMI, están dispuestos a brindarnos todo el apoyo para el desarrollo de la tesis, y poder desempeñar todas las actividades necesarias para la aplicación de las estrategias estudiadas.

La metodología que sigo para desarrollar este proyecto consta de tres etapas consecutivas, en la primera etapa esta contenido los antecedentes, importancia y motivación. En la segunda etapa esta desglosada en cuatro partes: Marco Conceptual, La Problematización, Los objetivos Generales y Específicos y Esquema Tentativo, por lo tanto la tercera etapa es básica para el desarrollo del Diseño de Tesis



CONTENIDO DEL DISEÑO DE TESIS

SELECCIÓN DEL TEMA

TÍTULO DE LA TESIS

Plan de Negocios para la implementación de nuevos servicios aplicado en la Piscicultura Quiroz ubicada en la Vía Cuenca – Puerto Inca, sector Miguir, Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia Molleturo; periodo 2010-2011

1. ANTECEDENTES

1.1 IMPORTANCIA Y MOTIVACIÓN

- Características

La Piscicultura Quiroz es una empresa dedicada a la crianza de truchas de calidad y a su comercialización.

Gracias al apoyo brindado por el Fondo Concursable “El Cucayo” de la SENAMI este emprendimiento ha logrado establecerse y posicionarse como empresa dentro del mercado.

✓ Actualidad:

En la empresa se considera necesaria la realización de este plan de negocios para la implementación de servicios como lo son la pesca deportiva, cabañas, caminata y cabalgata.

Debido al lugar de ubicación de la Piscicultura Quiroz estas actividades pueden ser realizadas con mayor facilidad, ayudando a su vez al mejoramiento del servicio que presta la empresa.



✓ Calidad:

Debido a la ubicación de la Piscicultura Quiroz en Miguir, estas actividades que se planean implementar serán servicios que pueden ser brindados con la calidad y eficiencia gracias al acceso y contacto con la naturaleza, dichas actividades anteriormente serán realizadas por personas capacitadas, logrando así la prestación de un servicio eficiente.

- **Condiciones de la Tesis**

✓ Aptitudes:

Para la elaboración del Plan de Negocios aplicado en la Piscicultura Quiroz para la implementación de nuevos servicios de cabañas, pesca deportiva, caminata y cabalgata; cuento con el conocimiento, fortaleza e interés académico que han sido adquiridos a través de los años de estudio, es por esta razón tengo la capacidad para desarrollar este tema de tesis.

✓ Actitudes:

Con la realización de este tema de tesis me siento motivada debido a que esta directamente relacionado con materias a fines a mi carrera como lo son: marketing, proyectos de inversión, estrategia competitiva.

- **Apoyos**

Para la elaboración de la tesis cuento con los siguientes instrumentos:

- Libros de Marketing
- Libros de Estrategia Empresarial
- Asesoría de profesores de la facultad



- Información brindada por el Fondo Concursable “El Cucayo” de la SENAMI
- Accesibilidad a la información por parte del propietario de la Piscicultura Quiroz, el Señor Pablo Quiroz

- Acuerdos Iniciales:

Converse con el Licenciado Germán Cárdenas quien me asesoro para llegar a la plena comprensión y entendimiento del tema que vamos a realizar; a su vez acudi a la SENAMI donde obtuve la información referente al Fondo Concursable “El Cucayo” y sobre la Piscicultura Quiroz en donde será aplicado mi tema de tesis.

1.2 DELIMITACIÓN

Contenido: Plan de Negocios

Campo de Aplicación: Piscicultura Quiroz

Espacio: Vía Cuenca – Puerto. Inca, sector Miguir, Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia Molleturo

Periodo: 2010-2011

Titulo: Plan de Negocios para la implementación de nuevos servicios aplicado en la Piscicultura Quiroz ubicada en la Vía Cuenca – Puerto Inca, sector Miguir, Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia Molleturo; periodo 2010-2011



1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Criterio Académico

Mediante la elaboración de este plan de negocios reforzaré y pondré en práctica todos los conocimientos durante mi carrera universitaria; material que servirá de apoyo para los estudiantes que tengan interés en conocer a profundidad un plan de negocios.

