

PLAN DE NEGOCIOS

**OPTIMIZACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO DE ACOPIO EN LA
TRANSFORMACIÓN DEL CACAO EN BABA**

PREDIO TIMBRE

**COOPERATIVA AGROPECUARIA NUEVO TIMBRE Y ASOCIACIÓN CAMPESINA
21 DE FEBRERO**

Provincia Esmeraldas, Cantón Esmeraldas

OCTUBRE 2015

PLAN DE NEGOCIOS

OPTIMIZACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO DE ACOPIO EN LA TRANSFORMACIÓN DEL CACAO EN BABA

I. INTRODUCCION

El negocio agropecuario, en todos los eslabones de la cadena productiva, presenta riesgos por efecto de la presencia de factores, básicamente, exógenos que difícilmente pueden ser controlados por la actividad humana como son las sequías y los prolongados inviernos. También se vuelve riesgoso, debido a las características socioeconómicas de los asociados (pequeños productores), que enfrentan obstáculos para la implementación de la inversión productiva, pues, ellos no tienen liquidez para cubrir las erogaciones que significa la adquisición de insumos, semillas, mejoramiento de la infraestructura productiva, y la demanda de recursos frescos o de corto plazo para la producción y la comercialización.

El aprovechamiento eficiente de la superficie cultivable es viable en la medida que las inversiones en equipamiento, instalaciones productivas y capital de trabajo, necesarias para la puesta en marcha los planes de inversión agrícola, se encuentran debidamente financiadas, que no superen la capacidad crediticia de los agricultores y lo que es más, que haya liquidez, producto de la actividad productiva, que permita financiar nuevos ciclos productivos.

Por otra parte, la actividad más importante y de mayor riesgo es la comercialización ya que de ella depende que los productores puedan recuperar su inversión y obtener ganancias para así lograr sustentabilidad y sostenibilidad en su actividad. La atomización de la tierra, el uso de tecnología diferente en los cultivos, la incipiente comunicación entre productores agropecuarios, la producción de productos agropecuarios de baja calidad, el uso de medios de transporte poco eficientes y efectivos, la débil estructura organizacional de los productores, el desconocimiento de los agentes que intervienen en la cadena productiva, y el desconocimiento de los costos de producción, son los problemas más relevantes asociados con la comercialización agropecuaria. Es importante señalar que la intervención de muchos agentes en la cadena de distribución conducen a excesivos márgenes de precios, estimados entre el precio que recibe el productor y el que paga el consumidor.

Por las razones expuestas es necesario realizar un análisis del mercado, para conocer la demanda y oferta del producto en cuestión, establecer la demanda insatisfecha, los niveles de precios por unidad de producto, los diferentes canales de distribución y todos los actores que conforman la cadena de comercialización con la finalidad de establecer estrategias tendientes a reducir los actuales márgenes de precios y para mejorar un nivel de competitividad en el mercado que a la postre conduzca a que la actividad agropecuaria sea una actividad rentable para los productores.

II. LOCALIZACION Y CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS DEL PREDIO

San Mateo según el INEC cuenta con una población de 5.732 habitantes, y 1.347 hogares con un promedio de 4,3 personas por hogar.

La Presidenta Sra. Edith Masías de la Asociación 21 de Febrero manifiesta que el 24 de Mayo del 2005 se creó la asociación 21 de Febrero, son 94 socios tiene una extensión de 295,71 , todas las hectáreas están productivas, tiene sembrado cacao, plátano, limón, yuca, naranja, mandarina, maracuyá, cada socio decide que producto sembrar y a quien vender su producción.

Cuando se formó la asociación cada socio tenía ya sus cultivos, razón por la cual no se pudo sembrar y vender en beneficio común para la asociación.

Hay un centro de acopio en el Timbre donde se vende la producción del cacao, el plátano se vende al mejor postor en el mercado central de Esmeraldas y en la feria libre vía a Atacames, igual que todos los demás productos. La labor de la directiva es organizar y estar pendiente que todos los socios cumplan con la obligación de pagar el préstamo que se adquirió a la CFN para adquirir el predio.

También estar al tanto de las reuniones que convoca el MAGAP para entregar semilla, plantas, etc, otra de las obligaciones es velar por los socios que mantengan sus tierras sembradas y ayudar al socio en alguna necesidad que tenga, igual solucionar problemas que a veces surgen entre socios.

