

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



Centro de Educación Continua

Diplomado en Administración Empresarial

VI PROMOCION

PLAN DE NEGOCIOS

T e m a :

" FORTALECIMIENTO AGROEMPRESARIAL DEL CONSORCIO CADO
EN LAS PROVINCIAS DE COTOPAXI Y BOLIVAR "

A U T O R

Ing. Ramón I. Mejía Alvarez



Año 2006

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

VI PROMOCIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

TEMA

**“FORTALECIMIENTO AGROEMPRESARIAL DEL
CONSORCIO CADO, EN LAS PROVINCIAS DE
COTOPAXI Y BOLIVAR”**

AUTOR

Ing. RAMÓN I. MEJIA ALVAREZ

AÑO

2006



CONTENIDO

| | PG |
|-----------------------------------------------|----|
| 1.- Resumen Ejecutivo | 1 |
| 2.- Descripción de la Empresa | 9 |
| 3.- Mercado Potencial | 11 |
| 4.- Competencia | 12 |
| 5.- Equipo Directivo, Personal y Organizativo | 15 |
| 6.- Plan Comunicacional | 19 |
| 7.- Estrategias de Marketing y Ventas | 20 |
| 8.- Análisis Financiero | 21 |
| 9.- Conclusiones | 36 |
| 10.- Anexos | 37 |



PLAN DE NEGOCIOS

FORTALECIMIENTO AGROEMPRESARIAL DEL CONSORCIO CADO, EN LAS PROVINCIAS DE COTOPAXI Y BOLIVAR

1.-RESUMEN EJECUTIVO

El CONSORCIO CADO, es una organización creada el 16 de Abril del 2003 con la participación de cinco organizaciones de productores de caña de azúcar (100 familias) y una ONG, ubicada específicamente en la parroquia Moraspungo, perteneciente al Cantón Pangua, la misma que está localizada en el extremo sur este de la provincia de Cotopaxi, en el límite con la provincia de Bolívar, comprendida en un área agro ecológica que va desde los 450 metros hasta los 1800 metros sobre el nivel del mar, en la cual conviven 10.949 habitantes y la población económicamente activa es de 7062.12 según el INEC – 2001 .En la zona el número de habitantes que se dedica al cultivo de la **caña de azúcar** es de aproximadamente 1900 agricultores, según el Plan Desarrollo Local de Pangua. Por lo que considerando la planificación participativa y concertada del desarrollo, el fortalecimiento del capital humano, se determinó la necesidad de incorporar a las iniciativas productivas y organizaciones de Cañicultores en la conformación del Consorcio AgroArtesanal Dulce Orgánico – CADO, como la mejor estrategia apropiada para lograr los objetivos propuestos; Cabe mencionar que los proveedores de la materia prima serán los mismos agricultores socios, por lo que la empresa a través de su planta Procesadora de alcohol producen el alcohol antiséptico orgánico, el mismo que se comercializará en todo el país.

En este documento se encierra toda la información que da la garantía del cumplimiento de los objetivos propuestos como control de calidad, estudio de



mercado, gestión operativa, tecnológica requerida y análisis y criterio financiero previo a la firme decisión de invertir en un negocio de bajo riesgo y altas posibilidades de éxito. Todo esto se suma el trabajo en equipo, solidario, con equidad y ética profesional.

ANALISIS FODA DEL CONSORCIO CADO

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FORTALEZAS Organización legalmente constituida Empresa comunitaria (100 familias) Producción suficiente Planta procesadora Sello orgánico Registro sanitario | OPORTUNIDADES Organismos nacionales e internacionales de apoyo Producción de varios subproductos Mercado internacional Aumento del consumidor por el uso de productos orgánicos |
| DEBILIDADES Falta comunicación en la empresa Poco o nada experiencias en comercialización Falta constancia en organizaciones | AMENAZAS Falta de recursos económicos Ingresos de nuevos productos Los intermediarios Empresas consolidadas |

Una vez realizado el Análisis FODA de la empresa CADO, notamos las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas que tiene, por lo que a través del presente Plan de Negocios se pretende alcanzar el empoderamiento de la empresa CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO del mercado nacional para el beneficio directo de cien familias, entre hombres y mujeres; e indirectamente a 1900 familias de la zona de Moraspungo.



JUSTIFICACIÓN

El cultivo de caña de azúcar representa gran importancia en la economía local y muy particularmente en la de los pequeños productores de la zona de Moraspungo y por otra parte el potencial que representa para el país la comercialización en el mercado nacional, la exportación y la introducción en mercados internacionales con derivados medicinales (alcohol) de las plantaciones de caña de azúcar, además por ser un grupo de campesinos que luchan por nuevos ideales y que necesitan fortalecerse en aspectos organizativos, manejo de plantaciones de manera orgánica, cuidando y preservando el ambiente, mejorando los procesos agroindustriales para obtener un producto final de calidad, la parroquia Moraspungo, perteneciente al Cantón Pangua en la Provincia de Cotopaxi.

MOTIVACIÓN

Mediante la socialización del proyecto a todas las organizaciones y la explicación de sus fortalezas (material humano, organización, producción y planta procesadora), aplicando las técnicas de **comunicación** de manera que ellos noten y asimilen en que se ha estado fallando, además bajo este tipo de administración se exponen los resultados donde se comparten los valores, ideas, el trabajo en equipo y con líderes emprendedores van a retomar el entusiasmo y motivación para enfrentar el camino que el mundo actual nos impone.

Cabe mencionar que es muy motivador el apoyar a una empresa campesina de esta naturaleza en donde se va a beneficiar mucha gente pobre logrando mejores niveles de vida en forma directa e indirecta, además porque de esta manera estamos aportando para el desarrollo de la zona y del país.

OBJETIVO DEL PROYECTO

- Diseñar e implementar una estrategia de gestión empresarial para el mejoramiento socio-organizativo, de producción, en la transformación y comercialización del alcohol y sus derivados en la parroquia de Moraspungo, provincia de Cotopaxi.



OBJETIVO ESPECIFICO

- Consolidarse como una empresa agroindustrial y comercial de alcohol y sus derivados en la parroquia Moraspungo, provincia de Cotopaxi.

OBJETIVOS FOCALES ESTRATÉGICOS

- Socio Organizativo: Determinar la búsqueda de líderes para consolidar la organización
- Cultivo: Optimizar técnicamente las plantaciones para obtener la producción deseada
- Agroindustria: Fomentar procesos agroindustriales para obtener calidad del producto
- Comercialización: Realizar el estudio de mercado
- Comunicación: Optimizar los procesos de comunicación bipolar e incrementar la autoestima de los actores agrícolas

MISIÓN

- Contribuir a la satisfacción ciudadana a través de productos orgánicos, contribuyendo al mejoramiento ecológico.

