**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE**
**CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA**
**REGIONAL GUAJIRA**
**PROGRAMA DE VÍCTIMAS**
**PLAN DE NEGOCIOS**

| |
|---|
| **EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:** Ficha 2850031 |
| **APRENDICES:** Claudia Moncada, Maria Molina, Jeonor Barros, Nilsa Vertel, Yarelys Bomian, Miller Torres, Lepdy Torres Carmen Diaz |
| **INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES** |
| **NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO** Corte y confeccion Ropa de vestir |
| **RAZÓN SOCIAL:** |
| **NOMBRE COMERCIAL:** |
| **1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO** |
| **VISIÓN:** En el año 2028 sea una Empresa fortalecida en ventas internacionals y nacionals, con un portafolio amplio en Productos de alta calidad y variedad de Producto |
| **MISIÓN:** Fortalecer la empresa con maquinarias e insomas, Personas calificadas Para lograr el objetivo de poder posicionar nuestra empresa a nivel nacional e internacional como empresa Lider en el mercado de confeccion |
| **OBJETIVO GENERAL:** Aumentar la rentabilidad y crecimiento a Largo Plazo de nuestra empresa. |
| **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** Reutilizar los Retazos para una nueva linea de Producción Ej: limpiones, Cojinillos, tapetes Etc. Generar dos o mas empleos para impulsar a las madres Cabeza de Hogar bordadoras de Arumita. |
| **BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** Confección de prendas para niños de 0 a ocho años y adultos de 18 a 70 años. - le podemos confeccionar a las instituciones educativas Uniformes de diarios, deportivo y gimnastica. |
| **2. ANÁLISIS DEL MERCADO** |
| **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan |
| En el municipio tenemos un buen potencial de habitantes 13400 |
| |

## ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

| CONCEPTO | No. |
|---|---|
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio | 13.400 HAb |
| Número de personas que compran el producto o servicio en la zona | 10% 1340 H |
| Establecer la cantidad que compran por periodos | 60 al Mes. |
| Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer | 80 al Mes. |

**SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo**

madres, niños en edad escolar y mujeres embarazada y en etapa fertil.

**VENTAJA COMPETITIVA:**

Calidad de nuestro producto a un precio adsequible en el mercado.

**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

| EMPRESAS | NIVEL DE ACEPTACIÓN | | | TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE | ¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN? | ¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO? | ¿A QUE PRECIO LO VENDEN? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ALTA | REGULAR | POCA | | | | |
| Sudaderas | x | | | Estudiante | calidad | Local | |
| Vestidos | x | | | niños | Calidad | local | 100.000 |
| bordados | x | | | Atlet general | Precio | domicilio | 100.000 |

**ESTRATEGIA DE MERCADO**

**ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO:** Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Etiqueta, en nuestra empresa los prendas de confeccionamos de buena calidad, Marca, es del agrado de todos nuestros clientes del municipio de Urumita.

**ESTRATEGIA DE PRECIO:** ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

Se determina el costo variable dependiendo los precios de materiales y de la mano de obra y depende tambien el precio de la Competencia.

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:** Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

1 = local

2 = Adomicilio.

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades? bajar Precio, anuncios por Redes sociales.

Claudia P. Honcala
Yorelis Damian y Carmen Diaz
Nilsa Vertel S
Leonor Bans
Miller torres.

## 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio.

Direccion kra6 #3-19 barrio 14 de junio
T. 3014368196

**Realizar un bosquejo de la distribución del local**

Taller esta ubicado dentro de la vivienda en mi cuarto con bonos, adaptada como taller de costura.

**Especificaciones técnicas y el diseño del producto**

Vestidos, de damas, diseños para niños estampados, enterizos, espaldados.

**Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

primeramente la limpieza del local, mantenimiento de las maquinas, organizar los materiales de trabajo. Etiquetar, inventario.

| SIMBOLO | REPRESENTACION |
|---|---|
| O | Operación |
| D | Inspección |
| | |
| D | Depósito provisional o espera |
| ▽ | Almacenamiento permanente |

**Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.**

| MAQUINARIA | CANTIDAD | EQUIPOS Y HERRAMIENTAS | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| maquina plana | 1 | Tijeras, hilos | 1 |
| filetiadora | 1 | telas, metros | 1 |
| bordadora | 1 | abre bojal | 1 |

**Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.**

| MATERIAS PRIMAS / INSUMOS | CANTIDAD REQUERIDA | UNIDADES A PRODUCIR | NECESIDAD DE MATERIALES |
|---|---|---|---|
| Telas, hilos | | | |
| la costa, | 3 metros | 2 prendas | |
| Linos, Hindu. | 10 metros | 4 prendas | |
| | 3 metros | 1 prenda | |

**Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.**

| | |
|---|---|
| Kilometro | Vella tela |
| Colle | Lindo tex |
| Facon | Casa Rosada. |

## 4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

| No. | PRODUCTO | PRECIO | PERIODOS | | | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Sudaderas | 80.000 | 180 | 140 | 160 | 190 | 18.480 |
| 2 | Vestidos | 80.000 | 100 | 80 | 90 | 100 | 8.270 |
| 3 | blusas | 35.000 | 70 | 60 | 50 | 60 | 2.280 |

Elaborar el Plan de Inversión

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1. ACTIVOS FIJOS | | | |
| TERRENOS Y/O LOCAL | | | |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS bordadora maquinas planas, fileteadora | 6400000 | 1<br>1, 1 | 6400000 |
| HERRAMIENTAS telas, Hilos, Orfileres, tijeras, metros, agujas, Botones | 600000 | 1, 1, 1, 1<br>1, 1, 1, | 600000 |
| MUEBLES Y ENSERES Mesas y sillas | 200000 | | 200000 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | 7200000 |
| 2. GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | 0 |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | | | |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 1000.000 | | 1.000.000 |
| TOTAL | | | 8200.000 |

Determinación de la **Estructura de costos**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | COSTO TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1. COSTOS DIRECTOS | | | |
| MATERIALES Telas, accesorios | 600000 | | 600.000 |
| MANO DE OBRA | 1200000 | | 1200.000 |
| GASTOS DE FABRICACIÓN | 100.000 | | 100.000 |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | 1900000 |
| 2. COSTOS INDIRECTOS | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | |
| SERVICIOS PÚBLICOS 400.000 | 400000 | | 400000 |
| ARRIENDO 500.000 | 500000 | | 500000 |
| GASTOS DE VENTAS 17.000 | 100000 | | 100000 |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | | 1000.000 |
| TOTAL | | | 2900000 |

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Numero Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Numero de unidades producidas en un periodo de tiempo (dias, semanas, meses, etc)}}$$

**Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades**

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE**
**CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA**
**REGIONAL GUAJIRA**
**PROGRAMA DE VÍCTIMAS**
**PLAN DE NEGOCIOS**

Las Emprobleмá.

| | |
|---|---|
| **EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:** | 2350031 |
| **APRENDICES:** | Yerenis Yasmin Daza Carrascal. Yanluz Oñate Martínez · Mogaly Ovalle Cilia Duran Elizabeth Pallares M |
| **INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES** | |
| **NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO** | |
| **RAZÓN SOCIAL:** | |
| **NOMBRE COMERCIAL:** | |
| **1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO** | |
| **VISIÓN:** | En 2024, ser una Comercializadora de Pollo de engorde a nivel Municipal, Regional y Nacional; Convirtiéndonos en una Empresa líder fundamentados en el Crecimiento Sostenible Brindando un Producto Inocuo. (apto para el consumo humano.) |
| **MISIÓN:** | Satisfacer con Excelencia las Necesidades de Nuestros Consumidores, en la Provisión Oportuna del producto de Alta Calidad. Apostando Fuentes de Empleo para el Desarrollo de Nuestro Municipio. |
| **OBJETIVO GENERAL:** | Fortalecer mi Comercializadora y Venta de Pollo de Engorde, para Ofrecer una experiencia al Brindar un Producto Inocuo, Cumpliendo con las exigencias de Nuestro Cliente. |
| **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** | Social: generar 1. empleo directo y 2. indirecto, con el fin de brindar un producto Inocuo y Personalizado a Nuestros Consumidores.<br>Económico: contribuir al 0.3% al generar fuentes de Ingreso.<br>Ambiental: manejar de manera adecuada los residuos solidos. |
| **BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** | Comercializadora y Venta de Pollo de Engorde, esta ubicado en la Calle 6 # 5-31 Barrio 14 de Junio; la cual está Caracterizado por Brindar un Producto Inocuo, siendo este uno de sus diferenciales ante su Competencia. |
| **2. ANÁLISIS DEL MERCADO** | |
| **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan | |
| Las Cifras del sector de pollo de engorde para el 2021, indican que se Produjeron 1'671.581 toneladas de Carne de Pollo. Además se registró un consumo per capita de 34.2 kg/año. | |

## ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

| CONCEPTO | No. |
|---|---|
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio | 14.000 Hab. |
| Número de personas que compran el producto o servicio en la zona | 1.400. Hab. |
| Establecer la cantidad que compran por periodos | 800. Unds. |
| Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer | 500. Unds. |

**SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo** Uribia - La Guajira. Tiendas. Hombres y Mujeres de 18 a 60 años. Psicologicamente, porque es un alimento de excelente calidad.

