



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CUY
EMPACADA AL VACÍO EN LA PARROQUIA AYORA, CANTÓN
CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A**

**AUTORA: AMANTA S. ELSA E.
DIRECTOR: Ing. PINTO CÉSAR**

IBARRA, DICIEMBRE, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad, estudiar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío, en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha. A lo largo de los años, la crianza de cuyes en la Parroquia Ayora ha sido de manera rudimentaria y con el fin de alimentar a su propia familia, en el transcurso de los años esta forma de vida y trabajo es fuente potencial de ingresos extras para cada una de las familias dedicadas a esta actividad. Al realizar el proceso de investigación se determinó que la crianza va en aumento, ya que gracias a las ventajas de su campo y gran afluencia de canales de agua de riego ubicadas en la zona, 50 familias de la parroquia están dedicadas únicamente a este tipo de actividad siendo su fuente de ingresos. Para el desarrollo del proyecto se ha tomado como fuentes potenciales de materia prima a estos productores e impulsando a más familias de la parroquia y la zona cercana a ser fuente potencial de la empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío. Como fuente de información primaria se realizó una encuesta por cada productor; y secundaria a los consumidores de la carne de cuy, que en este caso en una muestra de la población del cantón Cayambe y determinar ciertos aspectos importantes que ayudaron al desarrollo de este proyecto. La empresa comercializadora de carne de cuy trabaja de manera eficiente y eficaz en la administración, respetando el medio ambiente, bienestar de cada una de las familias potenciales de la materia prima y retribuyendo a la comunidad con nuevas fuentes de empleo y la asociatividad de los moradores.

EXECUTIVE SUMMARY

This project aims to study the feasibility of creating a marketing company cuy meat vacuum packed, in the Parish Ayora, Canton Cayambe, and Pichincha Province. Over the years, raising guinea pigs in the Parish Ayora has been crudely and in order to feed your own family, in the course of the years this way of life and work is a potential source of extra income for each of the families involved in this activity. In conducting the research process it was determined that parenting is increasing, and thanks to the advantages of its large number of field and irrigation channels located in the area, 50 families of the parish are dedicated solely to this type of activity being their source of income. For the development of the project is taken as potential sources of raw materials to these producers and driving more families in the parish and the area near potential source trading company cuy meat vacuum packed. As a primary source of information were surveyed by each producer, and secondary consumers of guinea pig meat, in this case a sample of the population of the canton of Cayambe and identify important aspects that helped the development of this project. The company marketing guinea pig meat works efficiently and effectively in the administration, respecting the environment, welfare of each of the families of potential raw material and giving back to the community with new jobs and associability of the inhabitants.

AUTORÍA

Yo, **ELSA ELIZABETH AMANTA SÁNCHEZ** con cédula de identidad N° **172276105-1**, estudiante de la carrera Contabilidad y Auditoría de la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**, certifico que el presente trabajo lo he realizado personalmente en su totalidad con el asesoramiento del director de tesis correspondiente.


Yo, **ELSA ELIZABETH AMANTA SÁNCHEZ**, con cédula de identidad N° **172276105-1**, estudiante de la carrera Contabilidad y Auditoría de la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**, certifico que el presente trabajo lo he realizado personalmente en su totalidad con el asesoramiento del director de tesis correspondiente.



.....
Elsa Elizabeth Amanta Sánchez

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico, que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la señorita ELSA ELIZABETH AMANTA SÁNCHEZ con cédula de identidad N° 172276105-1 y bajo mi supervisión, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A, con el tema: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CUY EMPACADA LA VACÍO EN LA PARROQUIA AYORA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA".



.....
ING. CÉSAR PINTO
C.I.: 100152757-9
DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Elsa Elizabeth Amanta Sánchez con cédula de ciudadanía N° 172276105-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de la Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CUY EMPACADA AL VACIO EN LA PARROQUIA AYORA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos concedidos anteriormente.

.....
Elsa Elizabeth Amanta Sánchez
172276105-1

Ibarra, 9 de Diciembre del 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO:			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		172276105-1	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Amanta Sánchez Elsa Elizabeth	
DIRECCIÓN:		Cayambe, Parroquia Ayora, Barrio Santa Rosa	
EMAIL:		ely030988as@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	<input checked="" type="checkbox"/>	TELÉFONO MÓVIL:	989565828
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CUY EMPACADA AL VACIO EN LA PARROQUIA AYORA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA"		
AUTORA:	Amanta Sánchez Elsa Elizabeth		
FECHA:	09/12/2013		
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO (X)	<input type="checkbox"/> POSGRADO ()	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A		
DIRECTOR:	Ing. César Pinto		

2.- AUTORIZACIÓN DEL USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, ELSA ELIZABETH AMANTA SÁNCHEZ, con cédula de identidad N° 172276105-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de educación Superior Artículo 144.