1.3.2 Criterio Institucional

La elaboración de este plan de negocios para la empresa es necesario para conocer a profundidad si la implementación de estos nuevos servicios es viable y factible.

1.3.3 Impacto Social

Hoy en día al estrés de la rutina diaria que se vive en la ciudad los servicios que se pretenden implementar ayudara a que las personas cuenten con un lugar en donde reciban sano esparcimiento, distracción y recreación de quienes hagan uso de estos servicios.

1.3.4 Criterio Personal

Yo cuento con la capacidad, actitudes, aptitudes y destrezas que se requieren para la elaboración de este plan de negocios y a su vez tengo gran interés y motivación porque es un tema de mi completo agrado.

1.3.5 Factibilidad

La realización de este plan de negocios contará con el pleno apoyo del señor Pablo Quiroz propietario de la Piscicultura Quiroz, quien me brindará toda la información que sea necesaria para la aplicación del tema de tesis.

Y también cuento con el apoyo del Licenciado Germán Cárdenas coordinador de El Fondo Concursable “El Cucayo”.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Idea del Negocio

Proyecto dedicado a la Crianza o Producción y Distribución de Truchas de buena calidad en el sector de Miguir, El Cajas y posteriormente cubrir mercados a nivel nacional.

Nombre comercial:

Piscicultura Quiroz

- **Dirección, Teléfono y Correo Electrónico**

Vía Cuenca – Puerto Inca, sector Miguir, Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia Molleturo.





- **Sector de Actividad, el subsector / rama**

Al determinar la naturaleza del proyecto se puede establecer que la actividad del mismo comprende al área de Piscicultura, teniendo como subsector la Truchicultura, cuya actividad es justamente el cultivo de Truchas en piscina, con un tipo de cultivo intenso ya que se efectúa con fines comerciales. Además tiene el carácter de Monocultivo pues únicamente se dedica a la crianza de las Truchas como única especie.

- **Ámbito de acción del emprendimiento/negocio: Local, Nacional, Regional, Internacional.**

Considerando la capacidad instalada del proyecto y el mercado demandante del mismo podemos determinar que el proyecto tiene un enfoque Local de manera inicial ya que al producir 1000 libras de trucha de manera semanal estaremos cubriendo los restaurantes de la zona los mismos que son nuestro mercado directo. Sin embargo posteriormente nos proyectamos a llegar con el producto a un mercado o una zona Nacional.

- **Producto y/o servicio**

El producto principal de Piscicultura Quiroz son las Truchas las mismas que en materia prima (Alevines) son adquiridas de manera directa en la ciudad de Quito – Tandapi, siendo estas importadas desde España lo cual representa una ventaja pues su crianza se reduce a 6 o 7 meses de edad, considerando que en este tiempo la trucha esta apta para la venta y el consumo del cliente.



- **Carácter innovador del emprendimiento y que lo hace diferente de otros similares.**

El carácter innovador del emprendedor resalta en su empeño, entrega y su perseverancia en la ejecución del proyecto, pues luego de encontrarse fuera de su país de origen por 5 años siente la necesidad de crear un servicio nuevo para el sector. Si bien es cierto toda la zona en donde se encuentra desarrollándose el proyecto tiene como actividad la producción en pequeñas cantidades de trucha y su venta a niveles macros sin embargo para cubrir los mercados a los cuales nos enfocamos es necesario disponer de un producto de excelente calidad y sobre toda de una producción en línea o constante con el firme propósito de que en ningún momento del año falta el producto para la venta pues este aspecto es un factor fundamental para el enganche de los clientes y el posicionamiento en el medio.



2. MARCO TEÓRICO

Para la aplicación de mi tema de tesis se ha considerado prudente tres conceptos básicos para el desarrollo de la misma:

- El Mercado
- Plan de Negocios
- Emprendimiento

A continuación se desarrolla cada uno de estos conceptos con el comentario personal y la aplicación en la tesis.

