



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

**DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
VI PROMOCIÓN**

PLAN DE NEGOCIOS

TEMA

**“CRIANZA Y COMERCIALIZACION COMUNITARIA DE
CUY APLICADO A LA ORGANIZACIÓN UNION Y
PROGRESO RECINTO BOSQUE DE ORO DEL
CANTON LAS NAVES, PROVINCIA DE BOLIVAR”**

AUTOR

Ing. FAUSTO BAJAÑA SANTILLAN.

AÑO

2006



BIENVENIDO A MI PLAN DE NEGOCIOS

CRianza Y COMERCIALIZACION COMUNITARIA DE CUYES

EMPRESA REY CUY DE LAS AMERICAS

ASOSIACION UNION Y PROGRESO

RECINTO BOSQUE DE ORO, CANTON LAS NAVES, PROVINCIA DE BOLIVAR

AUTOR: FAUSTO BAJAÑA

COMA CUY, VIVA SANO.



1. RESÚMEN EJECUTIVO.

Con el desarrollo del presente proyecto se trata de mejorar los ingresos de las familias del Recinto Bosque de Oro del Cantón Las Naves, Provincia de Bolívar, los que debido a diversos factores, como la caída del café y problemas de orden político, a través del tiempo han visto reducidos sus ingresos económicos. De tal forma que hoy en día se están reflejando indicadores de extrema pobreza; las cifras de pobreza son de 69% e indigencia del 30,7%. La tasa de asistencia escolar primaria es del 86%, la secundaria es del 26,76%. Solo el 4,49% de la población cantonal tienen instrucción superior. Los ingresos familiares promedio de \$ 4,00 por día. El índice de necesidades básicas insatisfechas es del 56%, estas variables lo convierten en uno de los cantones más pobres del país. *(Datos tomados del plan de desarrollo del año 2004 del Cantón Las Naves)*

El análisis económico del presente proyecto nos refleja una utilidad superior a los \$ 9.000 en el primer año con estimaciones de venta de 5.100 cuyes. Un punto de equilibrio de 4.524 en el mismo año y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 17,38 %. Convierten a la presente propuesta como un Plan de Negocios con una buena factibilidad

Por lo que se presenta la crianza comunitaria de cuy como una actividad alternativa que permitirá aliviar todos estos efectos estableciendo políticas de ayuda social como la equidad de género y protección del medio ambiente.



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

Pobreza e indigencia en el sector urbano marginal del Cantón Las Naves en la Provincia de Bolívar.

ANTECEDENTES.

A lo largo de la historia en nuestro país, su gente ha sido considerada excelentemente productora, especialmente en los sectores agropecuarios, pero la falta de organización, de políticas serias de comercialización, la carencia de manejos técnicos bien definidos y orientados, ha ocasionado que esa buena producción no sea bien retribuida con justos pagos a los esfuerzos y sacrificios diarios de nuestros agricultores.

Es importante vincular a las comunidades pobres del país en actividades de desarrollo agropecuario como verdaderos actores sociales, en la producción micro empresarial y tecnificada de productos de calidad y su comercialización. Por esto y por los beneficios que aquello implica es la razón para plantear la producción de cobayos (cuyes) en este plan de negocios.

La comunidad de Bosque de Oro es un Recinto perteneciente al Cantón Las Naves, Provincia de Bolívar, está conformado por unas 80 familias. La temperatura promedio anual del sector es de 25°C con lluvias entre van entre 1000 a 2000ml por año, posee una climatología tropical semi-húmeda. Basa su economía en la principal actividad productiva que es la agricultura.

VISIÓN

Ser una empresa altamente competitiva en la producción de cobayos de calidad, para la satisfacción absoluta de los clientes.

MISIÓN

Satisfacer el gusto exótico de los clientes de gustos exigentes en la ciudad de Guayaquil.



JUSTIFICACION.

En nuestro país hablar de emprendedores y microempresarios de elite, significa romper esquemas y paradigmas. Para comenzar a creer en la riqueza de nuestro suelo y la fortaleza de su gente, formar parte de un mundo globalizado, parecería un mito, el lograrlo nos relacionara con mercados competitivos, tecnología de punta y calidad total. Los sectores productivos, principalmente la actividad agrícola, a partir de la dolarización de nuestra economía vive una etapa de crisis. Salir de aquel bache implicará el ejercicio de inmediatas y profundas reformas en la política sectorial.

Los bajos rendimientos de las unidades productivas, venta de productos a bajos precios y la ya probable firma del tratado de libre comercio (TLC), avizoran días nefastos para el sector agropecuario.

Se hace necesario realizar actividades alternativas productivas para hacerle frente a todas estas adversidades.

La crianza de cobayos para comercializar es una excelente alternativa en estas ocasiones en comunidades rurales, más cuando conocemos que en la micro región no se la ha explotado aún.

OBJETIVOS:

Objetivo General.

- Reducir los índices de pobreza de las familias de bajos presupuestos y mejorar la calidad de vida de las familias involucradas en forma directa e indirecta en el desarrollo del proyecto.

Objetivos Específicos.

- Fortalecimiento integral de la organización, mediante la participación en los programas de desarrollo rural con la ejecución del presente proyecto alternativo de producción.



- Selección de talentos y capacitación de los mismos para convertirlos en líderes y lideresas para el buen desarrollo del proyecto, constituirán el eje motriz del sistema productivo de la organización.
- Brindar asistencia técnica necesaria a los productores para obtener la mayor producción al menor costo y de buena calidad.
- Producción de cobayos libres de agro toxinas y de excelente calidad para ofrecerlos al mercado nacional.
- Proceso técnico de crianza y faenado de los cobayos.

OBJETIVOS FOCALES ESTRATEGICOS.

PRODUCCIÓN: tomar en cuenta las razas mejoradas que más se adapten al medio y ofrezcan mejores rendimientos. La raza INIA (originaria del Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas del Perú), que produce mil doscientos gramos en promedio por unidad durante los primeros cinco meses.

INSTALACIONES. Tomar en cuenta las siguientes condiciones: El lugar donde se van a criar los cuyes, definir el número de animales que vamos a producir en función del alimento disponible. Si se dispone de recursos suficientes se puede construir instalaciones complejas para alojar un mayor número de animales, se garantizará un espacio suficiente para que puedan realizar sus funciones, tomando en cuenta que es un animal nervioso, que se estresa con facilidad, lo cual disminuye el rendimiento incluido el productivo.

NUTRICIÓN. Manejar conversión alimentaría de seis a uno. Se tomará muy en cuenta que en un sistema de producción a gran escala, los costos de alimentación están por encima del 70% del total de todos los costos de producción.

SANIDAD. Implementar una política de bio seguridad estricta para evitar serios problemas sanitarios en la explotación de los productores, tomando en cuenta no todos los miembros de la comunidad tienen conocimientos técnicos sobre el manejo se llevaran los controles indicados y se mantendrá un botiquín en el domicilio de cada productor.

REPRODUCCIÓN. Considerar las hembras luego de dos meses de edad de ser posible con 542 gramos de peso. En el macho la primera monta o empadre deberá darse a los cuatro meses y se lo empleara hasta una edad de treinta y cuatro meses en, lo posible. Se mantendrá grupos con una relación de ocho hembras y un macho.



GESTACIÓN. Considerar que el ciclo de celo se repite cada dieciséis días y por un lapso de ocho horas, tras el parto el celo puede volver a las quince horas.

La gestación dura sesenta y tres días, la hembra podrá tener cinco partos al año luego del cual es conveniente reemplazarla.

MANEJO DE CRÍAS. Lograr crías con un peso de promedio de ciento diez gramos al momento del nacimiento. El destete se debe realizar a los quince días, se destinarán lotes de sesenta animales por poza. La época de cría va desde el destete hasta los cuatro meses de edad.

ENGORDE. Considerar desde la cuarta semana hasta la novena o décima, o cuando los animales alcancen un peso para la comercialización. La densidad de manejo estará entre ocho y diez animales por 1000 cm² a 1250 cm².

PROCESO DE FAENAMIENTO. Tomar en consideración las siguientes labores:

- Aturdimiento.
- Desangrado.
- Pelada.
- Rasurado.
- Eviscerado.
- Lavado.
- Pesado.
- Enfundado.
- Sellado.
- Etiquetado.
- Embalado.

El cliente es quien decide las características del producto: peso, fecha de faenada forma de presentación, cantidad y frecuencia del pedido.