3.- CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 9 de Diciembre del 2013

EI AUTOR:



.....
Elsa Elizabeth Amanta Sánchez
C.I.: 172276105-1

ACEPTACIÓN:



.....
Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

*La presente tesis va dedicada a **DIOS** ya que sin su voluntad, este sueño no se hubiese realizado.*

*A **MIS PADRES, ROSA Y ALBERTO** que con su ejemplo de amor, comprensión y trabajo constante me ayudaron a culminar mi carrera.*

A mi familia y amigos en general que me brindaron su apoyo desinteresadamente para cumplir mis objetivos.

LA AUTORA

AGRADECIMIENTO

A **DIOS** por haberme dado la dicha de nacer, la capacidad de pensar y la fuerza para salir adelante y culminar con éxito esta meta que me he planteado para ser un buen profesional.

A **MIS PADRES** quienes fueron mi inspiración, ejemplo y trabajo constante, **MIS HERMANOS, MIS SOBRINAS Y TODA MI FAMILIA** que incondicionalmente fueron fuente de apoyo y comprensión cuando más lo necesite.

A todos **MIS MAESTROS** y **AMIGOS** de mi vida estudiantil que con su sabiduría y conocimiento me brindaron su ayuda constante.

LA AUTORA

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado se lo realizará para satisfacer la necesidad de gustar la carne de cuy que a lo largo de los años se ha ido incrementando en el cantón Cayambe.

En la actualidad en el cantón Cayambe existe una asociación de productores de cuyes, el cual es el único proveedor en la degustación de la carne sea de manera preparada o con el cuy vivo; su producción es alta y comercialización es media.

En consecuencia se decidió realizar una investigación, la cual demostrará en cada uno de los capítulos, aspectos importantes que contribuyan que contribuyan al desarrollo del proyecto.

Por lo cual se desarrollará el Diagnostico situacional actual de productores y comercializadores de la carne de cuy a nivel local, definiendo aspectos positivos y negativos que podrían intervenir.

Adicionalmente se procederá a contextualizar, las bases teóricas que ayudaran a visualizar de una manera más objetiva la continuidad del proyecto.

Se estableció un Estudio de Mercado, donde se analizará la oferta y la demanda de la carne de cuy, se estudiará precios adecuados para ofrecerlos y comercializarlos en el mercado.

Igualmente se realizó un Estudio Técnico el que fue de gran apoyo para establecer, el diseño, la distribución de la planta, la localización de estaciones de trabajo necesarias y acordes al proyecto.

Así mismo se realizó un Estudio Financiero financiera en base a las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos y los indicadores básicos con los que determinan la viabilidad de la Empresa.

Se elaboró un capítulo de la Estructura Organizacional, donde se estableció el modelo administrativo de funcionamiento de la Empresa, se implanto la visión, la misión, la figura orgánica de la Empresa

Finalmente se analizó los impactos que generará en el ámbito Empresarial como son: aspecto social, económico, empresarial, ambiental y tecnológico.

Terminando con la presentación se han obtenido conclusiones y recomendaciones, mismas que fundamentan la factibilidad y sustentabilidad del Trabajo de Grado.

OBJETIVOS

General:

- Realizar un Estudio de Factibilidad para la Comercialización de carne de cuy empacada al vacío en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe.

Específicos:

- Efectuar el diagnóstico situacional, con el fin de obtener información sobre las características del sector y determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precios y comercialización del producto.
- Realizar el estudio técnico para establecer la localización y las inversiones que requerirá el proyecto.
- Establecer el estudio económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- Realizar la propuesta de la estructura organizativa y funcional de la empresa para una adecuada administración de los recursos.
- Establecer los impactos social, económico, empresarial, ambiental y tecnológico.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
<i>DEDICATORIA</i>	ix
<i>AGRADECIMIENTO</i>	x
PRESENTACIÓN	xi
OBJETIVOS	xiii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADRO	xxiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxvii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxviii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	29
ANTECEDENTES.....	29
OBJETIVOS	31
GENERAL	31
ESPECÍFICOS	31
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	31
INDICADORES.....	31

VARIABLE 1: TIPOS DE CARNES.....	32
VARIABLE 2: FRECUENCIA DE CONSUMO	32
VARIABLE 3: TIPO DE PRESENTACIÓN.....	32
VARIABLE 4: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN INDICADORES:..	33
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
MECÁNICA OPERATIVA	35
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	35
CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	35
DISEÑO DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	36
RESULTADO Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CAYAMBE.	38
RESULTADO Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PRUCTORES DE CUYES DE LA PARROQUIA AYORA.....	48
MATRIZ AOR.....	58
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	59
CAPÍTULO II.....	60
MARCO TEÓRICO.....	60
EMPRESA	60
OBJETIVO.....	60
IMPORTANCIA.....	60
CLASIFICACIÓN	61
ELEMENTOS DE LA EMPRESA.....	62
FINALIDAD DE LA EMPRESA	62
MISIÓN.....	63
VISIÓN	63
ADMINISTRACIÓN.....	63

PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA.....	64
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	64
EL ORGANIGRAMA	65
EVALUADORES FINANCIEROS	65
VAN (VALOR PRESENTE NETO)	66
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	67
TASA INTERNA DE RETORNO.....	68
RELACIÓN COSTO-BENEFICIO	69
EL CUY.....	69
DEFINICIÓN.....	69
DESCRIPCIÓN ZOOLOGICA	69
FISIOLOGÍA DEL CUY	70
COMPOSICIÓN DE LA CARNE DE CUY	71
PROPIEDADES Y VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE CUY	72
PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.....	72
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PRODUCTO.....	73
CLASIFICACIÓN DE LOS CUYES.....	73
TIPOS DE CUYES.....	75
DE ACUERDO AL PELAJE :	75
DE ACUERDO A LA CONFORMACION DEL CUERPO	77
SISTEMAS DE PRODUCCIÓN	77
CRianza FAMILIAR	77
CRianza COMERCIAL.....	78
COMERCIALIZACIÓN.....	78
MANIPULEO Y TRANSPORTE.....	79

MANIPULEO CUYES VIVOS	79
SACRIFICIO	80
INMOVILIZACIÓN Y ATURDIMIENTO.....	80
PELADO	80
ABERTURAS DEL ANIMAL	81
EVICERACIONES	81
LAVADO	81
OREADO	81
REFRIGERACIÓN O CONGELACIÓN.....	82
PROCESAMIENTO DE LA CARNE PARA EL CONSUMIDOR	83
MANIPULEO PRODUCTO TERMINADO.....	83
CAPÍTULO III.....	84
ESTUDIO DE MERCADO	84
INTRODUCCIÓN.....	84
OBJETIVOS	85
GENERAL	85
ESPECÍFICOS	85
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	85
OFERTA.....	87
OFERTA ACTUAL.....	87
OFERTA POTENCIAL.....	88
OFERTA PROYECTADA	88
DEMANDA.....	89
DEMANDA ACTUAL.....	89
DEMANDA POTENCIAL	89

DEMANDA PROYECTADA	90
BALANCE (OFERTA-DEMANDA)	90
PRECIOS	91
PRECIOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	91
COMPETENCIA	92
COMERCIALIZACIÓN.....	92
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	92
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	93
ENVASES Y EMBALAJES	95
ENVASE AL VACÍO.....	95
VENTAJA DE LA CARNE ENVASADA AL VACÍO.....	96
EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE ENVASES	96
CONCLUSIONES	97
CAPÍTULO IV	98
ESTUDIO TÉCNICO.....	98
NOMBRE DEL PROYECTO.....	98
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	98
MACROLOCALIZACIÓN	98
MICROLOCALIZACIÓN	100
UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	101
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	102
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	103
FLUJOGRAMAS DEL PROCESO	103
PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	105
INVERSIÓN FIJA	105

EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	105
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN	105
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	106
MENAJE DE PRODUCCIÓN.....	107
VEHÍCULO	107
COSTOS DE PRODUCCIÓN	107
MATERIA PRIMA DIRECTA.....	107
MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA.....	108
MATERIA PRIMA INDIRECTA	108
MATERIA PRIMA INDIRECTA PROYECTADA	108
SUELDOS HISTÓRICOS	109
MANO DE OBRA.....	109
MANO DE OBRA PROYECTADA	110
ROL DE PAGOS DE LA EMPRESA.....	110
SUMINISTROS DE OFICINA	112
EQUIPO DE OFICINA	112
SERVICIOS BÁSICOS	113
PUBLICIDAD	113
SUMINISTROS DE ASEO.....	114
ARRIENDO.....	114
CAPITAL DE TRABAJO	116
CAPÍTULO V	117
ESTUDIO FINANCIERO.....	117
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	117
INVERSIÓN FIJA	117

INVERSIÓN DIFERIDA	117
CAPITAL DE TRABAJO	118
INVERSIÓN TOTAL	119
INGRESO POR VENTAS.....	119
INGRESOS PROYECTADOS	119
PRECIO DE VENTA.....	119
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	119
COSTOS Y GASTOS	121
GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	121
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	121
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN.....	122
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	122
GASTOS OPERACIONALES	122
GASTOS SUELDOS.....	123
REMUNERACIÓN UNIFICADA.....	123
RESUMEN DE GASTOS.....	124
GASTO DEPRECIACIÓN.....	124
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	125
VALOR DE RESCATE DE ACTIVOS FIJOS.....	125
REINVERSIÓN DE MENAJE	125
FINANCIAMIENTO	126
TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	126
GASTO FINANCIERO	127
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	127
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	127