VISIÓN

- CADO, será una empresa agroindustrial y comercialmente consolidada, representativa en el ámbito zonal, regional y nacional ejecutando de manera transparente, sostenible y responsable con todos los actores involucrados; permitiendo así el bienestar y superación de las familias (2011)

ESTRATEGIAS

- Mediante la socialización del proyecto a todas las organizaciones a través de reuniones de trabajo de dará a conocer y con iniciativas propias de los socios el enfoque participativo, transparente y con responsabilidad profesional.



- Buscar instituciones, ONG, u otro organismo (PROLOCAL) para que cofinancien el proyecto
- Coordinación general en la transferencia de tecnologías, en todos los procesos, con todas las áreas y actores beneficiarios del proyecto
- Formar, capacitar y actualizar en cada organización a verdaderos líderes que tengan capacidad emprendedora para apoyar el trabajo socio organizativo, productivo, agroindustrial para así obtener un producto con la calidad que requiere el mercado.
- Estudio de mercado para establecer las políticas adecuadas de comercialización del producto.
- Capitalización
- Reinversión
- Elaborar un plan de control y evaluación

ENFOQUE DE IMPACTO SOCIAL

A través de la ejecución del presente proyecto se logrará un impacto social significativo en la parroquia de Moraspungo, Provincia de Cotopaxi, ya que de manera directa sus socios alcanzaran mayores ingresos, mejorarán su alimentación, educación y por tanto un mejor nivel de vida, además influenciara en toda la zona y por ende en el país

ENFOQUE DE GÉNERO

En el desarrollo de la empresa y en el proyecto la presencia de la mujer juega un papel muy importante ya que su papel no solo es el de la esposa; si no de estar y participar activamente en la parte productiva, administrativa, comercial y de liderazgo ya que de esta manera el grupo empresarial CADO. va a constar con mayor fortalezas para el bien de la empresa. Cabe mencionar que existe un 40% de socias mujeres en el CONSORCIO CADO. Particular muy significativo

El Proyecto promoverá en la parroquia Moraspungo un nuevo tipo de sociedad basada en la equidad, por lo tanto su gestión estará orientada a promover un desarrollo humano, buscado combatir la inequidad en el acceso a oportunidades que



tienen las mujeres con respecto a hombres en la sociedad y sus espacios de toma de decisiones.

Vale resaltar que los miembros del consorcio CADO, son familias que tienen sus propias plantaciones de caña de azúcar y poseen fabricas artesanalmente en donde trabaja toda la familia ya sea en las labores de campo, como en la agroindustria para procesar el aguardiente; y con el proyecto se capacitará a través de cursos, talleres con temas de autoestima, en ventas, liderazgo, en procesos empresariales fomentando la equidad de genero y en donde mujeres y hombres, socios y socias, hijos e hijas tengan los mismos derechos y oportunidades para representar a la empresa o si bien tiene la oportunidad de trabajar o liderar en otras lugares lo hagan con los suficientes conocimientos adquiridos para el bien propio y de los demás, ya que los hombres y mujer posee las mismas capacidades. De esta manera poder fomentar un desarrollo integral en la empresa CADO, en la comunidad y por ende en el país con equidad de género e igualdad de derechos..

ENFOQUE DE IMPACTO AMBIENTAL

Es indispensable entender por parte de los cañicultores, la necesidad de la preservación del medio ambiente, como un entorno natural indispensable para lograr mejores condiciones de vida. Más aún si la zona en la que habitan se encuentra altamente degradada por múltiples factores, que solamente han conducido a la explotación indiscriminada de la naturaleza. Por lo que, se fomentará la reforestación en la zona, incentivando la reinversión de un porcentaje de las utilidades generadas en el proceso de comercialización de los productos orgánicos procesados por el Consorcio CADO.

PERFIL DEL EMPRENDEDOR

El emprendedor que necesita el **CONSORCIO CADO**, para fortalecerse en todos sus aspectos debe reunir las siguientes características:

Capacidad comunicativa y relaciones humanas.-



Ya que debe estar conciente de que va trabajar con personas en la que tienen un grado de educación mínima por lo tanto la comunicación debe ser tal que los beneficiarios entiendan las metas, los objetivos, la misión y visión de la empresa, para que así las bases estén motivadas y puedan apoyar al desarrollo del proyecto y por ende al fortalecimiento de la empresa

Capacidad objetiva, creativo e innovación.-

El emprendedor debe ser una persona que sepa controlar sus capacidades de reaccionar, actuando de manera creativa e innovando ante cualquier situación de tal manera que controle el problema de la mejor manera sin descuidar los objetivos del proyecto.

Responsabilidad, perseverancia y confianza.- El emprendedor tiene que ser el ejemplo de todos los que conforman la empresa, ya que a través él demuestra perseverancia, responsabilidad y esto a su vez genera confianza a las bases.

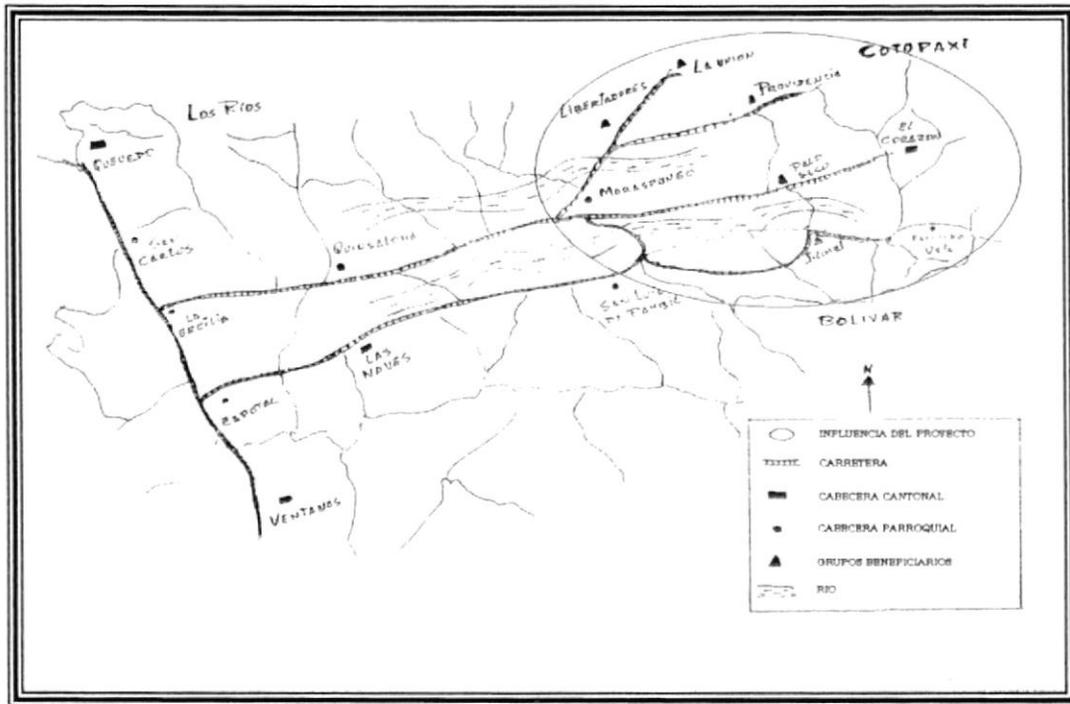
Conocimiento técnico, flexible y positivismo.-

el emprendedor de ser una persona con un gran positivismo para transmitir esa cualidad de esperanza al proyecto, flexible y abierto al apoyo de otras personas con conocimientos para tener una idea más clara en casos complejos, además debe tener los conocimientos técnicos necesarios y claros en todos los campos del proyecto y de lo que la empresa desea; en fin el emprendedor debe reunir características multidisciplinarias, humanas, Sociales y técnicas para el **Fortalecimiento Agroempresarial del CONSORCIO CADO**

LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA

El Consorcio CADO, se encuentra ubicado en la Parroquia Moraspungo, provincia de Cotopaxi. Aquí está la planta procesadora del alcohol. Las organizaciones de base que la conforman, con las plantaciones de caña de azúcar, además tiene una oficina estratégica en la ciudad de Quito.

LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA



ESTADO DE DESARROLLO DE LA EMPRESA

CADO es una empresa creada en abril del 2003, posee una fabrica procesadora de alcohol con una capacidad de producción de cinco mil litros diarios, además el registro sanitario para el producto y el proceso de Certificación Orgánica en un avance del 80 %.

PATENTES

CADO, cuenta con el registro sanitario, y esta en el proceso de la Certificación orgánica en un avance del 80% a través de la certificadora BCS.

PRODUCTOS QUE OFRECE LA EMPRESA

La empresa CADO, produce alcohol antiséptico, alcohol anhidro y puede producir otros derivados como Vino, Ron, etc.



ESTADO FINANCIERO

La empresa cuenta con un activo compuesto por la fábrica procesadora y tanques de almacenamiento

LOGROS ALCANZADOS

- * Obtención del registro sanitario
- * Certificación Orgánica en un avance del 80 % del total de las plantaciones



2.- DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y VALOR DISTINTIVO

EL PRODUCTO

El producto del Consorcio CADO, es un producto de calidad que tiene sello de origen y sello orgánico, es alcohol antiséptico para usos farmacéuticos y alcohol anhidro que se usa para cosméticos, perfumerías y varios subproductos de exportación; sirve para diluir compuesto, antiséptico para desinfección y curaciones de heridas (uso hospitalario y farmacéutico, etc.)

VALOR DISTINTIVO

El valor distintivo del alcohol antiséptico del CONSORCIO CADO, es que es un producto con calidad orgánica, además al momento no tiene competencia en el mercado ecuatoriano, es un producto comunitario donde se benefician directamente cien familias campesinas.



3.- MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial para la producción del alcohol antiséptico orgánico del Consorcio CADO es Quito y Guayaquil, ya que se distribuirá inicialmente a través de las redes de farmacias de Fybeca y Farmacys, etc. se estima que lo consumirán personas que conocen de las bondades y beneficio que prestan los productos orgánicos, además por que están apoyando a preservar el medio ambiente y a la clase campesina

FRACCION DEL MERCADO

El cliente a la cual ya esta hecha una venta es la **Farmacia Fybeca** tres mil litros de alcohol antiséptico el primer mes por lo que la meta es vender cuarenta y dos mil litros en el primer año

Con base a nuestra fortaleza estimamos la fracción de mercado que se prevé alcanzar y la variación de esa frecuencia a largo de los próximos años (al menos cinco)

La empresa CADO, prevé alcanzar como mínimo una fracción del mercado del 3.5%, 4 %, 5 %, 5.5 % al 6 % al quinto año

FRACCIÓN DE MERCADO, VENTAS ESTIMADAS A TRES AÑO

| | 1er trimestre | 2do trimestre | 3er trimestre | 4to trimestre | 1er año | 2do año | 3er año |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Mercado total unidad | 1200000 litros |
| Fracción de mercado % | 0.875 % | 0.875 % | 0.875 % | 0.875 % | 3.5% | 4 % | 5 % |
| Volumen estimado Vtas. | 10500 litros | 10500 Litros | 10500 Litros | 10500 Litros | 42000 Litros | 48000 Litros | 60000 litros |



4.- COMPETENCIA

El Consorcio CADO, es una organización recién creada formada por agricultores con poca o nada experiencia en la comercialización de su producto. El alcohol antiséptico de la competencia que se encuentra en el mercado ecuatoriano es un producto de menor calidad al que produce CADO, cumple con la necesidad inmediata del usuario, lo usan por tradición y por que no hay otra marca en el mercado. El producto se lo encuentra disponible en todo el país de manera suficiente y son empresas económicamente consolidadas las que lo fabrican.

a) Mapeo de precio

No se puede hacer por que no existe en el mercado producto de alcohol antiséptico orgánico. Pero el precio al público del litro del alcohol antiséptico de la competencia es de 2.25 dólares y el precio del Consorcio CADO es de 2.55 dólares de igual manera el precio de distribuidor de CADO es de 2.10 dólares y el de la competencia es de 1,85 dólares

b) Desempeño del producto. Garantías

Cumple con la necesidad inmediata del usuario

Lo usan por tradición y por marca conocida

c) Limitaciones en la satisfacción de los deseos de los clientes

Que sea un producto de mejor calidad

d) Posibilidades de solución a las dificultades

Al momento no parece existir posibilidades de solucionar dichas dificultades (producto de calidad)

e) Esquema de ventas y distribución

Ventas a mayorista y la distribución entrega directa

f) Capacidad de producción

Tienen una capacidad de producción suficiente para abastecer al mercado



g) Capacidad financiera

La capacidad financiera de estas empresas es sólida

h) ¿Cuál es la marca líder? ¿Por precio? ¿Por calidad?

La competencia esta dirigido a todos los segmentos del mercado y no existe una marca líder en el mercado, se la consume por que no hay otra alternativa

i) ¿Han surgido o se han acabados empresas en esta actividad en los dos últimos años y como les ha ido? ¿Razones?

Si se conoce de empresas que han empezado y que se han retirado del mercado por razones que no brindaban una mejora frente a las marcas existentes, por eso se les hacia muy difícil continuar y se vieron obligados a retirase del mercado.

j) Imagen de la competencia ante los clientes

Las empresas ofertante del alcohol antiséptico siempre han mantenido el producto a disposición del consumidor

k) Porque les compran?

Por que no hay otros ofertantes en el mercado

l) Segmento al ¿cuál están dirigidos?

La competencia esta dirigido a todos los segmentos del mercado

m) ¿Porque será fácil competir con ellos?

Porque el producto de la competencia es de baja calidad y el nuestro es de calidad orgánica, proviene de origen comunitario y ayuda a la conservación del medio ambiente

n) ¿Porque cree que pueden lograr una fracción del mercado?

Por que día a día la gente conoce más del beneficio que prestan los productos orgánicos y esta es una oportunidad importante para ir captando el mercado

5.- EQUIPO DIRECTIVO, PERSONAL Y ORGANIGRAMA



ACCIONISTAS

FUNCIÓN:

Velar por el bienestar de la empresa y sus colaboradores

OBJETIVO DEL CARGO:

Controlar, informar, escuchar a todos los colaboradores y socios de la empresa para orientar el camino a donde desea llegar la empresa, deben ser motivadores de alcanzar la misión y la visión empresarial



RELACIONES FUNCIONALES

Los Accionistas son aquellos que deben informar a los demás socios de la empresa del proceso, desarrollo de las actividades

RESPONSABILIDAD:

Contar con un equipo eficiente de colaboradores para que la empresa logre sus metas y objetivos para alcanzar el bienestar y el éxito deseado

ADMINISTRADOR / FINANCIERO

FUNCION:

Administración / Financiera

OBJETIVO DEL CARGO:

Administrar, organizar, planificar de manera eficiente los recursos humanos, financieros y materiales con los que cuenta la empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

RELACIONES DE FUNCIONES:

El administrador es aquel que debe reportar sus actividades, avances, dificultades y soluciones a los accionistas o socios de la empresa, además controla, comunica las actividades

RESPONSABILIDAD:

Es de mantener un ambiente armónico y de cooperación de trabajo entre todos los miembros de la empresa a través de una perfecta y oportuna comunicación para así alcanzar el éxito deseado.

COORDINACIÓN DE TECNOLOGÍAS

FUNCIÓN:



OBJETIVOS DEL CARGO:

Capacitar y controlar a los productores en aspectos socioorganizativos, productivos, comercialización y formación de líderes a través de una eficiente comunicación.

RELACIONES DE FUNCIONES:

Tiene relación directa y reporta al administrador – financiero, de sus actividades, avances, dificultades y mantener excelentes relaciones con los productores, capacitándoles y controlando que cumplan los procesos socioorganizativos, productivos, comercialización y en la formación de líderes, además debe coordinar directa e indirectamente.

RESPONSABILIDAD:

Que las tecnologías difundidas en los procesos socioorganizativos, productivos y de comercialización se adopten y que se formen nuevos líderes para el bienestar de la empresa.

INDUSTRIALIZACIÓN

FUNCIÓN:

Industrialización

OBJETIVO DEL CARGO:

Receptar y Controlar la calidad de la materia prima del producto, procesar la transformación del alcohol y verificarla calidad final del producto, además de manejar y prevenir cuidadosamente cualquier daño en la fabrica.

RELACIONES FUNCIONALES:

El industrializador debe reportar, informar, apoyarse en el administrador financiero e indirectamente coordinar actividades para cumplir con los objetivos esperados con el coordinador de tecnologías

RESPONSABILIDAD:



Mantener un ambiente saludable en la industria, debe cuidar el buen uso y manejo y propiciar seguridad en la fabrica, también debe controlar todos y cada uno de los pasos en el proceso del alcohol para así tener un producto de calidad.

JEFE DE VENTAS:

FUNCIÓN:

Vender el producto (alcohol)

OBJETIVOS DEL CARGO:

Planificando, promocionando y organizando estrategias de ventas y cobranzas, dando un servicio de calidad a los clientes.

RELACIONES FUNCIONALES:

Se relaciona directamente con el administrador a través de los reportes, informes, detalles de ventas y cobranzas, además esta relacionado de manera directa y constante con los clientes.

RESPONSABILIDAD:

Es el responsable de la venta y cobranza del producto, es quien debe de promocionar para dar a conocer las bondades y beneficio del producto



6.- PLAN COMUNICACIONAL

CADO es una Organización de pequeños agricultores que se dedican al cultivo de plantaciones de caña de azúcar, del mismo que procesan aguardiente y que luego se lo transforma en alcohol; aglutina a cinco organizaciones de Cañicultores y una ONG.

Por lo tanto el plan comunicacional es necesario en la empresa CADO, ya que la comunicación efectiva es la base fundamental del desarrollo de las organizaciones campesinas, además para obtener excelentes relaciones interpersonales entre los socios del Consorcio CADO, y campesinos en general y así lograr el éxito deseado.

Cabe mencionar que los campesinos desconocen mucho de los deberes y derechos que poseen como miembros de las organizaciones, razón por la cual debemos hacer que mediante la comunicación adquieran los conocimientos y se logre un sentido participativo en donde estimule el interés por el trabajo, se comparta información en función de un beneficio mutuo con respeto y educación..

La empresa CADO, es una organización que recién ha sido creada y que por lo tanto sus bases son muy susceptibles a cambios, además por que el grado de cultura en las organizaciones es muy bajo, hay mucha influencia de los intermediarios de manera negativa; todo esto hace que sus bases sean débiles aún, por lo tanto es muy importante y oportuno un plan de capacitación en donde **La Comunicación** se convierta en eje transversal del desarrollo de las organizaciones (Ver anexos 1, 2 Y 3)



7.- ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS

La estrategia de ventas a seguir serán inicialmente las farmacias, hospitales, cruz roja, con mayor énfasis a las farmacias; realizando visitas directamente motivando así aún más las ventas y enfatizando que se trata de un producto orgánico, comunitario en donde se beneficiarán cien familias campesinas de bajos ingresos económicos.

TÁCTICA DE VENTAS

La estrategia a seguir es la de dar a conocer las bondades del bien, que es un producto con calidad orgánica, de origen comunitario beneficiando familias pobres que luchan por conseguir mejores días, además que el plazo de pago es a 50 días y con descuento que se lo harán al momento de la negociación

ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Producto de Calidad orgánica, donde se benefician cien familias directamente del proyecto Comunitario. Publicidad del producto a través de los medios de comunicación (radio, prensa, TV) y folletos, etc.

POLITICAS DE SERVICIOS

Mantener el control de calidad del producto, realizar visitas puerta a puerta manteniendo diálogos de manera constante con distribuidores y consumidores.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución de la empresa CADO serán propios y ajenos; usando la estrategia que el producto y el precio este al alcance del consumidor y que sea aceptado por nuestros clientes como la alternativa preferida del consumidor para ir creciendo en el mercado

8. ANALISIS FINANCIERO

GASTOS ADMINISTRATIVOS EMPRESA CADO

| Descripción | Unidad | C. Unit. mensual | Cantidad | Total anual |
|---------------------------------|--------|------------------|----------|-----------------|
| Administrador | 1 | 500 | 12 | 6000 |
| Tec. de campo | 1 | 350 | 12 | 4200 |
| Químico | 1 | 300 | 12 | 3600 |
| Auxiliar de servicios | 1 | 226 | 12 | 2712 |
| Servicios agua, luz, teléfono | 1 | 60 | 12 | 720 |
| Arriendo | 1 | 70 | 12 | 840 |
| Suministros oficina y aseo | 1 | 55 | 12 | 660 |
| Servicio Certificación Orgánica | 1 | 250 | 12 | 3000 |
| Plan Comunicacional | 1 | 246.58 | 12 | 2958.96 |
| TOTAL | | 2057.58 | | 24690.96 |

COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA UN LITRO DE ALCOHOL ANTISÉPTICO

| | |
|----------------------------|-------------|
| Costo de 1 litro preparado | 0.546 |
| Envase | 0.190 |
| Valor etiqueta | 0.018 |
| Envasado | 0.25 |
| Cartón | 0.006 |
| TOTAL | 1.01 |

GASTOS DE VENTAS

| Descripción | Gastos por litro | V/mensual | V/total |
|------------------|------------------|------------|-------------|
| Publicidad | 0.02 | 70 | 840 |
| Vendedor no/dep. | 0.08 | 280 | 3360 |
| TOTAL | | 350 | 4200 |



DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS

| Descripción | Depre En % | Can | Cost. U | Dep | Dep | Dep | Dep | Dep | V.Salv |
|--------------|------------|-----|---------|------|------|------|------|------|--------|
| Maquinaria. | 10% | 1 | 35000 | 3150 | 3150 | 3150 | 3150 | 3150 | 19250 |
| Tanq. Almac | 10% | 3 | 15000 | 1350 | 1350 | 1350 | 1350 | 1350 | 8250 |
| Computador | 33.33 % | 1 | 1000 | 300 | 300 | 300 | .000 | 00 | 100 |
| Muebles ofic | 10% | 1 | 200 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 110 |
| Total | | | 51200 | 4860 | 4860 | 4860 | 4500 | 4500 | 27710 |

CAPITAL DE TRABAJO

| Descripción | Cantidad | C. Unitario | Total |
|--------------------------|----------|-----------------|----------|
| Administrador | 1 | 500 | 6000 |
| Tec. De Campo | 1 | 350 | 4200 |
| Químico | 1 | 300 | 3600 |
| Aux. de servicios | 1 | 226 | 2712 |
| Materia Prima | 42.000 | 1.04 | 42420 |
| Cápac. En Comunicación | 1 | 246.58 | 2958.96 |
| Arriendo | 1 | 70 | 840 |
| Agua, luz y teléfono | 1 | 60 | 720 |
| Mantenimiento | 1 | 175 | 2100 |
| Publicidad | 1 | 0.02 | 840 |
| Vendedor | 1 | 0.08 | 3360 |
| Suministros oficina | 1 | 55 | 660 |
| Servicios Cert. Orgánica | 1 | 250 | 3000 |
| TOTAL ANUAL | | | 73410.96 |
| | | SEMESTRE | 36705.48 |

El capital de trabajo que requiere la empresa CADO, es de 36705.48 dólares para operar en seis meses; ya que es el tiempo que se estima desde el procesamiento, comercialización y recuperación. Económica del alcohol antiséptico.



CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO

DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTAS AÑO 1

| | | | | | | | | | | | |
|--------|---|---------------------------------------------------------|------|---|----|------|---|----|------|---|-----|
| Precio | = | Costo de Prod. + G. de Ventas + G. de Adminis. + Benef. | | | | | | | | | |
| Precio | = | \$ | 1.01 | + | \$ | 0.08 | + | \$ | 0.66 | + | 20% |
| Precio | = | \$ | 1.75 | + | \$ | 0.35 | | | | | |
| Precio | = | \$ | 2.10 | | | | | | | | |

INGRESOS POR VENTAS OPERATIVAS AÑO 1

| | | | |
|-----------|-------------------|------------------|---------------|
| Ingreso = | Cantidad x Precio | | |
| | Litros | | Precio |
| Ingreso = | 42000 | x | 2.1 |
| Ingreso = | \$ | 88,200.00 | |

PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL

| | | |
|------|---|-------------------------------------------------------------------|
| PE | = | $\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable}}$ |
| PE | = | $\frac{27630.96}{2.1 - 1.09}$ |
| PE | = | $\frac{27630.96}{1.01}$ |
| PE = | | 27357 |



**CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO
ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO**

CEDULA DE VENTAS

| AÑO | TAMAÑO DE MERCADO Litros de alcohol | FRACCION DEL MERCADO PORCENTAJE | VENTAS | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------|--------------|
| 1 | 1,200,000.00 | 3.50 | 42,000.00 | 2.1 | 88,200.00 |
| 2 | 1,200,000.00 | 4.00 | 48,000.00 | 2.1 | 100,800.00 |
| 3 | 1,200,000.00 | 5.00 | 60,000.00 | 2.1 | 126,000.00 |
| 4 | 1,200,000.00 | 5.50 | 66,000.00 | 2.1 | 138,600.00 |
| 5 | 1,200,000.00 | 6.00 | 72,000.00 | 2.1 | 151,200.00 |



CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO
FLUJO NORMAL

| DETALLE | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| MUEBLES DE OFICINA | \$ -200.00 | | | | | |
| EQUIPO DE TELEFAX | \$ -150.00 | | | | | |
| COMPUTADORA | \$ -1,000.00 | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ -36,705.48 | | | | | |
| INGRESO POR VENTA | \$ 88,200.00 | \$ 100,800.00 | \$ 126,000.00 | \$ 138,600.00 | \$ 151,200.00 | |
| GASTOS OPERATIVOS | \$ 73,410.96 | \$ 84,000.00 | \$ 105,000.00 | \$ 115,500.00 | \$ 126,000.00 | |
| DEPRECIACION MAQUINARIA | \$ 4,860.00 | \$ 4,860.00 | \$ 4,860.00 | \$ 4,500.00 | \$ 4,500.00 | |
| INGRESO OPERATIVO | \$ 9,929.04 | \$ 11,940.00 | \$ 16,140.00 | \$ 18,600.00 | \$ 20,700.00 | |
| REPARTO DE UTILIDAD | \$ 1,489.36 | \$ 1,791.00 | \$ 2,421.00 | \$ 2,790.00 | \$ 3,105.00 | |
| INGRESO ANTES DE IMPUESTO | \$ 8,439.68 | \$ 10,149.00 | \$ 13,719.00 | \$ 15,810.00 | \$ 17,595.00 | |
| IMPUESTOS 25% | \$ 2,109.92 | \$ 2,537.25 | \$ 3,429.75 | \$ 3,952.50 | \$ 4,398.75 | |
| INGRESO NETO | \$ 6,329.76 | \$ 7,611.75 | \$ 10,289.25 | \$ 11,857.50 | \$ 13,196.25 | |
| READICION DE DEPRECIACIÓN | \$ 4,860.00 | \$ 4,860.00 | \$ 4,860.00 | \$ 4,500.00 | \$ 4,500.00 | |
| FLUJO EFECTIVO OPERATIVO | \$ 11,189.76 | \$ 12,471.75 | \$ 15,149.25 | \$ 16,357.50 | \$ 17,696.25 | |
| RECUPERACION DE CAP. DE TRABAJO | | | | | | \$ 36,705.48 |
| VALOR DE SALVAMENTO | | | | | | \$ 210.00 |
| FLUJO NÉTO DE EFECTIVO | \$ -38,055.48 | \$ 11,189.76 | \$ 12,471.75 | \$ 15,149.25 | \$ 16,357.50 | \$ 54,611.73 |

VAN = 18.533,68

TIR = 36,62



| CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------|------------------|------------------------------|
| INVERSION | | | | |
| Cantidad | Articulo | Costo | Vida Útil | Lugar Proveedores |
| 1 | Computadora | \$ 1,000.00 | 3 años | Local |
| 1 | Equipo de Telefax | \$ 150.00 | 3 años | Local |
| 1 | muebles de oficina | \$ 200.00 | 10 años | Local |
| 1 | Capital de Trabajo | \$ 36,705.48 | 6 meses | Local |
| | TOTAL | \$ 38,055.48 | | |



**CONSORCIO AGOARTESANAL DULCE ORGANICO CAD0
ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO**

COSTO DE PERSONAL

| Ord | PERSONAL | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|-----|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | ADMINISTRA | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 |
| 2 | TEC. DE CAMPO | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 | \$ 350.00 |
| 3 | QUIMICO | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 | \$ 300.00 |
| 4 | AUX. DE SERV | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 | \$ 226.00 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| | TOTAL MENSUAL | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 | \$ 1,376.00 |

COSTO ANUAL 16,512.00



| CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| COSTOS FIJOS | | |
| ACTIVIDAD | PAGO MENSUAL | PAGO ANUAL |
| ADMINISTRADOR | \$ 500.00 | \$ 6,000.00 |
| TECNICO DE CAMPO | \$ 350.00 | \$ 4,200.00 |
| QUIMICO | \$ 300.00 | \$ 3,600.00 |
| AUXILIAR DE SERVICIOS | \$ 226.00 | \$ 2,712.00 |
| ARRIENDO | \$ 70.00 | \$ 840.00 |
| AGUA, LUZ Y TELEFONO | \$ 60.00 | \$ 720.00 |
| MANTENIMIENTO | \$ 175.00 | \$ 2,100.00 |
| SUMINISTROS DE OFICINA Y | \$ 55.00 | \$ 660.00 |
| Serv. Técnico de Certificación Org | \$ 250.00 | \$ 3,000.00 |
| Plan de comunicación | \$ 246.58 | \$ 2,958.96 |
| Publicidad | \$ 70.00 | \$ 840.00 |
| TOTAL | \$ 2,302.58 | \$ 27,630.96 |



| CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| COSTOS VARIABLES | | |
| ARTICULO | COSTO AL MES | COSTO AL AÑO |
| Costo de producción de 3.500 Lit. | \$ 1,911.00 | \$ 22,932.00 |
| Envase para 3500 lts. | \$ 665.00 | \$ 7,980.00 |
| V. Etiqueta para 3500 Lts | \$ 63.00 | \$ 756.00 |
| Envasado de 3500 lts | \$ 875.00 | \$ 10,500.00 |
| Carton para 3500 Lts. | \$ 21.00 | \$ 252.00 |
| Vendedor (3500 lts) | \$ 280.00 | \$ 3,360.00 |
| | | |
| | | |
| | | |
| TOTAL | \$ 3,815.00 | \$ 45,780.00 |



| CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| COSTO DE MANTENIMIENTO | | |
| ACTIVIDAD | PAGO MENSUAL | PAGO ANUAL |
| Planta Procesadora de Alcohol | \$ 140.00 | \$ 1,680.00 |
| Computadora | \$ 30.00 | \$ 360.00 |
| muebles de oficina | \$ 5.00 | \$ 60.00 |
| | | |
| | \$ 175.00 | \$ 2,100.00 |



| CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO | | | | | |
|----------------------------------------------------|----------|--------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO | | | | | |
| COSTOS ANUALES | | | | | |
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDAD | COSTOS INDIRECTOS | COSTO DIRECTOS | COSTO TOTAL |
| ADMINISTRADOR | 1 | unidad | \$ 6,000.00 | | \$ 6,000.00 |
| TECNICO DE CAMPO | 1 | unidad | \$ 4,200.00 | | \$ 4,200.00 |
| QUIMICO | 1 | unidad | | \$ 3,600.00 | \$ 3,600.00 |
| AUXILIAR DE SERVICIOS | 1 | unidad | \$ 2,712.00 | | \$ 2,712.00 |
| ARRIENDO | 1 | unidad | \$ 840.00 | | \$ 840.00 |
| AGUA, LUZ Y TELEFONO | 1 | unidad | \$ 720.00 | | \$ 720.00 |
| Costo de producción | 3500 | litros | | \$ 22,932.00 | \$ 22,932.00 |
| Envases | 3500 | litros | | \$ 7,980.00 | \$ 7,980.00 |
| Valor de Etiqueta | 3500 | litros | \$ 756.00 | | \$ 756.00 |
| Envasado | 3500 | litros | | \$ 10,500.00 | \$ 10,500.00 |
| Carton para 3500 Lts. | 3500 | litros | \$ 252.00 | | \$ 252.00 |
| Vendedor (3500 lts) | 1 | unidad | \$ 3,360.00 | | \$ 3,360.00 |
| Mantenimientos | 1 | unidad | \$ 2,100.00 | | \$ 2,100.00 |
| Suministros de oficina y aseo | 1 | unidad | \$ 660.00 | | \$ 660.00 |
| Certificación Orgánica | 1 | unidad | \$ 3,000.00 | | \$ 3,000.00 |
| Publicidad | 1 | unidad | \$ 840.00 | | \$ 840.00 |
| Plan de Comunicación | 1 | unidad | \$ 2,958.96 | | \$ 2,958.96 |
| TOTAL | | | \$ 28,398.96 | \$ 45,012.00 | \$ 73,410.96 |



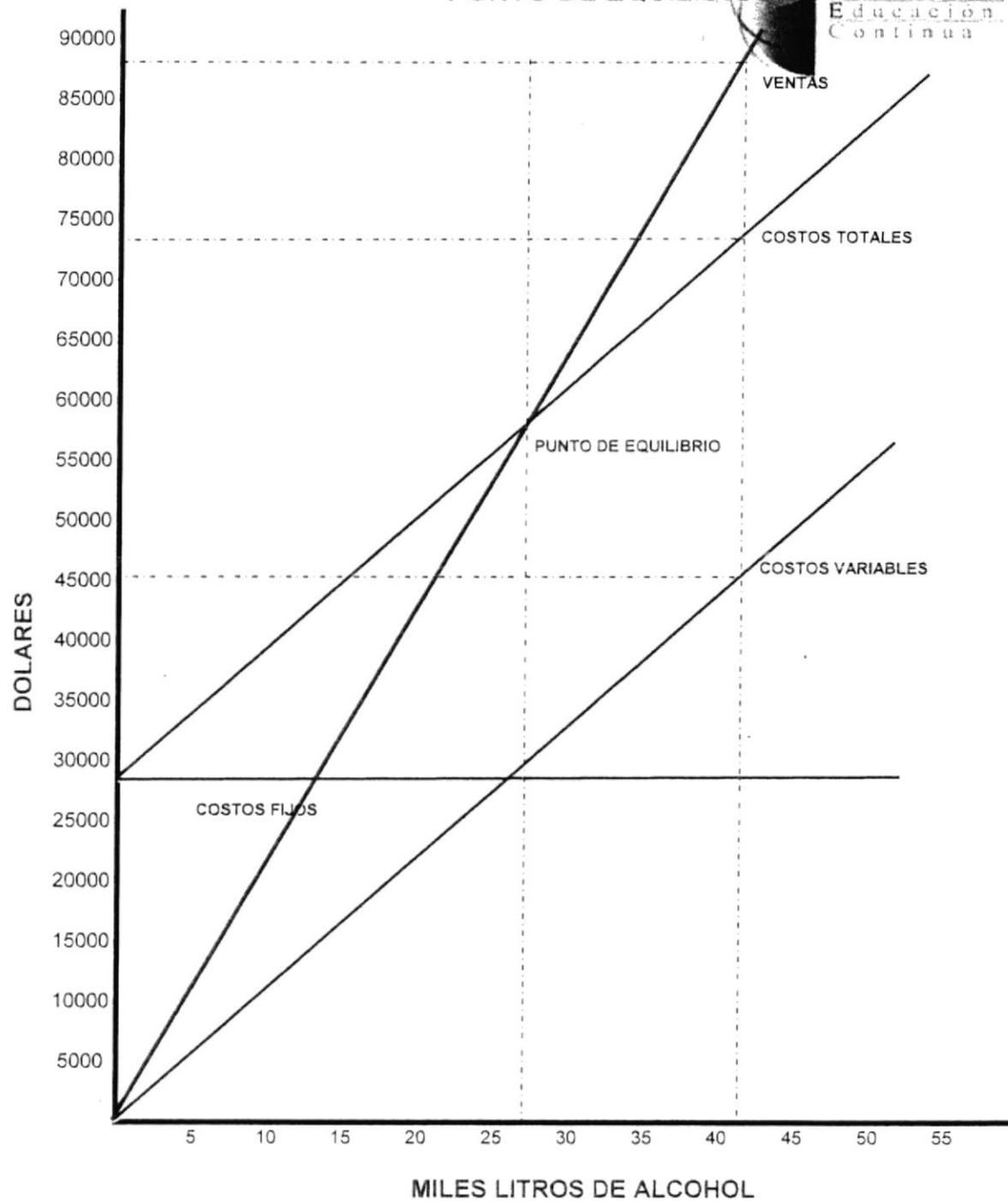
CONSORCIO AGRARTESANAL DULCE ORGANICO CADO
ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO

DATOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

| | |
|------------------|-----------|
| COSTOS FIJOS | 27,630.96 |
| COSTOS VARIABLES | 45,780.00 |
| COSTO TOTAL | 73,410.96 |
| VENTAS | 88,200.00 |

PUNTO DE EQUILIBRIO

Centro de
Educación
Continua





**CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO
ALCOHOL ANTISEPTICO**

CALCULO DEL VAN

| FLUJO NETO | FVA 20% | FCD | FLUJO NETO | FVA 40% | FCD |
|------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|
| -38055.48 | 1 | -38055.48 | | 1 | -38055.48 |
| 11189.76 | 0.8333 | 9324.43 | 11189.76 | 0.7143 | 7992.85 |
| 12471.75 | 0.6944 | 8660.38 | 12471.75 | 0.5102 | 6363.09 |
| 15149.25 | 0.5737 | 8766.87 | 15149.25 | 0.3644 | 5520.39 |
| 16357.50 | 0.4823 | 7889.22 | 16357.50 | 0.2603 | 4257.86 |
| 54611.73 | 0.4019 | 21948.45 | 54611.73 | 0.1859 | 10152.32 |
| | | 18533.88 | | | -3768.98 |



**CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO
ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO**

CALCULO DE LA TIR

CALCULO CON EL 15% SE OBTUBO
VAN DE 11426

CALCULO CON EL 20% SE OBTUBO
VAN DE -1870

$$\frac{18533.88}{X} = \frac{3768.98}{20 - X}$$

$$18533.88 (20) - 18533.88 X = 3768.98 X$$

$$370.677,6 - 18.533.88X = 3768,98 X$$

$$370.677,6 = 3768,98 X + 18.533.88 X$$

$$370,677,6 = 22.302.86 X$$

$$X = \frac{370677.6}{22302.86}$$

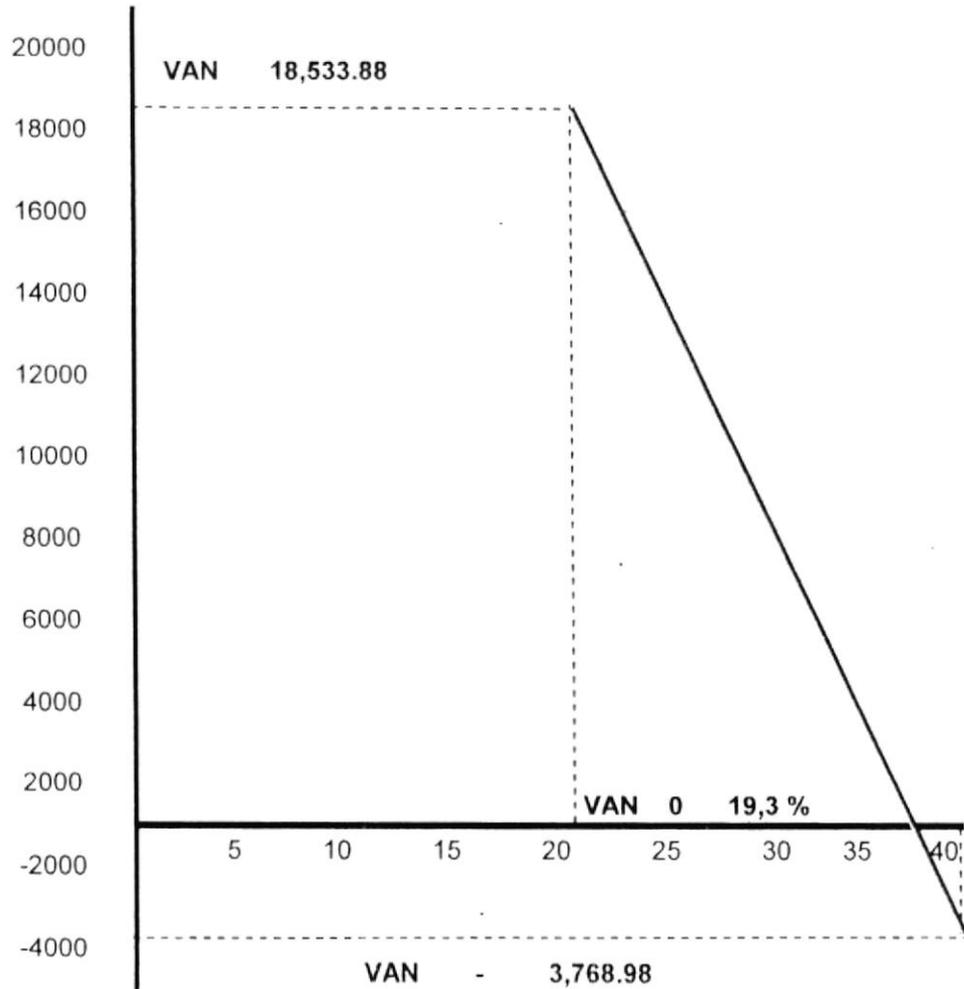
$$\text{TIR} = \frac{16.62}{20 + 16.62} = 36.62$$

$$\text{TIR} = 36,62$$



CONSORCIO AGROARTESANAL DULCE ORGANICO CADO
ALCOHOL ANTISEPTICO ORGANICO

GRAFICO DE LA TIR





9. CONCLUSIONES

Una vez realizado el Análisis financiero del negocio del alcohol antiséptico orgánico tenemos una Tasa Interna de Retorno del 36,62 %, la misma que es muy buena para invertir en este proyecto

El Valor Actual Neto es de 18.533,88 lo cual indica que el negocio del alcohol antiséptico orgánico es un negocio de éxito.

Por tal razón en este documento se encierra toda la información que da la garantía y la firme decisión de invertir en un negocio de bajo riesgo y altas posibilidades de éxito, por tal razón el presente proyecto es recomendable.

ANEXOS



ANEXO 1



OBJETIVO GENERAL

Que la comunicación sea el eje transversal para el desarrollo empresarial del CONSORCIO CADO, fortaleciéndose los conocimientos de los socios, demostrando seriedad, respeto, confianza, participación y bienestar para las familias participantes.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| ACTIVIDADES | OBJETIVO | TIEMPO | METODOLOGIA | RESPONSABLE | RECURSOS | OBSERVACIÓN |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| A1 Realizar la socialización del proyecto con los socios y organizaciones de CADO | Dar a conocer el plan de comunicación y su importancia | A inicio del proyecto | Taller | Directivos | Humano (Facilitador) Materiales (pizarra- marcadores- Pápelografos) | |
| A2 Realizar talleres de capacitación sobre Comunicación | Dar a conocer la importancia que tiene la comunicación en el desarrollo de las organizaciones campesinas | En el primer trimestre del proyecto | Talleres Videos | Directivos Administrador | Humano (Facilitador) Materiales (pizarra- marcadores- Pápelografos – TV y DVD) | |
| A3 Realizar hojas volante, afiches | Que toda información llegue a los socios para que conozcan y puedan emitir un criterio oportuno sobre el proyecto | Mensuales | Usar un lenguaje sencillo y claro | Directivos Administrador | Materiales Papel – copias | |



ANEXO 2



OBJETIVO GENERAL

Que la comunicación sea el eje transversal para el desarrollo empresarial del CONSORCIO CADÓ, fortaleciéndose los conocimientos de los socios, demostrando seriedad, respeto, confianza, participación y bienestar para las familias participantes.

| ACTIVIDADES | OBJETIVO | TIEMPO | METODOLOGIA | RESPONSABLE | RECURSOS | OBSERVACIÓN |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| B1 Realizar talleres de liderazgo, equidad y autoestima | Encontrar verdaderos líderes y motivar a los socios | Primer trimestre del proyecto | Talleres Videos | Administrador Directivos Organización | Humano (Facilitador) Materiales (pizarra- marcadores- Pápelografos – TV y DVD) | |
| B2 Realizar talleres de intercambios de experiencias entre organizaciones | Lograr consolidar relaciones internas entre socios y fomentar experiencias positivas | Trimestral | Talleres Trabajos en grupos Deportes | Administrador Organización | Humano (Coordinador) Materiales (pizarra- marcadores Pápelografos) | |
| B3 Seguimiento y evaluación de las estrategias de comunicación | Lograr que la comunicación se convierta en el eje transversal del desarrollo de las organizaciones | Mensual | Informes | Administrador Directivos Socios | Humano (Facilitador) Materiales (pizarra- marcadores- Pápelografos – TV y DVD) | |



PRESUPUESTO: PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO AGROEMPRESARIAL DEL CONSORCIO CADO

| ACTIVIDAD | RECURSOS | UNIDAD MEDIDA | VALOR UNITARIO | CANTIDAD | TOTAL |
|---------------------------------------|--------------------|---------------|----------------|----------|----------------|
| Taller de socialización | Facilitador | Unidad | 50.00 | 6 | 300.00 |
| Plan comunicacional | Material didáctico | Unidad | 2.00 | 6 | 12.00 |
| | Alimentación | Unidad | 50.00 | 6 | 300 |
| Subtotal | | | | | 612.00 |
| Taller de capacitación comunicacional | Facilitador | Unidad | 50.00 | 5 | 250.00 |
| | Material didáctico | Unidad | 5.00 | 5 | 25.00 |
| | Alimentación | Unidad | 50.00 | 5 | 250.00 |
| Subtotal | | | | | 525.00 |
| Hojas volantes | Copias | Unidad | 0.05 | 1200 | 60.00 |
| Subtotal | | | | | 60.00 |
| Talleres de liderazgo y autoestima | Facilitador | Unidad | 50.00 | 10 | 500.00 |
| | Material didáctico | Unidad | 5.00 | 10 | 50.00 |
| | Alimentación | Unidad | 50.00 | 10 | 500.00 |
| Subtotal | | | | | 1050.00 |
| Intercambio de experiencias | Coordinador | Unidad | 20.00 | 4 | 80.00 |
| | Material didáctico | Unidad | 5.00 | 4 | 20.00 |
| | Alimentación | Unidad | 150.00 | 4 | 600.00 |
| Subtotal | | | | | 700.00 |
| Seguimiento y evaluación | Copias | Unidad | 0.05 | 240 | 12.00 |
| Subtotal | | | | | 12.00 |
| TOTAL | | | | | 2959.00 |

Nota: el presente presupuesto esta realizado para dar los talleres individuales en cada una de las organizaciones, solo el taller de intercambio de experiencias será unificados con todas las organizaciones participantes