ESTRATEGIAS

- Contactar en ONG's y organismos internacionales dentro de los gobiernos europeos que pudieran cofinanciar el proyecto.
- Fortalecer la asociación mediante capacitaciones para crear los nuevos técnicos, líderes y lideresas para manejar mejor los proyectos, planes y las propuestas.
- Difundir el plan de negocios hacia todos los miembros de la asociación asesorándolos de tal forma que puedan constituirse en los micro-empresarios del mañana en el recinto Bosque de Oro.



- Realizar trabajos de investigación para lograr las razas de cuy que mas se adapten a la zona y nos produzcan el mejor rendimiento y mayor productividad.

ENFOQUES DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE.

En el desarrollo del proyecto la presencia de la mujer juega un papel preponderante partiendo de la capacitación en el área productiva, administrativa y organizativa. Como amas de casa están involucradas en forma directa con la producción (crianza del cuy), por su presencia diaria en el hogar ya que las cuyeras serán construidas en un sitio adyacente a las mismas. Como miembros de la asociación gozan de la potestad para elegir y ser elegidas de tal forma que pueden formar parte del directorio de la asociación.

En los talleres de fortalecimiento y capacitación se incluirán tópicos que guardan relación con la siembra de plantas (árboles) nativas e introducidas como el FERNAN SANCHEZ, CEDRO, CAOBA, PACHACO y TECA, para mejorar la flora y la fauna del sector la que nos permitirá vivir en un entorno mas puro y saludable.

UBICACIÓN GEOGRAFICA.

El estudio del presente plan de negocios fue llevado a efecto para ejecución en la asociación Unión y Progreso en el Recinto Bosque de Oro del Cantón Las Naves en la provincia de Bolívar (ver anexo 1)



2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

EL PRODUCTO.

El cuy es un producto de consumo el mismo que se lo ha venido criando desde épocas precolombinas por habitantes de la Región Interandina, esta actividad fue considerada por mucho tiempo de subsistencia.

La principal característica de este producto es el alto contenido de proteínas (20,3%) y un bajo nivel de grasa (7,8%). Dentro de las carnes animales esta considerada como la más saludable, con alto nivel nutritivo y rica por su sabor, con un consumo moderado de carne de cuy, no se requerirá consumos excesivos de productos cárnicos para cubrir los requerimientos nutritivos necesarios (2.500 kilocalorías por día) con un 98% de empleo de la carne en consumo se constituye como un producto netamente alimenticio.

Valor nutritivo de la carne de cuy

Especie animal	Humedad (%)	Proteínas (%)	Grasas (%)	Minerales (5)
Cuy	70.6	20.3	7.8	0.8
Ave	70.2	18.3	9.3	1.0
Vacuno	58.0	17.5	21.8	1.0
Ovino	50.6	16.4	31.1	1.0
Porcino	46.8	14.5	37.3	0.7

Fuente: Luna y Moreno; Universidad Nacional Agraria "La Molina". - Perú



Una vez obtenido nuestro producto (cuyes de razas mejoradas de excelente peso y tamaño) obtenido en forma orgánica a través de manejos adecuados, el siguiente paso para que la producción sea exitosa es dar respuesta a la siguiente pregunta ¿Qué vamos a vender?

Con esto nos referimos a qué producto vamos a comercializar y la producción que podemos ofertar, cuy vivo o en pie, pelado o faenado, asado y como reproductores.

- **Cuy en pie:**

Se conoce que hasta ahora la comercialización más usual del cuy en el Ecuador es vivo o en pie. Estos se venden en muchas ferias y mercados, principalmente en la Región de Los Andes (Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo e Imbabura)

- **Cuy faenado:**

Es un producto que se vende listo para emplearlo en la cocina de acuerdo al gusto de los consumidores, vienen en envolturas en las que se puede apreciar el número y el tamaño de los mismos.

- **Cuy preparado:**

Se lo puede adquirir acompañado de papas, choclos o en forma de platos típicos en ciudades de la Región Interandina.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL PRODUCTO.

Fortalezas:

- Desarrollo de la actividad empleando razas mejoradas como la obtenida por el Instituto de La Molina en el Perú, el Departamento de Investigación del Centro Agrícola de la ciudad de Ambato.- Mejoramiento de pie de cría.



- Manejo de razas mejoradas, como las del Instituto, de investigaciones agropecuarias del Perú (Inca), que desarrollan un peso de 1500 gr. en seis meses.
- Producción 100% orgánica de excelente calidad y precios competitivos.
- Canales de distribución directa a los consumidores, para reducir costos de las cadenas de comercialización hacia los consumidores.
- Producción en escala comercial a través de microempresarios y emprendedores de elite con visión futurista para la exportación.

Debilidades:

- Por ser una empresa que se inicia, no cuenta aun con un marco clientelas.
- Inexperiencia en el desarrollo de la actividad por parte de los productores.
- Centros de consumos distantes (Quito, Ambato, Latacunga, Cuenca y otras)
- Bajos niveles de consumo en la Región costas marcadas por hábitos y costumbres.



3. MERCADO POTENCIAL.

TAMAÑO DE MERCADO GLOBAL.

Para el desarrollo el presente estudio he creído conveniente tomar de preferencia al mercado de cuyes para la ciudad de Guayaquil, para tal efecto he realizado un estudio (encuesta), con una muestra de 200 encuestado, llevada a efecto en sitios estratégicos de la ciudad.

ÁREA GEOGRÁFICA DEL ANÁLISIS

El estudio fue efectúa en zonas, en las que los posibles clientes realizan sus actividades diarias, como el mercado de José Mascote, mercado artesanal de la calle Machala, mercado artesanal de la calle Loja y feria de productos en Gómez Rendón y Abel Castillo.

NUMERO DE POSIBLES DE CLIENTES.

Por datos extraídos del instituto de estadísticas y censos (INEC), Guayaquil cuenta con una población indígena que supera los 170.000 habitantes dedicados a actividades de comercio, varios servicios y algunos en el sector de la construcción. (ver anexo 2)

No hay un negocio marcado y de permanencia en la ciudad, solo la venden ocasionalmente en algunos sitios y en otros los fines de semana, pero no



son sitios exclusivos, a donde se puede ir a disfrutar de una buena comida acompañado de amigos o familia. Esto abre las puertas a una persona, con visión de empresario emprendedor a buscar y/o ganarse una clientela, que necesita de gustar un plato típico. La mayor competencia, esta marcada por el consumo de la carne de res y el pollo, pero ello han tenido en los últimos años, como son el mal de las vacas locas y la gripe aviar y el cerdo por ser una carne de alto contenido de grasas y especulativamente podrían sufrir traspies si se llegase a firmar el TLC. Entraría entonces, cuy como un producto alternativo con proyecciones de exportación.

NIVELES DE COMPRA EN UNIDADES Y DÓLARES DE ESOS POSIBLES COMPETIDORES.

Habíamos deducido de un promedio de 300 cuyes semanales de los competidores semanales, lo que representan 16.600 cuyes al año (en promedio) que a un costo de \$10.00 por unidad se estaría generando \$166.000, la actividad en un año.

Con un crecimiento de 10% de la población indígena por año mas la acogida de 0,02% por personas que cambiarían de hábitos. Nos da a entender que la demanda de cuy en la ciudad de Guayaquil va en alza y por tanto existe una ciudad insatisfecha, que esta demandando una mayor cantidad de carne de cuy.

TENDENCIA DEL NÚMERO DE CONSUMIDORES.

Aunque no tenemos un registro estadístico, de cómo se ha venido comportando el mercado (oferta y demanda) de carne de cuy, como lo citamos anteriormente, solo cobre 4 días por semana (jueves a domingo y a una fracción muy pequeña de mercado) lo que significa que hay un gran número de clientes insatisfechos.

FACTORES QUE PODRÁN AFECTAR EL DESENVOLVIMIENTO DEL MERCADO.



- Una elevación en el proceso infraccionario de nuestra economía.
- Sobre producción de carne de cuy en países vecinos (Colombia, Perú y Bolivia)
- La firma del TLC y el posible ingreso de cárnicos y mariscos a bajo precio.

FRACCIÓN DE MERCADO Y VENTAS

Se trata de un proyecto ejecutado para 20 beneficiarios, el mismo que fija una producción de 5,192 cuyes con una mortalidad de 1,82%, que refleja 5,100 cuyes de producción estimada al primer año, y al mes de 425 en promedio para ser entregada a partir del sexto mes, con un P.V.P de \$8.25 por unidad.