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL.....	128
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	129
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	130
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	130
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	131
COSTO – BENEFICIO.....	131
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).....	132
PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO.....	133
CAPÍTULO VI	134
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	134
CONSTITUCIÓN JURÍDICA.....	134
BASE LEGAL	134
CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	135
DERECHOS DE LIBERTAD.....	135
ESPONSABILIDADES.....	135
COSTITUCIÓN JURÍDICA	135
REQUISITOS	136
FILOSOFIA INSTITUCIONAL.....	137
MISIÓN	137
VISIÓN	138
VALORES.....	138
OBJETIVOS	139
POLÍTICAS.....	139
ESTRUCTURA ORGÁNICA	139
ESTRUCTURA FUNCIONAL	141

ESTRUCTURA FUNCIONAL (MANUAL DE FUNCIONES)	141
CAPÍTULO VII	146
IMPACTOS.....	146
IMPACTOS.....	146
IMPACTO SOCIAL	147
IMPACTO ECONÓMICO.....	148
IMPACTO AMBIENTAL.....	149
IMPACTO TECNOLÓGICO-CIENTÍFICO	150
IMPACTO EMPRESARIAL.....	151
IMPACTO GLOBAL.....	152
CONCLUSIONES:.....	153
RECOMENDACIONES:.....	154
BIBLIOGRAFÍA:.....	155
LINCOGRAFÍA	157

ÍNDICE DE CUADRO

CUADRO N° 1.- TIPOS DE CARNES.....	38
CUADRO N° 2.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY.....	39
CUADRO N° 3.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY.....	40
CUADRO N° 4.- FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY	41
CUADRO N° 5.- FECHAS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY.....	42
CUADRO N° 6.- PREFERENCIA EN LA RAZA DE CUY	43
CUADRO N° 7.- ACEPTACIÓN DE CUYES EMPACADOS Y LISTOS...	44
CUADRO N° 8.- PRESENTACIÓN DE LA CARNE DE CUY.....	45
CUADRO N° 9.- LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	46
CUADRO N° 10.- PRECIO DE COMPRA.....	47
CUADRO N° 11.- TIEMPO DEDICADO A LA CRIANZA DE CUYES	48
CUADRO N° 12.- LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD	49
CUADRO N° 13.- MOTIVOS PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD	50
CUADRO N° 14.- PRODUCCIÓN ANUAL.....	51
CUADRO N° 15.- TIEMPO DE VENTA.....	52
CUADRO N° 16.- FACTORES DE VENTA.....	53
CUADRO N° 17.- DECISIÓN DE VENDER A UNA NUEVA EMPRESA .	54
CUADRO N° 18.- ASPECTOS DE PRODUCCIÓN	55
CUADRO N° 19.- FACTORES QUE AFECTAN A LA PRODUCCIÓN	56
CUADRO N° 20.- SUGERENCIA PARA UN NUEVO PRODUCTOR	57
CUADRO N° 21.- CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS.....	61
CUADRO N° 22.- FISIOLÓGÍA DEL CUY	70
CUADRO N° 23.- COMPOSICIÓN DE LA CARNE DE CUY	71
CUADRO N° 24.- PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	73
CUADRO N° 25.- POBLACIÓN DE PRODUCTORES DE CUYES	87
CUADRO N° 26.- OFERTA ACTUAL DE LA CARNE DE CUY	88
CUADRO N° 27.- OFERTA POTENCIAL DE LA CARNE DE CUY	88
CUADRO N° 28.- OFERTA PROYECTADA DE LA CARNE DE CUY.....	88