EL MERCADO

DEFINICIÓN

Desde el punto de vista de las empresas deberá quedar definido por la función servida por el producto, la tecnología empleada y el grupo de clientes al que se dirige. La función hace referencia a la necesidad genérica que satisface, que puede ser cubierta por un conjunto de productos muy diversos, el grupo de clientes constituye el conjunto de consumidores potenciales a los que se dirige el producto y por último, el producto que es el servicio ofrecido a ese grupo potencial de consumidores.¹

Un mercado se define por la intersección de una función dada y un grupo determinado de consumidores, e incluye todas las tecnologías sustitutivas que permiten realizar dicha función.²



COMENTARIO

Es importante conocer el mercado al que está enfocado la implementación de estos nuevos servicios, lo que nos permitirá conocer con exactitud cuáles son las necesidades y la manera más eficiente de satisfacerlas.

Mediante la elaboración de un estudio a detalle podremos conocer cuál va ser nuestro segmento de mercado y la acogida que tendrá la prestación de estos nuevos servicios.

1 MATINEZ, Marcia, 2001, ANÁLISIS Y PROPUESTA DE VENTAS EN LA LÍNEA DE ELECTRODOMESTICOS

CASO PRACTICO DE MIRASOL S.A., Tesis, Cuenca-Ecuador pág. 16

2 CRUZ, Ingacio, 1990, FUNDAMENTOS DEL MARKETING, Editores Ariel, España pág 38

APLICACIÓN

Esta definición nos ayudará a encontrar las necesidades que exigen los consumidores, cuál será el grado de aceptación de los nuevos servicios, así como también nos ayudará a encontrar a nuestros clientes potenciales lo que nos permitirá crear en una estrategia para mejorar el beneficio ya existente en la piscicultura.



PLAN DE NEGOCIOS

DEFINICION

Es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito de los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. También se emplean cuando se solicitan créditos empresariales.

El plan de negocios contiene objetivos estratégicos a corto y a largo plazo y puede ser formal o informal. Así mismo, puede estar en una servilleta o en su cabeza o puede ser simplemente una lista de tareas pendientes.

Este se utiliza para comunicar la forma en que su estrategia aumentará su probabilidad de éxito en una nueva empresa. Una lista de metas podría ser un plan de lo que se tienen que lograr pero eso no es un plan de negocios. El plan de negocios es un documento elaborado para capturar y comunicar la dirección planeada y las maniobras que se requieren para que el negocio alcance su meta más importante: rentabilidad.³

COMENTARIO

El plan de negocios es de vital importancia porque nos permite determinar la factibilidad que tendrá el negocio, debido a que antes de llevar el proyecto a la realidad debemos realizar este plan, por lo que nos permitirá realizar un proceso de de revisión para mantener nuestro negocio bien encaminado,



asegurar que estamos tomando las decisiones adecuadas con dirección al plan de negocios.

APLICACIÓN

Este plan se utilizará para conocer la forma en que nuestra estrategia aumentara su probabilidad de éxito, mejorando el rendimiento en nuestro negocio, además facilitará la discusión entre socios que necesitan exponer sus ideas. Este también nos ayudará a proyectarnos hacia el futuro para prever dificultades e identificar posibles soluciones a los problemas que pudieran presentarse y buscando darle al negocio una identidad, es decir una vida propia. Nos ayudará a darles una afinidad a la empresa, este plan lo revisaremos periódicamente porque alguno de los componentes tendrán que reconstruirse para que el negocio regrese a su desempeño óptimo

EMPRENDIMIENTO

DEFINICIÓN

Es el acto de acometer o comenzar un negocio que implique riesgos, dificultades y peligros.

COMENTARIO

El emprendimiento es lo que nos ha ayudado a llevar a cabo las ideas de negocio para convertirlas en algo real y productivo, a su vez nos permite



innovar mejorando así nuestro proyectos llevándolos hacer más rentables brindándonos mayor beneficio.