Orden	Mercado Total (unidades)	Fracción de Mercado		Precio unitario	Venta Total
		%	Porción Merc.		
01	170000	0.03	\$ 5,100.00	\$ 8.25	\$ 42,075.00
02	170000	0.04	\$ 6,800.00	\$ 8.25	\$ 56,100.00
03	170000	0.05	\$ 8,500.00	\$ 8.25	\$ 70,125.00
04	170000	0.06	\$ 10,200.00	\$ 8.25	\$ 84,150.00
05	170000	0.07	\$ 11,900.00	\$ 8.25	\$ 98,175.00
		TOTAL		\$ 41.25	\$ 350,625.00

RENTABILIDAD ESPERADA.

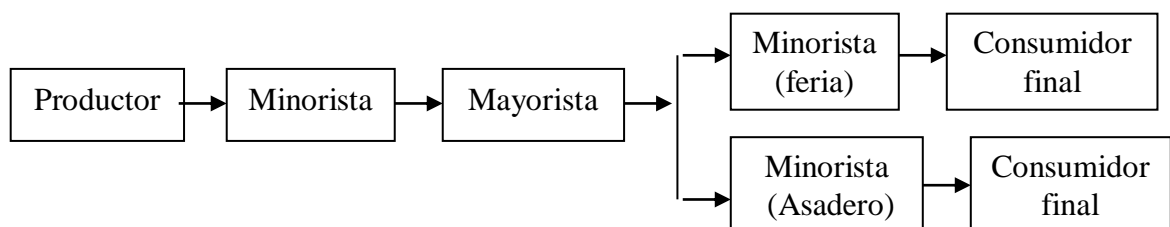
Para el primer año se logra vender 5.100 cuyes que es la producción estimada para ese año, con un valor de \$8,25, representan 42.075 de ingresos por venta que podrían incrementarse en una tasa del 1%. Esto generaría 9.830,18 en el primer año con la venta de 5.100 cuyes.

4. COMPETENCIA.

El sistema de comercialización de cuy en la ciudad de Guayaquil lo han venido manejando comerciantes intermediarios que negocian con legumbres y hortalizas desde la sierra hasta la costa y que entregados en la ciudad a varios distribuidores, de tal forma que se esta comercializando un promedio de 300 cuyes por semana traídos desde Cuenca y Riobamba, son vendidos una parte en pie en los mercados de José Mascote, y el de Gomes Rendón y Abel Castillo y a dos comerciantes que los venden preparados restaurantes que se encuentran en el centro de la ciudad y que comercializan con otros tipos de productos y a precios muy elevados.

ESQUEMA DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN DE LA COMPETENCIA.

En la ciudad de Guayaquil los canales de distribución y comercialización que maneja la competencia son los siguientes:



Consumidor final: Es el individuo que come el cuy.



Asaderos: Propietario del asadero que generalmente compra a comerciantes mayoristas que traen de la región sierra.

Mayoristas: Son las personas que se ubican en los mercados y que compra grandes cantidades de productos en la feria, para distribuirlos a otros comerciantes minoristas (intermediarios) de la ciudad.

Productor: Es la persona que se desempeña en la actividad de crianza de cuyes y que luego son comercializados.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS PRODUCTOS DE EMPRESAS COMPETIDORAS.

Fortalezas:

- Tienen una estructura de distribución.
- Ya tienen clientes y consumidores.
- Se manejan créditos para ciertos comerciantes minoristas y distribuidores.

Debilidades:

- Tienen mercados insatisfechos en calidad que esta demandado más producción.
- No hay manejo técnico en los canales de distribución y comercialización.
- Producción y comercialización de razas tradicionales (que no han mejorado en su aspecto científico para lograr mayor peso en menor edad)

IMAGEN DE LA COMPETENCIA ANTE LOS CLIENTES

Un aspecto valdría señalar, es que al no haber una gran oferta de este producto el cliente se adapta a actitudes optadas por el vendedor.

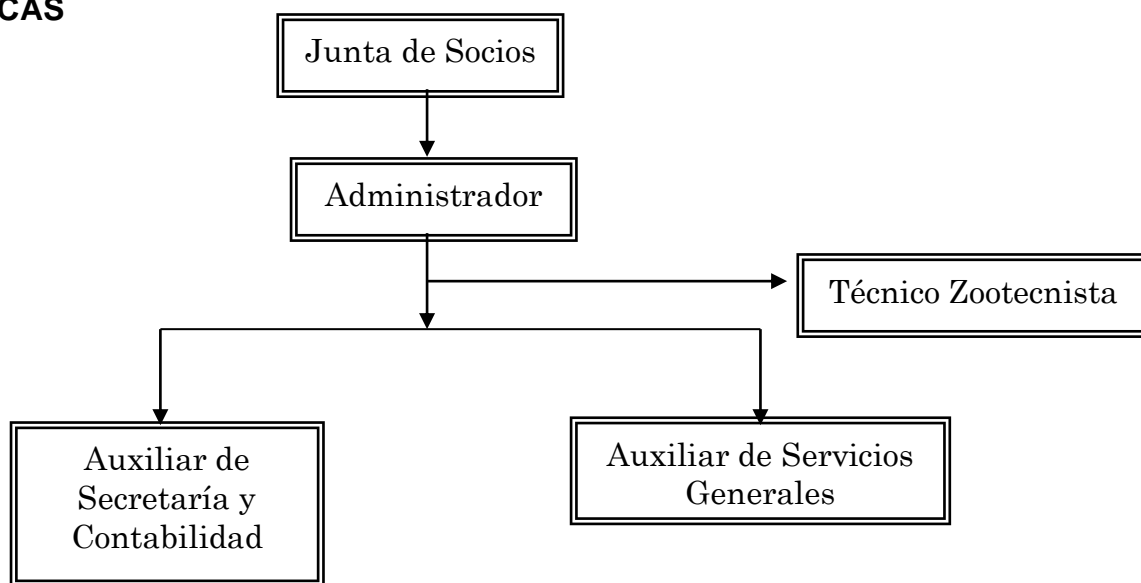


POLÍTICA DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA.

El precio para la carne de cuy esta fijando de acuerdo a la ley de oferta y demanda de tal forma que al pie oscila entre 8 y 11 dólares y preparado (acompañado con otros productos: papas o choclos), en platos típicos se venden a precio de \$10.00 ó \$15.00 dólares y en el restaurante a 10 y 12 dólares precio previsto.

5. EQUIPO DIRECTIVO, PERSONAL Y ORGANIZACIÓN

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA REY CUY DE LAS AMÉRICAS



Junta de Socios: La constituyen todos los miembros de la organización (en número de 20) beneficiarios directos del Plan de Negocios, que se dedican a la producción del cuy.

Administrador. Es un profesional técnico en la producción de cuyes y manejo eficiente del proyecto. Deberá tomar las decisiones más acordes en



beneficio de la empresa. Será el responsable de planificar la producción y comercialización del producto. Una persona con espíritu de emprendedor.

Técnico Zootécnista. Es una persona con alto sentido de responsabilidad, con experiencia en una actividad y conocedora del manejo técnico sostenible del cuy.

Auxiliar de Secretaría y Contabilidad. Es una persona con experiencia en el manejo contable en organizaciones campesinas con conocimientos informáticos.

Auxiliar de Servicios Generales. Es una persona con servicios varios de oficina, que mantendrá relación de información y trabajo con los productores



6. PLAN COMUNICACIONAL

Basado en los lineamientos de un plan general, este es empleado con objetivos netamente de mejoramiento y facilitación comunicacional. De tal manera que al emplear el canal de la comunicación, cada uno de sus elementos bien interrelacionados, podamos mejorar los rendimientos y optimizar logros.

Trataremos entonces de realizar un plan comunicacional en la organización "Unión y Progreso" del Recinto Bosque de Oro del Cantón Las Naves en la Provincia de Bolívar, realizando una comunicación del tipo horizontal y con sistemas de retroalimentación con la finalidad de fortalecer las relaciones interpersonales y de grupo dentro de la organización.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. PLAN FORTALECIMIENTO COMUNICACIONAL

(Ver anexo 3)

PRESUPUESTO: PLAN COMUNICACIONAL

(Ver anexo 4)



7. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

Lo que se persigue es determinar las herramientas necesarias para la toma de decisiones como son el costo unitario de producción, costo de ventas, el punto de equilibrio, la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN), el índice de rentabilidad (IR), los mismos que nos demostrarán la factibilidad del **Plan de Negocios**.