CUADRO N° 29.- DEMANDA ACTUAL	89
CUADRO N° 30.- DEMANDA POTENCIAL	90
CUADRO N° 31.- DEMANDA PROYECTADA.....	90
CUADRO N° 32.- BALANCE OFERTA- DEMANDA	90
CUADRO N° 33.- PARTICIPACION DEL PROYECTO DE LA INSATISFECHA.....	91
CUADRO N° 34.- PRECIOS PROYECTADOS.....	91
CUADRO N° 35.- MUEBLES Y ENSERES.....	105
CUADRO N° 36.- EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	105
CUADRO N° 37.- MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN.....	106
CUADRO N° 38.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN	106
CUADRO N° 39.- MENAJE DE PRODUCCIÓN	107
CUADRO N° 40.- VEHÍCULO	107
CUADRO N° 41.- MATERIA PRIMA DIRECTA	108
CUADRO N° 42.- MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA.....	108
CUADRO N° 43.- MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	108
CUADRO N° 44.- MATERIA PRIMA INDIRECTA PROYECTADA	109
CUADRO N° 45.- SUELDOS HISTÓRICOS.....	109
CUADRO N° 46.- MANO DE OBRA	109
CUADRO N° 47.- MANO DE OBRA PROYECTADA.....	110
CUADRO N° 48.-ROL DE PAGOS GERENTE	110
CUADRO N° 49.- ROL DE PAGOS CONTADOR.....	111
CUADRO N° 50.- ROL DE PAGOS OPERARIOS (3).....	111
CUADRO N° 51.- SUMINISTROS DE OFICINA.....	112
CUADRO N° 52.- EQUIPO DE OFICINA.....	112
CUADRO N° 53.- SERVICIOS BÁSICOS.....	113
CUADRO N° 54.- PUBLICIDAD.....	113
CUADRO N° 55.- SUMINISTROS DE ASEO	114
CUADRO N° 56.- ARRIENDO	114
CUADRO N° 57.- DISTRIBUCIÓN DE PORCENTAJES	114
CUADRO N° 58.- DISTRIBUCIÓN DE PORCENTAJES	115
CUADRO N° 59.- DISTRIBUCIÓN PROYECTADA.....	115

CUADRO N° 60.- CAPITAL DE TRABAJO.....	116
CUADRO N° 61.- INVERSIÓN FIJA	117
CUADRO N° 62.- INVERSIÓN DIFERIDA.....	117
CUADRO N° 63.- CAPITAL DE TRABAJO.....	118
CUADRO N° 64.- INVERSIÓN TOTAL	119
CUADRO N° 65.- INGRESOS PROYECTADOS.....	119
CUADRO N° 66.- COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	120
CUADRO N° 67.- MARGEN DE UTILIDAD	120
CUADRO N° 68.- GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS	121
CUADRO N° 69.- GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	121
CUADRO N° 70.- COSTO DE DISTRIBUCIÓN	122
CUADRO N° 71.- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICIÓN.....	122
CUADRO N° 72.- COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	122
CUADRO N° 73.- GASTOS SUELDOS	123
CUADRO N° 74.- GASTOS SUELDOS TOTAL REMUNERACIÓN	123
CUADRO N° 75.- RESUMEN DE GASTOS	124
CUADRO N° 76.- GASTO DEPRECIACIÓN	124
CUADRO N° 77.- GASTO DE AMORTIZACIÓN	125
CUADRO N° 78.- GASTO DE AMORTIZACIÓN	125
CUADRO N° 79.- REINVERSIÓN DE MENAJE	125
CUADRO N° 80.- TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	126
CUADRO N° 81.- GASTOS FINANCIEROS.....	127
CUADRO N° 82.- VAN.....	130
CUADRO N° 83.- RESUMEN DE FLUJOS.....	130
CUADRO N° 84.- TASA INTERNA DE RETORNO	131
CUADRO N° 85.- RESUMEN DE FLUJOS.....	132
CUADRO N° 86.- RESUMEN DE FLUJOS.....	132
CUADRO N° 87.- REQUISITOS DE FINCIIONAMIENTO	136
CUADRO N° 88.- VALORACIÓN DE IMPACTOS	147
CUADRO N° 89.- IMPACTO SOCIAL.....	147
CUADRO N° 90.- IMPACTO ECONÓMICO	148
CUADRO N° 91.- IMPACTO AMBIENTAL.....	149

CUADRO N° 92.- IMPACTO TECNOLÓGICO-CIENTIFICO	150
CUADRO N° 93.- IMPACTO EMPRESARIAL	151
CUADRO N° 94.- IMPACTO GLOBAL.....	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1.- TIPOS DE CARNES.....	38
GRÁFICO N° 2.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY.....	39
GRÁFICO N° 3.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY.....	40
GRÁFICO N° 4.- FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY	41
GRÁFICO N° 5.- FECHAS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY.....	42
GRÁFICO N° 6.- PREFERENCIA EN LA RAZA DE CUY.....	43
GRÁFICO N° 7.- ACEPTACIÓN DE CUYES EMPACADOS Y LISTOS..	44
GRÁFICO N° 8.- PRESENTACIÓN DE LA CARNE DE CUY.....	45
GRÁFICO N° 9.- LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN.....	46
GRÁFICO N° 10.- PRECIO DE COMPRA.....	47
GRÁFICO N° 11.- TIEMPO DEDICADO A LA CRIANZA DE CUYES.....	48
GRÁFICO N° 12.- LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD.....	49
GRÁFICO N° 13.- MOTIVOS PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD.....	50
GRÁFICO N° 14.- PRODUCCIÓN ANUAL.....	51
GRÁFICO N° 15.- TIEMPO DE VENTA.....	52
GRÁFICO N° 16.- FACTORES DE VENTA.....	53
GRÁFICO N° 17.- DECISIÓN DE VENDER A UNA NUEVA EMPRESA.	54
GRÁFICO N° 18.- ASPECTOS DE PRODUCCIÓN.....	55
GRÁFICO N° 19.- FACTORES QUE AFECTAN A LA PRODUCCIÓN ...	56
GRÁFICO N° 20.- SUGERENCIA PARA UN NUEVO PRODUCTOR.....	57
GRÁFICO N° 21.- VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE CUY.....	86
GRÁFICO N° 22.- FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	103
GRÁFICO N° 23.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	140
GRÁFICO N° 24.- ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	141