**VENTAJA COMPETITIVA:** Presentación del Producto, Inocuidad, Eficiencia en el Servicio, Ubicación Estratégica y Un Ambiente Acogedor.

**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

| EMPRESAS | NIVEL DE ACEPTACIÓN | | | TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE | ¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN? | ¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO? | ¿A QUE PRECIO LO VENDEN? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ALTA | REGULAR | POCA | | | | |
| V. Pollo Kattl. | ✓ | | | Adultos | B. Producto | En su Casa | $7.000 c/lb. |
| V. Pollo Mayo. | | ✓ | | Jóvenes | B. Producto | En Su Casa | 7.000 c/lb. |
| | | | | | | | |

**ESTRATEGIA DE MERCADO**

**ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO:** Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Inocuidad del Producto, Eficiencia en el Servicio, Fidelización con los Clientes.

**ESTRATEGIA DE PRECIO:** ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

$ 7000 c/lb. Por el alza de los insumos.

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:** Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

Venta Directa. Jóvenes y Adultos. Utilizando medio de transporte cómo: bicicleta, mototáxi, moto ó carro.

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

Publicidad ← ofrecer el producto verbalmente
redes sociales,
llamadas telefónicas
perifoneo.

Yerenis Yasmin Daza Carrascal. Celia Dauión
Mogollón Elizabeth Pallares Yaylin Ortiz M.

## 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio. Urúmita.
Calle 6 # 5-31 Barrio: 14 de Junio.
Whassapp: 3170713601.
Redes Sociales.

**Realizar un bosquejo de la distribución del local** Zona de atención al Cliente.
- Galpones.
- Bódega.
- Cocina. - alberca.

**Especificaciones técnicas y el diseño del producto** Utilizamos Insumos Certificados por el INUINA. (calidad). Para poder Ofrecer un Producto Fresco, con una excelente Presentación y Empaque al momento de entrega.

**Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

O → Limpieza General de los Galpones.
Se les coloca el alimento y se les cambia el agua.
□ → Inspección. Control de Calidad (Inocuidad del producto)
⇒ → Desplazamiento o Transporte Entrega del Producto, ya sea Presencial o Domicilio.

| SIMBOLO | REPRESENTACION |
|---|---|
| ○ | Operación |
| □ | Inspección |
| ⇨ | Transporte / Traslado |
| D | Demora / Espera / Retraso |
| ▽ | Almacenamiento permanente |

**Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.**

| MAQUINARIA | CANTIDAD | EQUIPOS Y HERRAMIENTAS | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| Refrigerador | 1. | Ollas | 4 |
| Balanza Digital. | 2. | Cuchillos | 3 |
| Planta eléctrica. | 1. | Bolsas Plásticas | 1 Ciento |

**Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.**

| MATERIAS PRIMAS / INSUMOS | CANTIDAD REQUERIDA | UNIDADES A PRODUCIR | NECESIDAD DE MATERIALES |
|---|---|---|---|
| | | | |
| 100 pollos | 4 kg/c.u. | desde qué nacen. | hasta qué se matan. |
| | | | |

Total: 400 kg. de alimento para engordar a 100 pollos en 45 días.

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

| | |
|---|---|
| Agroveterinaria URUNA. | |
| | |
| | |
| | |

Yerenis Yasmin Daza Carrascal. Alicia Guzmán
Magaly Arrieta Elizabeth Pallares Mayluz Ortiz M.

## 4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

| No. | PRODUCTO | PRECIO | PERIODOS | | | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Pollo de Engorde (de acuerdo al peso) | $12.000 c/u | 1200 | 1.000 | 1100 | 1200 | $31.500.000= |
| 2 | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | |

Elaborar el **Plan de Inversión**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|---|
| **1. ACTIVOS FIJOS** | | | |
| TERRENOS Y/O LOCAL | | | |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS — Refrigerador | $1.200.000= | 1. | $1.200.000= |
| Balanza digital | $ 500.000= | 2. | $1.000.000= |
| HERRAMIENTAS — Planta eléctrica | $3.000.000 | 1 | $3.000.000= |
| Ollas | $ 250.000 | 2. | $ 500.000= |
| Cuchillos | 50.000 | 2 | $ 100.000= |
| MUEBLES Y ENSERES — Bolsas plástica | $ 10.000= | 3. cento. | $ 30.000= |
| Mesa | $ 35.000 | 2. | $ 70.000= |
| Silla | $ 30.000= | 8. | $ 240.000 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | $6.140.000= |
| **2. GASTOS PRE-OPERATIVOS** | | | |
| Adecuaciones del local. | $ 500.000= | 1. | $500.000= |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | $500.000= |
| **3. CAPITAL DE TRABAJO** | $4.000.000= | 1. | $4.000.000= |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | | | $4.000.000= |
| **TOTAL** | | | $10.640.000= |