APLICACIÓN

Este concepto es de vital importancia porque permite definir la manera de aprovechar a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento de su idea de negocio. Por lo tanto el emprendimiento se ha convertido en una opción de vida para mejorar y poner en marcha nuestras ideas.



3. PROBLEMATIZACIÓN

La problematización presenta cuatro pasos:

Primer paso: Listado de problemas

1. Ausencia de una eficiente planeación estratégica
2. Falta de proyección a nuevos mercados
3. No existe suficiente publicidad
4. Desaprovechamiento de los recursos existentes
5. No existe un registro de ventas detalladamente elaborado
6. Debería contar con la infraestructura adecuada para la ampliación del negocio
7. Falta de control continuo en el peso de las truchas
8. Falta de una mejor pileta para el mantenimiento de los alevines
9. Debería contar con una excelente distribución de planta
10. Alto Capital de trabajo necesario para la ampliación del negocio

Segundo paso: Integración de problemas

Problema 1: Falta de Proyección a Nuevos Mercados

Este problema a traído consigo un crecimiento lento del negocio, debido a que no cuentan con una publicidad adecuada que muestre al cliente la excelente calidad de las truchas y la existencia de la piscicultura, a su vez el plan de ventas debería presentarse más detalladamente.

Integración de problemas: 2 + 3 +5



Problema 2: Falta de Aprovechamiento de los Recursos Existentes

Este problema trae consigo inconvenientes en aspectos como: no contar con la infraestructura pertinente, un plan estratégico propicio, el desperdicio de los recursos existentes y la gran inversión que implica esta ampliación del negocio.

Integración de problemas: 1 + 4 + 6 + 9 + 10

Problema 3: Falta de mejor control y mayor número de alevines

Este problema ha traído consigo la limitación de cierto número de truchas debido a la capacidad restringida que tiene la pileta donde son depositadas las truchas luego de adquirirlas desde Quito (Tandapi) con la Señora Magui Castro proveedor único y directo de la piscicultura

Integración de problemas: 7 + 8

Tercer paso: Problema Central

Falta de Aprovechamiento de los Recursos Existentes

Este problema trae consigo inconvenientes en aspectos como: no contar con la infraestructura pertinente, un plan estratégico propicio, el desperdicio de los recursos existentes y la gran inversión que implica esta ampliación del negocio.

A su vez no permite aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta como su ubicación que es un factor de vital importancia para la atracción turística, por lo que creemos que tendrá acogida estos nuevos servicios que



incluyen: pesca deportiva, cabalgata, caminata recreativa, alojamiento en cabañas.

Cuarto paso: Redacción de los problemas

Problema Central: Desaprovechamiento de los Recursos Existentes

1. Descripción

Considero que la Piscicultura Quiroz necesita para realizar la implementación de estos nuevos servicios contar con un capital sustentable que permita llevar a cabo en su totalidad la realización de este proyecto, lo que me permite a su vez llegar a definir un plan estratégico detallando claramente las oportunidades las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en la empresa; planteando mejores estrategias que mejoren la capacidad de competencia en el mercado.

Creo conveniente que la piscicultura debería contar con un mejor aprovechamiento de sus recursos logrando así brindar al cliente un servicio de excelente calidad, el contar con la infraestructura adecuada es de vital importancia para la creación de estos nuevos servicios.

2. Características

- Necesidad de un alto nivel de inversión
- Asesoría profesional para la realización de la nueva estructura
- Plan estratégico detallado
- Mejor aprovechamiento de los recursos



- Mayor capacidad de competencia
- Análisis del FODA

3. Repercusiones

Las consecuencias que tiene este problema al no contar con el capital necesario es que no se llevaría a cabo el proyecto.

Otra consecuencia sería que al no tener un buen plan estratégico no permite plasmar la dirección correcta que se quiere para la empresa, carencia de sinergias en el personal para la obtención de los objetivos. Sin este planeamiento estratégico, cada miembro de la organización va por su lado sin saber las metas que se quieren alcanzar como organización. Una repercusión adicional sería que al no tener la infraestructura física no se realizara el proyecto.