INVERSION

ARTICULO	CANTIDAD	VAL. UNIT.	COSTO	LUG. DE ADQUI.	DURACION
EQUIPOS					
Refrigeradora	1	\$ 500.00	\$ 500.00	Quevedo	10 años
Computadora	1	\$ 800.00	\$ 800.00	Quevedo	2 años
Calculadora	1	\$ 60.00	\$ 60.00	Quevedo	10 años
Ventilador de pedestal	1	\$ 60.00	\$ 60.00	Quevedo	10 años
Telefax	1	\$ 150.00	\$ 150.00	Quevedo	10 años
Escritorio	2	\$ 300.00	\$ 600.00	Quevedo	10 años
Archivador	1	\$ 200.00	\$ 200.00	Quevedo	10 años
Teléfono	1	\$ 100.00	\$ 100.00	Las Naves	
Pizarra	1	\$ 80.00	\$ 80.00	Quinsaloma	10 años
Vitrina-botiquín	1	\$ 150.00	\$ 150.00	Quinsaloma	10 años
Jeringuilla	3	\$ 45.00	\$ 135.00	Guayaquil	10 años
Mural informativo	1	\$ 140.00	\$ 140.00	Quinsaloma	10 años
Jaulas	7	\$ 300.00	\$ 2100.00	Guayaquil	10 años
Molino para balanceado	1	\$ 700.00	\$ 700.00	Quevedo	10 años
SEMOVIENTES					



Reproductores	100	\$ 8.00	\$ 800.00	Ambato	2 años
Reproductoras	800	\$ 6.00	\$ 4800.00	Ambato	2 años
CONSTRUCCIONES					
Oficina	60 Mts.	\$ 30.00	\$ 1800.00		20 años
Cuyeras	20 unid.	\$ 300.00	\$ 6000.00		20 años
GASTOS PRE OPERATIVOS					
Constitución	1 Doc.	\$ 800.00	\$ 800.00	Las Naves	
Tramite de registro sanitario	1 Doc.	\$ 500.00	\$ 500.00	Las Naves	
Contratación de personal		\$ 50.00	\$ 50.00	Las Naves	
Manejo de semovientes		\$ 500.00	\$ 500.00		

**EMPRESA REY CUY DE LAS AMÉRICAS.
ESTUDIO ECONÓMICO**



	Descripción	U. de Medida	Cantidad	Precio Unit.	Valor Total
1	Construcciones				
	Oficina	m ²	60	\$ 30,00	\$ 1.800,00
	Cuyeras	Unidad	20	\$ 300,00	\$ 6.000,00
	Subtotal				\$ 7.800,00
2	Maquinaria y Equipo				
	Molino para balanceado	Unidad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
	Jeringuillas	Unidades	3	\$ 45,00	\$ 135,00
	Subtotal				\$ 835,00
3	Equipos				
	Refrigerador	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Computadora	Unidad	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Calculadora	Unidad	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Ventilador de pedestal	Unidad	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Tele fax	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Teléfono	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Subtotal				\$ 1.670,00
4	Muebles				
	Escritorio	Unidad	2	\$ 300,00	\$ 600,00
	Archivador	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Pizarra	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
	Vitrina – Botiquín	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Mural Informativo	Unidad	1	\$ 140,00	\$ 140,00
	Jaulas	Unidad	7	\$ 300,00	\$ 2.100,00
	Subtotal				\$ 3.270,00
5	Semovientes				
	Reproductoras	Unidad	800	\$ 6,00	\$ 4.800,00
	Reproductores	Unidad	100	\$ 6,00	\$ 800,00
	Subtotal				\$ 5.600,00
6	Gastos Pre-operativos				
	Constitución	Documentos	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Trámite. Registro Sanitario	Documentos	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Contratación de personas	Documentos		\$ 50,00	\$ 50,00
	Manejo de reproductores			\$ 500,00	\$ 500,00
	Subtotal				\$ 1.850,00
	TOTAL GENERAL				\$21.025 ,00

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Precio = Costo de Producción + Gastos de administración + Gastos de Ventas + utilidad



Precio = 3.00 + 3.13 + 0.75 + 20%

Precio = 6.87 + 1.37

Precio = 8.25

COSTOS VARIABLES

DETALLE	TOTAL A LOS SEIS MESES	AL MES	POR DIA
Balanceado	\$ 2,106.00	\$ 351.00	\$ 11.32
Pasto	936.00	156.00	52.00
Medicinas	300.00	50.00	1.67
Crianza y cuidado de cuyes	8,160.00	1,360.00	45.33
Remuneración de Zootec.	1,831.44	305.24	10.17
Material de oficina	110.00	18.33	0.61
Otros	60.00	10.00	0.33
	\$ 13,503.44	\$ 2,250.57	\$ 121.43



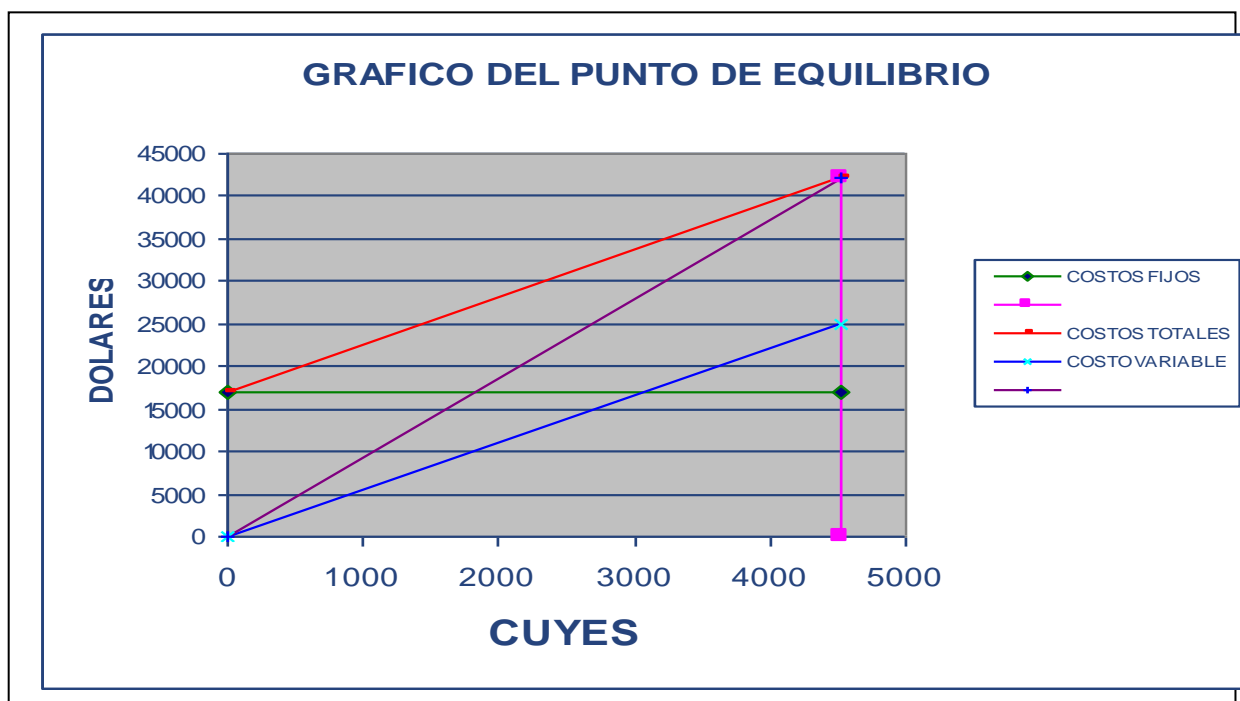
COSTOS ANUALES

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS INDIRECTOS	COSTOS DIRECTOS	COSTO TOTAL
Remuneraciones	1	Unidad	\$ 9,873.98		\$ 9,873.98
Servicios Básicos			\$ 1,200.00		\$ 1,200.00
Movilización			\$ 600.00		\$ 600.00
Suministros de Oficina			\$ 360.00		\$ 360.00
Plan Comunicacional			\$ 270.00		\$ 270.00
Material de apoyo			\$ 120.00		\$ 120.00
Transporte			\$ 2,880.00		\$ 2,880.00
Jornales de logística y manipulación			\$ 384.00		\$ 384.00
Papelería			\$ 300.00		\$ 300.00
Otros			\$ 240.00		\$ 240.00
Mantenimiento			\$ 852.00		\$ 852.00
Balanceado				\$ 2,106.00	\$ 2,106.00
Pasto				\$ 936.00	\$ 936.00
Medicinas				\$ 300.00	\$ 300.00
Crianza y cuidado de semovientes				\$ 8,160.00	\$ 8,160.00
Remuneración Zootecnista				\$ 3,662.84	\$ 3,662.84
			\$ 17,079.98	\$ 15,164.84	\$ 32,244.82