Determinación de la **Estructura de costos**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | COSTO TOTAL |
|---|---|---|---|
| **1. COSTOS DIRECTOS** | | | |
| MATERIALES | $3.000.000= | 4. | $3.000.000= |
| MANO DE OBRA | $2.200.000= | 3. | $2.200.000= |
| GASTOS DE FABRICACIÓN | $4.000.000= | 1. | $4.000.000 |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | $9.200.000= |
| **2. COSTOS INDIRECTOS** | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | $300.000= | 1. | $ 300.000= |
| SERVICIOS PÚBLICOS | $ 200.000= | 1 | $ 200.000= |
| ARRIENDO | $500.000= | 1 | $500.000= |
| GASTOS DE VENTAS | $ 30.000= | 1 | $ 30.000= |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | | $1.030.000= |
| TOTAL | | | $10.230.000= |

Determinar el COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU

Calcular el precio de venta unitario = CTU + GANANCIA

Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario

$$CVU = \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, ...)}}$$

Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades

Yereñis Yasmín Daza Carrascal. Edith Durán
Magaly Amaris Elizabeth Pallares X.
Hayluz Ortiz M.

***SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE***
***CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA***
***REGIONAL GUAJIRA***
***PROGRAMA DE VÍCTIMAS***
***PLAN DE NEGOCIOS***

| | |
|---|---|
| **EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:** | Ficha 2580031 |
| **APRENDICES:** | Leonor Liñan C - Jenys Maria Mendoza Arregoces Maria Rafaela Daza Ana Rosa Martinez Pareja |
| **INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES** | |
| **NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO** | |
| **RAZÓN SOCIAL:** | |
| **NOMBRE COMERCIAL:** | |
| **1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO** | |
| **VISIÓN:** | es visualizar el futuro de nuestros negocio obtener las metas para si tener un futuro asegurado para mi y mi familia - para que en 2024 tendre mi negocio mas amplio. |
| **MISIÓN:** | es mejorar y fortalecer los productos de nuestro negosio para si poder brindar producto de mayor calidad y tener asi buenos resultado |
| **OBJETIVO GENERAL:** | mejorar la Productividad de mi negocio a traves de la compra de Producto de excelente calidad que ofrezcan a nuestro Cliente la mejor alternativa de compra |
| **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** | 1generar un empleo indirecto para llevar los domicilios a nuestros clientes.<br>- alcanzar el 5% adicional del mercado objetivo<br>- el manejo de residuos solidos. |
| **BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** | vendo gaseosas, jugos, cervezas frias y vendo arroz, fideo, azucar pan galleta. para suplir la necesidades comunitarias. |
| **2. ANÁLISIS DEL MERCADO** | |
| **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL,** evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan | |
| en el entorno encontramos los siguiente sitio el Parque, y debajo del Palo de seibo por la sobra sepone ajugar y unas que otras compran sus gaseosa. | |
| | |

## ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

| CONCEPTO | No. |
|---|---|
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio | 13.400 |
| Número de personas que compran el producto o servicio en la zona | 1340 10% |
| Establecer la cantidad que compran por periodos | 5kl diario aprox |
| Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer | 8kl diario aprox |

**SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo**

geograficamente- municipio de oromita
demograficamente hombres y mujeres entre 18 a 70 años sicologicamente segun las necesidades del hogar

**VENTAJA COMPETITIVA:** Porque no hay tienda mas cerca porque soy muy amble y respetuosa

**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

| EMPRESAS | NIVEL DE ACEPTACIÓN | | | TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE | ¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN? | ¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO? | ¿A QUE PRECIO LO VENDEN? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ALTA | REGULAR | POCA | | | | |
| [illegible] Jaramillo | X | | | Fiel | buen trato | en oromita | normal |
| Yilly Brochero | X | | | amigable | buen trato | en oromita | normal |
| | | | | | | | |

**ESTRATEGIA DE MERCADO**

**ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO:** Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

ser amble tener buena precentacion tener higiene ser repetuoso

**ESTRATEGIA DE PRECIO:** ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

El Producto del cafe me lo colocan a 26.000 pesos y Por determinar el Precio Sumo 20% la bolsa troe 25c la unidad sale 840. y lo vendo a 1.000

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:** Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

distribuimos en moto sicla, [illegible]