Problema Complementario 1: Falta de Proyección a Nuevos Mercados

1. Descripción

Considero necesario que el negocio debería expandirse más en el mercado, esto permitiría obtener mejores beneficios económicos, a su vez incrementar la clientela, utilizando también una mejor publicidad dando a conocer de mejor manera el producto y los nuevos servicios que se piensan implementar.

Un plan de ventas más detallado permitirá conocer con exactitud a sus clientes, cantidades comercializadas, formas de pago, descuentos, logrando así un mejor control en las ventas.



2. Características

- Una publicidad arrasadora
- Ventas detalladas
- Mayores beneficios económicos
- Expansión de mercado

3. Repercusiones

Este problema trae como consecuencia el crecimiento lento del negocio con un número limitado de clientes al no conocer la piscicultura.

No contar con un registro de ventas detallado impide conocer la cabalidad la cantidad de truchas que adquieren nuestros clientes, no nos permite establecer estrategias de ventas esto con la ayuda con la publicidad con que se cuente así para que se puedan elevar o mantener las ventas de la empresa.

Problema Complementario 2: Falta de mejor control y mayor número de alevines

1. Descripción

Este problema muestra que por la falta de un control más incesante algunas truchas excedan el peso con el que se deben comercializar.

Este producto puede alcanzar un peso superior a una libra por unidad o por trucha sin embargo en estas características el producto no es muy apetecido por los clientes del medio ya que muchos de ellos prefieren contar con un mayor número de truchas por libra que un mayor peso por trucha.



Se debe recalcar que el cuidado de las truchas cuando ya se las pasa a las piscinas necesita de un cuidado de 24 horas al día

1. Características

- Control oportuno de los alevines
- Control de las truchas cuando son movilizadas a las piscinas
- Exceso de peso en algunas truchas
- Clientes requieren mayor número de truchas
- El cuidado de las truchas es de las 24 horas del día

2. Repercusiones

Podemos decir que este problema trae consecuencias referentes a que los clientes limitan sus ventas al darse cuenta que algunas truchas tienen un peso mayor al que ellos requieren, por lo tanto disminuyen sus ventas, presentando un menor beneficio económico.



4. OBJETIVOS

➤ **Objetivo General**

Elaborar Plan de Negocios para la implementación de nuevos servicios aplicado en la Piscicultura Quiroz ubicada en la Vía Cuenca – Puerto Inca, sector Miguir, Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia Molleturo; periodo 2010-2011; con lo que contribuiremos a brindar un enfoque real y acertado acerca de las inversiones que se realizaran con estos nuevos servicios, para conocer detalladamente la aceptación en el mercado de los mismos.

➤ **Objetivos Específicos**

Objetivos Específicos	Contenidos Básicos
1. Conocer de forma detalla los servicios que se van a implementar	Capítulo II Naturaleza del Proyecto
2. Elaborar un Estudio de Mercado	Capítulo III Mercadeo y Estrategia
3. Elaborar un Estudio Técnico	Capítulo IV Servicios
4. Elaborar un Estudio Financiero	Capítulo V Aspectos Económicos - Financeiros