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSITRACIÓN N° 1.- MAPA DEL ECUADOR.....	99
ILUSITRACIÓN N° 2.- MAPA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA	100
ILUSITRACIÓN N° 3.- PARROQUIA AYORA.....	101
ILUSITRACIÓN N° 4.- DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	102

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El Cantón Cayambe es uno de los ocho cantones de la Provincia de Pichincha. Se ubica al noreste de ella y cuenta con una superficie de 1182 km². Está conformado por ocho parroquias, tres urbanas y cinco rurales. Cayambe es a su vez la cabecera cantonal; lugar donde se agrupa gran parte de su población total.

Cayambe es famoso por su Volcán que lleva el mismo nombre así como también sus grandes paisajes y reservas ecológicas alrededor de la zona geográfica, para la mayoría de los turistas los lugares más acogidos son las hosterías ya que están ubicadas en sectores específicos y llenos de gran belleza natural.

Entre los lugares más visitados se encuentra la Parroquia Ayora que está ubicada en un sector estratégico de la ciudad, rodeada de grandes floricultoras que abarcan hectáreas de terreno de todas las comunidades aledañas; así como son fuente de trabajo para la comunidad son empresas capitalistas que buscan acaparar la mayoría de tierras productivas de la zona, que en tiempos pasados fueron dedicadas para la agricultura y ganadería.

Como consecuencia de la incorporación de estas grandes empresas a nuestra parroquia, la mayoría de personas dedicadas a este trabajo son adolescentes y adultas hasta la edad de 40 años. Razón por la cual el resto de habitantes están dedicados a la agricultura o como pequeños

ganaderos ya que grandes extensiones de sus propiedades ahora son pertenencia de las floricultoras.

En consecuencia se ha retomado la crianza de cuyes, que en tiempos pasados fue fuente de empleo y alimento para las familias, así como también es un plato típico de la zona que realza la gastronomía y tradición de nuestro pueblo.

Hoy en día la gran mayoría de hoteles, hosterías, asaderos, haciendas, así como también cada una de las familias del cantón hace deleite de este plato típico en diferentes ocasiones, acogiendo a este producto en gran proporción en fechas festivas del cantón o en ocasiones familiares.

En vista de la gran acogida de la carne de cuy como preferencia de alimento, la mayoría de familias están dedicadas a la crianza de cuyes siendo proveedores de pequeñas empresas (hoteles, hosterías, asaderos, haciendas) que compran el producto sin análisis alguno, los cuales imponen el precio dejando a los productores sin ninguna utilidad de su trabajo o dedicación a esta actividad.

Para este caso es necesaria la creación de una empresa destinada a dar un valor agregado a la comercialización de carne de cuy. Como consecuencia de estos problemas y analizando ciertos factores que se producen en la zona, se decidió crear una empresa que dedicada a la comercialización de la carne de cuy, agregando ciertas normas higiénicas como es el manejo de la carne, que en este caso será empacada al vacío.

De esta manera se buscará nuevas fuentes de comercialización (tiendas de barrio, mercados locales, supermercados, a domicilio) que estén al alcance de todas las personas a precios razonables y accesibles para la familia y de alguna manera contribuir al trabajo y dedicación de los pequeños productores de cuyes de la parroquia.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

- ❖ Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, mediante la matriz AOOR (Aliados, oponentes, Oportunidades y Riesgos) para la creación de la empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío.