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades? Por medio de Perfoneo, Por whatsapp, facebook, Puedo invertir 15.000 mil Pesos

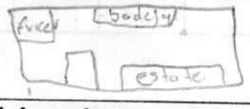
María Rafaela Daza Moyas
Laura Maria Moyas Mora
Leonor Liñan C
ANA Rosa martinez Poveda

## 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio.

direccion calle 14 B # 606 barrio 16 de abril
anoros 1974 martinez@gmail.com
301 616 8150

**Realizar un bosquejo de la distribución del local**




**Especificaciones técnicas y el diseño del producto**

ARROZ

**Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

me levanto a las 5 de la mañana.
limpio el local, se hace el inventario
y abro a las 5:30

| SIMBOLO | REPRESENTACION |
|---|---|
| ○ | Operacion |
| □ | Inspeccion |
| ⇨ | Desplazamiento o Transporte |
| D | Deposito provisional o espera |
| ▽ | Almacenamiento permanente |

**Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.**

| MAQUINARIA | CANTIDAD | EQUIPOS Y HERRAMIENTAS | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| fricer | 1 | mesa | 1 |
| exividora | 1 | estante | varios |
| | | cuchillos | 1 |

**Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.**

| MATERIAS PRIMAS / INSUMOS | CANTIDAD REQUERIDA | UNIDADES A PRODUCIR | NECESIDAD DE MATERIALES |
|---|---|---|---|
| viveres | | | |
| arroz | 5 kl | | |
| azucar | 6 kl | | |
| cafe | 10 paquetes | | |

**Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.**

| | |
|---|---|
| bisan | malta |
| cuala | |
| coca cola | |
| pool | |

## 4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

| No. | PRODUCTO | PRECIO | PERIODOS | | | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | azucar | 2500 | 450 | 400 | 420 | 400 | 417.500 |
| 2 | arroz | 2500 | 600 | 500 | 520 | 500 | 530.000 |
| 3 | | | | | | | |

Elaborar el **Plan de Inversión**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1. ACTIVOS FIJOS | | | |
| TERRENOS Y/O LOCAL | 500.000 | 1 | 500.000 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | |
| fricer, | 1.000.000 | 1 | 1.000.000 |
| HERRAMIENTAS | | | |
| estantes y vitrinas | 300.000 | varios | 300.000 |
| | | | |
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| mesa | 100.000 | 1 | 100.000 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | |
| 2. GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | |
| | | | |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS | 300.000 | varios | 300.000 |
| | | | |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | | | |
| | 1.000.000 | 1 | 1.000.000 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | | | |
| **TOTAL** | | | 2,903,000 |

Determinación de la **Estructura de costos**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | COSTO TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1. COSTOS DIRECTOS | | | |
| MATERIALES | 1000.000 | 1 | 1.000.000 |
| MANO DE OBRA | | | |
| GASTOS DE FABRICACIÓN | | | |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | |
| 2. COSTOS INDIRECTOS | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | |
| SERVICIOS PÚBLICOS | | | |
| ARRIENDO | local | 1 | 500.000 |
| GASTOS DE VENTAS | | | |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | | |
| TOTAL | | | 1500.000 |

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Numero Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

**Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario**

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Numero de unidades producidas en un periodo de tiempo (dias, semanas, meses, etc)}}$$

**Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades**

María Rafaela Daza Moyas
Lumo Mario Arregoces Moro
Leonor Piñan F
ANA ROSA MARTINEZ POVEA

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE**
**CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA**
**REGIONAL GUAJIRA**
**PROGRAMA DE VÍCTIMAS**
**PLAN DE NEGOCIOS**

| |
|---|
| **EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:** Ficha 2850034 |
| **APRENDICES:** Edilma Martínez. Jaimar Mariño Torres Dalianis Murgas Suarez Dilia Rosa Ramirez |
| **INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES** |
| **NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO** |
| **RAZÓN SOCIAL:** |
| **NOMBRE COMERCIAL:** |
| **1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO** |
| **VISIÓN:** En nuestra empresa mis metas es en el 2024 Tener varias Sucursales de venta de repuestos electronicos automotriz de buena calidad y satisfacer a la comunidad |
| **MISIÓN:** ES ofrecer repuestos electronicos de una buena calidad para suplir y satisfacer las necesidades de la comunidad urumitera. |
| **OBJETIVO GENERAL:** Es ampliar mi empresa de repuestos para suplir y aumentar las capacidades de venta hacia la Comuniolad urumitera |
| **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** Social: al ampliar mi empresa genero 2 empleo de forma directa<br>Economico: Incrementar el 10% de la Ventas<br>Ambiental: incentivar a la comunidad para reciclar repuestos usados |
| **BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** la Venta y distribución de repuestos esta recomendando para ofrecer un producto para suplir la necesidad Cuando lo requiera a muy buen precio satisfaciendo las necesidades de la comunidad Urumitera. |
| **2. ANÁLISIS DEL MERCADO** |
| **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan |
| Mediante un analisis en colombia la industria automotriz juega un papel estrategico en las ventas y economica donde tiene una amplias ventajas competitivas a nivel mundial |
| |

## ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

| CONCEPTO | No. |
|---|---|
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio | 13.400 hab |
| Número de personas que compran el producto o servicio en la zona | 1.340 10% hab |
| Establecer la cantidad que compran por periodos (Repuestos) Bobinas | 60 unidad |
| Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer | 80 Unidades |

**SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo**

Geograficamente: Municipio de Urumita
Demograficamente: Hombres y mujeres entre 18 a 70 años
Personal: Debe tener carro o moto.

**VENTAJA COMPETITIVA:** En nuestra empresa manejamos buenos precios excelente calidad Variedades en productos y marcas. en el entorno socioeconomico de urumita.

**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

| EMPRESAS competencia | NIVEL DE ACEPTACIÓN | | | TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE | ¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN? | ¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO? | ¿A QUE PRECIO LO VENDEN? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ALTA | REGULAR | POCA | | | | |
| * Bebida | | x | | estrato 1,2,3 | calidad | en mi local | 10.000 |
| * Bebida | x | | | estrato 1,2,3 | precios | en mi local | 6000 |
| calle | x | | | estrato 1,2,3 | bajos | en mi local | 2000 |

**ESTRATEGIA DE MERCADO**

**ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO:** Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

En nuestro almacen o empresa nuestros clientes disfrutaran de una atencion personalizada y se llevara un buen producto con bajos precios garantizados para la comunidad urumitera

**ESTRATEGIA DE PRECIO:** ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

Costos Fijos = Pago empleado

Costos Variables = compra de productos

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:** Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

1. En mi local
2. A domicilio

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

1 - Ofrecer un producto de buena calidad garantizado
2 - Ofertar precios bajos referentes a la competividad

## 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio.

Ciudad Urumita la guajira
carrera 2a # 2-25 barrio porvenir
celular 316585 2694

**Realizar un bosquejo de la distribución del local**

el local esta entre dos apartamentos con la misma direccion y consta de un baño y terraza en su respectivo lado en el frente

**Especificaciones técnicas y el diseño del producto**

los productos viajan empacados en cajas y bolsas plasticas

**Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

* recepcion y atencion al cliente
* toma de pedido
* entrega del producto
* caja para pago del producto

| SIMBOLO | REPRESENTACION |
|---|---|
| ○ | Operación |
| □ | Inspección |
| ⇨ | Desplazamiento o Transporte |
| D | Demora o espera |
| ▽ | Almacenamiento permanente |

**Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.**

| MAQUINARIA | CANTIDAD | EQUIPOS Y HERRAMIENTAS | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| barra de prueba | 1 | Multimetro | 1 |
| estantes y vitrinas | 10.4 | Fuente de tierra | 1 |
| computadores | 2 | cableadores | 1 |

**Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.**

| MATERIAS PRIMAS / INSUMOS | CANTIDAD REQUERIDA | UNIDADES A PRODUCIR | NECESIDAD DE MATERIALES |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.**

| | |
|---|---|
| distribuidora S a S | |
| mundial del repuesto | |
| importadora asociadas | |
| cuba empresarial armas | |

## 4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

| No. | PRODUCTO | PRECIO | PERIODOS | | | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | bobinas | 10.000 | 180 | 150 | 175 | 130 | 6350.000 |
| 2 | cable x mts | 2.000 | 200 | 180 | 220 | 150 | 1.500.000 |
| 3 | tuza | 6.000 | 40 | 60 | 35 | 50 | 1110.000 |

Elaborar el **Plan de Inversión**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1. ACTIVOS FIJOS | | | |
| TERRENOS Y/O LOCAL (Arriendo) | 500.000 | 1 | 500.000 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 2.000.000 | 3 | 6.000.000 |
| Multimetro | 200.000 | 1 | 200.000 |
| HERRAMIENTAS | 1.000.000 | 1 | 1.000.000 |
| Pelabodores | 150.000 | 1 | 150.000 |
| | | | |
| MUEBLES Y ENSERES | 5000.000 | 1 | 5.000.000 |
| Estantes virtuales | 4.000.000 | 2 | 8.000.000 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | |
| 2. GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | |
| | | | |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS | 800.000 | Varios | 800.000 |
| | | | |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | | | |
| | | | |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 15.000.000 | 1 | 15.000.000 |
| TOTAL | | | 36.650.000 |