5. ESQUEMA TENTATIVO

	CAPITULO I Antecedentes 1.1 Antecedentes de la Actividad Piscícola en el Azuay 1.2 Objetivos, Misión, Visión 1.3 Características de la empresa. 1.4 Composición y Organización. 1.5 Recursos humanos. Equipo directivo. Equipo operativo. 1.6 Recursos físicos 1.7 Socios y clientes
1. Conocer de forma detallada los servicios que se van a implementar	CAPITULO II Naturaleza del Proyecto 2.1 Producto o Servicio 2.1.1 Producto Actual 2.1.2 Estrategia operativa 2.1.3 Precios y Costos propuestos para los nuevos servicios
2. Elaborar un Estudio de Mercado	CAPITULO III Mercadeo y estrategia 3.1 Investigación de Mercado 3.2 Segmentación de Mercado 3.3 Análisis de la Competencia 3.4 Publicidad y Relaciones Públicas 3.5 Posicionamiento 3.6 Ventas
3. Elaborar un Estudio Técnico	CAPITULO IV Producto o Servicio 4.1 Especificaciones de los Servicios 4.2 Atención al Cliente 4.3 Infraestructura
5. Elaborar un Estudio Financiero	CAPITULO V Aspectos Económicos - Financieros 5.1 Determinación de la inversión inicial necesaria 5.2 Fuentes de financiación disponibles 5.3 Análisis del Punto de Equilibrio 5.4 Proyecciones de Gastos 5.5 Proyecciones de Ingresos 5.6 Flujo de Efectivo 5.7 Criterios de Decisión a través del VAN-TIR 5.8 Estados Financieros Proyectados
	CAPITULO VI Conclusiones y Recomendaciones 6.1 Conclusiones 6.2. Recomendaciones
	ANEXOS Y BIBLIOGRAFIA



6. CRONOGRAMA DE TRABAJO

MES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JUNIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE							
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del proyecto de investigación	■	■																																						
ETAPA I Recolección de toda la Información Teórica			■																																					
Análisis de la información				■	■	■	■																																	
Entrega del Capítulo 1								■																																
Recolección de la información									■	■	■	■	■																											
Entrega del Capítulo 2														■																										



BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- **ABELL**, Derek, Planeación Estratégica de Mercado, 2da edición, Edit. Continental, México.
- **BESTERFIELD**, Dale, 4ta edición, El Control de Calidad, Edit. Hispanoamericano.
- **BIERMAN**, Harold, Planeación Financiera Estratégica, 1ra edición, Editorial Continental, México.
- **BURGER**, PC, Investigación de Mercados: Principios y Dinámicas, Edit. Hispano Europa, España.
- **CHAIN**, Nassir Sapag, 2007¹, Proyectos de Inversión, Edit. Pearson Educación, México.
- **CORONILLA**, Raúl, 2000, El Cambio Organizacional: Enfoques, Conceptos y Controversias, Edit. Coords. EEUU.
- **DUCKER**, P., 1996, La Innovación y el Empresario Innovador, Edit. Norma, Cali.



- **GITMAN**, Lawrence, Fundamentos de Administración Financiera, 1era edición, Edit. Harla S.A, México.
- **HAMMOND**, Jhon, Planeación Estratégica de Mercado, 2da edición, Edit. Continental, México.
- **HANNA**, Michael, 2006⁹, Métodos cuantitativos para Negocios, Edit. Pearson Educación, México.
- **HARDY**, Len, 2da edición, Estrategias exitosas de Mercado, Colombia.
- **HILL**, Charles, 2005⁶, Administración Estratégica, Edit. McGraw Hill.
- **KINNEAR**, Thomas, 4ta edición, Investigación de Mercado un Enfoque Aplicado, Edit. McGraw Hill.
- **KOTLER**, Philip, 8va edición, Dirección de Marketing, Edit. Hispanoamericana S.A



- **RENDER**, Barry, 2006⁹, Métodos cuantitativos para Negocios, Edit. Pearson Educación, México.
- **STAIR**, Ralph, 2006⁹, Métodos cuantitativos para Negocios, Edit. Pearson Educación, México.
- **STANTON**, William, 14va edición, Fundamentos de Marketing, Edit. McGraw Hill, México.
- **TAWFIK**, Louis, 1992², Administración de Empresas, Editorial McGraw Hill, México
- **URIBE**, Augusto, 1994, Curso Básico de Administración de Empresas, Editorial Norma, Colombia
- **WEBSTER**, Gordon, Control de Calidad, Edit. McGraw Hill
- **WESTON**, FJ, Fundamentos de Administración Financiera, 7ma edición, Edit. McGraw Hill.
- **YAVITZ**, Boris, Estrategia en Acción, Edit. Continental, México.