1.2.2. ESPECÍFICOS

Para diagnosticar los aspectos que se relacionen directamente con el proyecto y tener una visión más clara del tema de investigación de campo, se ha planteado los siguientes objetivos:

- Determinar el tipo de carne que consume con mayor frecuencia la población del Cantón Cayambe.
- Establecer con qué frecuencia se consume la carne de cuy en el Cantón.
- Establecer el tipo de presentación de la carne de cuy para el consumo.
- Conocer en qué lugares se debería comercializar la carne de cuy.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

VARIABLE 1: TIPOS DE CARNES

VARIABLE 2: FRECUENCIA DE CONSUMO

VARIABLE 3: TIPO DE PRESENTACIÓN

VARIABLE 4: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN

1.4. INDICADORES

Es necesario conocer una serie de elementos de la variable, a los mismos que se les denomina indicadores, lo que servirá para medir una variable;

para el presente diagnóstico se ha cree conveniente determinar una serie de indicadores para cada una de las variables, siendo estos:

1.4.1 VARIABLE 1: TIPOS DE CARNES

INDICADORES:

Carnes

- Pollo
- Cerdo
- Cuy
- Res
- Pescado

1.4.2 VARIABLE 2: FRECUENCIA DE CONSUMO

INDICADORES:

- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Anual

1.4.3 VARIABLE 3: TIPO DE PRESENTACIÓN

INDICADORES:

- Entero
- En piezas
- Otros

1.4.4 VARIABLE 4: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN INDICADORES:

- Tiendas de barrio
- Mercados locales
- Supermercados
- A domicilio

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

En la siguiente matriz se relacionan horizontalmente los objetivos, variables e indicadores anteriormente y de esta forma establecen la relación y lógica que existe unos con otros.

Además en la matriz ha sido necesario determinar la técnica de investigación científica que se usará para recopilar la información solicitada, y la fuente de información sea esta personal, instancia o documento del cual se adaptará la información.

Lo antes mencionado se puede visualizar en la siguiente matriz.

MATRIZ DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
❖ Determinar el tipo de carne que consumen con mayor frecuencia la población del Cantón Cayambe.	TIPOS DE CARNES	<ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Cerdo - Cuy - Res - Pescado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENCUESTA CONSUMIDORES Y PRODUCTORES ▪ OBSERVACIÓN 	PÚBLICO GENERAL EN
❖ Establecer con qué frecuencia se consume la carne de cuy en el Cantón.	FRECUENCIA DE CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> - Semanal - Quincenal - Mensual - Anual 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENCUESTA CONSUMIDORES Y PRODUCTORES ▪ OBSERVACIÓN 	PÚBLICO GENERAL EN
❖ Establecer el tipo de presentación de la carne de cuy para el consumo.	TIPO DE PRESENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Entero - En piezas - Otros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENCUESTA CONSUMIDORES Y PRODUCTORES ▪ OBSERVACIÓN 	PÚBLICO GENERAL EN
❖ Conocer en qué lugares se debería comercializar la carne de cuy.	LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Tiendas de barrio - Mercados locales - Supermercados - A domicilio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENCUESTA CONSUMIDORES Y PRODUCTORES ▪ OBSERVACIÓN 	PÚBLICO GENERAL EN

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

En la investigación diagnóstica desarrollada, la población o universo a investigarse y para las cuales serán válidas las conclusiones que se obtengan, están integradas de la siguiente manera:

Universo 1

La población de la Parroquia Ayora (**50-Productores de cuyes**)

Universo 2

La población del Cantón Cayambe (Por familia-**Consumidores**)

1.6.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Con el fin de optimizar tiempo y recursos se ha determinado una muestra representativa para cada uno de los universos planteados anteriormente, la información que se obtenga de estas muestras se harán extensibles para todos los universos.

La fórmula que ha permitido encontrar la muestra es:

$$n = \frac{k^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + k^2 \cdot P \cdot Q}$$

X **n**= tamaño de la muestra

85795 **N**= tamaño de la población

0,50 **P**= probabilidad a favor

0,50 **Q**= probabilidad en contra

0,06 e = error de estimación

1,96 K= nivel de confianza

UNIVERSO 1

Parroquia Ayora

En la actualidad los productores de cuyes de la Parroquia Ayora hacen a 50 personas, según el registro de la Asociación **PROCUY** del Cantón Cayambe, por lo que no es necesario realizar la muestra, lo cual se procederá a encuestar a todos los productores para realizar el análisis correspondiente.

UNIVERSO 2

Cantón Cayambe

Según el último censo realizado en el año 2010 por el INEC el Cantón Cayambe se ha determinado una población de 85.795 habitantes.

Público en general

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)85795}{(0.06)^2(85795 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{82397.518}{309.818}$$

$$n = 265.95$$

$$n = 266 \text{ personas}$$

1.7 DISEÑO DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

La información fue recopilada en el lapso de las dos primeras semanas del mes de mayo, las mismas que fueron aplicada a varias personas, para

captar dicha información, se procedió a preguntar individualmente a cada persona, el cuestionario planteado es de 10 preguntas para los consumidores y 9 preguntas para los productores.

Al momento de realizar la encuesta a los productores de cuyes también se aplicó la observación ya que su sinceridad al momento de su opinión fue demostrando sus criaderos y como ellos aplican su manejo con cada uno de sus animales, en especial con los que están destinados para el asadero que ellos mismos administran.