Determinación de la **Estructura de costos**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | COSTO TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1. COSTOS DIRECTOS | | | |
| MATERIALES | Varios | | 3.000.000 |
| MANO DE OBRA | Personas | 2 | 2.800.000 |
| GASTOS DE FABRICACIÓN | | | |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | 5.800.000 |
| 2. COSTOS INDIRECTOS | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS mas Auxiliares | Personas | 3 | 3.200.000 |
| SERVICIOS PÚBLICOS | | | 600.000 |
| ARRIENDO | Local | | 500.000 |
| GASTOS DE VENTAS | | | 300.000 |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | | 4.150.000 |
| TOTAL | | | 9.750.000 |

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Numero Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

$$CVU = \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Numero de unidades producidas en un periodo de tiempo (dias, semanas, meses, etc)}}$$

**Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario**

**Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades**

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE**
**CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA**
**REGIONAL GUAJIRA**
**PROGRAMA DE VÍCTIMAS**
**PLAN DE NEGOCIOS**

| |
|---|
| **EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:** Fecha 22/10/2031 |
| **APRENDICES:** Sorangel Cañon Rumbo |
| Elfa Lizeth pitre Oñate Dina Esther Rumbo. |
| Elibis del socorro Oñate Barro Diana Vanessa Nieves pallares |
| **INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES** |
| **NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO** VENTAS DE POLLOS DE ENGORDES |
| **RAZÓN SOCIAL:** |
| **NOMBRE COMERCIAL:** VENTAS DE POLLOS DE ENGORDES |
| **1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO** |
| **VISIÓN:** para el 2024, tener una venta y comercialización de pollos de engordes a nivel municipal regional y nacional; convirtiendose en una empresa lider fundamentado en el crecimiento y desarrollo sostenible brindando un producto de alta calidad |
| **MISIÓN:** Ser la marca lider produciendo alimentos de excelente calidad nutritivos y sanos con un gran sentido de responsabilidad social y del medio ambiente Fundamentado su crecimiento en el desarrollo sostenible de la gente. Apuntamos el desarrollo constante de Valores para nuestros consumidores y sociedad |
| **OBJETIVO GENERAL:** Constituir una empresa Productora de pollo de engorde, para la produccion, venta y comercializacion de pollo Semicriollos, de buena calidad en cuando valor nutricional, precio y salud |
| **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** Social: generar 1 empleo directo y 2 indirecto, con el Fin de brindar un producto Inocuo y personalizado a nuestro clientes. Economicos: contrubuir a generar Fuentes de ingreso. Ambiental: Hacer buen uso de los residuos solidos |
| **BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** Ventas de pollos de engordes esta Ubicados en la Finca el pantano propicidad del Yoryi Brochero. la cual esta caracterizado por brindar un producto Inocuo siendo este uno de su diferenciales antes sus competencias |
| **2. ANÁLISIS DEL MERCADO** |
| **ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan |
| Las cifras del Sector de Pollos de engordes para el 2021 indica que se produjeron 1.671.581 toneladas de carnes de pollos. Ademas, se registro un consumo per capita 34.2 Kg x años |

## ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

| CONCEPTO | No. |
|---|---|
| Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio | 13400 Hab |
| Número de personas que compran el producto o servicio en la zona | 1340 Hab |
| Establecer la cantidad que compran por periodos | 400 Und |
| Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer | 500 Und. |

**SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo**

Geograficamente → Municipio de Urumita.
Demograficamente Tiendero o Hombre entre 18 a 70 años, blancos y mestizos
Psicologicamente: porque es un alimento de excedente calidad es con

**VENTAJA COMPETITIVA:** Presentación del producto, Inocuidad, eficiencia en el Servicio, Ubicacion Estrategicas y un ambientes acogedor

**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

| EMPRESAS | NIVEL DE ACEPTACIÓN | | | TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE | ¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN? | ¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO? | ¿A QUE PRECIO LO VENDEN? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ALTA | REGULAR | POCA | | | | |
| U. pollo exquer | ✓ | | | Adultos | B. producto | En la casa | $7000 x libras |
| U. pollos Illias | | ✓ | | Jovenes | B. producto | en la casa | $7000 x libras |
| | | | | | | | |

**ESTRATEGIA DE MERCADO**

**ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO:** Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Inocuedad del Producto, Eficiencia en el Servicio, Fidelizacion con los clientes

**ESTRATEGIA DE PRECIO:** ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

$7000 pesos Cada libra. / por el alsa de los Insumos

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:** Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

Venta Directa. Jovenes y Adultos. Utilizando medio de transporte cómo: Bicicletas, mototáxis, moto o carro.