Asistir a los socios de la tercera edad a que acudan a los controles médicos u otras actividades que realizan para ellos.

Para finalizar pedimos que las autoridades competentes nos ayuden a solucionar el problema del agua, que es lo que más se necesita para que la producción sea exitosa, en este es el principal

problema de la zona. El Presidente Sr. Jorge Naranjo de la Cooperativa, Producción Agropecuaria Nuevo Timbre, manifiesta que tienen 10 años como cooperativa, son 127 socios, la extensión es de 600 hectáreas de las cuales 250 hectáreas son no productivas por diferentes factores. El riego es el principal problema, nos hemos comunicado con SENAGUA pero no hemos tenido respuesta alguna a nuestras inquietudes.

Una parte de los agricultores de este predio venden el cacao en el centro de acopio ubicado en el Timbre, y otros lo venden en otros lugares indistintamente donde ellos creyeran conveniente. Necesitamos un centro de acopio para vender nuestra producción de plátano y limón, para que reconozcan mejor los precios, en la actualidad la producción se comercializa en el mercado central de Esmeraldas y en la feria libre ubicada en la vía Atacames.

Un 30% de los socios viven en el sector del predio y el 70% viven en Esmeraldas, la única función que realiza como Presidente, es el área administrativa, estar pendiente de las capacitaciones y asistencias técnicas que el Consejo Provincial de Pichincha y Esmeraldas ofrece.

III. LA ORGANIZACIÓN

El predio El Timbre está a cargo de dos organizaciones: la Cooperativa de Producción Agropecuaria Nuevo Timbre y la Asociación 21 de Febrero, con un total de 212 socios y socias.. La primera con 121 y la segunda con 91. Ambas organizaciones se encuentran registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

En el predio se trabaja en la producción de cacao (CCN 51 y fino de aroma), plátano, limón, naranja y cultivos de ciclo corto. Desde antes de recibir legalmente la tierra, cada socio ya tenía sus propios cultivos, razón por la cual no se pudo promover formas asociativas de operación.

IV. IDEA DEL NEGOCIO

Optimización De La Infraestructura Del Centro De Acopio En La Transformación Del Cacao En Baba

Mejorar el proceso de transformación pos cosecha del cacao en baba tanto ccn 51 como fino de aroma para obtener un óptimo rendimiento en quintales seco.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1. ASPECTOS PREVIOS A LA INVESTIGACION DE CAMPO

- El sondeo de mercado se desarrolló en la ciudad de Esmeraldas y en la parroquia SanMateo los días viernes 28, sábado 29 y domingo 30 de agosto, considerando el día sábado como día de feria en esta localidad. En el proceso de recolección de la información en campo, procesamiento y análisis y la elaboración del respectivo informe, participaron 5 técnicos (auditor y supervisor de campo, procesador de información, analista de información, y coordinador general). Complementariamente se utilizaron materiales de oficina, encuestas, tableros, equipos de cómputo, cámara fotográfica y medios de transporte.
- Para el sondeo de mercado se utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa, en Esmeraldas y San Mateo se realizaron 64 entrevistas distribuidas de la siguiente manera:
 - 15 productores (Eduardo Tariba, Blanca Olguín, Iván Álvarez, Jorge Naranjo, Wagner Tenorio, Joffre Caicedo, Edith Macías, Wagner Tenorio, Edith Macías, Jorge Naranjo, Juan Álvarez, Blanca Olguín, Eduardo Tariba, Jorge Naranjo, Edith Macías)
 - 19 comerciantes que fueron entrevistados en San Mateo y en el mercado central de Esmeraldas (Jorge Naranjo, Ertih Macías, Héctor Emilio Olivo, Edilberto Quiñones, Ertih Macías, Jazmín Alexandra, Céreo Barahona, Mauro Castillo, Carlos Tamira, Jorge Naranjo, Fernanda Altafulla, Arturo Sierra, Manuel Vélez, Jorge Naranjo, Quilulema Cheme, María del Carmen Caicedo, María Paredes, Kevia Ayala, Ángel Paladines)
 - 5 Transportistas entrevistados en el mercado central de Esmeraldas en la sede la cooperativa (Gregorio Curay, Jose Quinteros, Jose Alcibar, Jacinto Velasquez, Manuel Andrade
 - Administrador del mercado central de Esmeraldas (Jorge Ortiz Cusmi).
 - 25 Consumidores a los cuales se les aplicó la metodología de selección aleatoria polietapica.

- 2 Presidentes (. Edith Masías Asociación 21 de Febrero y Jorge Naranjo Presidente de la Cooperativa Producción Agropecuaria Nuevo Timbre).

5.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Productor

Los productores de cacao son agricultores con experiencia superior a los 10 años. De lo que se investigó hay agricultores que cosechan durante todo el año. El ciclo de cultivo del cacao toma alrededor de 3 años la variedad injerto y 5 años la variedad aroma fino, a partir de la siembra hasta la primera cosecha; el rendimiento de la producción del cacao en la zona de San Mateo alcanza un promedio entre 20 a 30 quintales por hectárea. Los productores cosechan y llevan a vender en el centro de acopio de El Timbre, en otros casos llevan el producto a vender a los mayoristas locales. El precio de venta del productor de cacao en San Mateo esta entre 30 y 40 dólares el quintal en baba , el centro de acopio o el mayorista se encarga de dar el tratamiento del secado y clasificación del producto.

Comercialización

La comercialización se realiza a través de los mayoristas exclusivos de este producto, y otros mayoristas que comercializan otros productos, estos se proveen básicamente del cacao de los productores de la zona. Los comerciantes mayoristas manejan volúmenes semanales hasta 800 quintales. La comercialización de cacao se realiza durante todo el año, sin embargo la mejor época son los meses de octubre y noviembre, la época más baja para comercializar corresponde a enero, febrero, abril y junio.

El cacao que comercializan los mayoristas de El Timbre, entregan a los mayoristas de otras ciudades como por ejemplo en Guayaquil, en otros casos entregan directamente a las empresas de chocolates de Guayaquil y también a empresas exportadoras de cacao. El precio del quintal de caco lo determina la oferta y la demanda, existe otros factores que inciden en el precio, como es el precio que del mercado internacional principalmente en Europa. El precio más bajo llega hasta 100 dólares el quintal y el precio más alto ha llegado a 140 dólares el quintal de cacao.

Consumidor

El consumo de cacao, se realiza a través de los productos procesados.

5.3. ESTRATEGIA DE MARKETING

5.4. ESTRATEGIAS DE MARKETING APLICABLES EN LOS PREDIOS

El predio produce productos que tienen características especiales conforme se detallan a continuación:

- Los productos agropecuarios enfrentan mercados competitivos y por tanto sus ventas están condicionadas a los precios que se forman en esos mercados por la oferta y la demanda, por tanto las organizaciones productoras se vuelven tomadoras de precios.
- Son productos que, mayoritariamente, siempre tienen un mercado insatisfecho, especialmente de aquellos que son consumidos por las familias.
- Son productos poco diferenciados pues son bienes primarios (commodities);
- Las organizaciones se esfuerzan, principalmente, por mejorar las actividades relacionadas con la producción, pues se asume que la venta de los productos está asegurada.

Entonces, esas características han sido tomadas en cuenta a la hora de identificar y aplicar estrategias de mercadeo. No obstante de lo dicho, es fundamental comprender que hay que sembrar y producir lo que se puede vender.

Estrategias de Marketing Aplicables

1. Estrategias de Producto (Tomar la decisión sobre qué productos producir)

1.1. Elección del producto acorde a factores climáticos, ubicación del predio, disponibilidad de activos productivos y de capital de trabajo y rentabilidad esperada.

Cultivar y producir piña

1.2. Mezcla de productos en función de las posibilidades del suelo y clima del predio

2. Estrategia de Distribución (Tomar la decisión sobre los mecanismos para comercializar los productos)

2.1. Elección del canal a utilizar para vincularse en forma directa con los demandantes y reducir el costo de comercialización

2.2. Decisión del momento de venta en función, del tipo de producto, de las necesidades de recursos financieros y la disponibilidad de la producción.

VI. ANÁLISIS TÉCNICO

El objetivo central del análisis técnico es determinar si es posible lograr vender el producto. Los elementos generales que deben analizarse son:

- **Análisis del producto:** se deben analizar todos los aspectos que se relacionan con la compra del producto o con la prestación del servicio.
- **Equipos y maquinarias:** deben identificarse el tamaño y tipo de los equipos y maquinarias. La especificación del proceso, las formas de operación y el personal para la operación.
- **Distribución de la maquinaria:** debe de hacerse un plano a escala que indique la forma en que se distribuyen los departamentos y los equipos y la forma en que se hará el proceso productivo.
- **Plan de producción:** teniendo en cuenta el plan de ventas, las políticas de inventario de producto terminado y de producto en proceso, debe elaborarse el plan de producción.
- **Plan de consumo:** se establece el consumo de materias primas
- **Plan de compras:** se analiza de acuerdo a las políticas de inventario de materia prima y de insumos.

- **Sistemas de control:** se trata de plantear las formas operativas que le permiten al proceso productivo generar el producto servicio dentro de las especificaciones de calidad, cantidad y costo.

Errores frecuentes:

- No tener un cronograma de ejecución del programa
- Falta de evaluación real de consumo y de productividad
- No identificar proveedores de materias primas y equipos
- No formular una política clara de inventarios.

VII. ANALISIS ORGANIZACIONAL

7.1. BASE LEGAL Y SOCIOS

Las dos organizaciones a cargo del predio El Timbre se encuentran registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). La Asociación Campesina 21 de Febrero se registró el 5 de septiembre de 2013; y, la Cooperativa de Producción Agropecuaria Nuevo Timbre el 22 de octubre del mismo año, con un total de 212 socias y socios fundadores.

La implementación del Plan de Negocios estará a cargo de las dos organizaciones que se encuentran a cargo del predio El Timbre. Este trabajo se lo realizará por medio del Comité de Gestión Predial (CGP) que, como parte de su responsabilidad, incorporará las acciones que demande su implementación, seguimiento y evaluación

7.2. RESPONSABILIDADES GENERALES

- Apoyar en la formulación y seguimiento del Plan de Negocios, conforme a los ámbitos específicos de cada uno de sus miembros: abastecimiento de insumos, producción, transformación, comercialización, innovación y aprendizaje.
- Apoyar en la elaboración del presupuesto del Plan de Negocios de acuerdo a los campos específicos de responsabilidad de cada una de las personas que conforman el CGP y los campos de acción mencionados anteriormente.
- Participar en la elaboración de los informes de gestión relacionados con la implementación de los Planes de Negocios.

- De manera mensual se evaluará el avance del Plan de Negocios y se planificará las acciones correspondientes al siguiente período.
- El Gerente y el Técnico de Fortalecimiento de Esquel centrarán su trabajo en acciones de apoyo técnico a nivel de los distintos eslabones de la Cadena Productiva, del área de Innovación y Aprendizaje y potencializando su experticia dentro de sus campos específicos de acción: las acciones relacionadas con la producción y productividad y el ámbito socio - organizativo.
- Otro tipo de Apoyo: el equipo del Comité de Gestión Predial podrá recibir apoyo técnico especializado de otro personal, ya sea de la propia organización o de otras instituciones externas.

7.3. RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS

- **ADMINISTRADOR:**

- el CGP será presidido y liderado por la Administradora del “Predio Timbre” señora Maria Chavarría y tendrá a su cargo la coordinación del trabajo de implementación y seguimiento de los Planes de Negocios

- **Abastecimiento de Insumos:**

PERSONA RESPONSABLE: Manuel Gutiérrez

Dotación de semilla

- Fertilizantes
- Herramientas
- Maquina y asistencia técnica

- **PRODUCCIÓN:**

PERSONA RESPONSABLE: **EDISON AMORES (POLICÍA)**

- Siembra
- Riego
- Deshierbe
- Cosecha

- **COMERCIALIZACIÓN:**

PERSONA RESPONSABLE: MARÍA CORTEZ

- Centro de acopio

- Transporte e intermediario
- **INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE:**
PERSONA RESPONSABLE: ELOY CAICEDO
 - Asistencia técnica
 - Capacitaciones
 - Coordinación de eventos
 - Articulación con instituciones de apoyo
- **ASESORÍA Y APOYO TÉCNICO: Técnicos de Esquel**
 - GERENTA DE PREDIO: Andrea Gaspar**
 - Apoyar al Administrador del predio en la programación, ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Negocio.
 - Brindar apoyo técnico a los socios y socias de la asociación en actividades relacionadas con la implementación del Plan de Negocio.
 - Apoyar al Administrador del predio en la elaboración del presupuesto de la organización relacionado con el Plan de Negocio.
 - Coordinar con los directivos y socios de la organización, otros actores externos y los miembros de los Equipos Técnicos de Esquel para la implementación, seguimiento y evaluación de las actividades relacionadas con el Plan de Negocio.
 - Participar en la elaboración de los informes de gestión, conforme a los requerimientos del trabajo.
 - TECNICA DE FORTALECIMIENTO: Solange Prado**
 - Brindar apoyo técnico al Administrador, los socios y directivos de la organización principalmente dentro del campo socio – organizativo.
 - Apoyar a la Administradora del predio en la programación, implementación, seguimiento y ejecución del plan de negocio
 - Coordinar con la Gerenta del predio, los directivos y socios de la organización, otros actores externos y los miembros de los Equipos Técnicos de Esquel en relación a la implementación, seguimiento y evaluación del Plan de Negocio.
 - Participar en la elaboración de los informes de gestión, conforme a los requerimientos del trabajo.

- **OTROS ACTORES PARTICIPANTES:**

PERSONA O INSTITUCIÓN RESPONSABLE: MAGAP, MCCH, GAD PE, SENAGUA, GAD ME,

- Capacitación
- Apoyo técnico

ORGANIGRAMA DEL COMITÉ DE GESTIÓN PREDIAL



VIII. ANALISIS FINANCIERO

8.1. LAS INVERSIONES DEL PROYECTO

Inversiones en Activos Fijos

La obtención de los beneficios esperados con la implementación del plan de negocio, depende que las construcciones e instalaciones identificadas se ejecuten en los tiempos establecidos. A continuación se presenta las inversiones en activos fijos.

Inversiones en Activos Fijos

Inversión			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Obra Civil			
Cambios de cubiertas	1	2.474	2.474
Recuperación de la capacidad instalada	1	2.173	2.173
Mejoramiento del proceso de calidad	1	2.424	2.424
TOTAL			7.071

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Grupo Consultor

Inversiones en capital de Trabajo

Complementariamente a las inversiones en activos fijos, el plan requieren inversiones en capital de trabajo. Estas son los fondos necesarios para financiar el ciclo de operaciones del proyecto. En el caso agrícola se aprecia claramente tal necesidad: el agricultor necesita tener las semillas, los fertilizantes, la mano de obra, y otros insumos al comienzo del ciclo, para efectuar la preparación del terreno, la siembra y el cuidado posterior del sembrado.

En el siguiente cuadro se detallan los diferentes rubros que fueron considerados para estimar los recursos necesarios para sufragar el capital operativo.

Inversión en Capital de Trabajo

Concepto	Valor
Quintales de cacao en baba/semana	125
Precio	30
Total	3.750

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Grape Consultor

8.2. INGRESOS INCREMENTALES DEL PROYECTO

Para el cálculo de los ingresos anuales se consideró un plan de intervención para un período de evaluación de 5 años. A continuación se muestran los ingresos que se obtendrán por la venta de los productos que serán generados con la implementación de la propuesta.

Ingresos por la Venta de Productos

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
CACAO INCREMENTAL					
Compra de cacao en baba	200	200	200	200	200
Precio	5	5	5	5	5
Meses	8,0	8	8	8	8
TOTAL	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000

Fuente: Investigation de campo

Elaboración: Grupo Consultor

8.3. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Para mejorar la productividad y por ende la competitividad de la explotación agropecuaria es preciso realizar una gestión que a más de velar por la asignación de los recursos sea capaz de identificar los factores que pueden influir en el éxito del negocio. En las circunstancias actuales la empresa agrícola debe asumir el enorme desafío de modificar su gestión para competir con éxito el mercado.