DATOS PARA EL CÁLCULO

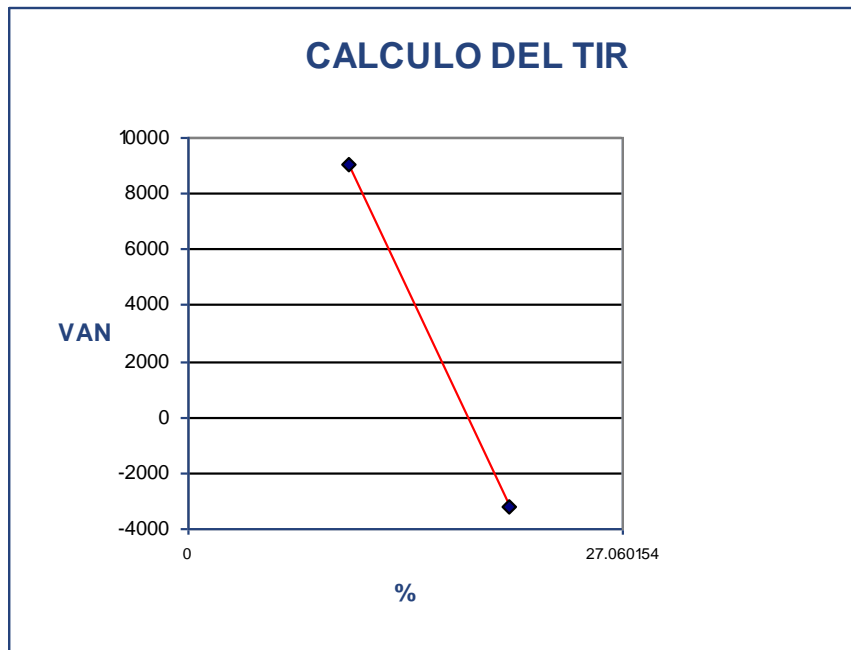
COSTOS FIJOS	\$ 17,079.96
COSTOS VARIABLES	\$ 15,164.84
COSTO TOTAL	\$ 32,244.80
VENTAS	\$ 42,075.00

PUNTO DE EQUILIBRIO 4,524



CALCULO DEL TIR

$$\begin{array}{rcl} \frac{9080.76}{X} & = & \frac{3219.31}{10-X} \\ X & = & 7.38 \\ \text{TIR} & = & 10+7.38 \\ \text{TIR} & = & \mathbf{17.38} \end{array}$$





COSTOS DE MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Construcciones	\$ 32.50	\$ 390.00
Maquinarias y Equipos	\$ 3.50	\$ 42.00
Equipos	\$ 15.00	\$ 180.00
Muebles	\$ 20.00	\$ 240.00
	\$ 71.00	\$ 852.00

FLUJOS

INGRESOS		\$ 42,075.00
COSTOS DE PERONAL	(-)	\$ 13,536.82
COSTOS FIJOS	(-)	\$ 6,354.00
COSTOS VARIABLES	(-)	\$ 11,502.00
COSTOS DE MANTENIMIENTO	(-)	\$ 852.00
BENEFICIO (FLUJO DE CAJA)		\$ 9,830.18

CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Con tasas de oportunidad del 20 % el VAN es igual a menos 3.219,31 y con tasa de oportunidad del 10% el VAN es de 9.080,76 con una inflación del 4% (Ver anexo 5)



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

El estudio económico de nuestro plan de negocios, refleja un punto de equilibrio para el primer año de actividades de 4.524 cuyes.

Con una tasa de oportunidad del 10% del valor actual neto (VAN), es de 9.080,76 y para una tasa de oportunidad el 20% el VAN es de -3.219,31 con una inflación del 4%, dicho en otras palabras con un VAN igual a cero la tasa interna de retorno (TIR) es del 17.38%

RECOMENDACIONES:

Determinados estos valores podemos decir que nuestro plan de negocios es rentable por el grado de factibilidad demostrado.

Dicho en otras palabras conviene ejecutar el plan de negocios.

LOS TOMADORES DE DECISIONES

Por la Asociación Unios y Progreso:

Señor Abel Yépez (PRESIDENTE)

Señor Gilbert Ulloa (VICEPRESIDENTE)

Señor Lcdo. Cristóbal Gonzáles (COORDINADOR)

Por la parte inversionista: (PROLOCAL)

Ing. Roberto Alulima (Director Micro región Estribaciones Centrales)

Ecn. Francisco Carrasco (Director Nacional PROLOCAL)

Ing. Miguel Loaiza (Subsecretario del Ministerio De Bienestar Social)

Expertos en la producción de cuy



Dr. Rubén Martines: Especializado en mejoramiento genético pie de cría (AMBATO)

Señor Mario Altamirano: producción y comercialización de cuyes, zona central de los Andes. (SALCEDO)

Dra. Silvia Sánchez: Centro agrícola Cantonal de la ciudad de Ambato, manejo técnico y sanitario del cuy.



BIBLIOGRAFÍA

Manual Técnico de la crianza de cuy y su comercialización.- Sedal

Revista Técnica La Campiña: CODEPMOC de Consejo de Desarrollo de los Pueblos Montubios de la Costa Ecuatoriana y zonas Subtropicales de la Región Litoral

Manual Técnico La Crianza Sustentable del cuy; Editorial del Pacífico

Revista Agropecuaria; Diario EL UNIVERSO.

Sección Agro comercio Diario EL COMERCIO

Otros sitios de información: Gobierno Provincial de Pichincha.- Dirección de apoyo a la producción

Centro Agrícola cantonal de Ambato. Producción y Comercialización del cuy

Página Web La Exportación del cuy del Perú

Página Web. Crianza, Comercialización y Exportación del cuy en el Ecuador.