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

Publicidad → Ofrecer el Productos Verbalmente.
→ Redes sociales
→ llamadas telefonicas
→ perifoneo

## 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio. Uribita.
Finca el Pantano Propiedad del Yorgi Brochero
whasa: 3182561773
Redes sociales.

**Realizar un bosquejo de la distribución del local** Zona de atención al cliente
- Galpones
- Bodegas
- Cocinas - Alberca

**Especificaciones técnicas y el diseño del producto** Utilizamos productos certificados por el inuimas (Calidad). para poder ofrecer un producto fresco, con una excelente presentacion y Empaque al momento de entrega

**Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.**

O → Limpieza general de los galpones se les coloca el alimento y se le cambia el agua

□ → Inspección. Control de calidad (Inocuedad del producto)

⇒ → Desplazamientos o Transporte entrega de productos, ya sea presencial o domicilio

| SIMBOLO | REPRESENTACION |
|---|---|
| O | Operación |
| □ | Inspección |
| ⇒ | Almacenamiento temporal |
| D | Almacenamiento permanente |
| ▽ | Almacenamiento definitivo |

**Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.**

| MAQUINARIA | CANTIDAD | EQUIPOS Y HERRAMIENTAS | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| Refrigeradora | 1 | ollas | 2 |
| balanza Digital | 2 | cuchillos | 2 |
| planta electrica | 1 | Bolsas plasticas | 3 cientos |

**Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.**

| MATERIAS PRIMAS / INSUMOS | CANTIDAD REQUERIDA | UNIDADES A PRODUCIR | NECESIDAD DE MATERIALES |
|---|---|---|---|
| 100 Pollos deengordos | 4 Kg/cu | Desde que nacen | Hasta q se matan |
| | | | |
| | | | |

Total 400 Kg de alimentos para engordar a 100 Pollo en 45 dias

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

| | |
|---|---|
| AGROVETERINARIO U RUMA | |
| | |
| | |

Sorangel Carron Rumbo
Elibis Oñate Barro
Elka pitre Oñate
Diana nieves P.
Dina Esther Rumbo

## 4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

| No. | PRODUCTO | PRECIO | PERIODOS | | | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Pollos De ENGORDE | 7000 c/L | 1200 | 1000 | 1100 | 1200 | 31,500,000= |
| 2 | ( De acuerdo | | | | | | |
| 3 | el Peso ) | | | | | | |

Elaborar el **Plan de Inversión**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|---|
| **1. ACTIVOS FIJOS** | | | |
| TERRENOS Y/O LOCAL | | | |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS Refrigerador | $1.200.000 | 1 | $1200.000 |
| Balanza digital | $ 500.000 | 2 | $1.000.000 |
| HERRAMIENTAS Planta electrica | $3.000.000 | 1 | $3.000.000 |
| Ollas | $250.000 | 2 | $ 500.000 |
| Cuchillos | $ 50.000 | 2 | $ 100.000 |
| MUEBLES Y ENSERES Bolsas Plasticas | $ 10.000 | 3 cientos | $30.000 |
| Mesas | $ 35.000 | 2 | $ 70.000 |
| Sillas | $ 30.000 | 8 | $240.000 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | $6,140,000 |
| 2. GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | |
| Adecuaciones de local | $ 500.000 | 1 | $ 500.000 |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS | | | $ 500.000 |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | $4.000.000 | 1 | $4.000.000 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | | | $4.000.000 |
| **TOTAL** | | 1 | $10.640.000 |

Determinación de la **Estructura de costos**

| RUBRO | VALOR UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | COSTO TOTAL |
|---|---|---|---|
| **1. COSTOS DIRECTOS** | | | |
| MATERIALES | $3.000.000= | 4 | $ 3.000.000 |
| MANO DE OBRA | $2200.000= | 3 | $2200.000 |
| GASTOS DE FABRICACIÓN | $4.000.000= | 1 | $ 4.000.000 |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | $9.200.000 |
| **2. COSTOS INDIRECTOS** | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | $ 300.000 | 1 | $300.000 |
| SERVICIOS PÚBLICOS | $ 200.000 | 1 | $200.000 |
| ARRIENDO | $ 500.000 | 1 | $500.000 |
| GASTOS DE VENTAS | 30.000 | 1 | 30.000 |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | | $1.030.000 |
| TOTAL | | | $10230.000 = |

Determinar el COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU

Calcular el precio de venta unitario = CTU + GANANCIA

**Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario**

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$$

**Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades**