CARRERA: ADMINISTRASION INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCION

PROYECTO FINAL DE GRADO

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA, IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CUY, EMPACADO AL VACÍO EN EL SECTOR NORTE CALDERON DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

AUTOR: WILSON MARTINEZ

TUTOR: ING. FAUSTO SORIA

QUITO, OCTUBRE, 2014

Declaratoria

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Wilson Domingo Martínez Castillo

CI 171420881-4

Cesión de Derechos

Yo, Wilson Domingo Martínez Castillo alumno de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

CC 171420881-4

Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante, Wilson Domingo Martínez Castillo por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo ,en Administración Industrial y de la Producción el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**ESTUDIO DE FACTIVILIDAD PARA LA, IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA , DEDICADA A LA CRIANZA , PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CARNE DE CUY, EMPACADO AL VACIO EN EL SECTOR NORTE DE CALDERON DE LA PROVINCIA DEL PICHINCHA**.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco

emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral;

c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 15 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____ f) _____

C.C. Nº**171420881-4** Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

Agradecimiento

Al Instituto Tecnológico Cordillera y a los docentes por haberme formado como profesional y como persona durante mi carrera de Administración Industrial y de la Producción.

En especial agradecimiento a nuestro Tutor de Tesis Ingeniero Fausto Soria por su paciencia, tiempo y ayuda constante para la realización del presente proyecto.

Dedicatoria

Primero agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de vivir, y la fortaleza necesaria para no desmayar en esta vida tan llena de obstáculos y por enseñarme el camino correcto de la vida.

A mis queridos padres: Juan Martínez y Carmen Castillo por darme la vida, el amor, apoyo y la fortaleza para llegar a ser una persona de bien, guiando mi camino para desenvolverme como profesional.

Y de manera muy especial a toda la familia por su gratitud y cariño desinteresado por las palabras de aliento constante para alcanzar las metas propuestas.

Indice General

Declaratoria i
Cesión de Derechos ii
Agradecimiento vii
Dedicatoria viii
Indice General ix
Indices Figuras xv
Resumen xvi
Abstract xvii
Capítulo I 1
1 .02 Justificación 1
1.03 Antecedentes 1
Capítulo II 12
2.01 Ambiente Externo 12
2.01.01.03. PIB 16
2.01.01.04 Balanza Comercial 17
2.01.02 Factor Social 19
2.01.02.01 Población 20
2.01.02.02 PEA 21
2.01.02.03 Migración 21
2.01.03 Aspecto Político Legal 23
2.01.03.01 RUC (Registro Único de Contribuyentes) 24
2.01.03.02 Patente Municipal 25
2.01.03.03 Uso del Suelo 25
2.01.03.04 Licencia Metropolitana de Funcionamiento 26
2.01.03.05 Afiliación al IESS como Empleador Del Sector Agrícola 26
2.01.03.07 Registro Sanitario 27
2.01.04 Aspecto Tecnológico 28
2.02 Entorno Local 30
2.03 Análisis Interno 34

2.03.02 Gestión Administrativa 37
2.03.02.01 Planificación 37
2.03.02.02 Organización 38
2.03.02.03 Dirección 39
2.03.02.04 Control 39
2.03.03 Gestión Operativa 39
2.03.04 Gestión Comercial 40
2.03.04.01 Producto 41
2.03.04.02 Precio 41
2.03.04.03 Plaza 41
2.03.04.04 Promoción 42
2.03.04.04.01 Publicidad 43
2.04 Análisis Foda 44
Capítulo III 45
3. Estudio de Mercado 45
3.01.02 Técnicas de obtención de Información 48
3.01.03 Encuesta 48
3.01.04 Análisis de la Información 51
3.01.05 Resultados de la Encuesta 51
3.02 Demanda 62
3.02.01 Demanda Histórica 62
3.02.02 Demanda Actual 62
3.02.03 Demanda proyectada 63
3.03 Oferta 63
3.03.01 Oferta Histórica 64
3.03.02 Oferta actual 64
3.03.03 Oferta Proyectada 64
3.04 Balance Oferta Demanda 65
Capítulo IV 66
4. Estudio Técnico 66
4.01 Tamaño del Proyecto 67
4.02 Localización 70
4.02.02 Micro localización 70

4.02.03 Localización Óptima 71
4.03 Ingeniería del Proyecto 71
4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio 72
4.03.02 Distribución de Planta 72
4.03.03 Proceso Productivo 79
4.03.03.01 Simbología del diagrama de flujo 80
4.03.04 Maquinaria y Equipo 82
Capítulo V 83
5.01 Estudio Financiero 83
5.01.1Ingresos Operacionales 83
5.01.01 Materia Prima Directa 84
5.01.01.02 Mano de Obra Directa (M.O.D) 84
5.01.01.03 Costos Indirectos de Fabricación 85
5.01.02. Ingresos no operacionales 86
5.02. COSTO 86
5.02.01. Costo directo 86
5.02.02 Costo Indirecto 87
5.02.03. Gastos administrativos 87
5.02.04 Gasto de venta 89
5.02.05 Costo fijo y variable 90
5.03 Inversiones 91
5.03.01 Inversión fija 91
5.03.01.02 Inversión de activos nominales 91
5.03.01 Inversión fija 91
5.03.02 Capital de trabajo 92
5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos 93
5.03.04 Amortización de financiamiento 93
5.03.04.01 Amortización del diferido 94
5.03.05 Depreciaciones 94
5.03.06 Estado de situación inicial 95
5.03.07 Estado de resultados proyectados 95
5.03.08 Flujo de caja 97
5.04 Evaluación financiera 98

5.04.01 Tmar (tasa de descuento) 98
5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno) 98
5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión) 99
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio) 100
5.04.06 Punto de equilibrio 100
5.05 Análisis de índices financieros 101
5.05.01 Razón de endeudamiento 102
5.05.02 ROE (Rentabilidad del patrimonio) 102
5.05.03 ROA (Rentabilidad del activo) 103
5.05.04 ROI (Rentabilidad de la inversión) 103
Capítulo VI 104
6.01 Impacto Ambiental 104
6.02 Impacto Económico 105
CAPÍTULO VII 108
7.01 Conclusiones. 108
7.02 Recomendaciones. 109
Glosario de términos. 111
Bibliografía 112

Índice de Tablas

Tabla N° 1 Tasa de interés activa 12
Tabla N° 2 Evolución tasa de interés activa 14
Tabla N° 3 Evolución tasa de interés pasiva 15
Tabla N° 4 Crecimiento por Sectores 16
Tabla N° 5 Tasa de crecimiento de migración 22
Tabla N° 6 Proveedores 32
Tabla N° 7 Competencia Directa 33
Tabla N° 8 Competencia Indirecta 34
Tabla N° 9 cronograma de actividades 37
Tabla N° 10 Costo unitario de fabricación 41
Tabla N° 11 Matriz FODA Fortaleza 44
Tabla N° 12 Censo de población y vivienda 2010 46
Tabla N° 13 Primera pregunta de la encuesta 52
Tabla N° 14 Segunda pregunta de la encuesta 53
Tabla N° 15 Tercera pregunta de la encuesta 54
Tabla N° 16 Cuarta pregunta de la encuesta 55
Tabla N° 17 Quinta pregunta de la encuesta 56
Tabla N° 18 Sexta pregunta de la encuesta 57
Tabla N° 19 Séptima pregunta de la encuesta 58
Tabla N° 20 Octava pregunta de la encuesta 59
Tabla N° 21 Novena pregunta de la encuesta 60
Tabla N° 22 Decima pregunta de la encuesta 61
Tabla N° 23 Demanda Proyectada 63
Tabla N° 24 Oferta Proyectada 64
Tabla N° 25 Demanda Insatisfecha 65
Tabla N° 26 Distribución de áreas de la planta 67
Tabla N° 27 Análisis de la capacidad instalada 68
Tabla N° 28 Actividades 69
Tabla N° 29 Macro-localización 70
Tabla N° 30 Matriz de localización 71
Tabla N° 31 Códigos de cercanía 73
Tabla N° 32 Factores del proceso 73
Tabla N° 33 Maquinaria y equipo 82
Tabla N° 34 Materia Prima (M.P.D) 84
Tabla N° 35 Mano de Obra Directa (M.OD) 84
Tabla N° 36 CIF 85
Tabla N° 37 Ingresos Operacionales 85
Tabla N° 38 Ingresos proyectaos 85
Tabla N° 39 Costos directos 86
Tabla N° 40 Costo Indirecto 87
Tabla N° 41 Gastos Administrativos 87

Tabla N° 42 Material de Aseo 88
Tabla N° 43 Suministros de oficina 88
Tabla N° 44 Proyección gastos administrativos 89
Tabla N° 45 Gasto de ventas 89
Tabla N° 46 Proyección de gasto de ventas 90
Tabla N° 47 Proyección costos anuales 90
Tabla N° 48 Cuadro de inversiones 92
Tabla N° 49 Amortización del préstamo 93
Tabla N° 50 Amortización del diferido 94
Tabla N° 51 Depreciaciones 94
Tabla N° 52 Estado de situación inicial 95
Tabla N° 53 Estado de resultados proyectado 96
Tabla N° 54 Flujo de caja proyectado 97
Tabla N° 55 Tasa de descuento 98
Tabla N° 56 Tasa interna de retorno 99
Tabla N° 57 Período de recuperación de la inversión 99
Tabla N° 58 Relación Costo beneficio 100
Tabla N° 59 Punto de equilibrio 101

Indices Figuras

Figura N°1 Inflación 13
Figura N° 2 Evolución tasa de interés activa 14
Figura N° 3 Evolución tasa de interés pasiva 15
Figura N° 4 Crecimiento por Sectores ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Figura N° 5 Crecimiento de PIB 17
Figura N° 6 Balanza Comercial 18
Figura N° 7 Población 20
Figura N° 8 Población económicamente activa 21
Figura N° 9 Tasa de crecimiento de migración ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Figura N° 12 Logotipo 43
Figura N° 13 Primera pregunta de la encuesta 52
Figura N° 14 Segunda pregunta de la encuesta 53
Figura N° 15 Tercera Pregunta 54
Figura N° 16 Cuarta Pregunta 55
Figura N°17 Quinta Pregunta 56
Figura N°18 Sexta pregunta 57
Figura N° 19 Séptima Pregunta 58
Figura N° 20 Octava Pregunta 59
Figura N° 21 Novena Pregunta 60
Figura N°22 Decima Pregunta 61
Figura N°23 demanda Insatisfecha ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Figura N° 24 Macro-localización 70
Figura N° 25 Matriz Triangular 74

Resumen

.

Con el desarrollo de presente proyecto se da a conocer que La Micro empresa "Míster Cuy" es factible a crearse en el norte de Quito ya que se cuenta con una excelente cantidad de consumidores sean estos en los negocios de ventas de comidas o en consumo en familias.

La Empresa "MISTER CUY" está dedicada a la crianza, faena miento y comercialización de cuyes los cuales son muy nutritivos para la salud del consumo humano ya que a pesar de que es una actividad ancestral de nuestros pueblos, aun se continua la crianza de forma artesanal, con la implementación de Infraestructura adecuada como divisiones en pozas por sexo y edades, para su reproducción así podrán mejorar su forma óptima de su crianza lo cual permitirá aprovechar nuestros recursos naturales, crear beneficios económicos directos e indirectos, atreves de la creación de empleo para la población el cual se encontrara ubicado en la Parroquia de Calderón. Esta aspiración es equitativa y sustentable con el medio ambiente.

Esta micro empresa se enfoca a ser proveedor de todos los restaurantes y familias del sector norte y barrios aledaños de la misma ciudad, esperando tener una gran acogida de su producto el cual ofrece en fecha especiales promociones o descuentos para mejorar sus ventas.

Abstract

With the development of this project disclosed that the company "Mister Cuy "is likely to be created in the north of Quito as it has a great number of consumers are those in the business of food sales or consumption in families.

The Company "MR.CUY" is dedicated to the breeding, slaughter and marketing meant of guinea pigs which are very nutritious for health human consumption because although it is an ancient activity of our people, even raising Contd traditional way, the implementation of appropriate infrastructure as divisions in pools by sex and age for reproduction so they can improve their optimum form of their upbringing thus gaining access to our natural resources, creating direct and indirect economic benefits, right through the creation of employment for the population which was found located in the Parish of Calderón. This aspiration is equitable and environmentally sustainable.

This micro company aims to be a provider of all restaurants and families from northern and surrounding neighborhoods in the same city, hoping to have a great reception of its product offering as of special promotions or discounts to increase sales

Capítulo I

1.01 Introducción

1 .02 Justificación

Este proyecto de crianza y distribución de Cuy (Cavia Porcellus), se justifica porque a pesar de que es una actividad ancestral de nuestros pueblos, aun se continua la crianza de forma artesanal, con la implementación de Infraestructura adecuada como divisiones en pozas por sexo y edades, para su reproducción, mejoraran de forma óptima de su crianza lo cual permitirá aprovechar nuestros recursos naturales, crear beneficios económicos directos e indirectos, atreves de la creación de empleo para la población en la cual se encontrara ubicada el criadero, mejorando la calidad de vida de la Parroquia de Calderón. Esta aspiración es equitativa y sustentable con el medio ambiente.

1.03 Antecedentes

Las pruebas existentes demuestran que el cuy fue domesticado hace 2 500 a 3600 años. En los estudios estratigráficos hechos en el templo del Cerro Sechín (Perú), se encontraron abundantes depósitos de excretas de cuy y en el primer

periodo de la cultura Paracas, denominado Cavernas (250 a 300 a.C.), ya se alimentaba con carne de cuy. Para el tercer período de esta cultura (1400 d.C.), casi todas las casas tenían un cuyero (Tallo, citado por Moreno, 1989). Se han encontrado cerámicas, como en los huacos Mochicas y Vicus, que muestran la importancia que tenía este animal en la alimentación humana.

Se han extraído restos de cuyes en Ancón, ruines de Huaycan, Cieneguilla y Mala. Allí se encontraron cráneos más alargados y estrechos que los actuales, siendo además abovedados y con la articulación naso-frontal irregular semejante al Cavia apereá (Huckinghaus, 1961).El hallazgo de pellejos y huesos de cuyes enterrados con restos humanos en las tumbas de América del Sur son una muestra de la existencia y utilización de esta especie en épocas precolombinas. Se refiere que la carne de cuyes conjuntamente con la de venado fue utilizada por los ejércitos conquistadores en Colombia (Pulgar Vidal, 1952).

La crianza de cuy en el Ecuador es una de las actividades básicas para el autoconsumo y sostenibilidad alimentaria de familias de comunidades rurales, cubierta en la serranía; también es una actividad económica importante generadora de ingresos para pequeños productores que practican mejores sistemas de crianza.

En el Ecuador se estima que el 70% está a cargo de pequeños y medianos criadores, quienes han venido desarrollando esta labor desde mucho tiempo atrás.

El hábitat del cuy es muy extenso. Se han detectado numerosos grupos en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, noroeste de Argentina y norte de Chile, distribuidos a lo largo del eje de la cordillera andina. Posiblemente el área que ocupan el Perú y Bolivia fue el hábitat nuclear del género Cavia (Cabrera, 1953).

Este roedor vive por debajo de los 4 500 metros sobre el nivel del mar, y ocupa regiones de la costa y la selva alta.

El hábitat del cuy silvestre, según la información zoológica, es todavía más extenso. Ha sido registrado desde América Central, el Caribe y las Antillas hasta el sur del Brasil, Uruguay y Paraguay en América del Sur. En Argentina se han reconocido tres especies que tienen como hábitat la región andina. La especie Cavia aperea tschudii se distribuye en los valles interandinos del Perú, Bolivia y noroeste de la Argentina; la Cavia aperea tiene una distribución más amplia que va desde el sur del Brasil, Uruguay hasta el noroeste de la Argentina; y la Cavia porcellus o Cavia cobaya, que incluye la especie domesticada, también se presenta en diversas variedades en Guayana, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia (Cabrera, 1953; Pulgar Vidal, 1952).

1.03.01 Características del comportamiento

Por su docilidad los cuyes se crían como mascotas en diferentes países. Como animal experimental en los bioterios se aprecia por su temperamento tranquilo, que se logra con el manejo intensivo al que son expuestos; algunas líneas albinas se seleccionan por su mansedumbre. El cuy como productor de carne ha sido seleccionado por su precocidad y su prolificidad, e indirectamente se ha tomado en cuenta su mansedumbre. Sin embargo, se tiene dificultad en el manejo de los machos en recua. Hacia la 10a semana inician las peleas que lesionan la piel, bajan sus índices de conversión alimenticia y las camas de crecimiento muestran una flexión. Las hembras muestran mayor docilidad por lo que se las puede manejar en grupos de mayor tamaño.

1.03.02 Características morfológicas

La forma de su cuerpo es alargada y cubierto de pelos desde el nacimiento. Los machos desarrollan más que las hembras, por su forma de caminar y ubicación de los testículos no se puede diferenciar el sexo sin coger y observar los genitales. Los machos adultos hacen morrillo. A continuación se describen las partes del cuerpo de los cuyes.

Es importante conocer que el aparato reproductor del cuy es muy diferente a la de las ratas por lo que es imposible que entre estas especies exista apareamiento.

Cabeza. Relativamente grande en relación a su volumen corporal, de forma cónica y de longitud variable de acuerdo al tipo de animal. Las orejas por lo general son caídas, aunque existen animales que tienen las orejas paradas porque son más pequeñas, casi desnudas pero bastante irrigadas.

Los ojos son redondos vivaces de color negro o rojo, con tonalidades de claro a oscuro. El hocico es cónico, con fosas nasales y ollares pequeños, el labio superior es partido, mientras que el inferior es entero, sus incisivos alargados con curvatura hacia dentro, crecen continuamente, no tienen caninos y sus molares son amplios. El maxilar inferior tiene las apófisis que se prolongan hacia atrás hasta la altura del axis.

Cuello. Grueso, musculoso y bien insertado al cuerpo, conformado por siete vértebras de las cuales el atlas y el axis están bien desarrollados.

Tronco. De forma cilíndrica y está conformada por 13 vértebras dorsales que sujetan un par de costillas articulándose con el esternón, las 3 últimas son flotantes.

Abdomen. Tiene como base anatómica a 7 vértebras lumbares, es de gran volumen y capacidad.

Extremidades. En general cortas, siendo los miembros anteriores más cortos que los posteriores. Ambos terminan en dedos, provistos de uñas cortas en los anteriores y grandes y gruesas en las posteriores. El número de dedos varía desde 3 para los miembros posteriores y 4 para los miembros anteriores. Siempre el número de dedos en las manos es igual o mayor que en las patas. Las cañas de los posteriores lo usan para pararse, razón por la cual se presentan callosos y fuertes (Zaldívar, 1976; Cooper y Schiller, 1975).

Tipos de cuyes. Para el estudio de los tipos y variedades se les ha agrupado a los cuyes de acuerdo a su conformación, forma y longitud del pelo y tonalidades de pelaje.

1.03.03 Clasificación según la conformación

Tipo A.

Corresponde a cuyes «mejorados» que tienen una conformación enmarcada dentro de un paralelepípedo, clásico en las razas productores de carne. La tendencia es producir animales que tengan una buena longitud, profundidad y ancho. Esto expresa el mayor grado de desarrollo muscular, fijado en una buena base ósea. Son

de temperamento tranquilo, responden eficientemente a un buen manejo y tienen buena conversión alimenticia.

Tipo B.

Corresponde a los cuyes de forma angulosa, cuyo cuerpo tiene poca profundidad y desarrollo muscular escaso. La cabeza es triangular y alargada. Tienen mayor variabilidad en el tamaño de la oreja. Es muy nervioso, lo que hace dificultoso su manejo.

- **Clasificación según el pelaje**

Tipo 1. Es de pelo corto, lacio y pegado al cuerpo, es el más difundido y caracteriza al cuy peruano productor de carne. Puede o no tener remolino en la frente. Se encuentran de colores simples claros, oscuros o combinados. Es el que tiene el mejor comportamiento como productor de carne.

Tipo 2. Es de pelo corto, lacio pero forma rosetas o remolinos a lo largo del cuerpo, es menos precoz. Está presente en poblaciones de cuyes criollos, existen de diversos colores. No es una población dominante, por lo general en cruzamiento con otros tipos se pierde fácilmente. Tiene buen comportamiento como productor de carne.

Tipo 3. Es de pelo largo y lacio, presenta dos subtipos que corresponden al tipo I y 2 con pelo largo, así tenemos los cuyes del subtipo 3-1 presentan el pelo

largo, lacio y pegado al cuerpo, pudiendo presentar un remolino en la frente. El subtipo 3-2 comprende a aquellos animales que presentan el pelo largo, lacio y en rosetas. Está poco difundido pero bastante solicitado por la belleza que muestra. No es buen productor de carne, si bien utilizado como mascota.

Tipo 4. Es de pelo ensortijado, característica que presenta sobre todo al nacimiento, ya que se va perdiendo a medida que el animal se desarrolla, tornándose en erizado. Este cambio es más prematuro cuando la humedad relativa es alta. Su forma de cabeza y cuerpo es redondeado, de tamaño medio. Tiene una buena implantación muscular y con grasa de infiltración, el sabor de su carne destaca a este tipo. La variabilidad de sus parámetros productivos y reproductivos le da un potencial como productor de carne.

1.03.04 Clasificación según la coloración del pelaje

Existen dos tipos de pigmentos que dan coloración al pelaje de los cuyes, estos son: el granular y el difuso. El pigmento granular tiene tres variantes: rojo, marrón y negro; los dos últimos se encuentran también en la piel dándole un color oscuro. El pigmento difuso se encuentra entre el color amarillo pálido a marrón rojizo, estos pigmentos fueron encontrados en la capa externa del pelo, se encuentra completamente formado y siempre en asociación con pigmentos granulados.

Los cambios de tonalidades de color como consecuencia de cambios de temperatura en cuyes se aprecia en animales jóvenes, a medida que se acentúa el frío, los colores se oscurecen.

Hay que notar una característica muy particular en el pelo del cuy y es que la base del pelo tiene un color blanco en el caso de los pelajes claros y un poco gris en el caso de pelajes oscuros.

Conforme se llega a la punta la coloración del pelo se va acentuando y comienza a aparecer el color que va a presentar la capa del animal. También se observa que la fibra de la capa externa del animal es más gruesa que la capa interna.

El pelo del cuy está compuesto por una capa externa o cutícula la cual es fina y la corteza que es medular. La finura es irregular debido al alto grado de variación del diámetro, lo cual determina su baja condición textil, asimismo no resiste a las tensiones debido a su gran contenido medular. La longitud es variable de acuerdo al tipo. Los tipos I y 2 tienen fibras cortas y lacias, sin embargo sus características de suavidad y brillo son cualidades sobresalientes. La finura del pelo de los diferentes tipos de cuyes, se muestra en el Cuadro 1. La clasificación de acuerdo al color del pelaje se ha realizado en función a los colores simples, compuestos y a la forma como están distribuidos en el cuerpo (Chueca, 1972; Zaldívar, 1976)

1.03.05 Crianza familiar

Al conocer las limitantes que tiene la crianza familiar tradicional se optó, entre otras, por mejorarla mediante el uso de pozas de crianza, la utilización de recursos alimenticios no tradicionales para mejorar su alimentación, y la realización del destete. De esta manera se organizaba la población por clases y se trabajaba con eficiencia. Al mejorar el sistema familiar se apreció con el tiempo (1988-1992) un crecimiento de la población con lo que se logró una mayor capitalización pecuaria

en los productores y sobre todo un incremento en el consumo de carne de cuy, así como un mayor ingreso para la familia por la venta de sus excedentes. Desde todo punto de vista el cuy tiene un rol socio-económico y nutricional preponderante para la familia rural de escasos recursos.

Los cuyes criollos constituyen la población predominante. Los animales se caracterizan por ser pequeños, rústicos, poco exigentes en calidad del alimento; se desarrollan bien bajo condiciones adversas de clima y alimentación. Criado técnicamente mejora su productividad; la separación por clases mediante el sistema de pozas permite triplicar su producción, logrando un mayor número de crías (Higaonna *et al.*, 1989)

En el Ecuador, la crianza a nivel de pequeño criador, data de épocas ancestrales. En este sistema de producción la productividad es baja debido a que no existe una tecnología de crianza apropiada. La mayor cantidad de cuyes, se hallan concentrados en las viviendas del sector rural de la sierra donde, en una primera aproximación realizada en 1986, se determinó una población de 10 654 560 cuyes, poco o nada mejorados (López, 1987).

1.03.06 Crianza familiar-comercial

Este tipo de crianza de cuyes nace siempre de una crianza familiar organizada, y está circunscrita al área rural en lugares cercanos a las ciudades donde se puede comercializar su producto. Las vías de comunicación facilitan el acceso a los centros de producción, haciendo posible la salida de los cuyes para la venta o el

ingreso de los intermediarios. No siempre esta última alternativa es la mejor ya que por lo general ofrecen precios bajos.

Los productores de cuyes invierten recursos económicos en infraestructura, tierra para la siembra de forrajes y mano de obra familiar para el manejo de la crianza. Los productores que desarrollan la crianza de cuyes disponen de áreas para el cultivo de forrajes o usan subproductos de otros cultivos agrícolas.

El tamaño de la explotación dependerá de la disponibilidad de recursos alimenticios. En este sistema, por lo general se mantienen cuatro 100 y 500 cuyes, y un máximo 150 reproductoras. Las instalaciones se construyen especialmente para este fin, utilizando materiales de la zona. Toda la población se maneja en un mismo galpón, agrupados por edades, sexo y clase, se mantiene la producción de forraje anexa a la granja, lo cual exige una mayor dedicación de mano de obra para el manejo de los animales como para el mantenimiento de las pasturas (Zaldivar, 1985).

El germoplasma predominante en la crianza familiar-comercial es el mestizo, obtenido del cruzamiento del «mejorado» con el criollo. Se emplean mejores técnicas de crianza, lo cual se refleja en la composición del lote, donde la tercera parte de la población la constituye el plantel de reproductores. La mejor eficiencia se ve reflejada en el índice productivo (IP) que es mayor a 0,6 si los cuyes reciben un suplemento alimenticio. Dentro del manejo se realizan destetes y saca oportuna de reproductores. Las reposiciones se hacen mensual o trimestralmente para compensar la saca de reproductores una vez estabilizada su población. La alimentación es normalmente a base de subproductos agrícolas, pastos cultivados y en algunos casos

se suplemento con alimentos balanceados. Se realizan periódicamente campañas sanitarias para el control de ectoparásitos.

Este tamaño de explotación demanda mano de obra familiar, y es una forma de generar una microempresa que puede evitar la migración parcial o total de algún miembro de la familia. Un plantel de 150 reproductoras puede producir un mínimo de 900 cuyes para el mercado. El efecto migratorio del campo a las ciudades ha determinado un incremento de la demanda de carne de cuy.

En Ecuador, la crianza familiar-comercial y comercial es una actividad que data desde aproximadamente 15 años, es tecnificada con animales mejorados en su mayoría y con parámetros productivos y reproductivos que permiten una rentabilidad económica para la explotación. Los índices productivos registrados indican que son susceptibles de mejoramiento.

No existen problemas de comercialización, la producción se oferta bajo forma de animales vivos para el consumo o para la cría; en general se comercializan en la misma granja a través del intermediario. Los precios se fijan de acuerdo al tamaño del animal (Lopez, 1987)

Capítulo II

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Aspecto Económico

2.01.01.01 Inflación

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para su cuantificación se usa el "índice de precios al consumo". (Economic España, 2013)

Tabla N° 1: Tasa de interés activa

Año	Evolución
2012	4,28
2013	5,00
2014	2,68

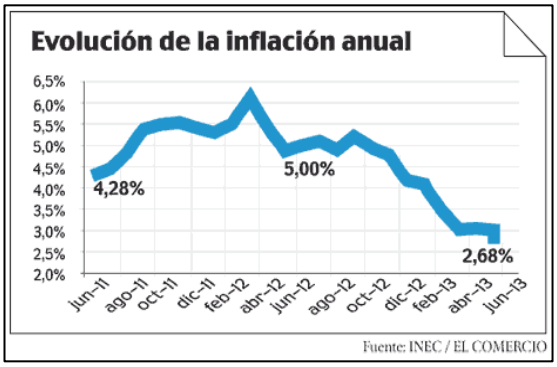


Figura N°1 Inflación

Análisis

Debido a que los últimos años la inflación en el Ecuador se ha mantenido de manera moderada, para el presente proyecto no representa ninguna amenaza, ya que la materia prima depende de la misma micro empresa.

2.01.01.02 Tasa de interés

(Buena Ventura V, 2011) las tasas de interés manifiestan que este representa el importe del alquiler del dinero. Dado que los montos de intereses son dinero los mismos que el capital, este importe se presenta normalmente como un porcentaje que ese aplica al capital por unidad de tiempo. (pág. 78)

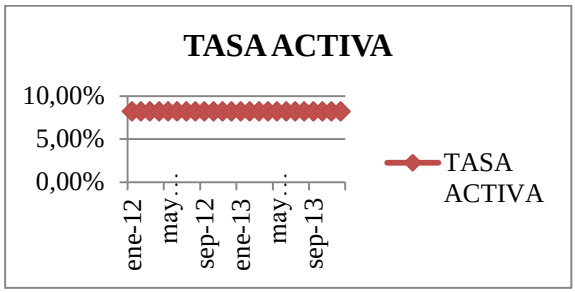
Tasa de Interés Activa

(Guevara Samaniego, 2013)Serán lo que las entidades financieras aplique en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias.

Tabla N° 2 Evolución tasa de interés activa

Fecha	Valor
ene-12	8,17%
feb-12	8,17%
mar-12	8,17%
abr-12	8,17%
may-12	8,17%
jun-12	8,17%
jul-12	8,17%
ago-12	8,17%
sep-12	8,17%
oct-12	8,17%
nov-12	8,17%
dic-12	8,17%
ene-13	8,17%
feb-13	8,17%
mar-13	8,17%
abr-13	8,17%
may-13	8,17%
jun-13	8,17%
jul-13	8,17%
ago-13	8,17%
sep-13	8,17%
oct-13	8,17%
nov-13	8,17%
dic-13	8,17%

Figura N° 2 Evolución tasa de interés activa



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Tasa de Interés Pasiva

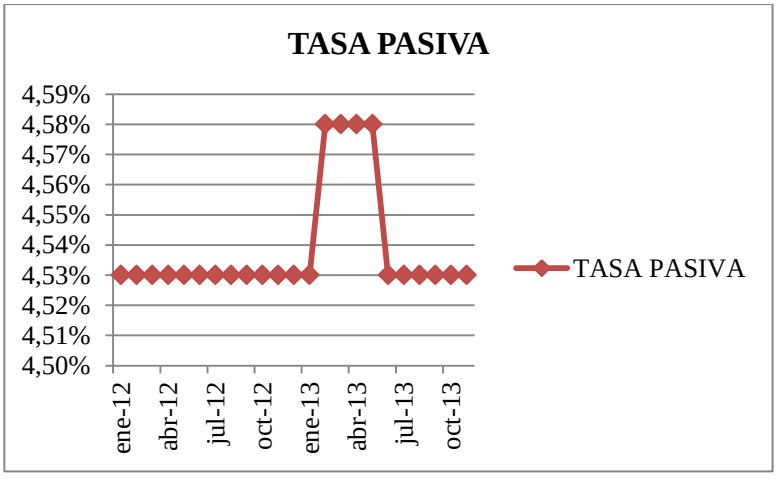
(Guevara Samaniego, 2013) Serán lo que las entidades financieras deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de

inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.(material del clase)

Tabla N° 3 Evolución tasa de interés pasiva

Fecha	Valor
ene-12	4,53%
feb-12	4,53%
mar-12	4,53%
abr-12	4,53%
may-12	4,53%
jun-12	4,53%
jul-12	4,53%
ago-12	4,53%
sep-12	4,53%
oct-12	4,53%
nov-12	4,53%
dic-12	4,53%
ene-13	4,53%
feb-13	4,58%
mar-13	4,58%
abr-13	4,58%
may-13	4,58%
jun-13	4,53%
jul-13	4,53%
ago-13	4,53%
sep-13	4,53%
oct-13	4,53%
nov-13	4,53%

Figura N° 3 Evolución tasa de interés pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Análisis

La tasa de interés para el presente proyecto representa una amenaza de carácter alto. Debido a que el sector micro empresarial no puede acceder fácilmente a un crédito por los altos interés, exceso de garantías y un plazo muy corto.

2.01.01.03. PIB

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. (Economía, 2013).

Tabla N° 4 Crecimiento por Sectores

RAMAS DE ACTIVIDAD \ AÑOS	2010 (p)	2011 (p)	2012 (prev)	2013 (prev)	2012 - 2013
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	-0.2	6.4	4.0	3.7	Baja moderadamente
B. Explotación de minas y canteras	-2.5	4.3	1.4	4.1	Sube significativamente
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	6.7	6.9	6.8	3.7	Baja significativamente
D. Suministro de electricidad y agua	1.4	31.0	7.0	3.9	Baja significativamente
E. Construcción y obras públicas	6.7	21.0	5.8	5.6	Casi igual
F. Comercio al por mayor y al por menor	6.3	6.3	5.5	3.6	Baja moderadamente
G. Trasporte y almacenamiento	2.5	6.1	5.3	5.0	Casi igual
H. Servicios de Intermediación financiera	17.3	11.1	5.4	5.4	Igual
I. Otros servicios	5.4	9.3	6.5	4.1	Baja significativamente
J. Servicios gubernamentales	0.5	2.4	5.3	4.0	Baja moderadamente
K. Servicio doméstico	4.7	-5.1	0.0	1.0	Sube moderadamente
Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-15.8	-11.0	-3.5	-3.7	Casi igual
Otros elementos del PIB	5.6	4.1	0.8	1.6	Sube moderadamente

FUENTE: BCE, ELABORACIÓN DEL AUTOR.

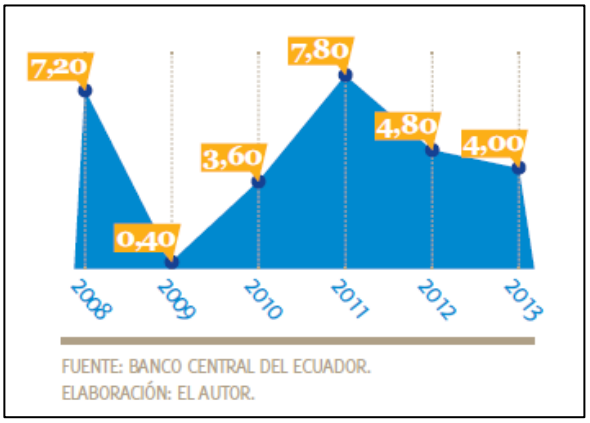


Figura N° 4 Crecimiento de PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

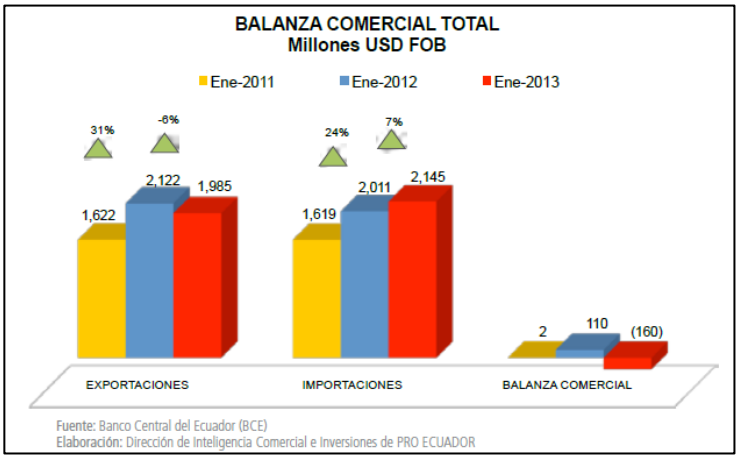
Análisis:

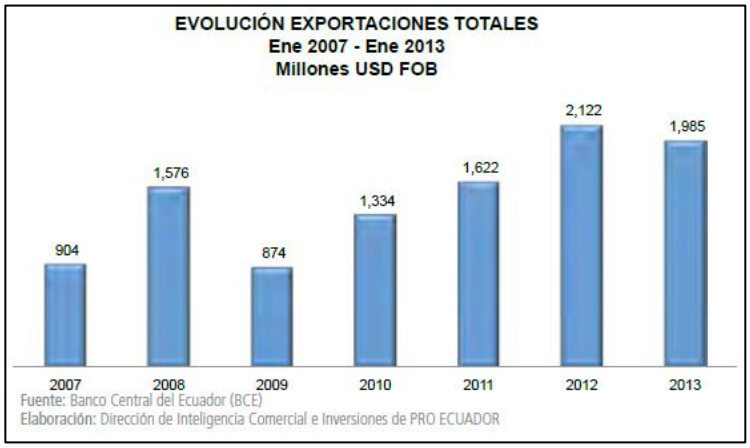
El PIB para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter bajo, porque según las estadísticas en el sector de la agricultura en los últimos años han mostrado una tendencia moderada de estar estática o seguir disminuyendo.

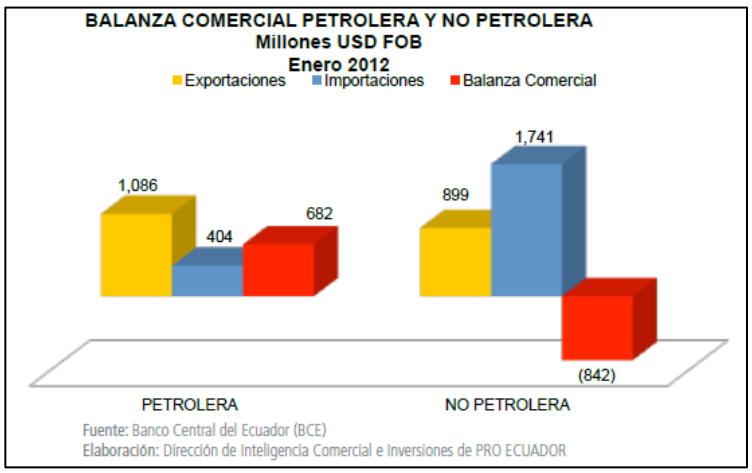
2.01.01.04 Balanza Comercial

La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, que no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales. (Econimic España, 2013)

Figura N° 5 Balanza Comercial







Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La balanza comercial para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio, debido a que si las importaciones son mayores que las exportaciones se está dando mayor importancia a la producción internacional, por ende no se compraría productos que provienen con ayuda de la agricultura elaborados en el país.

2.01.02 Factor Social

Para la producción de cuyes se involucra principalmente al Talento Humano, ya que es necesario realizar una serie de actividades para obtener el producto final. Este Talento Humano realiza un trabajo eficaz y honesto que les permite ayudar en sus hogares en el aspecto económico como alimentar sus familias y a la vez se desarrollan tanto en lo personal como lo profesional.

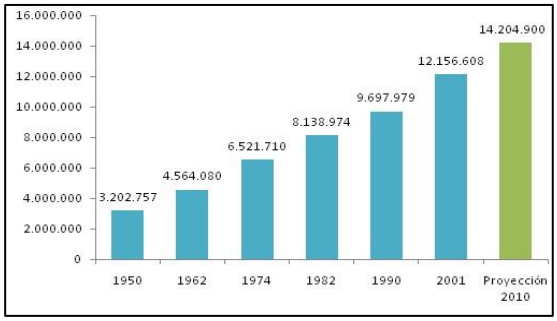
Un gran grupo de personas se beneficiaran con el proyecto ya que se creará nuevas fuentes de empleo, de igual manera se beneficiaran los posibles proveedores.

La comunidad agrícola se beneficiará con la creación de fuentes de empleo, mayores ingresos, incremento del valor económico en las actividades que realizan como proveedores, el mismo que al obtener una materia prima a menor costo podemos de igual manera distribuir nuestro producto a un costo considerable.

2.01.02.01 Población

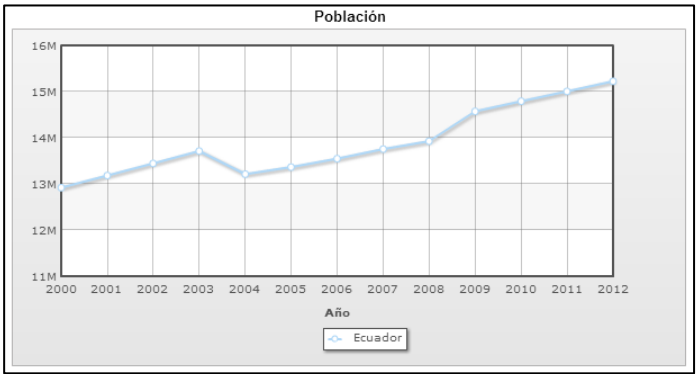
Grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico.

Figura N° 6 Población



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Población



Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	12.920.090	13.183.980	13.447.490	13.710.230	13.212.740	13.363.590	13.547.510	13.755.680	13.927.650	14.573.100	14.790.610	15.007.340	15.223.680

Fuente: Ecuador en cifras

Análisis

La población del Ecuador ha ido evolucionando, pero no tan significativamente, por lo cual para el presente proyecto representa una Oportunidad de carácter medio, debido a que las futuras generaciones puedan o no adquirir el producto.

2.01.02.02 PEA

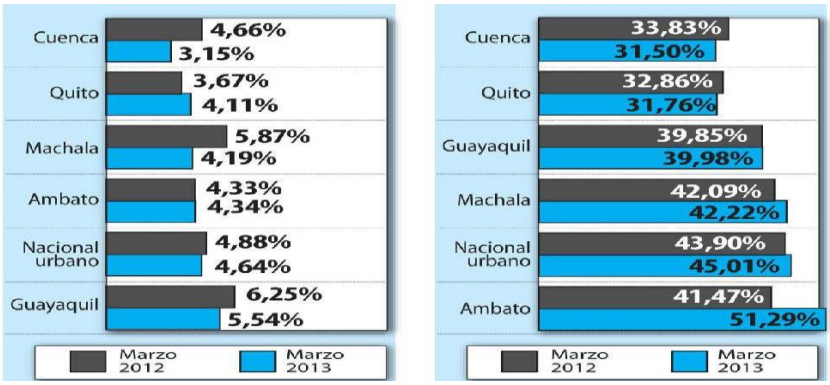
Conjunto de personas de más de 12 años que desempeñan una ocupación, o Bien, si no la tienen, la buscan activamente. (Eco-finanzas Ecuador, 2013)

Ecuador, registró un desempleo de 4,6% y un subempleo de 44,7% en marzo de 2013, frente a 4,9% y 43,5%, respectivamente, en el mismo mes de 2012, informó el lunes el estatal Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Según el INEC dice que Ecuador cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) de unos siete millones de personas, la ocupación plena bajó a 48,6% en marzo de 2013 frente a 50,2% de marzo de 2012.

Tasa de desempleo Tasa de subempleo

Figura N° 7 Población económicamente activa



2.01.02.03 Migración

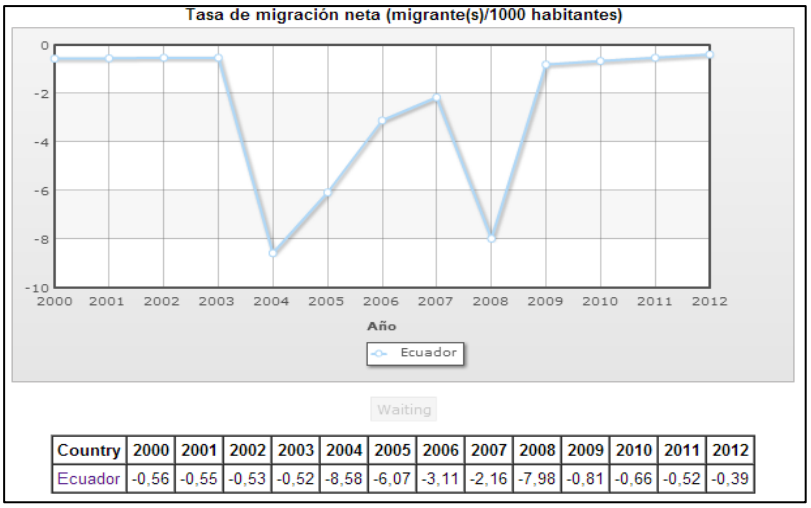
(Ruiz García, 2004) Afirma que la migración se entiende como los desplazamientos de personas que tienen como intención un cambio de residencia desde un lugar de origen a otro destino, atravesando algún límite geográfico que generalmente es una división político-administrativa. (pág.13)

Tabla N° 5 Tasa de crecimiento de migración

Año	Habitantes
2000	-0,56
2001	-0,55
2002	-0,53
2003	-0,52
2004	-8,58
2005	-6,07
2006	-3,11
2007	-2,16
2008	-7,98
2009	-0,81
2010	-0,66
2011	-0,52
2012	-0,39

Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura N°9 Tasa de migración neta



Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	-0,56	-0,55	-0,53	-0,52	-8,58	-6,07	-3,11	-2,16	-7,98	-0,81	-0,66	-0,52	-0,39

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

De acuerdo a los gráficos podemos observar que la migración en los últimos años ha ido en decremento debido a la crisis mundial que se está viviendo actualmente, es por esta razón por la cual están retornando a su país de origen en busca de plazas de trabajo; la migración para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio debido a que ya no envían las remesas con los años anteriores por esta razón los recursos económicos son más escasos.

2.01.03 Aspecto Político Legal

Con el propósito de viabilizar el acceso de las personas de escasos recursos económicos se trata de bajar el costo, pero con niveles de seguridad y calidad. El departamento de Producción y Ambiente del Ministerio de Agricultura realiza taller teóricos y prácticos el cumplimiento de la normas sanitarias, cuidados y transporte del producto pelado establecidas para este tipo de producción con el objeto de afianzar el proyecto de especies menores., , a todos los miembros de la Asociación de Productores de Especies Menores. Dentro de la cadena productiva es muy importante conocer el faena miento, para que los asociados puedan defenderse y darle un valor agregado al producto, evitando sobre todo la presencia del intermediario; contando además con un mercado seguro.

2.01.03.01 RUC (Registro Único de Contribuyentes)

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El Ruc registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Fuente: (http://www.sri.gob.ec/web/10138/92, 2010)

2.01.03.02 Patente Municipal

Obligación:

Obtener el permiso de patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así también como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo:

Hasta el 31 de Enero de cada año y tiene validez de un año.

Base Legal

Ley de regimiento municipal art. 381 – 386

Código municipal ORDENANZA

Dirección:

Administración zonal correspondiente

- ✓ Administración Zonal de Calderón.
- ❖ Requisitos para personas naturales

2.01.03.03 Uso del Suelo

Obligación:

Obtener el permiso de Uso del Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo:

Validez de un año.

Base Legal

Ordenanza municipal, (Sector Calderón)

- ❖ Requisitos

2.01.03.04 Licencia Metropolitana de Funcionamiento

La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud.

2.01.03.05 Afiliación al IESS como Empleador Del Sector Agrícola

Para realizar la afiliación se debe acudir a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

- ✓ RUC
- ✓ Cedula original y copia
- ✓ Papeleta de votación y copia
- ✓ Comprobante de pago de agua, luz o teléfono de la planta
- ✓ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo

- ✓ Calificación artesanal

2.01.03.06 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso son necesarios los siguientes documentos:

- ✓ Informe de la inspección
- ✓ Copia de la cedula de identidad del representante
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la Patente Municipal

2.01.03.07 Registro Sanitario

El registro sanitario es un proceso al cual debe someterse todo alimento procesado, aditivo, cosmético, productos higiénicos, medicamento e insumo médico producido y comercializado para consumo humano, garantizando su eficacia e inocuidad ante las autoridades sanitarias.

Plazo

Validez de cinco años

De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura

Art. 15.- Para la obtención del Registro Sanitario con aplicación de las buenas prácticas de manufactura de acuerdo con el reglamento respectivo, bastará presentar la solicitud de Registro Sanitario que contendrá la siguiente información:

a) Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio;

b) Nombre o razón social y dirección del fabricante;

c) Nombre y marca (s) del producto;

d) Descripción del tipo de producto; y,

e) Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.

Se anexarán los siguientes documentos:

1. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cédula de ciudadanía o de identidad.

2. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matricula mercantil del fabricante, cuando el producto sea fabricado por persona diferente al interesado.

3. Recibo de pago, por derechos de Registro Sanitario, establecidos en la ley.

4. Certificado de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura, de acuerdo al respectivo reglamento.

2.01.04 Aspecto Tecnológico

En la actualidad todas las organizaciones están involucradas de una u otra forma con la llamada "economía digital", es la nueva tecnología de información que está revolucionando al mundo y ha cambiado los paradigmas empresariales. La antigua economía involucraba información física como: dinero, cheques, facturas, informes, reuniones personales, llamadas telefónicas, documentos, correo directo;

ahora este concepto ha cambiado la información viaja en forma digital, las organizaciones ahora, a través de la tecnología llegan a sus clientes, proveedores, grupos afines e incluso a los competidores. En el mercado existen sistemas informáticos orientados a satisfacer las necesidades de la industria agropecuaria, es decir, están orientados principalmente a la gestión interna, repeticiones o registro, distribución, comunicaciones online, validación e informe. Un sistema de este tipo permite administrar adecuadamente el volumen asistencial, promueve la disminución en tiempos de respuesta, permite mantener una base de datos sistematizada, gestionar la calidad, entre otros. Para ello, se debe invertir en una infraestructura informática que cuente con una red de datos y equipos computacionales de última generación ya que el tiempo de vida útil es muy corto reduciéndose de tres a dos años. La nueva tendencia radica en las tecnologías de Internet-intranet. El software farmacéutico en el mercado es amigable con el usuario, es decir, le facilita la gestión dándole más oportunidad de la toma de decisiones más ágiles y oportunas. Los avances tecnológicos que se pretende realizar en este proyecto y para todo lo concerniente a la tecnología de comunicaciones, son esenciales para todas aquellas actividades que se llevan a cabo dentro de la organización a través de sistemas de información, y el uso de sistemas operativos para el registro y actualización de datos. En definitiva el avance en la sofisticación de los equipos de comunicación y software interactivos, puede ser una oportunidad explotable en un corto tiempo para el proyecto.

Análisis

El factor tecnológico para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, ya que la empresa contará con una maquinaria de alta tecnología que nos permitirá optimizar recursos y tiempo en la elaboración del producto final.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Es una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)

El presente proyecto se orienta su comercialización a los consumidores delimitados geográficamente en los Cantones de Pichincha. La segmentación alcanza a todos los niveles socio económicos y culturales de dichos cantones, alcanza a los consumidores de todas las edades y género; en razón de que la carne de cuy es apetecida por todas las personas y está al alcance de todos, debido a su alto aporte nutritivo, a su exquisito sabor y en la cantidad suficiente por su tamaño y peso. Los potenciales demandantes de la carne de cuy han sido clasificados en tres estratos:

a. Locales de venta del cuy preparado: Asaderos y restaurantes;
b. Centros de expendio: Frigoríficos, y
c. Familias de los sectores urbanos de los cantones indicados.

2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes

Los clientes de la micro empresa "Míster Cuy" forman parte fundamental, por la cual se les ofrecerá descuentos, promociones y créditos dependiendo de su nivel y frecuencia de compra de los productos, garantizándoles también la calidad del producto ofertado.

Análisis

Los clientes representan una Oportunidad de carácter alto para la micro empresa, ya que son la razón de la misma, tomando en cuenta que el producto es innovador y se encontrarán en mercados.

2.02.02 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (E-conomic España, 2013)

Para este proyecto se consideró como agentes proveedores la compra de razas reproductoras y de alimentos para los animales cuando este se haya agotado de los sombríos del plantel, en este caso se considerara la posibilidad de importar razas del Perú por sus características genéticas, a continuación se detalla los proveedores:

Tabla N° 6 Proveedores

PROVEEDORES			
MATERIAL	**EMPRESA**	**UBICACION**	**TELEFONO**
Cuyes	Campo Verde	Quinche	(02)2120-453
Semilla alfalfa	Mercado	Calderón	(02) 2345-020
Etiquetas	Mark fast S.A	Quito, Iñaquito E3-172 y Amazona	(02) 3456-873

Elaborado por Wilson Martínez

2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores

La micro empresa "Míster Cuy" seleccionara a los proveedores más competentes que ofrezcan una materia prima de calidad, precios cómodos, facilidades de pago y que nos puedan dar descuentos, de igual manera que se mantenga una estrecha relación empresa-proveedor.

Análisis

Al obtener una gama de proveedores se podrá seleccionar al proveedor más idóneo esto constituye una oportunidad de carácter alto que nos proporciones materia prima e insumos de calidad para la elaboración del producto terminado.

2.02.03 Competencia

La competencia es la situación en la que los agentes económicos (empresas y consumidores) tienen una efectiva libertad, tanto de ofrecer bienes y servicios como de elegir a quién y en qué condiciones los adquieren.

2.02.03.01. Competencia Directa

(Rua, 2012)Indica que la competencia directa está formada por las marcas que ofertan productos similares.

Para analizar la competencia en la producción de cuyes, se decidió categorizar a los diferentes productores desde el punto de vista del volumen de su oferta al mercado, y evaluar las principales variables o características de sus unidades productivas. Dentro de los productores de cuyes ubicados en las Provincias de Pichincha se han diferenciado aquellos que desarrollan la actividad en forma independiente y aquellos que bajo el patrocinio de Instituciones se han dedicado a la crianza del cuy a través de la asociación comunitaria, éstos se caracterizan porque aproximadamente el 63% de su producción la destinan al autoconsumo. Los factores para establecer el perfil competitivo de este proyecto son: Abastecimiento de los productos, Precios, Atención al cliente, Servicios Conexos, Promociones – Bonificaciones, Publicidad, Capacidad Instalada, Tecnología, Políticas de Crédito, Imagen Corporativa, Relación con los Proveedores, Capacidad Financiera, Puntos de Venta, Investigación y Desarrollo.

Tabla N° 7 Competencia Directa

COMPETENCIA
Los mercados del Sector Norte que se dedican a la venta de cuyes en pie para su consumo

Estudio de Mercado: Wilson Martínez 2014

2.02.03.02. Competencia Indirecta

(Rua, 2012) La competencia indirecta indica que está formada por las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente.

Tabla N° 8 Competencia Indirecta

COMPETENCIA
Los diferentes productores que se dedican a la crianza y autoconsumo en sus hogares y venta libre.

Estudio de Mercado: Wilson Martínez, 2014

Análisis

Para la empresa "Míster Cuy" la competencia representa una oportunidad de carácter alto, ya que existen variedad de personas que se dedican a este servicio.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

"Míster Cuy" esta de dedicada a la crianza, faena miento y comercialización de una excelente y nutritiva carne de cuy, Contribuyendo en el mercado ecuatoriano y de esta manera satisfacer a nuestros clientes.

Llegar a satisfacer la demanda insatisfecha existente dentro del país, para luego proyectarnos a la exportación.

2.03.01.02 Visión

En los próximos 3 años Llegar a satisfacer la demanda insatisfecha existente dentro del país, para luego proyectarnos a las ciudades interprovinciales.

2.03.01.03 Objetivos Corporativos

- ✓ Proveer una carne saludable y de calidad para alimentar bien a nuestros consumidores.
- ✓ Reconocer el talento y ofrecer una remuneración equitativa para motivar a los clientes internos y externos.
- ✓ Ofrecer igualdad de oportunidades de empleo, desarrollo y promoción a todos quienes están calificados para ello.
- ✓ Trabajar junto a nuestros clientes ofreciendo siempre productos de calidad.
- ✓ Contribuir al desarrollo y al mejoramiento de la sociedad.

2.03.01.04 Principios y/o Valores

Los principios bajo los cuales se regirán las actividades de la microempresa y permitirán formar y definir la cultura corporativa de la empresa.

- **Principios**

Liderazgo

Los líderes orientaran para buscar el mejoramiento continuo, y deberán crear y mantener un clima laboral adecuado para lograr los objeticos propuestos.

Trabajo en Equipo

Complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para la satisfacción del cliente.

Compromiso

Trabajamos con responsabilidad, optimizando los recursos asignados y creyendo en lo nuestro.

Calidad

La calidad total es un compromiso y responsabilidad de todos los miembros de la fábrica, garantizando la calidad en los insumos, procesos y productos terminados que nos permite generar mayor confianza y seguridad en los clientes.

Respeto al medio ambiente

Las actividades diarias de la microempresa respetaran al medio ambiente con el cumplimiento de las leyes vigentes y buenas prácticas ambientales.

Valores

Respeto

Actuamos bajo principios éticos y normas empresariales, que permiten la exigencia de las responsabilidades mutuas, como bases de la convivencia en sociedad.

Responsabilidad

Trabajamos con excelencia, atendiendo a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos

Honestidad

Principio que nos guía y asegura la operación transparente de la empresa y sus relaciones internas y externas.

Comunicación

Constante y efectiva, entre todos los miembros que formamos parte de la microempresa, así como con nuestros proveedores y clientes.

2.03.02 Gestión Administrativa

La Gestión Administrativa es la combinación de las actividades que nos permiten el cumplimiento de los objetivos mediante la aplicación del proceso PODCE.

2.03.02.01 Planificación

La planificación implica que se define con antelación algún método o plan para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Tabla N° 9 cronograma de actividades

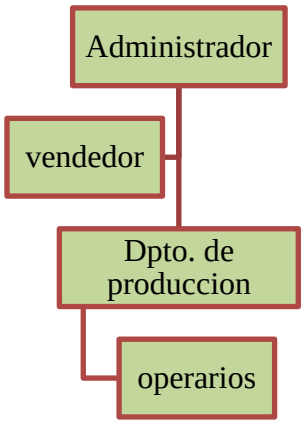
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
ACTIVIDAD	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Documentos Legales (RUC, permisos)	X	X										
Inspección para sacar los permisos necesarios.			X									
Adquisiciones de equipos y maquinaria		X	X									
Selección del personal		X	X	X								
Instalación de equipos y maquinaria				X								
Contacto con los proveedores		X	X									
Registro en inventarios de materia prima y equipos					X	X						
Inducción al personal							X	X				
Inicio de operaciones									X			
Evaluación					X	X	X	X	X	X	X	X

Elaborado por: Wilson Martínez, 2014

2.03.02.02 Organización

La organización es el proceso que nos permite ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de la microempresa de tal manera que podamos alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Organigrama estructural:



Elaborado por: Wilson Martínez

Organigrama Funcional

- **El Administrador o Propietario:** Se encargara de dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.
- **Vendedor.-** Se encargara de establecer un vínculo cliente-empresa e integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa, cumpliendo con los requerimientos del cliente, atención de calidad.
- **Departamento de Producción:** Se encarga de toda la operación de la productora en la realización del producto, de planear, organizar y dirigir la

elaboración del producto y de ofrecer un excelente producto, también se encarga de la innovación y desarrollo de nuevas tecnologías para la eficiencia de la producción.

- **Operarios.-** El operario es quien tiene la función de realizar el producto, con el conocimiento requerido y la materia prima necesaria.

2.03.02.03 Dirección

La dirección para el presente proyecto estará a cargo del Administrador, la cual implica dirigir, influir y motivar a todos los colaboradores para que realicen las tareas encomendadas, manteniendo un buen clima laboral.

2.03.02.04 Control

El control de la micro empresa "Míster Cuy" será el proceso para asegurarse que las actividades reales se ajusten a la actividades planificadas. Con el fin de señalar las debilidades y errores a fin de rectificarles e impedir que se produzcan nuevamente.

2.03.03 Gestión Operativa

La Gestión Operativa de la microempresa tiene que ver con principal proceso de faena miento y empaque de cuyes de que está reflejado en el siguiente proceso:

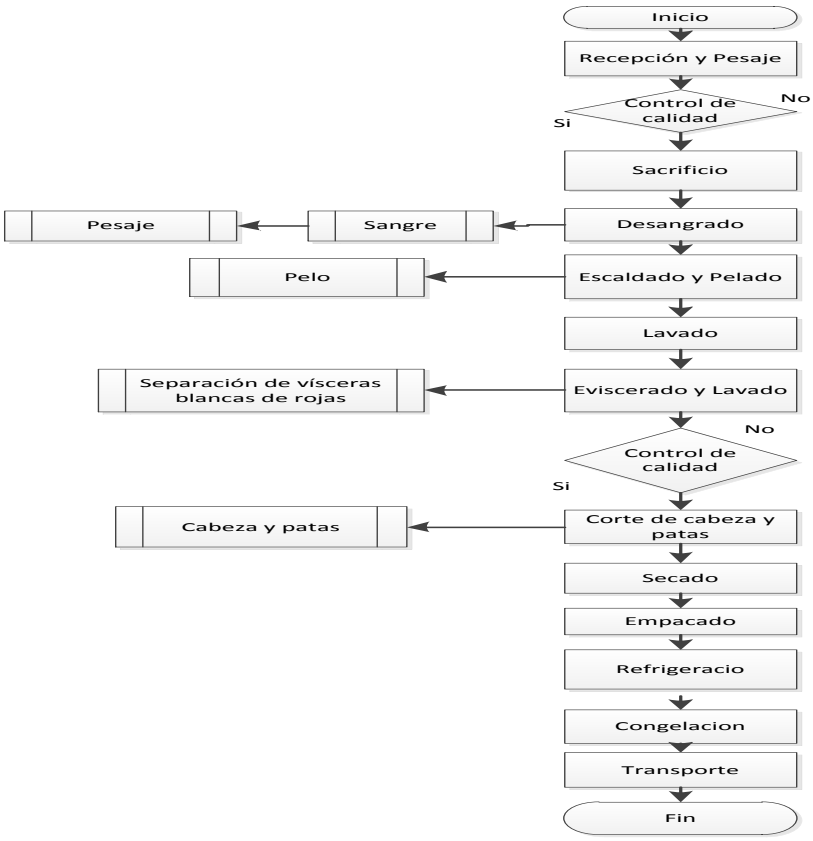


Figura N°10 Gestión Operativa

Elaborado por Wilson Martínez, 2014

Se trabajara con buenas prácticas de manufactura y se empezará con 2 operadores, un jefe administrador, el mismo que estará encargado de la producción y del control de calidad del producto, al principio, según la demanda se establece una jornada de 8 horas.

2.03.04 Gestión Comercial

Para la Gestión Comercial se utilizara la herramienta de Marketing mix o las cuatro P, producto, precio, plaza y promoción.

2.03.04.01 Producto

La microempresa "Míster Cuy" se caracterizará por entregar un producto de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestro cliente, ya que los cuyes son faenados con máquinas especiales iguales que todo su proceso y empacados al vacío.

2.03.04.02 Precio

El precio es un factor significativo en la economía, en la mente del consumidor y en las empresas individuales. El precio es un regulador básico del sistema económico porque incide en las utilidades pagadas por los factores de producción; mano de obra, terrenos, capital y empresarios.

Para el cálculo del precio de venta de los cuyes elaborado por "Míster Cuy" se realizó según los costos de producción.

Tabla N° 10 Costo unitario de fabricación

CUYES	
Costo de producción unitario	$ 5,20
Utilidad del 93%	$ 4,84
P.V.P	$ 10,00
Producción mensual	4200
Ingreso mensual	**$ 3780,80**
Ingresa anual	**$ 50400**

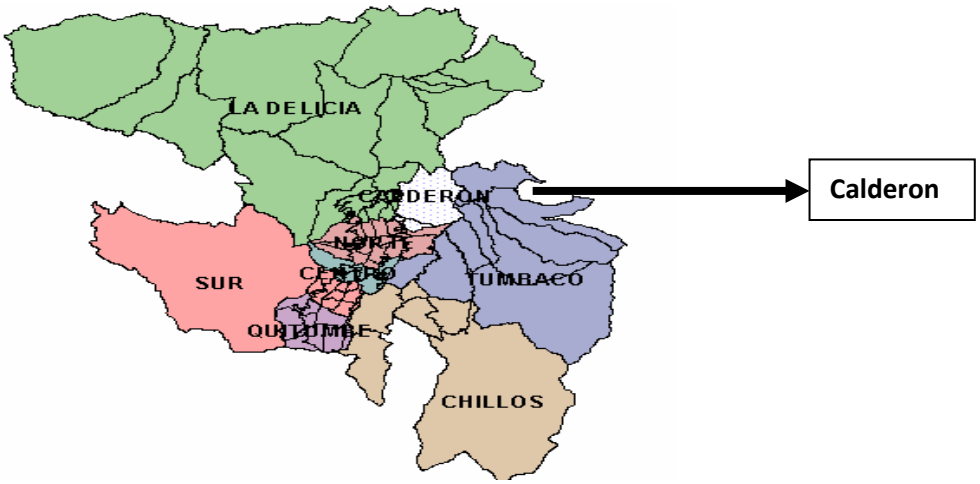
Elaborado por Wilson Martínez, 2014

El costo de producción de un cuy es de $10,00 y tendrá una rentabilidad del 93%.

2.03.04.03 Plaza

La decisión de ubicar a la micro empresa Míster Cuy en el sector de Calderón es principalmente por la cercanía a todos los mercados del sector Norte de Quito.

Figura N° 11 Croquis de la Ubicación



2.03.04.04 Promoción

Es el conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de la microempresa en el mercado.

Estrategias de promoción

Son acciones que pueden proporcionar incremento de ventas a corto plazo

Estrategias dirigidas a los consumidores

"Míster Cuy" ofrecerá las siguientes promociones:

- ✓ Por la compra de 3 cuyes el acuarto es gratis.

- ✓ Por la inauguración de la microempresa y fechas especiales se regalaran obsequios como llaveros, Esferos, gorras.

2.03.04.04.01 Publicidad

(Thompson, 2005) Afirma que "La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación, el internet, medios impresos y de técnicas de propaganda."

LOGOTIPO

Figura N° 8 Logotipo

SLOGAN

"El plato del sabor "

2.04 Análisis Foda

Tabla N° 11 Matriz FODA Fortaleza

EXTRACTO DE LA MATRIZ FODA							
FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	
EXTERNO							
MACRO-AMBIENTE							
ASPECTOS ECONÓMICOS							
INFLACIÓN				X			
TASAS DE INTERÉS			X	X			
PIB			X		X		
BALANZA COMERCIAL			X		X		
RIESGO PAÍS			X		X		
ASPECTOS SOCIO-CULTURAL	X			X			
ASPECTOS POLÍTICO - LEGAL	X				X		
ASPECTOS TECNOLÓGICOS	X				X		
MICRO-AMBIENTE							
CLIENTES		X			X		
PROVEEDORES						X	
COMPETENCIA			X	X			
INTERNO							
FILOSOFÍA CORPORATIVA	X						

Elaborado por Wilson Martínez ,2014

Capítulo III

3. Estudio de Mercado

3.01 Análisis del consumidor

(Blackwell, D. Miniard, W. Engel, F. 2002) Define que el comportamiento del consumidor como las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios. Dicho de manera simple, el comportamiento del consumidor tradicionalmente se ha pensado como el estudio sobre "por qué compra la gente", con la premisa de que es más fácil desarrollar estrategias para influir sobre los consumidores una vez que el mercadeo conoce las razones que los impulsan adquirir ciertos productos o marcas. (pág. 6)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

Población

(Guevara Samaniego, 2013) Define que la población o universo es el conjunto de elementos que van a ser observados en una observación. (Material de clase)

Tabla N° 12 Censo de población y vivienda 2010

AREA # 170155	**CALDERON (CARAPUNGO)**		
	Hombre	Mujer	**Total**
De 5 a 9 años	6147	6061	12208
De 10 a 14 años	7660	7420	15080
De 15 a 19 años	7585	7348	14933
De 20 a 24 años	7259	7101	14360
De 25 a 29 años	7538	7816	15354
De 30 a 34 años	7090	7269	14359
De 35 a 39 años	6040	6432	12472
De 40 a 44 años	5177	5628	10805
De 45 a 49 años	4360	4946	9306
De 50 a 54 años	4189	4587	8776
De 55 a 59 años	3227	3398	6625
De 60 a 64 años	2457	2510	4967
De 65 a 69 años	1588	1822	3410
De 70 a 74 años	1176	1429	2605
De 75 a 79 años	749	989	1738
	72242	**74756**	**146998**

Fuente :INEC

Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

"Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla". (Spiegel)

Fórmula

$$n = \frac{N}{(N - 1)\,E^2 + 1}$$

Dónde:

n: Tamaño de la población

N: Población o universo

E: Márgenes de error 5%

p: Probabilidad de éxito equivale 50%

$$n = \frac{146998}{(146998 - 1)\,(0{,}05)^2 + 1}$$

$$n = 398$$

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtuvo como resultado 398

Habitantes a los cuales se debe aplicar las encuestas en el Sector Norte de Calderón de la ciudad de Quito.

3.01.02 Técnicas de obtención de Información

Son todas las formas posibles de que se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información. (Gómez, J. 2011)

Para el presente proyecto se utilizara la técnica de la ENCUESTA

3.01.03 Encuesta

La encuesta es una técnica de información en la cual se utilizan formularios destinados a un conjunto de personas. Los formularios son idénticos para todos. Contienen una serie de preguntas que se responden por escrito en el mismo formulario.

Con la encuesta conseguimos especialmente datos cuantitativos acerca de un tema o problema, pero que pueden ser cotejados en un estudio cualitativo. (VERGEL CABRALES)

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE LA PRODUCCION

ENCUESTA

I.- DATOS GENERALES

Empresa "Míster Cuy"

Sector: Calderón/Carapungo

II.- PREGUTAS

1.- ¿Consume Ud. Carne de cuy?

Si ( ) **No ( )**

2.- ¿Con que frecuencia consume usted en su restaurante carne de cuy?

Semanal ( ) Quincenal ( )

Mensual ( ) Trimestral ( ) Anual ( )

3.- ¿En qué sitio usted adquiere/consigue la carne de cuy?

Mercado ( ) Supermercado ( )

4.- ¿Conoce usted las propiedades nutricionales que posee la carne de cuy?

Sí ( ) NO ( )

5.- ¿Qué precio considera usted que pueden pagar los consumidores por un cuy? (nota un cuy mediano pesa aproximadamente 1kg)

De 9,50 a 10,50 ( ) De10, 50 a 11,50 ( ) De 11,50 a 12,50 ( )

6.- ¿Está usted de acuerdo con los productos o servicios que le ofrecen la competencia? SI ( ) NO ( )

7.- ¿Cuál sería su forma de pago?

Efectivo ( ) Crédito ( )

8.- ¿Cuáles considera usted que son los elementos más relevantes que el consumidor toma en cuenta al adquirir este tipo de producto?

Calidad ( ) Sabor ( ) Precio ( )

Cantidad ( ) Presentación/aspecto ( ) Empaque ( )

9.- **¿Cómo le gustaría que se comercialice la carne de cuy?**

Empacado entero ( ) empacado por partes ( )

10.- ¿Considera usted que es oportuno que en el Sector Norte de Quito (Calderón) se implemente una empresa de producción y comercialización de carne de cuy?

SI ( ) NO ( )

Gracias por su colaboración

3.01.04 Análisis de la Información

El análisis de la información es la decodificación de datos obtenidos en un documento, para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- Determinación de la población y muestra.
- Selección del instrumento que se utiliza para la recolección de la información, en este caso la encuesta.
- Diseño del cuestionario en base a la información requerida de la investigación.
- Ejecutar la encuesta.
- Tabular los resultados.
- Interpretación de datos.
- Análisis y conclusiones.

3.01.05 Resultados de la Encuesta

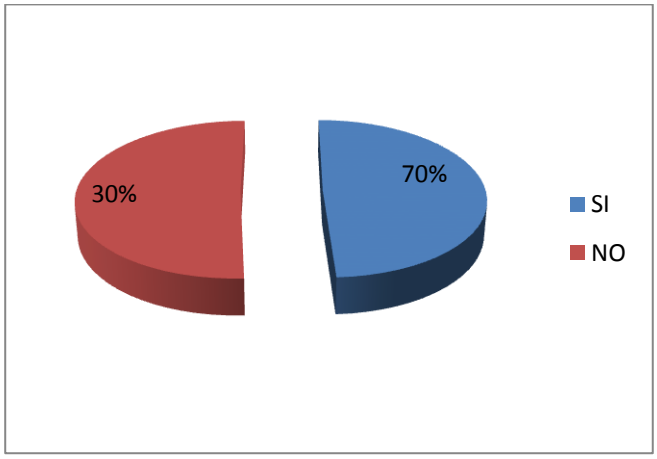
1.- ¿Consume Ud. Carne de cuy?

Tabla N° 13 Primera pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	279	70%
NO	119	30%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 9 Primera pregunta de la encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

De acuerdo al grafico establecido notamos que el 70% de personas del sector de Norte de Pichincha (Calderón) si consume carne de cuy, porque ya tienen conocimiento de sus padres y abuelos que es una carne nutritiva y posee un bajo nivel de grasa.

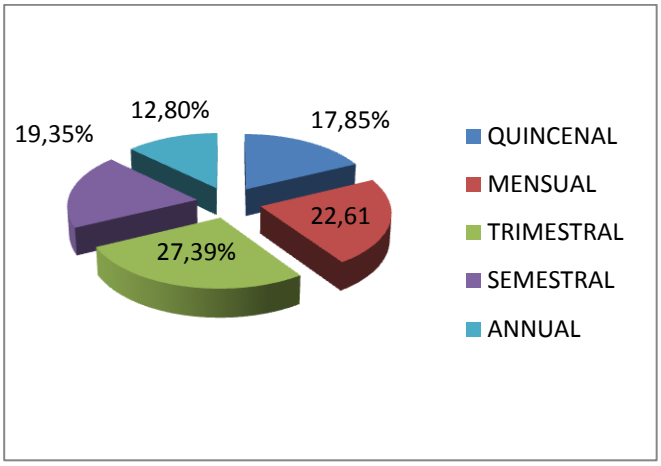
2.- ¿Con que frecuencia adquiere/consume en su restaurante carne de cuy?

Tabla N° 14 Segunda pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
QUINCENAL	71	17,85%
MENSUAL	90	22,61%
TRIMESTRAL	109	27,39%
SEMESTRAL	77	19,34
ANUAL	51	12,81
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 10 Segunda pregunta de la encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Como podemos notar en el grafico muestra que el consumo es del 27,39% mensual debido a que si tiene un costo elevado, seguido del 22,61% lo consume de manera quincenal por su valor nutritivo.

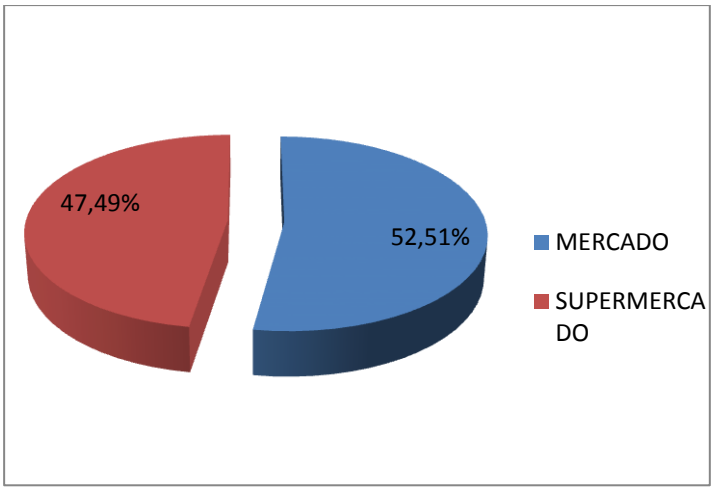
3.- ¿En qué sitio usted adquiere/consigue la carne de cuy?

Tabla N° 15 Tercera pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MERCADO	209	52,51%
SUPERMERCADO	189	47,49%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 11 Tercera Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Según el grafico anunciado podemos notar que los pobladores adquieren la carne de cuy en el mercado ya que el porcentaje es de 52,51% porque tienen diferente variedades de cuyes.

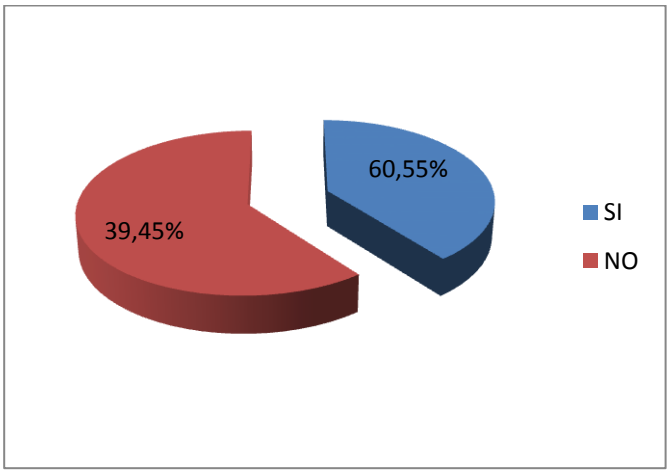
4.- ¿Conoce usted las propiedades nutricionales que posee la carne de cuy?

Tabla N° 16 Cuarta pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	241	60,55%
NO	157	39,45%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 12 Cuarta Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Como podemos observar los cuadros el 60,55% de la población del Norte del Pichincha (Calderón) si conoce las propiedades nutricionales de la carne de cuy porque lo han informado sus padres, abuelos.

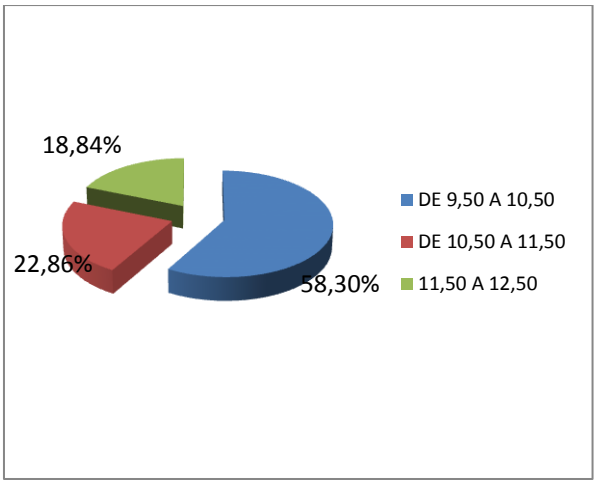
5.- ¿Qué precio considera usted que pueden pagar los consumidores por un cuy? (nota un cuy mediano pesa aproximadamente 1kg)

Tabla N° 17 Quinta pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE9,50 A 10,50	232	58,30%
DE 10,50 A 11,50	91	22,86%
11,50 A 12,50	75	18,84%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°13 Quinta Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Como se constata en los gráficos el 58,29% de los consumidores estarán dispuestos a pagar por un cuy entre $10,00 ya que la familia esta constituidas por mas de 4 miembros.

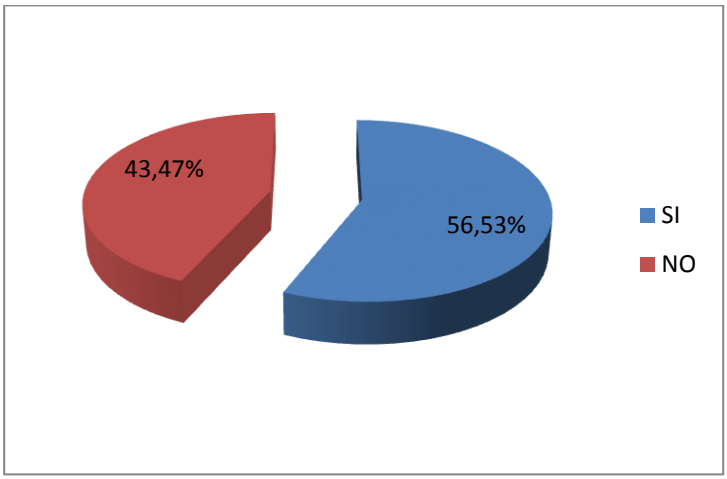
6.- ¿Está usted de acuerdo con los productos o servicios que le ofrecen la competencia?

Tabla N° 18 Sexta pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	225	56,53%
NO	173	43,47%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°14 Sexta pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Según el grafico se puede notar que el 56,53% están de acuerdo con los servicios que le ofrece la competencia ya que no existen más productores que ofrezcan más alternativas.

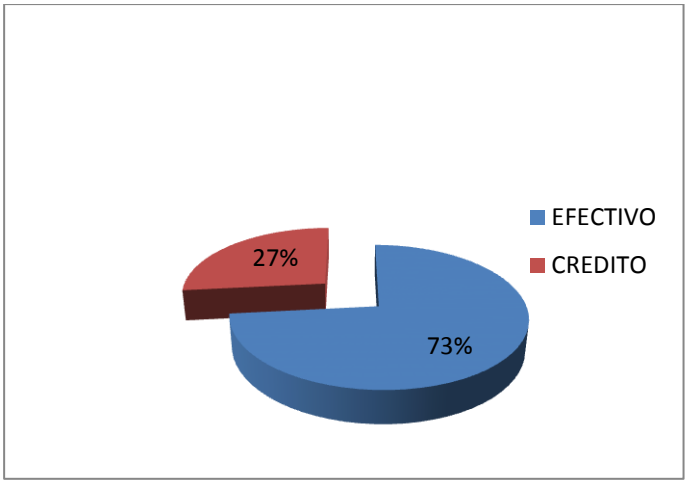
7.- ¿Cuál sería su forma de pago?

Tabla N° 19 Séptima pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
efectivo	292	73,37%
Crédito	106	26,63%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 15 Séptima Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis:

Según el grafico podemos observar que el 73% de la población considera que pueden pagar en efectivo, ya que el consumo es mensual.

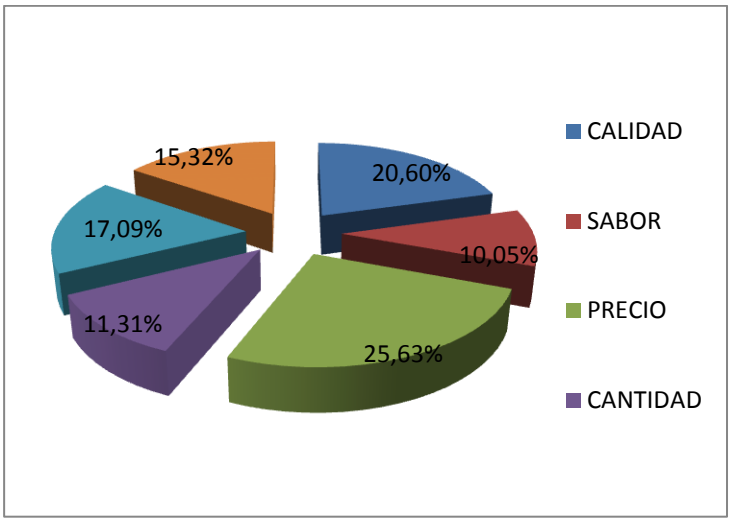
8.- ¿Cuáles considera usted que son los elementos más relevantes que el consumidor toma en cuenta al adquirir este tipo de producto?

Tabla N° 20 Octava pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	82	20,60%
SABOR	40	10,05%
PRECIO	102	25,63%
CANTIDAD	45	11,31
PRECENTACION/ASPECTO	68	17,09
EMPAQUE	61	15,32%
TOTAL	398	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 16 Octava Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Según el grafico publicada el 25,63% de personas señalan el precio notando que Calderón es una provincia que en su mayoría está poblada de personas de clase media seguido por la calidad con el 20,60% ya que de esta manera refleja confianza para su consumo.

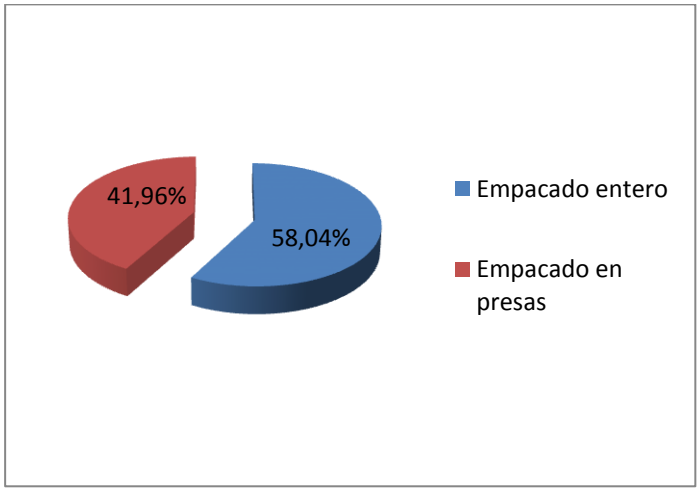
9.- **¿Cómo le gustaría que se comercialice la carne de cuy?**

Tabla N° 21 Novena pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empacado entero	231	58,04%
Empacado en presas	167	41,96%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 17 Novena Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Según el grafico el 58,04% prefieren que se comercialice la carne de cuy empacado entero porque cada poblador tiene diferente manera de preparación mientras el 42% lo prefieren empacado en presas para facilitar la repartición en familia.

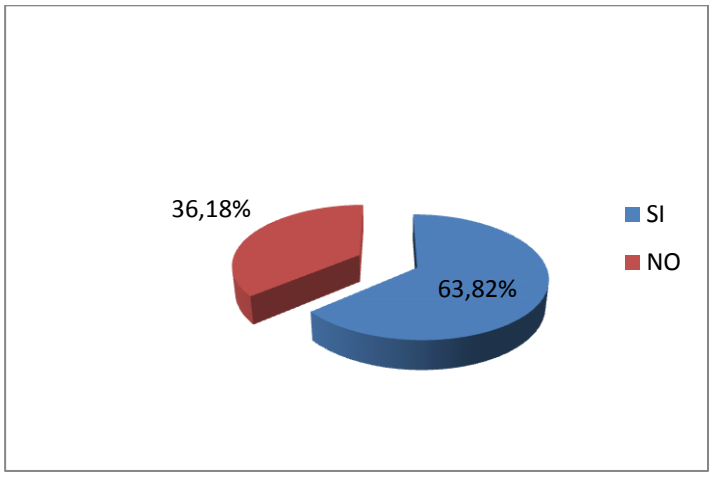
10.- ¿Considera usted que es oportuno que en el Sector Norte de Quito (Calderón) se implemente una empresa de producción y comercialización de carne de cuy?

Tabla N° 22 Decima pregunta de la encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	254	63,82%
NO	144	36,18%
TOTAL	398	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°18 Decima Pregunta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Según el presente grafico el 63,82% de las personas de Calderón si está de acuerdo en que se implemente una empresa de producción de carne de cuy, notando que es un buen mercado que ofrece desarrollo personal, familiar y del país.

3.02 Demanda

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca" (Andrade, 2012)

Para la microempresa Mr. Cuy la demanda está dada por los habitantes del sector de Calderón.

3.02.01 Demanda Histórica

En nuestro país los organismos dedicados a llevar registros y estadísticas de este producto como son el Proyecto SICA, Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) y El Ministerio d Agricultura y Ganadería, no poseen información acerca del consumo de este animal, ya que, según estas instituciones este producto es nuevo, por lo que no disponen de datos informativos referenciales.

3.02.02 Demanda Actual

La demanda actual es obtenida con los datos de las encuestas realizadas en el Norte de Quito y restaurantes aledaños al sector de calderón.

Demanda= Población* %Aceptación

Demanda=146.998*0,70%

Demanda =102.899 personas.

Frecuencia de compra=102899*0,27*4

Frecuencia de compra=111131

Precio

Promedio 9,50+10,50=$10,00

Demanda en dólares= frecuencia de compra semestral *precio promedio

111131*10=**1111310**

3.02.03 Demanda proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se tomara en consideración la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla N° 23 Demanda Proyectada

Año	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento	Demanda Proyectada
2014	$ 1.111.310,00	1	$ 1.111.310,00
2015	$ 1.111.310,00	1,061	$ 1.179.099,91
2016	$ 1.179.099,91	1,061	$ 1.251.025,00
2017	$ 1.251.025,00	1,061	$ 1.327.337,53
2018	$ 1.327.337,53	1,061	$ 1.408.305,12

3.03 Oferta

(Guevara Samaniego, 2014) manifiesta que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a entregar al mercado, a un precio determinado. (Material de clase)

3.03.01 Oferta Histórica

Una vez realizada la investigación se desprende que no existe oferta histórica, debido a que es un producto nuevo en el sector de calderón, por ende no existe datos históricos del mismo.

3.03.02 Oferta actual

Según los datos obtenidos en la encuesta se puede demostrar que el consumo de carne de cuy si tiene acogida por los pobladores de Calderón.

3.03.03 Oferta Proyectada

Tabla N° 24 Oferta Proyectada

Año	Demanda Actual	a de Competer	Oferta Proyectada
2015	$ 1.111.310,00	0,47	$ 522.315,70
2016	$ 1.179.099,91	$ 0,47	$ 554.176,96
2017	$ 1.251.025,00	$ 0,47	$ 587.981,75
2018	$ 1.327.337,53	$ 0,47	$ 623.848,64
2019	$ 1.408.305,12	$ 0,47	$ 661.903,41

3.04 Balance Oferta Demanda

3.04.01 Balance Actual

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

3.04.02 Balance Proyectado

Está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta, a través de un análisis comparativo.

Tabla N° 25 Demanda Insatisfecha

Año	demanda Actu	oferta actual	demanda Ins
2015	$ 1.111.310,00	$ 522.315,70	$ 588.994,30
2016	$ 1.179.099,91	$ 554.176,96	$ 624.922,95
2017	$ 1.251.025,00	$ 587.981,75	$ 663.043,25
2018	$ 1.327.337,53	$ 623.848,64	$ 703.488,89
2019	$ 1.408.305,12	$ 661.903,41	$ 746.401,71

Capítulo IV

4. Estudio Técnico

(Baca Urbina, 2006) Define que el estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Objetivos del estudio técnico.

- ✓ Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto de acuerdo a su capacidad.
- ✓ Analizar y determinar el tamaño óptimo de la microempresa, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar el proceso de producción. (pág. 92)

4.01 Tamaño del Proyecto

4.01.01 Capacidad Instalada

El presente proyecto tiene una capacidad de 300 m² y está divida en las siguientes área

Tabla N° 26 Distribución de áreas de la planta

Áreas	Longitud
Recepción de materia prima	5m x 5m=25m²
Área administrativa	4m x 8m=32m²
Área de despacho	3m x 3m=9m²
Área de almacenamiento	4m x 4m=16m²
Faenado y refrigeración	6mx5m=30m²
Guardia	2mx2m=4m²
Baño/Vestuario	1,5mx3m=4,5m²
Desechos	2mx2m=4m²
Estacionamiento	5mx8m=40m²
Galpón	9mx15m=135m²

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa está dada por todos los departamentos que la conforma, la misma que cuenta con un área total de105,5 m², sin contar con espacios verdes o parqueaderos.

Análisis de la capacidad instalada

Tabla N° 27 Análisis de la capacidad instalada

Capacidad de diseño	5 días	8 horas	1 turno	(21 cuyes diarios,21*20=420 cuyes)
Capacidad de diseño	420			
Producción real	378			
capacidad efectiva	315			
Utilización	75%			
Eficiencia	90%			

Tabla N° 28 Actividades

ACTIVIDAD	Frecuencia		# veces	Tiempo Unitario (minutos)	Tiempo total al mes (minutos)	Operador	Operador
Alimentacion a los cuyes	d	20	3	10	600	X	
Poner viruta	m	1	1	30	30	X	
Poner alfalfa/	d	20	3	5	300	X	
Poner agua	d	20	1	5	100	X	
Clasificacion por el peso	d	20	1	6	120	X	
Pesado	d	20	1	6	120	X	
Sacrificio	d	20	1	10	200	X	
Escaldado y pelado	d	20	1	7	140	X	
Lavado	d	20	1	5	100		X
Evicerado y lavado	d	20	1	10	200		X
Control de calidad	d	20	1	1	20		X
Secado	d	20	1	1	20		X
Empacado	d	20	1	10	200		X
Etiquetado	d	20	1	5	100		X
Congelamiento	d	20	1	2	40		X
Ttransporte	d	20	**1**	**10**	200		**X**
			Tiempo real demandado		**2490**	**3180**	**7560**
			Tiempo real disponible		**8640**	**8640**	**8640**
			ICI		**1,243056**	**0,368056**	**0,875**
			# de personas		**2490**		

4.02 Localización

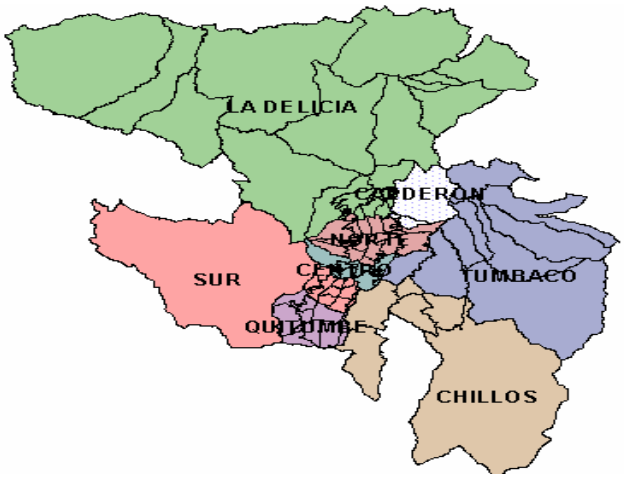
La localización del proyecto está dada por la macro-localización y micro-localización.

4.02.01 Macro localización

Tabla N° 29 Macro-localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	Calderón
Sector	Norte

Figura N° 19 Macro-localización



4.02.02 Micro localización

La Microempresa estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, parroquia de Calderón; Barrio Brisas del Norte Calle Álvarez Tenorio N° N15-400 Y Avd. de los Ceibos

4.02.03 Localización Óptima

(Baca Urbina, 2006) afirma que la localización optima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. (pag.107)

Tabla N° 30 Matriz de localización

Factores Relevantes	Ponderación	Álvarez Tenorio N° N15-400 Y Ceibos	
		Calificación	Total
Cercanía al mercado	0,15	8	1,2
Vías de acceso	0,1	8	0,8
Seguridad	0,15	10	1,5
Transporte	0,1	9	0,9
Servicios básicos	0,1	10	1
Materia prima	0,2	10	2
Mano de obra	0,15	8	1,2
Estacionamiento	0,05	6	0,3
Total	**1**	69	8,9

Análisis:

Después de haber tomado en cuenta los factores relevantes para la localización óptima de la microempresa, estará ubicada en el norte de la ciudad de Quito, parroquia de Calderón.

4.03 Ingeniería del Proyecto

(Baca Urbina, 2006) La ingeniería del proyecto se refiere a todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a elaborar el producto, para lo cual se necesita disponer de cierta información proveniente del estudio de mercado,

del marco legal, de la localización, financiamiento y disponibilidad del personal idóneo. (pág. 110)

4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio

La Micro empresa "Míster Cuy" ofrecerá a todos sus consumidores potenciales la carne de cuy formados de manera natural y empacada al vacío para su mayor durabilidad, La característica principal del producto es que su crianza va a ser lo más natural posible.

Además la Microempresa contará con la tecnología necesaria como un aturdidor eléctrico, peladora eléctrica, refrigerador, balanza, entre otros, lo cual ayudaran agilitar el proceso y disminuir tiempo de producción; lo que permite garantizar la calidad del producto fundamentalmente con la higiene ya que es un producto de consumo humano.

4.03.02 Distribución de Planta

La distribución de la planta se realizara de acuerdo a códigos y factores de cercanía, los cuales permitirán ubicar cada área en relación a la importancia que tenga una de la otra.

Códigos de Cercanía

Los códigos de cercanía establecen el grado de cercanía y relación que tienen las diferentes áreas de la microempresa, con el fin de facilitar la distribución y designación de la infraestructura de la misma.

Tabla N° 31 Códigos de cercanía

A	**Muy importante**
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Cercanía ordinaria
U	Sin importancia
X	Excluyente

Factores del proceso

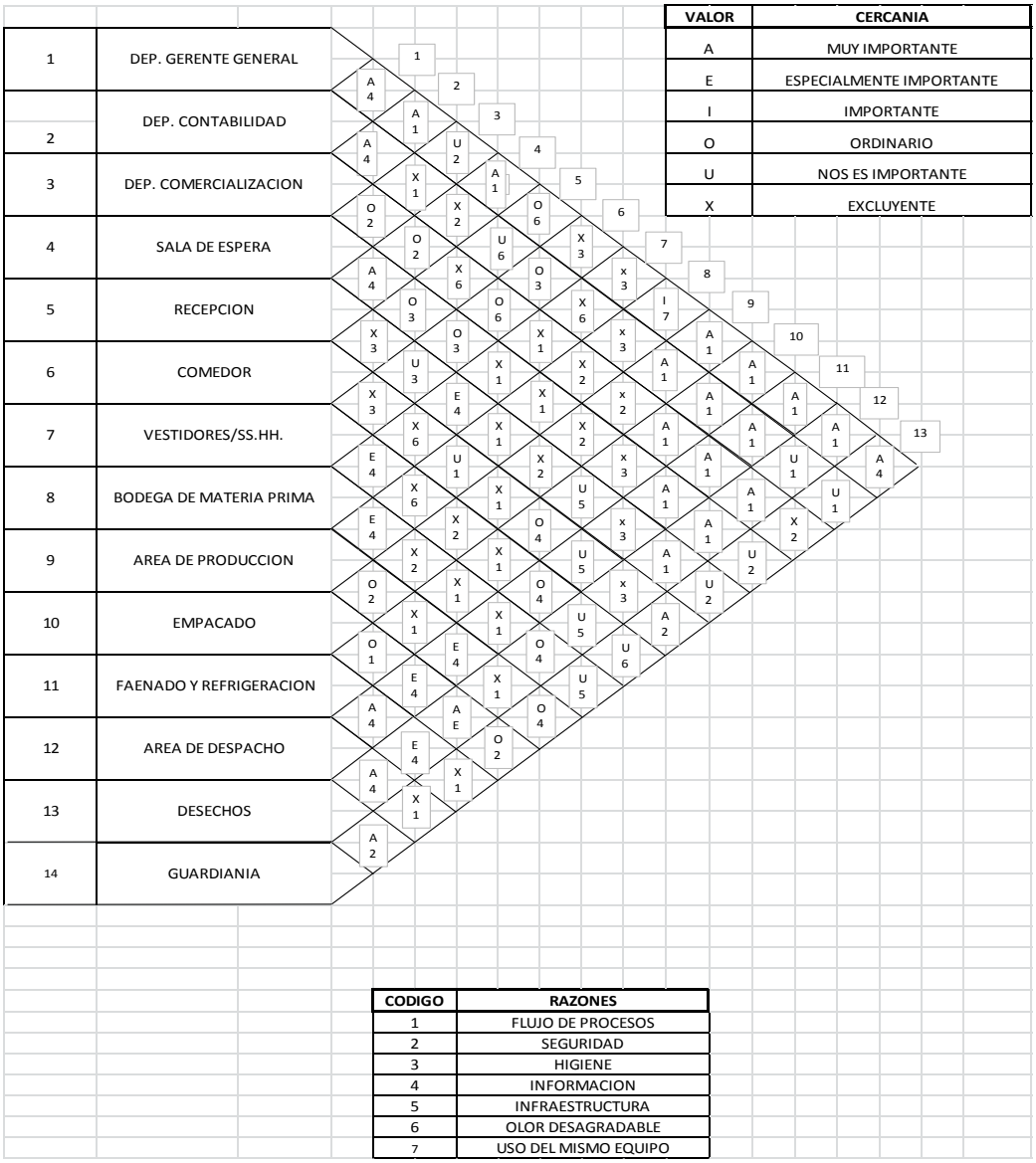
Define las razones del porqué del grado de cercanía de un área con otra.

Tabla N° 32 Factores del proceso

1	**Proceso**
2	Seguridad
3	Higiene
4	Infraestructura
5	Uso del equipo

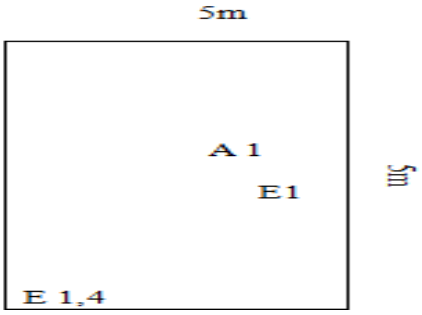
- **Matriz Triangular**

Figura N° 20 Matriz Triangular



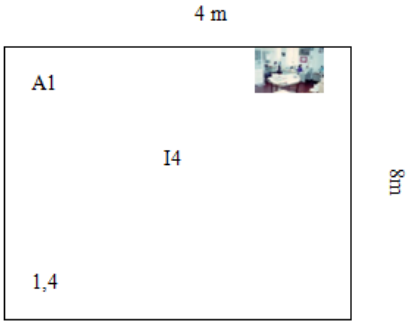
- **Bodega de Materia Prima**

Figura N°26



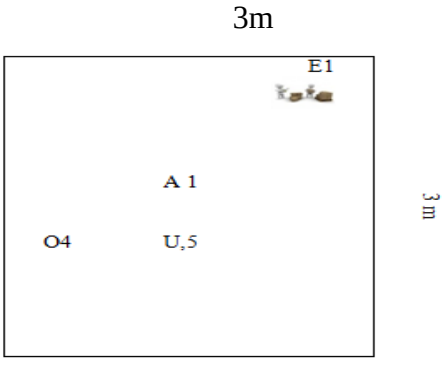
- **Área administrativa**

Figura N°27



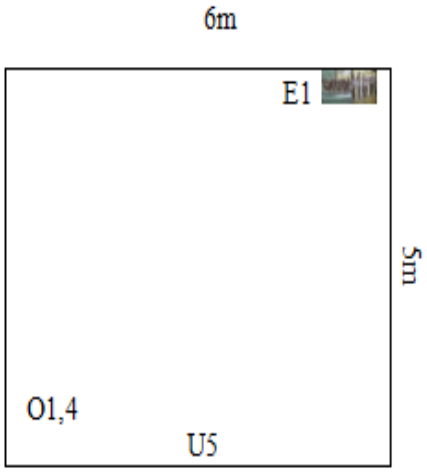
- **Área de despacho**

Figura N°28



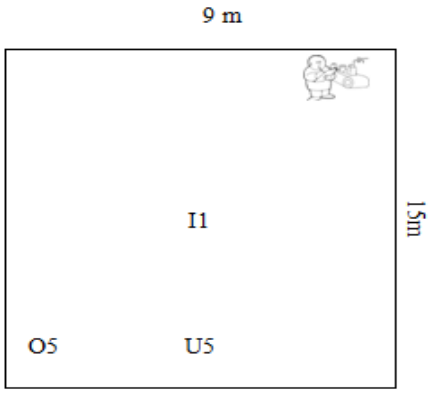
- **Faenado y Refrigeración**

Figura N°29



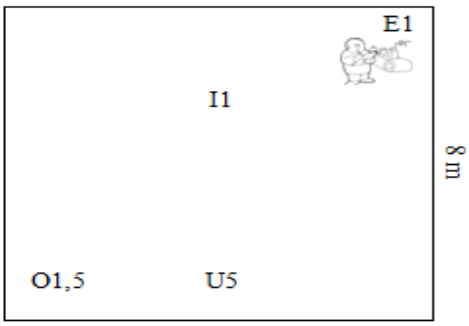
- **Producción**

Figura N°30



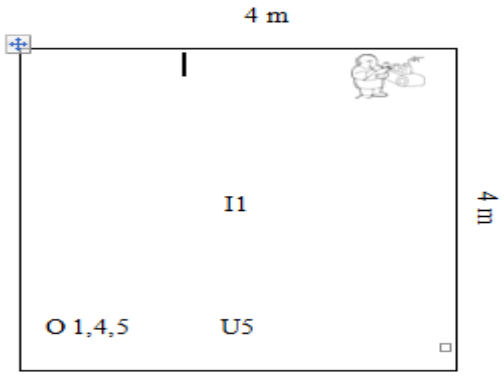
- **Estacionamiento**

Figura N°31



- **Baños/vestidores**

Figura N°32



- **PLANO DE LA PLANTA**

Figura N°33 PLANO DE LA PLANTA

DIBUJO DE LA PLANTA

4.03.03 Proceso Productivo

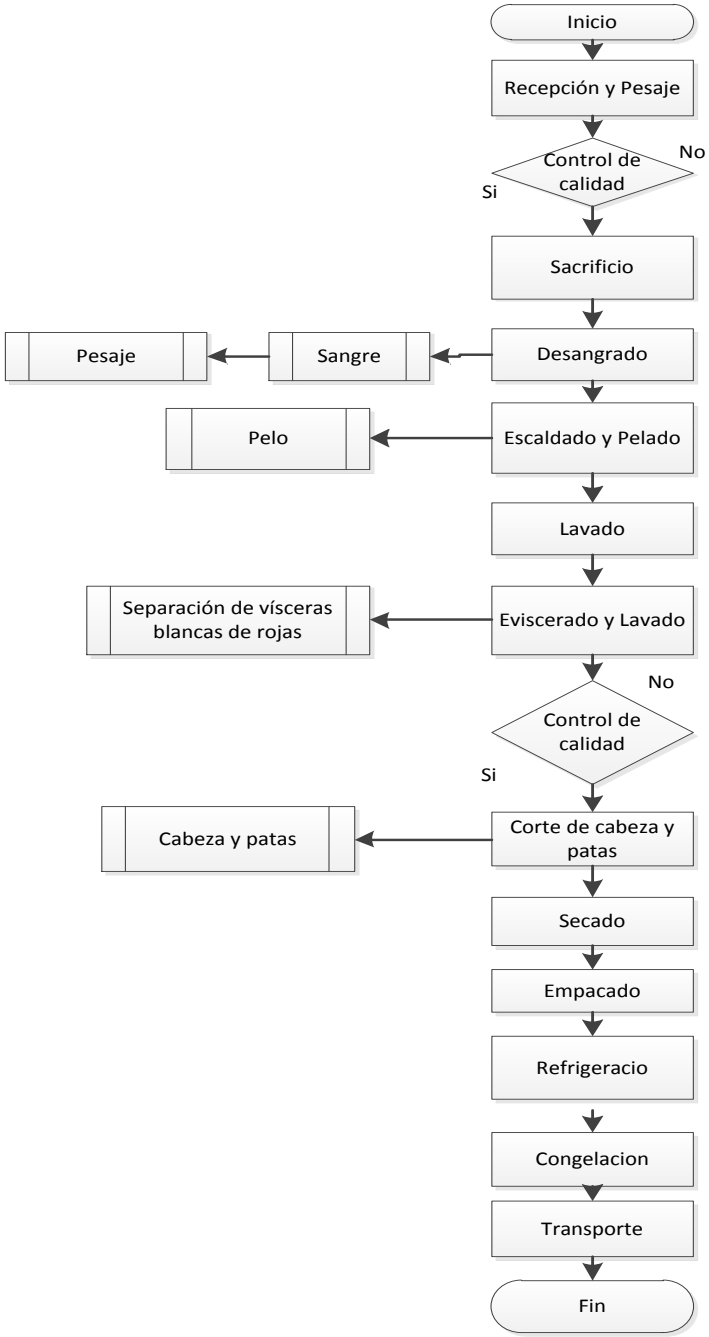


Figura N° 34 Proceso Productivo

4.03.03.01 Simbología del diagrama de flujo

	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento	Tanto la materia prima, productos en proceso o producto terminado
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto terminado

Figura N° 35 Simbología del diagrama de flujo

4.03.03.02 Actividades

Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Recepción M.P	60		Recibir del cuy
Selección de cuy	30		Escoger la buen estado
Pesado	40		Pesar al cuy
Sacrificio	60		Desangrado del cuy
Escaldado y pelado	60		Quitar el pelo del cuy
Lavado	60		Lavar al cuy
Eviserado y lavado	30		Separacion de viseras blancas de rojas
Control de calidad	10		Verificar que no exista moretones
Corte de cabeza	30		Corte de cabeza y patas
Secado	20		Secado del cuy
Control de calidad	10		Determinar que el cuy este en buen estado
Etiquetado	20		Poner etiquetas en los envases.
congelamiento	10		Ubicar en congelador para su conservacion
Transporte	30		Distribucion de cuyes

Figura N° 36 Actividades

4.03.04 Maquinaria y Equipo

Tabla N° 33 Maquinaria y equipo

Descripción	N° unidades	Costos		
		Costo unitario	Costo total	Total bruto
Activos fijos				
Terreno	1	$ 10.000,00	$ 10.000,00	
Infraestructura	1	$ 3.000,00	$ 3.000,00	
Vehículo	1	$ 10.000,00	$ 10.000,00	
Total activos fijos				**$ 23.000,00**
Maquinaria y equipos				
peladora eléctrica	1	$ 700,00	$ 1.250,00	
empacadora al vacío	1	$ 800,00	$ 1.100,00	
Congelador	1	$ 1.000,00	$ 600,00	
Balanza 100 kg.	2	$ 25,00	$ 150,00	
Malla	100m	$ 900,00	$ 900,00	
comederos	20	$ 150,00	$ 150,00	
bebederos	20	$ 45,00	$ 90,00	
bomba de fumigar	1	$ 150,00	$ 30,00	
carretilla de mano	1	$ 50,00	$ 3,00	
Palas	1	$ 5,00	$ 10,00	
Hoces	2	$ 5,00	$ 9,00	
Cuchillos	5	$ 7,00	$ 6,00	
Total maquinaria y equipos				**$ 4.298,00**
Muebles y enseres				
Mesa de trabajo	2	$ 75,00	$ 150,00	
Escritorio	1	$ 100,00	$ 100,00	
Sillas	4	$ 18,00	$ 72,00	
Mesa	1	$ 90,00	$ 90,00	
Estantería	1	$ 95,00	$ 95,00	
Archivador	1	$ 85,00	$ 85,00	
Total muebles y enseres				**$ 592,00**
Equipo de computación				
Computadora	1	$ 600,00	$ 600,00	
Impresora	1	$ 90,00	$ 90,00	
Teléfono	1	$ 15,00	$ 15,00	
Total equipo de computación				**$ 705,00**
Materiales de limpieza y desinfección				
Botas de agua	4	20,00	80,00	
Overoles de trabajo	4	20,00	80,00	
Escobas	5	1,00	5,00	
Detergente	2	5,00	10,00	
Formol	1	5,00	5,00	
Creso	2	3,00	6,00	
Manguera	2	20,00	40,00	
fundas de basura industriales	50	3,00	15,00	
Total material de limpieza				**$ 241,00**
Equipos de oficina				
Calculadora	2	$ 15,00	$ 30,00	
Perforadora	1	$ 3,00	$ 3,00	
Grapadora	1	$ 2,50	$ 2,50	
Resmas de papel bond	5	$ 3,50	$ 17,50	
Esferos gráficos	10	$ 0,25	$ 2,50	
Total equipo de oficina				**$ 55,50**
Total Activos				**$ 28.891,50**

Capítulo V

5.01 Estudio Financiero

(Baca Urbina, 2006) define que el estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (pág. 168)

5.01.1Ingresos Operacionales

(Buenaventura V, 2011) define que los ingresos son las entradas financieras que percibe la empresa por la actividad realizada. (pág. 134)

Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se muestran en los siguientes cuadros:

5.01.01 Materia Prima Directa

Tabla N° 34 Materia Prima (M.P.D)

Materia prima requerida anualmente					
Producción	**Cantidad**	**Materia prima**	**Valor**	**Costo**	**Costo anual**
Mensual			**Unitario**	**mensual**	
500	850	Cuyes	5	$ 354,17	$ 4.250,00
500	4	balanceado de crianza	$ 40,00	$ 160,00	$ 1.920,00
500	4	balanceado de engorde	$ 40,00	$ 160,00	$ 1.920,00
500	4	semilla de alfalfa	$ 30,00	$ 120,00	$ 600,00
Total de materia prima				**$ 794,17**	**$ 8.690,00**

5.01.01.02 Mano de Obra Directa (M.O.D)

Tabla N° 35 Mano de Obra Directa (M.OD)

Mano de Obra Directa						
Concepto	**Sueldo mensual**	**Décimo Tercero**	**Décimo cuarto**	**Fondos de Reserva**	**Total Mensual**	**Total Anual**
Trabajador 1	$ 340,00	$ 28,33	$ 14,17	$ 28,33	$ 410,83	$ 4.929,96
Trabajador 2	$ 340,00	$ 28,33	$ 14,17	$ 28,33	$ 410,83	$ 4.929,96
Total mano de obra directa					**$ 821,66**	**$ 9.859,92**

Investigación de campo: Wilson Martínez

5.01.01.03 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla N° 36 CIF

Costos indirectos de fabricación				
Concepto	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo mensual**	**Costo Anual**
Empaques plásticos	500	0,35	$ 259	$3108
Etiquetas	500	$ 0,20	$ 148	$ 1776
depreciación vehículo	10000	$ 0,00	$ 0,00	$ 900,00
Servicios Básicos			$ 200,00	$ 2.400,00
Total costos indirectos			**$ 607**	**$ 8184,80**

Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

5.01.02 Ingresos

Tabla N° 37 Ingresos Operacionales

CUYES	
Costo de producción unitario	$ 5,20
Utilidad del 93%	$ 4,84
P.V.P	$ 10,00
Producción mensual	4200
Ingreso mensual	**$ 3780,80**
Ingresa anual	**$ 50400**

Tabla N° 38 Ingresos proyectaos

Ingresos Proyectados			
Años	***Ingreso actual ($)***	***Tasa del sector agrícola***	***Ingreso anual ($)***
(año base) 2014	**$ 50.400,00**	-	$ 50.400,00
2015	$ 50.400,00	1,061	$ 53.474,40
2016	$ 53.474,40	1,061	$ 56.736,34
2017	$ 56.736,34	1,061	$ 60.197,26
2018	$ 60.197,26	1,061	$ 63.869,29
2019	$ 63.869,29	1,061	$ 67.765,31

5.01.02. Ingresos no operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

No existen ingresos no operacionales, pues al ser una empresa que recién empieza su actividad productiva solo se cuenta con los ingresos relacionados con el giro de negocio.

5.02. COSTO

"El costo es un desembolso en efectivo o en especie de echo pasado, en el presente y en el futuro o en forma virtual" **Fuente especificada no válida.**.

5.02.01. Costo directo

El siguiente cuadro indica los costos directos de producción (mano de obra directa y materia prima directa), en el que se puede apreciar la cantidad necesaria el costo unitario, valores mensuales y valores anuales.

Tabla N° 39 Costos directos

Costos directos	
Materia prima	$ 749,17
Mano de obra directa	$ 821,66
Total costos directos	**$ 1570,83**

5.02.02 Costo Indirecto

Tabla N° 40 Costo Indirecto

Concepto	Costo mensual	Costo Anual
Empaques plásticos	$ 259	$ 3.108
Etiquetas	$ 148	$ 1.776
depreciación vehículo	$ 0,00	$ 900,00
	$ 607,00	$ 8.184,80

5.02.03. Gastos administrativos

En la tabla número 65 se puede apreciar el sueldo de gerente general, así como beneficios de ley, el total mensual y el valor anual.

Tabla N° 41 Gastos Administrativos

GASTOS Administrativos									
Concepto	**Cantidad**	**sueldo mensual**	**Décimo tercero**	**Décimo cuarto**	**Vacaciones**	**Fondos de reserva**	**Aporte Patronal 11,15%**	**Sueldo mensual**	**TOTAL ANUAL**
G. General	1	600,00	50,00	50,00	25,00	50,00	66,90	841,90	10.102,80
Vendedor	1	450,00	37,50	37,50	18,75	37,50	49,50	630,75	7.569,00
Total	3	1.100,00	91,67	91,67	45,83	91,67	122,65	1.472,65	17671,80

Investigación de Campo: Wilson Martínez, 2014

Tabla N° 42 Material de Aseo

Material de aseo				
Concepto	**Costo**	**Cantidad**	**Trimestral**	**Anual**
Botas de agua	$ 20,00	4,00	$ 80,00	$ 320,00
Overoles de trabajo	$ 20,00	4,00	$ 80,00	$ 320,00
Escobas	$ 1,00	5	$ 5,00	$ 20,00
Detergente	$ 5,00	2	$ 10,00	$ 40,00
Formol	$ 5,00	1	$ 5,00	$ 20,00
Creso	$ 3,00	2	$ 6,00	$ 24,00
Manguera	$ 20,00	2	$ 40,00	$ 160,00
fundas de basura industriales	$ 3,00	50	$ 150,00	$ 600,00
TOTAL			**$ 376,00**	**$ 1.504,00**

Investigación de Campo: Wilson Martínez, 2014

Tabla N° 43 Suministros de oficina

Concepto	**Valor Mensual**	**Valor anual**
Suministros de oficina	$ 55,50	$ 666,00
Servicios básicos	$ 200,00	$ 2.400,00
Total	**$ 255,50**	**$ 3.066,00**

Investigación de Campo: Wilson Martínez, 2014

Tabla N° 44 Proyección gastos administrativos

Proyección gastos administrativos							
Descripción	**Inflación**	**Año base 2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Gastos del personal							
Gerente general	1,028	7800	8018,4	8242,92	8473,717	8710,981	8954,8884
Contador	1,028	7569	7780,93	7998,80	8222,76	8453,00	8689,69
Total		**15369**	**15799,33**	**16241,713**	**16696,48**	**17163,98**	**17644,574**
Otros gastos		$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Suministros de oficina	1,028	55,5	57,05	58,65	60,29	61,98	63,72
Material de aseo	1,028	1504	1546,11	1589,40	1633,91	1679,66	1726,69
Servicios básicos	1,028	2400	2467,20	2536,28	2607,30	2680,30	2755,35
Total		**3959,50**	**4070,37**	**4184,34**	**4301,50**	**4421,94**	**4545,75**
Total gastos administrativos		**19328,50**	**19869,70**	**20426,05**	**20997,98**	**21585,92**	**22190,33**

5.02.04 Gasto de venta

Representa los recursos utilizados para las ventas, es el valor que ha incurrido para comercializar un bien o servicio

Tabla N° 45 Gasto de ventas

Gastos de venta		
Concepto	Valor mensual	Valor Anual
Servicios básicos	$ 200,00	$ 2.400,00
Gasolina	$ 30,00	$ 360,00
Publicidad	$ 30,00	$ 360,00
Material POP	$ 25,00	$ 300,00
Gigantografia	$ 40,00	$ 480,00
Total	$ 325,00	$ 3.900,00

Investigación de campo: Wilson Martínez, 2011

Tabla N° 46 Proyección de gasto de ventas

Proyección gasto de ventas							
Descripción	**tasa de crecimiento**	**Año base 2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Servicios básicos	1,061	2400	2546,40	2701,73	2866,54	3041,39	7299347,15
Gasolina	1,061	360	381,96	405,26	429,98	456,21	164235,31
Publicidad	1,061	360	381,96	405,26	429,98	456,21	164235,31
Material POP	1,061	300	318,30	337,72	358,32	380,17	114052,30
Gigantografia	1,061	480	509,28	540,35	573,31	608,28	291973,89
Total		**3900,00**	**4137,90**	**4390,31**	**4658,12**	**4942,27**	**8033843,96**

Investigación de campo: Wilson Martínez, 2014

5.02.05 Costo fijo y variable

Tabla N° 47 Proyección costos anuales

Proyección de costos anuales						
En dólares						
				Años		
N° 1	**Detalle**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
	Costos totales (1 + 2)	**$ 21.854,17**	**$ 109.444,24**	**$ 112.412,01**	**$ 115.227,89**	**$ 118.364,18**
1	**Costos fijos**	**$ 19.956,40**	**$ 20.542,06**	**$ 21.149,25**	**$ 21.543,87**	**$ 22.196,90**
	Depreciación	$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.606,00	$ 1.606,00
	Amortización de inversión diferida	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
	Sueldos administrativos	$ 15.369,00	$ 15.799,33	$ 16.241,71	$ 16.696,48	$ 17.163,98
	Servicios básicos	$ 2.546,40	$ 2.701,73	$ 2.866,54	$ 3.041,39	$ 3.226,92
2	**Costos variables**	**$ 1.897,77**	**$ 2.013,53**	**$ 2.136,36**	**$ 2.266,68**	**$ 166.156,21**
	Mano de Obra	$ 871,78	$ 924,96	$ 981,38	$ 1.041,25	$ 1.104,76
	Costos indirectos de fabricación	$ 644,03	$ 683,31	$ 724,99	$ 769,22	$ 816,14
	Publicidad	$ 381,96	$ 405,26	$ 429,98	$ 456,21	$ 164.235,31
	Ventas	**$ 53.474,40**	**$ 56.736,34**	**$ 60.197,26**	**$ 63.869,29**	**$ 67.765,31**

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

5.03 Inversiones

Toda empresa al iniciar sus actividades económicas, requiere de activos y de capital de trabajo. A continuación se describe los diferentes tipos de inversiones para el presente proyecto.

5.03.01 Inversión fija

Las inversiones de activos fijos de refiere a la compra de bienes tangibles como por ejemplo: terrenos, edificios, construcciones, vehículos, maquinaria, muebles y equipos de oficina.

5.03.01.02 Inversión de activos nominales

Los activos nominales o diferidos hacen referencia a la inversión de los intangibles (generalmente aspectos legales del cumplimiento obligatorio), como los gastos de constitución, rubro de los permisos, patentes, entre otros**.**

5.03.01 Inversión fija

Las inversiones de activos fijos de refiere a la compra de bienes tangibles como por ejemplo: terrenos, edificios, construcciones, vehículos, maquinaria, muebles y equipos de oficina.

5.03.02 Capital de trabajo

Toda compañía para un normal funcionamiento, requiere de capital de trabajo que permita cubrir en el corto plazo, los diferentes gastos que siguieran. Dentro de este tipo de inversiones, se puede mencionar: costos de producción y ventas, costos operativos y los gastos administrativos y gastos de venta

Tabla N° 48 Cuadro de inversiones

Inversión			
Concepto	**Uso de fondos**	**Recursos propios**	**Recursos financiados**
Activos fijos			
Terreno	$ 10.000,00	$ 10.000,00	$ 0,00
Infraestructura	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 0,00
Vehículo	$ 10.000,00	$ 0,00	$ 10.000,00
Maquinaria y equipos	$ 4.298,00	$ 0,00	$ 4.298,00
limpieza y desinfección	$ 241,00	$ 0,00	$ 241,00
Muebles y enseres	$ 592,00	$ 592,00	$ 0,00
Equipo de computo	$ 705,00	$ 705,00	$ 0,00
Equipo de oficina	$ 55,50		$ 55,50
Total de activos fijos	**$ 28.891,50**	**$ 14.297,00**	**$ 14.594,50**
Activos diferidos			
Gasto de constitución	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 0,00
Total activos diferidos	**$ 1.000,00**	**$ 1.000,00**	**$ 0,00**
Capital de trabajo			
Costos de producción	$ 1.502,83	$ 1.502,83	$ 0,00
Gasto administrativos	$ 1.472,65	$ 1.472,65	$ 0,00
Gasto de venta	$ 325,00	$ 0,00	$ 325,00
Total de capital de trabajo	**$ 3.300,48**	**$ 2.975,48**	**$ 325,00**
Total de la inversión	**$ 33.191,98**	**$ 18.272,48**	**$ 14.919,50**
Participación	**100%**	**54,80%**	**45,20%**

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Como se muestra en la tabla anterior, podemos constatar que la inversión total será de $ 33265,38 de la cual el 54,80% será de recursos propios mientras que el 45,20% será financiado a través de un préstamo.

5.03.04 Amortización de financiamiento

Tabla N° 49 Amortización del préstamo

Tabla de amortización del préstamo					
Capital	**$ 15.000,00**				
Tasa de interés	**11,83%**				
Forma de pago	**6**	**semestres**			
Plazo	**3**	**Años**			
Periodo	**Capital**	**Interés**	**Cuota de pago**	**Valor a pagar**	**Saldo**
0					$ 15.000,00
1	$ 15.000,00	$ 887,25	$ 2.500,00	$ 3.387,25	$ 12.500,00
2	$ 12.500,00	$ 739,38	$ 2.500,00	$ 3.239,38	$ 10.000,00
3	$ 10.000,00	$ 591,50	$ 2.500,00	$ 3.091,50	$ 7.500,00
4	$ 7.500,00	$ 443,63	$ 2.500,00	$ 2.943,63	$ 5.000,00
5	$ 5.000,00	$ 295,75	$ 2.500,00	$ 2.795,75	$ 2.500,00
6	$ 2.500,00	$ 147,88	$ 2.500,00	$ 2.647,88	$ 0,00

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

Análisis.- El financiamiento se lo realizará por la suma de $15000 a una tasa de interés del 11,83%, y la forma de pago será semestral durante 3 años.

5.03.04.01 Amortización del diferido

Tabla N° 50 Amortización del diferido

Concepto	Valor total	Vida del proyecto	Valor anual	Años amortizados	Amortización acumulada	Saldo
Gastos de constitución	$ 1000,00	5	$ 200,00	5	$ 1.000,00	$ 0,00
Total			**$ 200,00**		**$ 1.000,00**	

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

5.03.05 Depreciaciones

Tabla N° 51 Depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
CONSTRUCCION	$ 3.000,00	5	$ 600,00	600	600	600	600
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 4.298,00	5	$ 859,60	$ 859,60	$ 859,60	$ 859,60	$ 859,60
MUEBLES Y ENSERES	$ 592,00	5	$ 118,40	$ 118,40	$ 118,40	$ 118,40	$ 118,40
EQUIPO DE OFICINA	$ 55,50	5	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00
EQUIPO DE COMPUTACION	$ 705,00	3	$ 235,00	$ 235,00	$ 235,00	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES			**$ 1.841,00**	**$ 1.841,00**	**$ 1.841,00**	**$ 1.606,00**	**$ 1.606,00**

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

5.03.06 Estado de situación inicial

Tabla N° 52 Estado de situación inicial

EMPRESA " Míster Cuy"			
Estado de Situación Inicial			
Activos		**Pasivo**	
Activo corriente			
Bancos	$ 3.300,48		
Activo fijo			
Maquinarias	$ 4.298,00	**Pasivo corriente**	
vehiculo	$ 10.000,00		
Muebles y enseres	$ 592,00	Préstamo bancario por pagar	15000
limpieza y disinfection	$ 241,00		
Equipo de computación	$ 705,00		
Equipo de oficina	$ 55,50		
Terreno	$ 10.000,00	**Patrimonio**	
Infraestructura	$ 3.000,00	Capital	$ 18.191,98
Activo diferido			
Gto de constitución	$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVO	$ 33.191,98	**TOTAL PASIVO**	$ 33.191,98

5.03.07 Estado de resultados proyectado

Baca Urbina (2006) La finalidad del análisis del estado de resultados o también llamado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos del efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta (pág. 181).

Tabla N° 53 Estado de resultados proyectado

EMPRESA "Míster Cuy" CIA. LTDA					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DEL 2015 AL 2019					
DESCRIPCION	2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS	$ 53.474,40	$ 56.736,34	$ 60.197,26	$ 63.869,29	$ 67.765,31
(-) COSTOS DE PRODUCCION	$ 2.310,68	$ 2.451,63	$ 2.601,18	$ 2.759,85	$ 2.928,20
(=) UTILIDADBRUTA EN VTAS	$ 51.163,72	$ 54.284,71	$ 57.596,08	$ 61.109,44	$ 64.837,11
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 15.369,00	$ 15.799,33	$ 16.241,71	$ 16.696,48	$ 17.163,98
(-) GASTOS DE VENTAS	$ 3.900,00	$ 4.137,90	$ 4.390,31	$ 4.658,12	4942,27
(-) DEPRECIACIONES	$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.606,00	$ 1.606,00
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN	**$ 29.853,72**	**$ 32.306,48**	**$ 34.923,06**	**$ 37.948,84**	**$ 40.924,86**
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	**$ 29.853,72**	**$ 32.306,48**	**$ 34.923,06**	**$ 37.948,84**	**$ 40.924,86**
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	$ 4.478,06	$ 4.845,97	$ 5.238,46	$ 5.692,33	$ 6.138,73
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$ 25.375,66**	**$ 27.460,51**	**$ 29.684,60**	**$ 32.256,51**	**$ 34.786,13**
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	$ 5.582,65	$ 6.041,31	$ 6.530,61	$ 7.096,43	$ 7.652,95
(=) UTILIDAD NETA	**$ 19.793,02**	**$ 21.419,20**	**$ 23.153,99**	**$ 25.160,08**	**$ 27.133,18**

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

5.03.08 Flujo de caja

Tabla N° 54 Flujo de caja proyectado

EMPRESA "Míster Cuy" CIA. LTDA						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION		2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS		$ 53.474,40	$ 56.736,34	$ 60.197,26	$ 63.869,29	$ 67.765,31
(-) COSTOS DE PRODUCCION		$ 2.310,68	$ 2.451,63	$ 2.601,18	$ 2.759,85	$ 2.928,20
(=) UTILIDADBRUTA EN VTAS		$ 51.163,72	$ 54.284,71	$ 57.596,08	$ 61.109,44	$ 64.837,11
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		$ 15.369,00	$ 15.799,33	$ 16.241,71	$ 16.696,48	$ 17.163,98
(-) GASTOS DE VENTAS		$ 3.900,00	$ 4.137,90	$ 4.390,31	$ 4.658,12	4942,27
(-) DEPRECIACIONES		$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.606,00	$ 1.606,00
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN		**$ 29.853,72**	**$ 32.306,48**	**$ 34.923,06**	**$ 37.948,84**	**$ 40.924,86**
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		**$ 29.853,72**	**$ 32.306,48**	**$ 34.923,06**	**$ 37.948,84**	**$ 40.924,86**
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		$ 4.478,06	$ 4.845,97	$ 5.238,46	$ 5.692,33	$ 6.138,73
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		**$ 25.375,66**	**$ 27.460,51**	**$ 29.684,60**	**$ 32.256,51**	**$ 34.786,13**
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		$ 5.582,65	$ 6.041,31	$ 6.530,61	$ 7.096,43	$ 7.652,95
(=) UTILIDAD NETA		**$ 19.793,02**	**$ 21.419,20**	**$ 23.153,99**	**$ 25.160,08**	**$ 27.133,18**
(+) DEPRECIACIO		$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.841,00	$ 1.606,00	$ 1.606,00
(+) AMORTIZACION		$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
(-) DEUDA	-$ 15.000,00					
(+)AMORTIZACION DEUDA		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(+) COMPRA ACTIVO FIJO		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-)INVERSION INICIAL	-$ 33.191,98					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-$ 3.300,48					
(=) FLUJO DE CAJA PROYECTADO	**-$ 51.492,46**	**$ 21.834,02**	**$ 23.460,20**	**$ 25.194,99**	**$ 26.966,08**	**$ 28.939,18**

Investigación de campo; Wilson Martínez, 201

5.04 Evaluación financiera

Después del estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer si el proyecto es viable y rentable en base a determinados indicadores financieros.

5.04.01 Tmar (tasa de descuento)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva.

Tabla N° 55 Tasa de descuento

ANO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR ACTUAL	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
INVERSION	-51492,40	0,1474	1	-51639,3
2015	21834,02	0,1474	0,871536	19029,12
2016	23460,20	0,1474	0,759574	17819,76
2017	25194,99	0,1474	0,661996	16678,98
2018	26966,08	0,1474	0,576953	15558,17
2019	28939,18	0,1474	0,502835	14551,64
			VAN	83637,68

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

Análisis: como se puede observar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de $ 83637,68 de una inversión de $ 51639,26 por lo tanto el indicador es aceptable.

5.04.02 TIR (Tasa interna de retorno)

Baca Urbina (2006) afirma que la TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es la tasa de descuento por la cual en VAN es igual a cero (pág. 224).

Tabla N° 56 Tasa interna de retorno

CALCULO DELA TIR	
INVERSION	-51492,40
2015	21834,01793
2016	23460,19587
2017	25194,9866
2018	26966,07919
2019	28939,18422
TIR	37%

Investigación de campo; Wilson Martínez, 2014

Un valor del 37% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

5.04.03 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Como su nombre lo indica, determina el tiempo (años, meses y días) en el cual el inversionista recupera el valor invertido.

Tabla N° 57 Período de recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
INVERSION	-51492,40	
2015	19029,12	19029,12
2016	17819,76	36848,89
2017	16678,98	
2018	15558,17	
2019	14551,64	
TOTAL	83637,68	
16678,98		
14790,34	X	10,64
LA INVERSION SE RECUPERA EN		**2 AÑOS, 10 MESES, 19 DIAS**

5.04.04 RBC (Relación costo beneficio)

Permite determinar la ganancia que el gestor del proyecto obtiene por cada dólar de inversión, es el resultado de la sumatoria de los flujos actualizados para el total invertido.

Tabla N° 58 Relación Costo beneficio

Años	Flujos
2015	$ 19.029,12
2016	$ 17.819,76
2017	$ 16.678,98
2018	$ 15.558,17
2019	$ 14.551,64
Suma total	**$ 83.637,68**
Ganancias por cada dólar	**$ 1,62**

Manera N° 61: Relación costo beneficio

Análisis.- Como se observa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene de ganancia $1,62 ctvs.

5.04.05 Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni perdida.

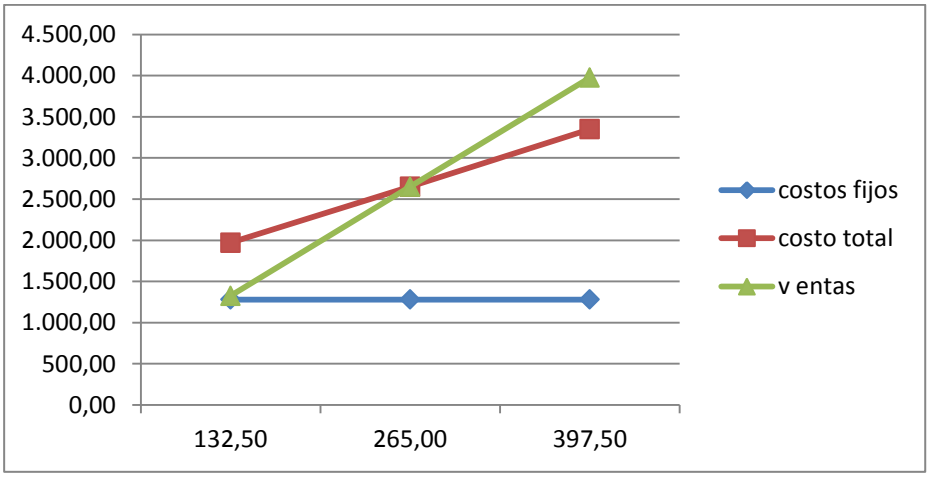
Tabla N° 59 Punto de equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	**$ 10,00**
Coste Unitario	**$ 5,20**
Gastos Fijos Mes	**1.280,75**
Pto. Equilibrio	**265**

Datos para el gráfico

Concepto		Pérdida	P.E.	Utilidad
Q Ventas	0	132,50	265,00	397,50
$ Ventas	0	1.325,00	2.650,00	3.975,00
Costo Variable	0	689,00	1.378,00	2.067,00
Costo Fijo	1.281	1.280,75	1.280,75	1.280,75
Costo Total	1.281	1.969,75	2.650,00	3.347,75
Beneficio	-1.280,75	-644,75	0,00	644,75

Figura N°37 punto de equilibrio



5.05 Análisis de índices financieros

Baca Urbina (200 (Baca, 2010)6) afirma que, este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa (pág. 232).

5.05.01 Razón de endeudamiento

Señala el grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros.

$$\textbf{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\textbf{Endeudamiento} = \frac{15000}{\$\ 33191{,}98}$$

$$\textbf{Endeudamiento} = \textbf{0,45}$$

Análisis.- El grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros es del 45 %, el cual está dentro de los parámetros normales.

5.05.02 ROE (Rentabilidad del patrimonio)

$$\textbf{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\textbf{\$ 19.793,02}}{\$18191{,}98}$$

$$\textbf{Rentabilidad del patrimonio} = \textbf{1,08}$$

Análisis.- la rentabilidad sobre el patrimonio es de un 1,08 que significa que el patrimonio en los próximos años crecerá.

5.05.03 ROA (Rentabilidad del activo)

Señala el grado de rentabilidad de los activos.

$$\textbf{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\textbf{\$ 19.793,02}}{\$\ 33.191,98}$$

$$\textbf{Rentabilidad del activo} = \textbf{0,60}$$

Análisis.- El grado de rentabilidad sobre el activo es del 60% lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad para la empresa.

5.05.04 ROI (Rentabilidad de la inversión)

Señala la rentabilidad sobre la inversión realizada por los accionistas o dueños de la empresa.

$$\textbf{Rentabilidad de la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{19.793,02}{33.191,98}$$

$$\textbf{Rentabilidad de la inversión} = \textbf{0,60}$$

Análisis.- La rentabilidad sobre la inversión es del 60% y se encuentra dentro de loa parámetros establecidos.

Capítulo VI

6.01 Impacto Ambiental

IMPACTOS POSITIVOS.

Los efectos positivos que traerá la instalación de una Planta Envasadora, no solo permitirá la generación del empleo en sus instalaciones; si no, que se incrementará la Producción de Cuyes teniendo mercados asegurados dentro y fuera del país, lo que conllevará sin lugar a dudas a mejorar los niveles de vida de un vasto sector rural y urbano, dejando de lado la pobreza imperante e integrando a los pobladores hacia una economía más sólida, acorde con la dignidad humana.

PLAN DE MITIGACIÓN.

- ✓ Limpieza general del galpón cada tres meses. Se limpian y desinfectan pisos, techos, paredes, ventanas y puertas. Se puede utilizar creso, cloro, etc., para la desinfección.

- ✓ Cambiar las camas una vez al mes o cuando estén demasiado húmedas, sucias o con presencia de parásitos.
- ✓ Hacer las reparaciones necesarias a las instalaciones durante el periodo de limpieza.
- ✓ Colocar en las puertas de entrada de los criaderos cajones o latas con desinfectantes como la cal.
- ✓ No dar los sobrantes de agua o comida de otros animales.
- ✓ No juntar a los cuyes con gallinas, perros, gatos u otros animales.
- ✓ Prevenir la entrada de ratas y roedores a la cuyeros y depósitos de alimento.

Estos animales son portadores de enfermedades.

- ✓ Enterrar desechos y animales muertos que no puedan ser utilizados para abono.
- ✓ Colocar pozas de desinfección al ingreso a los cuyeros.
- ✓ Evitar el ingreso excesivo de personas a la cuyero, ya que causan estrés y nerviosismo a los animales.

6.02 Impacto Económico

La implementación de esta empresa genera un crecimiento económico para el inversionista, para sus colaboradores, ya que se convierte en una fuente de empleo y por ende es generadora de ingresos.

En cuanto a lo comercial, el propósito es lograr una expansión a nivel local, y a la vez una estrategia de ingreso al mercado ofreciendo un producto novedoso y de calidad que obedece a la necesidad de generar valor agregado al producto, que retribuirá mejores ingresos en mediano y largo plazo.

6.03 Impacto Productivo

En la actualidad se ha enfatizado sobre el Plan Nacional de Buen Vivir, con el fin de apuntar al cambio de la Matriz Productiva, donde la economía local se convierta en una economía de producción con valor agregado, a fin de lograr una sustitución de importaciones, con la ampliación de las exportaciones.

De igual manera el crecimiento económico de Ecuador, en el transcurso de los años, se ha finiquitado con las políticas de reducción de importaciones, capacitación al talento humano, producción tecnológica y el incremento de las exportaciones.

Con la implementación del proyecto se ayudara al cambio de la Matriz Productiva, ya que el gobierno pretende de fortalecer el sector agrícola para el caso de los proveedores y ofreciendo una diversidad de producción en el país, porque generar nuevas industrias, cumpliendo con los estándares de calidad que obedezcan las necesidades de la sociedad, para que sea aceptado por el mercado ecuatoriano, reemplazando los productos de importación por uno producido en el país.

El cambio de la matriz productiva favorece a la producción nacional, ya que se les otorga mayor valor a los productos nacionales, favoreciendo de esta manera a las pequeñas y medianas empresas, con la cual, se les da la oportunidad de crecimiento, ingresos a los mercados y por ende la generación de empleo.

6.04 Impacto Social

Con la implementación de este nuevo proyecto representa nuevas oportunidades de progreso, para el inversionista, colaboradores y proveedores ya que para ellos se genera un mayor ingreso, es decir, busca crecer como empresa y

generar fuentes de empleo que contribuyan a mejorar la calidad de vida a las familias y lograr la satisfacción de la sociedad.

Como parte de la responsabilidad social, es mantener cuidadosos de que los procesos no dañen el ambiente, con productos libres de fosfatos, cumpliendo con los estándares de calidad, garantizando el bienestar de todos los consumidores.

El uso de la alimentación de carne es exclusivo para las todas las comidas del día dando una prioridad para almuerzos y fechas especiales en unión de toda la familia.

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones.

- ✓ Luego de la investigación realizada a través del Estudio de Mercado, se comprueba que en la provincia de Pichincha, (Calderón) existe una demanda de carne cuy de 102.899 equivalente muy favorable en asaderos, frigoríficos y familias consultados..
- ✓ Como resultado del Estudio de Mercado también se determina que, la oferta anual de cuyes por parte de los productores comunitarios e independientes son autónomo
- ✓ Conforme el estudio técnico se considera conveniente ubicar el plantel cuyícola en la provincia de Pichincha, por cuanto el terreno dispone de las facilidades de acometida se servicios básicos, esta contiguo a la carretera pavimentada Panamericana Norte, y tiene facilidades de accesos a los mercados de consumo.

- ✓ El proyecto prevé iniciar el proceso productivo con 330 cuyes reproductores: 300 madres y 30 machos, en un galpón de 21 x 12 metros distribuido en 162 pozas de un m2 cada una.
- ✓ El desarrollo de la actividad productiva será abalizado por la conformación de una compañía de responsabilidad limitada, cuyo capital participativo será aportado por tres socios.
- ✓ La inversión inicial del proyecto dispone del apalancamiento de un crédito, el mismo que cubre el capital de trabajo para los seis primeros meses de funcionamiento del proceso de producción.
- ✓ Los métodos de evaluación utilizados en el presente trabajo consideran el valor del dinero a través del tiempo.
- ✓ La TIR calculada es del orden de un 17%, índice que permite cubrir el costo financiero y el rendimiento del capital propio invertido. Esta tasa será mejorada al incrementar el tamaño de la planta, permitiendo un mayor nivel de producción, mayores ingresos por ventas y por consiguiente una mayor utilidad.

7.02 Recomendaciones.

- ✓ Implementar del proyecto de Producción y Comercialización de cuyes en la provincia de Pichincha, en razón de haberse comprobado la existencia de una demanda potencial insatisfecha por cubrir y la rentabilidad adecuada correspondiente.
- ✓ Incrementar la capacidad instalada del plantel avícola, inmediatamente después del período de recuperación de la inversión inicial, a efectos de incrementar la producción, los ingresos por ventas y la rentabilidad.

- ✓ Iniciar un proceso de motivación del mercado, con el propósito de introducir el producto faenado para el consumo, a través de frigoríficos, los que constituyen un potencial mercado de consumo poco utilizado.
- ✓ Agregar valor a la carne de cuy mediante los procesos de faenado, empacado, ahumado, enlatado y sugerencias de preparación, como alternativas viables para incrementar el consumo, a través de nuevos mercados nacionales e internacionales.

Glosario de términos.

Gestación.

Periodo comprendido entre la concepción y el nacimiento del cuy.

Parto.

El final del periodo de Gestación, la salida de la cría del útero de su madre.

Lactancia.

Es un alimento único que permite transmitir defensas de la madre a la cría.

Destete.

Culminación del período durante el cual la cría mama.

Cría.

Acción y efecto de criar; Conjunto de animales pequeños hijos de una misma madre y nacidos a un mismo tiempo.

Galpón.

Construcción simple utilizada para la crianza de carne de cuy.

Forraje.

Pasto verde o seco que se da al cuy para su alimento.

Cuyero.

Lugar donde se les mantiene a los cuyes.

Cría reproductor.

Cuy de excelente raza que sirve como semental para las nuevas crías.

Bibliografía

(Andrade, 2012)

(Baca, 2010)

(Gonzalez, 2014)

(Spiegel)

(Trueba, 1990)

(VERGEL CABRALES)

(Zaldivar, 1985)

(http://es.slideshare.net/RaulinoR/aspecto-social-economico-politico-y-cultural-del-ecuador, 2010)

(http://www.sri.gob.ec/web/10138/92, 2010)

(http://www.bce.fin.ec/)

(www.bce.fin.ec)

(www.misrespuestas.com/que-es-la-poblacion.html)