Página Web CORPEI. Exportación de productos ecuatorianos no tradicionales



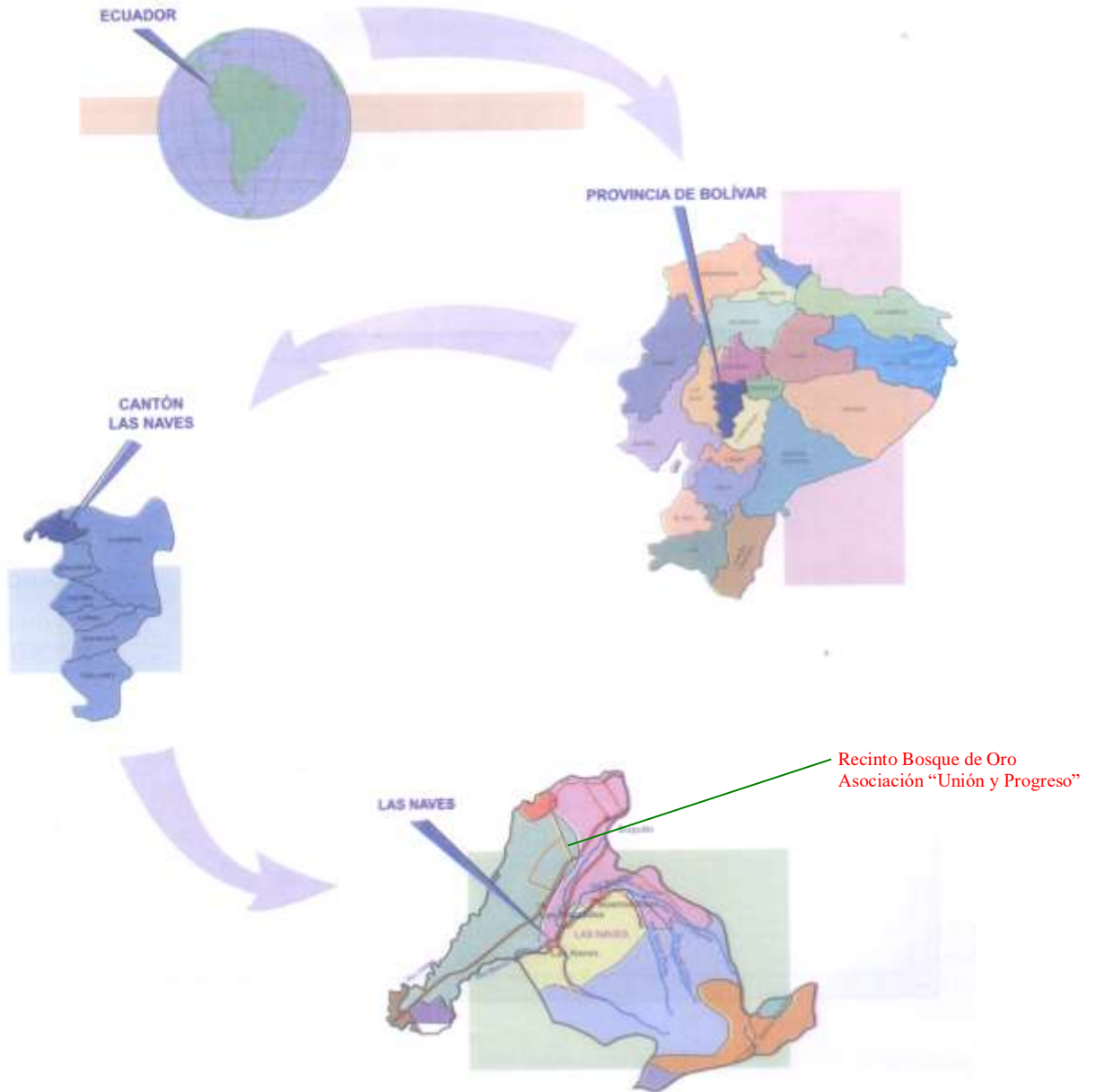
ÍNDICE

Dedicatoria	1
1. Resumen Ejecutivo	2
Definición del Problema.....	2
Antecedentes.....	2, 3
Visión.....	3
Misión.....	3
Justificación.....	3, 4
Objetivos:.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Estrategias.....	5
Enfoques de Genero y Medio Ambiente.....	5
Ubicación Geográfica.....	5
2. Descripción del producto	6
El Producto.....	6, 7
Fortalezas y Debilidades del Producto.....	7, 8
3. Mercado Potencial	9
Tamaño de Mercado Global.....	9
Área Geográfica del Análisis.....	9
Numero de posibles de clientes.....	9
Niveles de compra en unidades y dólares de esos posibles competidores.....	10
Tendencia del número de consumidores.....	10
Factores que podrán afectar el desenvolvimiento del mercado.....	10
Fracción de mercado y ventas.....	10, 11
Rentabilidad esperada.....	11
4. Competencia	12
Esquema de ventas y distribución de la competencia.....	12
Fortalezas y Debilidades de los productos de empresas	



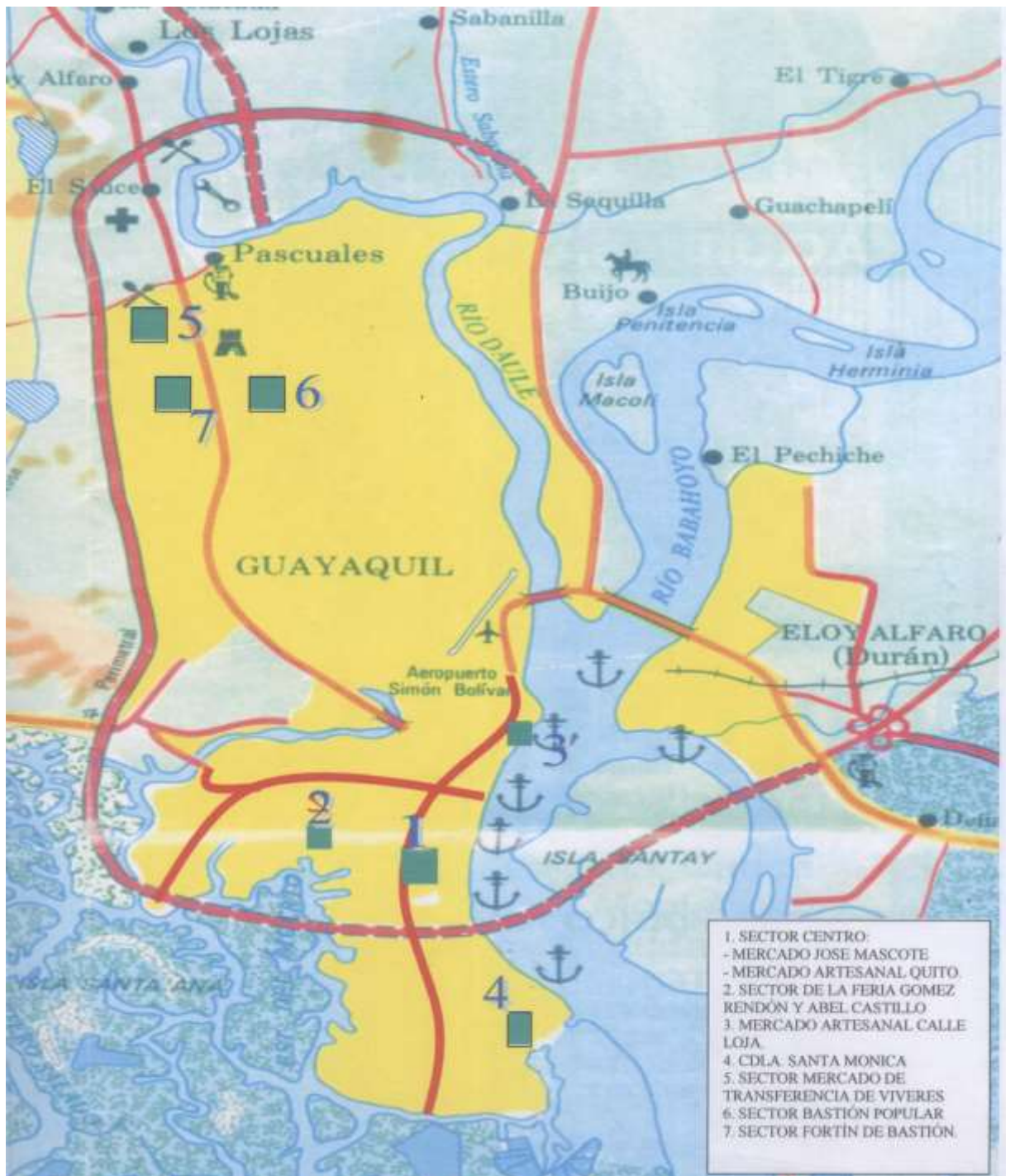
Competidoras.....	13
Imagen de la competencia ante los clientes.....	13
Política de precios de la competencia.....	13
5. Equipo Directivo, Personal y Organización.....	14
Organigrama Estructural de la Empresa Rey Cuy de las Americas.....	14, 15
6. Plan Comunicacional.....	16
Cronograma de Actividades. Plan Fortalecimiento Comunicacional.....	16
Presupuesto: Plan Comunicacional.....	16
7. Plan Económico y Financiero.....	17
Cuadro de Inversión.....	17
Estudio Económico.....	18
Determinación del precio de venta.....	19
Costos Variables.....	19
Cuadro de Costos Anuales.....	20
Datos para el cálculo del punto de equilibrio.....	21
Grafico del Punto de Equilibrio.....	21
Calculo de la TIR.....	22
Grafico de la TIR.....	22
Costos de Mantenimiento.....	23
Flujos.....	23
Calculo del VAN.....	23
Conclusiones y Recomendaciones.....	24
Bibliografía.....	25
Índice.....	26, 27
Anexos (1-5).....	28 - 37

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL RECINTO BOSQUE DE ORO.



ANEXO 1

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL



ANEXO 2



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. PLAN FORTALECIMIENTO COMUNICACIONAL

ACTIVIDADES	OBJETIVOS	FECHA	METODOLOGÍA	RESPONSABLE	RECURSOS	OBSERVACIONES
1. Foro Taller de Motivación. Tema: La comunicación y los microempresarios	Motivar a los participantes para mejorar las comunicaciones dentro de la organización	Enero 10 del 2006	Presencial audiovisual	Sr. Abel Yépez	Humanos Facilitador Materiales Infocus Computador Pizarra	Participarán un número aproximado de 50 miembros.
2. Taller Tema: El TLC y el impuesto socio-económico en los pequeños productores agrícolas	Orientar a la clase productora agrícola sobre los pro y los contra del Tratado	Enero 30 del 2006	Presencial audiovisual	Lcdo. Cristóbal Gonzáles	Humanos Facilitador Materiales Infocus Computador Pizarra Papelotes	Participarán un número aproximado de 50 personas
3. Día Cultural y Deportivo. Invitación a otras organizaciones para compartir experiencias y otros criterios.	Mejoramiento de comunicaciones dentro y fuera de la organización	Febrero 18 del 2006	Presencial	Sr. Gilbert Ulloa	Hojas de mensaje Balón	Participarán un número aproximado de 100 personas de 3 organizaciones
4. Seminario Taller. Tema: La Organización Unión y Progreso y su proyección futura como una sociedad de emprendedores de éxito	Orientar a los miembros de la organización hacia la creación de una empresa con actividades complementarias	Marzo 1 del 2006	Presencial audiovisual	Sr. Antonio Ana	Humanos Facilitador Materiales Infocus Computador Papelotes Pizarra	Participarán aproximadamente 60 personas
5. Seminario. Tema: La crianza de cuy (cobayos) dentro de las alternativas agro productivas	Orientar a los participantes sobre una actividad familiar que les permitirá mejorar sus ingresos	Marzo 30 del 2006	Presencial audiovisual	Lcdo. Cristóbal González	Humanos Facilitador Materiales Infocus Computador Papelotes Pizarra	Participarán aproximadamente 60 personas

ANEXO 3



PRESUPUESTO: PLAN COMUNICACIONAL

ACTIVIDADES	RECURSOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
1. Foro Taller de Motivación.	Facilitador	Técnico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Materiales	Unidades	-	\$ 5,00	\$ 5,00
	Alimentación	Refrigerios	50	\$ 1,00	\$ 50,00
Subtotal					
2. Taller: El TLC y el impuesto socio-económico	Facilitador	Técnico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Materiales	Unidades	-	\$ 5,00	\$ 5,00
	Alimentación	Refrigerios	50	\$ 1,00	\$ 50,00
Subtotal					
3. Día Cultural y Deportivo.	Facilitador	Técnico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Materiales	Unidades	-	\$ 5,00	\$ 5,00
	Alimentación	Refrigerios	100	\$ 1,00	\$ 100,00
Subtotal					
4. Seminario Taller: La Organización Unión y Progreso y su proyección futura	Facilitador	Técnico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Materiales	Unidades	-	\$ 5,00	\$ 5,00
	Alimentación	Refrigerios	60	\$ 1,00	\$ 60,00
Subtotal					
5. Seminario: La crianza de cobayos como una alternativa de ingresos adicionales	Facilitador	Técnico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Materiales	Unidades	-	\$ 5,00	\$ 5,00
	Alimentación	Refrigerios	60	\$ 1,00	\$ 60,00
Subtotal					\$ 115,00
TOTAL					\$ 595,00

Nota: El costo del presente Plan es de \$ 595,00 de presupuesto.

ANEXO 4



CEDULA DE PERSONAL

Orden	CARGO	# PERSONAL	S. MENSUAL	B. SOCIALES	T. MENSUAL	S. ANUAL
01	Administrador	1	\$ 250.00	\$ 95.04	\$ 345.04	\$ 4,140.50
02	Técnico Zootecnista	1	\$ 220.00	\$ 85.24	\$ 305.24	\$ 3,662.84
03	Auxiliar Secretaria y Contabilidad	1	\$ 180.00	\$ 72.16	\$ 252.16	\$ 3,025.96
04	Auxiliar de Serv. Generales	1	\$ 160.00	\$ 65.63	\$ 225.63	\$ 2,707.52
					\$ 1,128.07	\$ 13,536.82

BENEFICIOS SOCIALES

Orden	CARGO	V/. MENSUAL	13vo	14vo	Aporte Patronal	F. Reserva	Vacaciones	TOTAL
01	Administrador	\$ 250.00	\$ 20.83	\$ 13.33	\$ 29.63	\$ 20.83	\$ 10.42	\$ 95.04
02	Técnico zootecnista	\$ 220.00	\$ 18.33	\$ 13.33	\$ 26.07	\$ 18.33	\$ 9.17	\$ 85.24
03	Auxiliar Secretaria y Contabilidad	\$ 180.00	\$ 15.00	\$ 13.33	\$ 21.33	\$ 15.00	\$ 7.50	\$ 72.16
04	Auxiliar de Serv. Generales	\$ 160.00	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 18.96	\$ 13.33	\$ 6.67	\$ 65.63

CEDULA DE GASTOS DE VENTAS

Orden	DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ ANUAL
01	Transporte	\$ 240.00	\$ 2,880.00
02	Jornales de logística y manipulación	\$ 32.00	\$ 384.00
03	Papelería	\$ 25.00	\$ 300.00
04	Otros	\$ 20.00	\$ 240.00
	TOTAL	\$ 317.00	\$ 3,804.00

ANEXO 5



ANEXO 5A

CEDULA DE GASTOS DE ADMINISTRACION

Orden	DESCRIPCION	V/MENSUAL	VI ANUAL
01	Remuneraciones	\$ 822.83	\$ 9,873.96
02	Servicios Básicos	\$ 100.00	\$ 1,200.00
03	Movilización	\$ 50.00	\$ 600.00
05	Suministros de Oficina	\$ 30.00	\$ 360.00
06	Plan Comunicacional	\$ 22.50	\$ 270.00
TOTAL ANUAL		\$ 1,025.33	\$ 12,303.96

CEDULA DE COSTOS DE PRODUCCION

Orden	DESCRIPCION	V/MENSUAL	VI ANUAL
01	Balanceado	\$ 175.50	\$ 2,106.00
02	Pasto	\$ 78.00	\$ 936.00
03	Medicinas	\$ 25.00	\$ 300.00
04	Crianza y cuidado de semovientes	\$ 680.00	\$ 8,160.00
05	Remuneración Zootecnista	\$ 305.24	\$ 3,662.88
06	Materail de apoyo	\$ 10.00	\$ 120.00
TOTAL		\$ 1,273.74	\$ 15,284.88

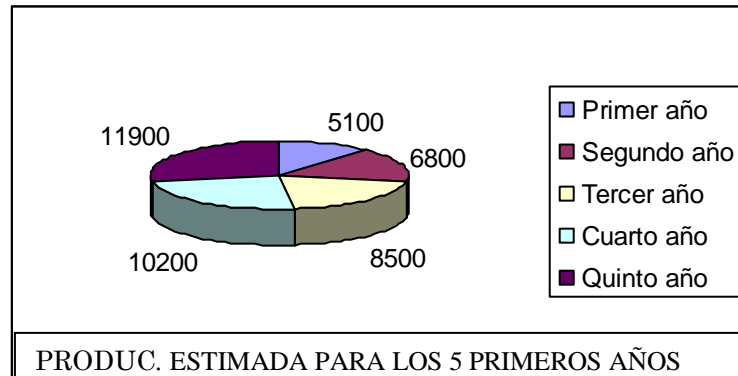
CEDULA DE INGRESOS

Orden	Mercado Total (unidades)	Fracción de Mercado		Precio unitario	Venta Total
		%	Porción Merc.		
01	170000	0.03	\$ 5,100.00	\$ 8.25	\$ 42,075.00
02	170000	0.04	\$ 6,800.00	\$ 8.25	\$ 56,100.00
03	170000	0.05	\$ 8,500.00	\$ 8.25	\$ 70,125.00
04	170000	0.06	\$ 10,200.00	\$ 8.25	\$ 84,150.00
05	170000	0.07	\$ 11,900.00	\$ 8.25	\$ 98,175.00
TOTAL				\$ 41.25	\$ 350,625.00