Si bien, las condiciones en las que se desenvuelve la actividad agrícola en este predio no permiten mantener un equipo técnico ideal que realice mejoras a los resultados actuales, ejecutando actividades con el uso eficiente de los recursos o medios de los que se dispone en la explotación agrícola, no obstante, se ha considerado un grupo reducido de personas que implica los siguientes costos administrativos:

Costos Administrativos

Sueldos y Salarios	Costo	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			USD \$				
Operativo	400	8	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200
Asistente contable administrativa	350	8	2.800	2.800	2.800	2.800	2.800
ADMINISTRATIVOS			6.000	6.000	6.000	6.000	6.000

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Grupo Consultor

7.5. DEPRECIACIONES

La depreciación de los activos fijos y la amortización de los activos intangibles, son medidas puramente relacionadas con las tributaciones; es decir, son consideradas en la evaluación de los proyectos de inversión para calcular el impuesto a la renta causado por la actividad económica.

7.6. FLUJOS DE CAJA DEL PLAN DE NEGOCIO

Con la información generada tanto de las inversiones requeridas, los ingresos y costos operacionales y las obligaciones que la Organización debe honrar por el crédito adquirido para la compra de la tierra se construyeron las proyecciones financieras (flujo de efectivo) con la finalidad exclusiva de conocer si la propuesta técnica planteada es o no beneficiosa para los socios de la Organización predio Timbre “Coop Agro Nuevo Timbre y Aso 21 de Febrero.

FLUJO DE CAJA DEL PLAN DE EXPLOTACION

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS						
INGRESOS						
INGRESOS INCREMENTALES		8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Valor de la tierra						
SUBTOTAL		8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
TOTAL DE ENTRADAS		8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
SALIDAS						
Gastos de capital:						
Construcción, maquinaria	7.071					
Capital de trabajo	3.750					
SUBTOTAL	-10.821	0	0	0	0	0
COSTO						
COSTO INCREMENTAL		3800	3800	3800	3800	3800
TOTAL SALIDAS		3.800	3.800	3.800	3.800	3.800
FLUJO NETO DE FONDOS	-10.821	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200
VALOR ACTUAL NETO 12%	\$ 4.319					
TIR	27%					

Relación Beneficio /Costo

Valor actual de ingresos	\$ 28.838,21
Valor actual de costos	24.519
Beneficio / costos	\$ 1,18

Fuente: Investigation de campo

Elaboration: Grupo Consultor

Para el cálculo del Valor Actual Neto se utilizó una tasa de descuento del 12%; el resultado obtenido asciende a 4.319 dólares. Por su parte, la Tasa Interna de Rentabilidad es de 27%. En este análisis se supone que los 10.821 dólares requeridos en el año cero son de propiedad de los asociados.

8.7. FLUJO DE CAJA CON APALANCAMIENTO

El financiamiento tiene un rol fundamental para dar continuidad al flujo de productos hacia los consumidores, aportando la liquidez monetaria necesaria a los diferentes agentes para atenuar los efectos que se producen por la existencia de rezagos de tiempo entre los momentos en que se efectúan inversiones y gastos de operación, y el momento del retorno de efectivo por venta de la producción.

En el siguiente cuadro se muestra el impacto que tiene el financiamiento externo a la Organización para la implementación de este plan de intervención

Flujo con apalancamiento

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS						
Ventas:						
INGRESOS INCREMENTALES		8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Recuperación de capital de trabajo						3.750
SUBTOTAL		8.000	8.000	8.000	8.000	11.750
TOTAL DE ENTRADAS		8.000	8.000	8.000	8.000	11.750
SALIDAS						
Gastos de capital:						
Construcciones e instalaciones	7.071					
Capital de trabajo	3.750					
SUBTOTAL	-10.821	0	0	0	0	0
COSTO						
COSTO INCREMENTAL		3.800	3.800	3.800	3.800	3.800
TOTAL SALIDAS		3.800	3.800	3.800	3.800	3.800
PROYECCIONES FINANCIERAS DE LA NUEVA PROPUESTA CON FINANCIAMIENTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE FONDOS	-10.821	4.200	4.200	4.200	4.200	7.950
FLUJO NETO DEL PRESTAMO						
Interés		563	281			
Capital	3.750	1.875	1.875			
SUBTOTAL		2.438	2.156			
FLUJO DE FONDOS	-7.071	1.763	2.044	4.200	4.200	7.950
VALOR ACTUAL NETO 12%	\$ 6.302					
TIR	36%					