

PLAN DE NEGOCIOS DE UN RESTAURANTE ENFOCADO EN EL PEZ LEON CON VISION INTERNACIONAL

Autor: Miguel Alejandro Garzon Delgado, Estudiante de negocios internacionales

Resumen

Cuando se llega a la discusión del medio ambiente y los animales y el uso que ha hecho el ser humano con los recursos del planeta, se puede concluir que este ha hecho uso de los recursos sin mesura, lo que ha traído muchas consecuencias negativas en este aspecto, y ha llevado a muchas especies a su extinción, pero en este caso es diferente; ya que con los hábitos de consumo que se tienen se puede controlar una plaga y ayudar a miles de especies y ecosistemas que se están viendo afectados por culpa de un solo animal, el pez león. Esta especie llegó a las costas de Estados Unidos en la década de los 90 y se vio por primera vez en Colombia en el año 2009 en el archipiélago de San Andrés y Providencia, con su llegada encendió las alarmas del gobierno nacional por las grandes consecuencias que trae esta especie al ingresar al ecosistema marino colombiano. No solo tiene consecuencias ambientales sino también socio económicas al quitarle a las comunidades costeras del mar Caribe su principal fuente de alimento e ingresos, pero existe algo que juega a favor de estas comunidades y es que la carne del pez león es considerada de tipo gourmet en la cocina internacional. Por esto la razón principal para desarrollar este proyecto es implementar un modelo de negocio en base al consumo de este animal. De esta forma, se les otorgaría a las comunidades pesqueras una nueva fuente de ingresos, a los turistas una nueva experiencia gastronómica, y en un futuro la mejora de la situación actual por la que está pasando el ecosistema marítimo del mar Caribe.

Palabras claves: Pez león, Restaurante, consumo, problemática, Mar Caribe.

BUSINESS PLAN FOR A RESTAURANT FOCUSED ON LIONFISH WITH INTERNATIONAL VISION

ABSTRACT

When it comes to the discussion of the environment and animals and the use that humans have made of the planet's resources, it can be concluded that this has made use of resources without moderation, which has brought many negative consequences in this aspect, and has led many species to extinction, but in this case it is different, because with the consumption habits that we have we can control a plague and help thousands of species and ecosystems that are being affected by the fault of a single animal, the lionfish. This species arrived to the coasts of the United States in the 90's and was seen for the first time in Colombia in 2009 in the archipelago of San Andres and Providencia. With its arrival, it set off the alarms of the national government due to the great consequences that this species brings when it enters the Colombian marine ecosystem. It not only has environmental consequences but also socioeconomic consequences by taking away from the coastal communities of the Caribbean Sea their main source of food and income, but there is something that plays in favor of these communities and that is that the lionfish meat is considered gourmet in international cuisine. Therefore, the main reason for developing this project is to implement a business model based on the consumption of this animal. This would provide fishing communities with a new source of income, tourists with a new gastronomic experience, and in the future, improve the current situation of the Caribbean Sea's maritime ecosystem.

Keywords: Lionfish, Restaurant, consumption, problem, Caribbean Sea.

1. Introducción

El pez león es una especie originaria del sudeste asiático, que se propago sin control hasta llegar a afectar la costa caribe de norte américa, centro américa y sur américa. A Colombia llegó en el año 2009 y ha sido uno de los hechos más relevantes en la ecología colombiana. Desde su llegada el pez león ha ido afectando la fauna y flora de los ecosistemas arrecifales, lo cual afecta de forma directa la cadena alimenticia al competir por alimento y espacio con las especies nativas de esta zona del océano, ya que al no tener un depredador natural esta especie puede llegar a devorar hasta el 80% de las especies más pequeñas. Eso a su vez implica que el Pez León se pueda propagar sin control, teniendo un impacto negativo en el ecosistema al afectar a los corales ya que un cuarto de la vida marina depende de estos y beneficia a las comunidades costeras al proveer alimento, e ingresos por turismo y pesca. Por lo mencionado anteriormente se planteó la pregunta problema del plan de negocios que es ¿Cómo desarrollar un plan de negocio para un restaurante enfocado en el consumo del pez león que pueda ayudar a minimizar la propagación de esta especie?, seguido a esto se plantearon el objetivo general y específicos del problema los cuales se basan en crear un plan de negocios para un restaurante enfocado en el consumo del pez león como plato principal.