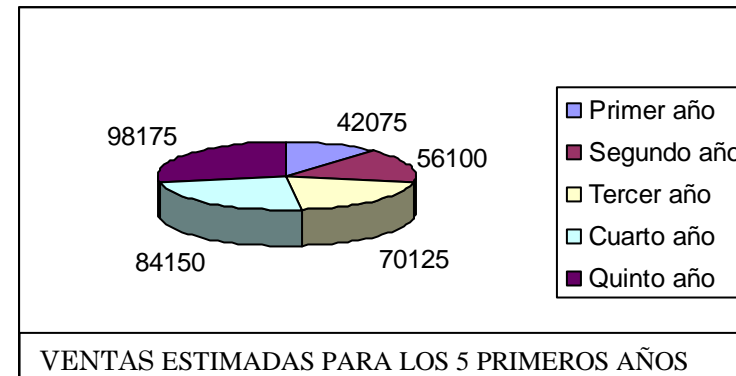


FRACCIÓN DE MERCADO Y VENTAS

AÑO	TAMAÑO DE MERCADO	PORCENTAJE (%)	PRODUCCIÓN ESTIMADA	PRECIO UNITARIO DE VENTA	INGRESO POR VENTA (%)
1	170.000	3	5.100	8.25	42.075
2	170.000	4	6.800	8.25	56.100
3	170.000	5	8.500	8.25	70.125
4	170.000	6	10.200	8.25	84.150
5	170.000	7	11.900	8.25	98.175



PRODUCCION ESTIMADA PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS



VENTAS ESTIMADAS PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS



**FRACCIÓN DE MERCADO Y VENTAS
ESTIMACIÓN MENSUAL DE VENTAS (3 PRIMEROS AÑOS)**

	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	TOTAL 1ER AÑO	2DO AÑO	3ER AÑO
Producción	420	420	420	420	425	425	425	425	430	430	430	430	5.100	6.800	8.500
Fracc. de Mercado	8.2	8.2	8.2	8.2	8.3	8.3	8.3	8.3	8.5	8.5	8.5	8.5	100%	100%	100%
Ingreso de Venta	3.465	3.465	3.465	3.465	3.506,25	3.506,25	3.506,25	3.506,25	3.547,5	3.547,5	3.547,5	3.547,5	42.075	56.100	70.125

**COSTO DE PERSONAL
ENFOQUE MENSUAL PARA EL PRIMER AÑO**

CARGO	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to Mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes	11vo Mes	12vo Mes	TOTAL
Administrador	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	345.04	4.140.50
Técnico zootecnista	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	305.24	3.662.84
Auxiliar Secretaria y Contabilidad	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	252.16	3.025.96
Auxiliar de Serv.Ggenerales	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	225.63	2.707.52
	TOTAL ANUAL												13.536.82

ANEXO 5C



CÁLCULO DEL VAN

1	2	3	4	5 (2+3-4)	8 6-7) (5-	9 (8*imp.)	10 9) (5-	11	12 (10*11)	13	14 (10*13)
AÑO FIN	CAPITAL	INGRESO BRUTO	COSTO DE OPERACIÓN	FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	BASE IMPONIBLE	IMPUESTOS 25%	FLUJO DESPUES DE IMPUESTOS	F.V.A. 20%	FCD 20%	F.V.A. 10%	FCD 10%
0	-\$ 40,266.44						-\$ 40,266.44	1	\$ 40,266.44		-\$ 40,266.44
1		\$ 42,075.00	\$ 32,244.82	\$ 9,830.18	\$ 9,830.18	\$ 2,457.55	\$ 7,372.64	0.833	-\$ 6,143.62	0.9091	\$ 6,702.46
2		\$ 56,100.00	\$ 42,976.00	\$ 13,124.00	\$ 13,124.00	\$ 3,281.00	\$ 9,843.00	0.694	\$ 6,834.98	0.8264	\$ 8,134.26
3		\$ 70,125.00	\$ 53,720.00	\$ 16,405.00	\$ 16,405.00	\$ 4,101.25	\$ 12,303.75	0.579	\$ 7,120.18	0.7513	\$ 9,243.81
4		\$ 84,150.00	\$ 64,464.00	\$ 19,686.00	\$ 19,686.00	\$ 4,921.50	\$ 14,764.50	0.482	\$ 7,120.92	0.6830	\$ 10,084.15
5	\$ 9,636.25	\$ 98,175.00	\$ 75,208.00	\$ 32,603.25	\$ 32,603.25	\$ 8,150.81	\$ 24,452.44	0.402	\$ 9,827.43	0.6209	\$ 15,182.52
									-\$ 3,219.31		\$ 9,080.76

ANEXO 5D





EMPRESA REY CUY DE AMERICAS
FLUJO NORMAL (CON UNA TASA DE INFLACION DEL 4% ANUAL)

DETALLE	2006	2007	2008	2009	2010	2011
EDIFICIO	\$ -7,800.00					
MUEBLES Y ENSERES	\$ -3,270.00					
MAQUINAS Y EQUIPOS	\$ -835.00					
EQUIPOS	\$ -1,670.00					
SEMOVIENTES	\$ -5,600.00					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -19,201.44					
GASTOS PRE-OPERATIVO	\$ -1,850.00					
INGRESO POR VENTA	\$ 42,075.00	\$ 54,400.00	\$ 68,000.00	\$ 81,600.00	\$ 95,200.00	
COSTOS VARIABLES	\$ 15,184.88	\$ 24,684.00	\$ 30,855.00	\$ 37,026.00	\$ 43,197.00	
GASTOS ADMINISTRATIVO	\$ 15,966.84	\$ 16,605.51	\$ 17,269.73	\$ 17,960.52	\$ 18,678.94	
GASTOS DE VENTAS	\$ 3,804.00	\$ 3,956.16	\$ 4,114.41	\$ 4,278.98	\$ 4,450.14	
DEPRECIACION DE EDIFICIO	\$ 351.00	\$ 351.00	\$ 351.00	\$ 351.00	\$ 351.00	
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 75.15	\$ 75.15	\$ 75.15	\$ 75.15	\$ 75.15	
DEPRECIACIÓN EQUIPO	\$ 309.30	\$ 309.30	\$ 309.30	\$ 309.30	\$ 309.30	
DEPRECIACIÓN MUEBLES	\$ 1,435.50	\$ 1,435.50	\$ 1,435.50	\$ 1,435.50	\$ 1,435.50	
AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	
INGRESO OPERATIVO	\$ 4,578.33	\$ 6,613.38	\$ 13,219.91	\$ 19,793.54	\$ 26,332.96	
REPARTO DE UTILIDAD		\$ 992.01	\$ 1,982.99	\$ 2,969.03	\$ 3,949.94	
INGRESO ANTES DE IMPUESTO	\$ 4,578.33	\$ 5,621.37	\$ 11,236.92	\$ 16,824.51	\$ 22,383.02	
IMPUESTOS 25%		\$ 1,405.34	\$ 2,809.23	\$ 4,206.13	\$ 5,595.75	
INGRESO NETO	\$ 4,578.33	\$ 4,216.03	\$ 8,427.69	\$ 12,618.38	\$ 16,787.26	
READICION DE DEPRECIACIÓN	\$ 2,170.95	\$ 2,170.95	\$ 2,170.95	\$ 2,170.95	\$ 2,170.95	
FLUJO EFECTIVO OPERATIVO	\$ 6,749.28	\$ 6,386.98	\$ 10,598.64	\$ 14,789.33	\$ 18,958.21	
RECUPERACION DE CAP. DE TRABAJO						\$ 23,565.74
VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9,636.25
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ -40,226.44	\$ 6,749.28	\$ 6,386.98	\$ 10,598.64	\$ 14,789.33	\$ 52,160.20



PLAN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	AÑO 1												AÑO 2												AÑO 3											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A.- Organización	■	■																																		
Elaboración del Plan			■	■	■																															
Selección de Socios			■																																	
Adecuación de cuyeras				■	■	■	■																													
Instalación de cultivos		■	■																																	
Compra de pie de cría							■																													
B.- Capacitación																																				
Talleres de manejo							■	■																												
Taller de alimentación									■	■																										
Taller de Saneamiento Ambiental							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Suelo adecuado							■				■								■			■								■				■		
Desparasitación							■				■								■			■								■				■		
C.- Comercialización																																				
Ventas													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Acopio													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Seguimiento													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACTIVIDADES



ACTIVIDAD	TIEMPO (Días)
Elaboración del Plan	60
Socialización	60
Selección de socios	30
Adecuación de cuyeras	30
Instalación del cultivo (Pasto)	60
Compra de pie de cría	30
Capacitación	60
Comercialización	60
Mercader	30