Este proyecto busca que toda la comunidad colombiana mediante el consumo del pez león (*Pterois volitans*) contribuya a frenar esta gran problemática que se tiene en los ecosistemas del caribe en el país. Mediante la implementación de restaurantes que abarque un mercado de adultos, jóvenes y niños pertenecientes a la clase económica media-alta del país, cuyo menú estará enfocado en el pez león (*Pterois volitans*) en diferentes variedades de preparación.

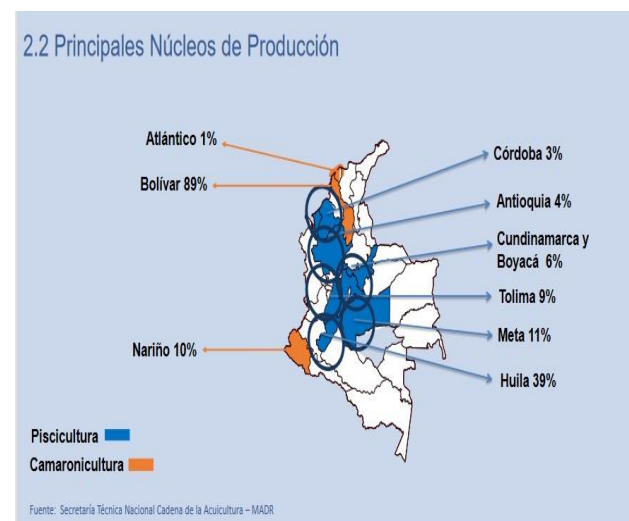
2. Metodología

En la metodología que utilizamos ‘para el desarrollo e investigación del plan de negocios fueron el análisis del entorno del sector pesquero en Colombia, la investigación al consumo per cápita por subsectores pecuarios en Colombia. Además realizamos una investigación de mercados completa en la cual pudimos resaltar como puntos importantes el análisis DOFA de la empresa, el análisis de las 5 fuerzas de Porter, la estrategia de crecimiento, nuestro producto, plaza, promoción y precio. En el desarrollo del capítulo financiero pudimos determinar la inversión inicial, los objetivos financieros, y el análisis de rentabilidad como puntos importantes de esta investigación.

3. Resultados:

En cuanto al análisis del sector pesquero en Colombia pudimos determinar que el sector pesquero en Colombia con el paso de los años ha mostrado un gran crecimiento, desde el 2011 al 2020 ha tenido un crecimiento del 216% donde en el 2011 de carne de pescado de especies nativas producía 82.622 toneladas a llegar a 2020 con 179,351 toneladas. El principal departamento de producción de carne de pescado en Colombia es Huila con un 39% seguido de Meta con un 11% y Tolima con un 9% como se puede observar en la figura 1.

Figura 1:



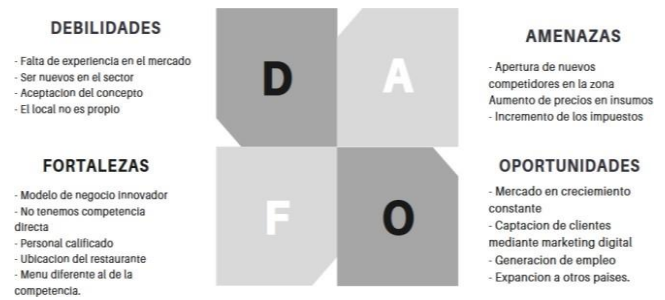
En cuanto al consumo per cápita en Colombia de carnes es liderado por el Pollo con 36,4 kg por persona al año, seguido de res con 17 kg, Cerdo con 10,8 kg y la pesca con 8,8 kg por persona como se observa en la figura 2.

Figura 2:



En cuanto a la investigación podemos resaltar el análisis DOFA que nos da una visión más clara de nuestras fortalezas y oportunidades que tenemos pero también en que debemos mejorar para ser una mejor empresa.

Figura 3:



En cuanto al análisis de las 5 fuerzas de porter llegamos a los siguientes resultados:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El mercado del pez león en Colombia es muy nuevo por lo que genera incertidumbre a la hora de acceder a este, Por la pandemia del covid-19 es más difícil conseguir financiación por parte de bancos o personas naturales ya que el poder adquisitivo está en recesión.
- **Amenaza de productos o servicios sustitutos:** Aunque nuestra ventaja competitiva es la diferenciación que tenemos frente

a los demás ya que somos el único restaurante enfocado en el pez león, por lo tanto pueden crear otros restaurantes que sustituyan nuestro pez león pero mediante diferentes especies similares.

- **Poder de negociación de los clientes:**

El poder de negociación de los clientes es demasiado alto ya que a la hora de escoger el precio y la variedad de sabores son puntos clave para tomar esta decisión, por lo que debemos tener un producto con un alto diferenciador, un servicio eficaz y con un buen trato son factores fundamentales para que al final los clientes quieran escoger nuestro producto.

- **Poder de negociación de los**

proveedores: El poder de negociación de los proveedores es bastante bajo ya que son muy pocos los restaurantes que manejan el pez león en su menú, además son

muchos los emprendedores que necesitan apoyo del pueblo colombiano para mover sus productos, por lo que todos nuestros proveedores serán emprendedores colombianos con los que crearemos excelentes lazos comerciales.

- **Rivalidad entre los competidores**

existentes: Los restaurantes que manejan este pez es enfocado solamente a la clase alta del país, nosotros con el objetivo de crear un hábito de consumo de este pez nos enfocaremos en la clase media del país con el fin de poder llegar a un mayor número de consumidores.

Estrategia de crecimiento:

Nuestra estrategia de crecimiento se basa en ser innovadores en todo sentido, desde nuestros platos, diseño del restaurante hasta las estrategias de marketing que utilizaremos, Captaremos nuevos

clientes por medio de publicidad en redes sociales como Facebook e Instagram, cada mes añadiremos nuevos platos a nuestro menú, iremos renovando la decoración del lugar y cada fin de semana haremos eventos de presentaciones, shows de comedia, danza, entre otros para fidelizar a nuestros clientes. Participaremos en ferias y eventos realizados en la ciudad de Bogotá para dar a conocer nuestra marca, poder conocer a nuestros clientes cara a cara, que puedan conocer y probar nuestros productos y con ello lograr que la estrategia de marketing “boca a boca” se ponga en marcha para establecer nuestra marca en el mercado, Tendremos un Storytelling gastronómico que usaremos como hilo conductor entre nuestro producto y el cliente final, creando una experiencia única que se conecte desde el ambiente del lugar, el menú, la decoración del lugar. Creando en el cliente experiencias y emociones para fidelizarlo con nuestra marca.

Producto: Todos nuestros productos estarán basados en el pez león, los platos preparados con este pez son muy cotizados en la cocina internacional por su sabor y forma de preparación, este pez al contener unas toxinas en sus aletas debe tener una preparación muy cuidadosa para retirar las toxinas del pez y poder prepararlo de manera correcta.

Plaza: Nuestro canal de distribución será mediante un restaurante ubicado en el sector de la calle 100 en la ciudad de Bogotá, y por medio de domicilios que realizaremos entre la calle 222 y la calle 63 de la ciudad.

Promoción: Al existir un gran crecimiento en el sector de restaurantes en Bogotá una campaña de marketing bien realizada puede contribuir de gran manera al éxito de nuestro negocio, por ello la promoción de nuestro restaurante la haremos por medio de redes sociales, al ofrecer a nuestros clientes una excelente comida y un excelente servicio haremos que ellos por medio de la estrategia de marketing

“Boca a boca” den a conocer nuestro negocio

Precio: Nuestros precios varían entre las entradas que tienen un valor de \$10.000 a \$20.000, los platos fuertes varían entre \$20.000 y \$40.000, las bebidas varían entre \$3.000 a \$10.000.

Inversión Inicial: De acuerdo con la investigación la inversión inicial para iniciar el plan de negocio es de \$114.602.612 (cop) los cuales serán distribuidos como se puede visualizar en la figura 4

Figura 4:

INVERSION INICIAL	
Maquinaria y equipos	52.540.000
Decoración restaurante	10.300.000
Adecuación restaurante	18.500.000
Arriendo local	3.000.000
Software facturación	350.000
Materia prima	23.218.500
Publicidad	2.500.000
Sayco y acinpro	2.278.300
Registro sanitario	1,665.812
Registro cámara y comercio	250.000
TOTAL	114.602.612

Objetivos financieros:

Figura 5:

OBJETIVOS FINANCIEROS AÑO A AÑO						
AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	535,883,000	568,035,980	602,118,139	638,245,227	676,539,941	3,020,822,287
UTILIDAD MARGINAL	321,529,800	340,821,588	361,270,883	382,947,136	405,923,965	1,812,493,372
PORCENTAJE	40%	40%	40%	40%	40%	40%
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 295,807,416	\$ 313,555,861	\$ 332,369,213	\$ 352,311,365	\$ 373,450,047	\$ 1,667,493,902

Análisis de rentabilidad e indicadores Financieros

Figura 6:

ANALISIS RENTABILIDAD LION HOUSE DC						
FLUJO DEL PROYECTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		535,883,000	568,035,980	602,118,139	638,245,227	676,539,941
EGRESOS OPERATIVOS		404,558,720	424,828,236	449,489,464	475,798,832	503,867,530
INVERSION	(120,000,000)					
						TOTAL
DIFFERENCIA OPERATIVA	- 120,000,000	131,324,280	143,207,744	152,628,675	162,446,395	172,672,411
						\$ 642,279,504

4. Recomendaciones:

En las recomendaciones que tenemos dentro de la investigación encontramos:

- Investigar la factibilidad de ubicar un satélite en la costa caribe para el control y acopio de la producción del pez león.
- Hacer un estudio de mercado para ver qué tan viable es distribuir la carne de pez león a los restaurantes de mar que ya se encuentran establecidos.
- Investigar la posible importación de carne de pez león para en cierto caso suplir toda la demanda del mercado Colombiano.

5. Conclusiones:

Al finalizar la investigación se pudo concluir que, el proyecto tiene un valor presente neto de \$245.089.550 pesos colombianos; por lo que cubre la inversión inicial del proyecto la cual es de \$114.602.612 pesos colombianos, por lo que al hacer el plan financiero a un mediano plazo de 5 años se convierte en un proyecto viable por lo que se puede ejecutar el proyecto de manera correcta.

Al ser un producto muy llamativo para la sociedad por su gran impacto socio económico y ambiental, se debe mejorar constantemente el restaurante de acuerdo con las investigaciones del mercado y con ello realizar estrategias para un mejoramiento continuo del restaurante.

Un restaurante se basa en el éxito por su excelente comida y su excelente servicio al cliente, por lo que esos dos pilares son

fundamentales para fidelizar a los clientes y que los mismos ejecuten la estrategia de marketing “voz a voz”

Como conclusión general el plan de negocios es totalmente rentable ya que, de acuerdo al plan financiero ejecutado a cinco años, los ingresos que tenemos sobre las ventas van aumentando, lo que genera mayor ganancia para socios potenciales.

6. Bibliografía:

Actualización, Ú. (2001). Libertad y Orden Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible República de Colombia, Enero (2012)

Alemán Alcócer, D., Castillo Cajina, C., De la O Torres, M., & Morán Maradiaga, G. (2013). Desarrollo de un plan de marketing para la comercialización del pez león como especie comestible en los cantones de Talamanca y Central de Limón, Costa Rica

Gonzales Corredor, J. D. (2014). El pez león *Pterois volitans* (Scorpaenidae) como estudio de caso de invasiones biológicas marinas: aspectos biológicos y ecológicos en el Caribe occidental insular colombiano

El pez león invasor: guía para su control y manejo Editorial: Instituto de Pesca del Golfo y el Caribe, Editor: James A. Morris, Jr.

Captura del Pez León, (*Pterois volitans*) Control y Manejo en el Caribe Colombiano Munar, A. A. M. (2017). Captura del Pez León, (*Pterois volitans*) Control y Manejo en el Caribe Colombiano. Revista Loginn: Investigación Científica Y Tecnológica, 1(1).

Muñoz Escobar, L. (2010). Composición dietaria del pez invasor, complejo *pterois volitans*

Míguez Ruiz, Á. P. (2013). Problemática ecológica generada por el pez León Rojo (*Pterois volitans*) en la comunidad de la Isla de Providencia.

Una amenaza de sabor exquisito. (n.d.) Universidad de la Sabana.

El pez león: Los verdaderos piratas del caribe. (2017, June 23). ANEIA - Universidad de Los Andes.

Villaseñor Reyes, S. M. (2018). Diseño de un plan de acción para el aprovechamiento sustentable del pez león (*Pterois volitans*), en el Sistema Arrecifal Lobos-Tuxpan.