La experiencia que demuestran los productores a través de los años en la crianza de cuyes es favorable, pero en el proceso de comercialización su rentabilidad es baja, para la gran mayoría es su prioridad es vender su producto sin valorar su trabajo ni lo que implica realizarlo.

Con respecto de los consumidores su conocimiento en los valores nutritivos que tiene la carne de cuy es regular, su conocimiento es que es un plato típico del cantón y se lo utiliza dentro de las fiestas populares y familiares que en periodo de consumo es cada año para la mayoría de familias. Al momento de consumir este tipo de carne diariamente en su menú es nulo, ya sea por la falta de costumbre o como los mismos consumidores dicen “el trabajo que es para consumir esta carne es difícil y muy demorado”, pero si este producto se encontraría en cualquier tipo de despensa sería una buena opción.

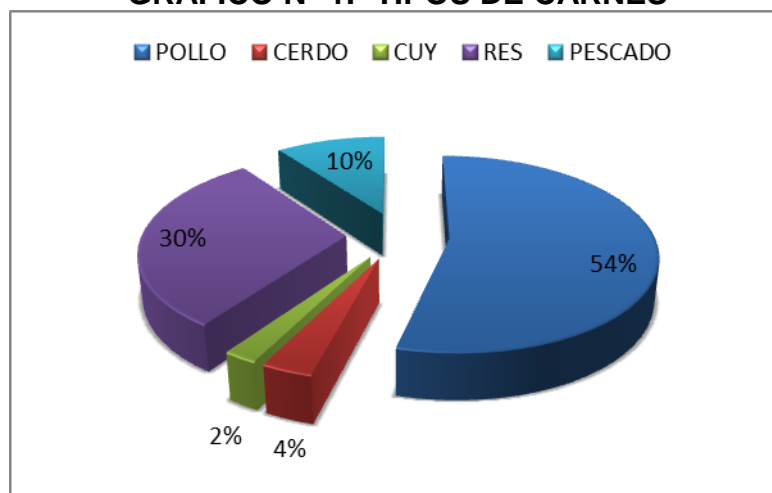
1.7.1 RESULTADO Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CAYAMBE.

PREGUNTA 1. ¿QUÉ TIPO DE CARNE ACOSTUMBRA INCLUIR EN EL MENÚ DEL DÍA?

CUADRO N° 1.- TIPOS DE CARNES

TIPOS DE CARNES	Nº	%
Pollo	144	54
Cerdo	9	3
Cuy	6	2
Res	80	30
Pescado	27	10
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 1.- TIPOS DE CARNES



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis:

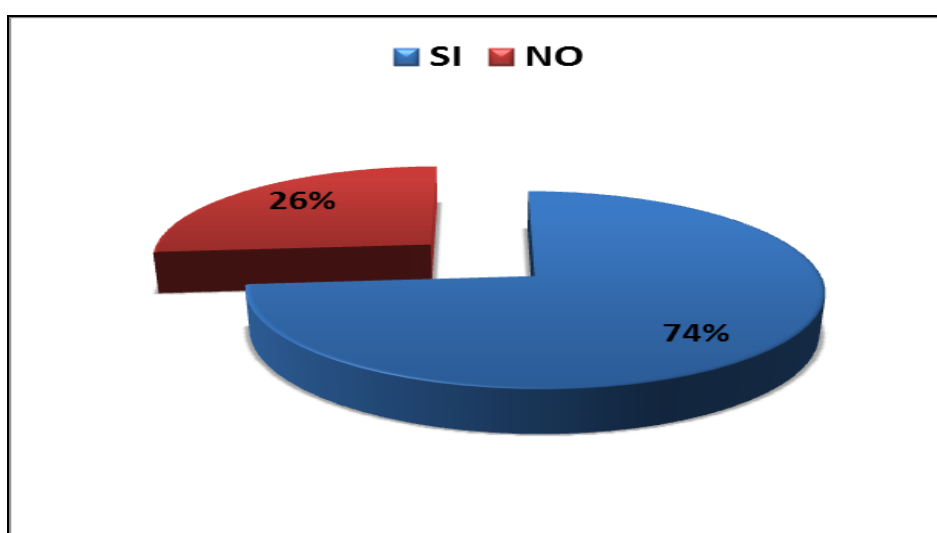
La carne de pollo es un factor fundamental para las familias en el menú diario y plato preferido ya sea por su precio o por la fácil preparación a la hora de la comida, sin embargo la carne res resalta como segunda opción ya que es utilizada básicamente para la sopa.

PREGUNTA 2. ¿LE GUSTARÍA INCLUIR LA CARNE DE CUY EN SU MENÚ DIARIO?

CUADRO N° 2.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY

Cuyes	Nº	%
SI	196	74
NO	70	26
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 2.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis

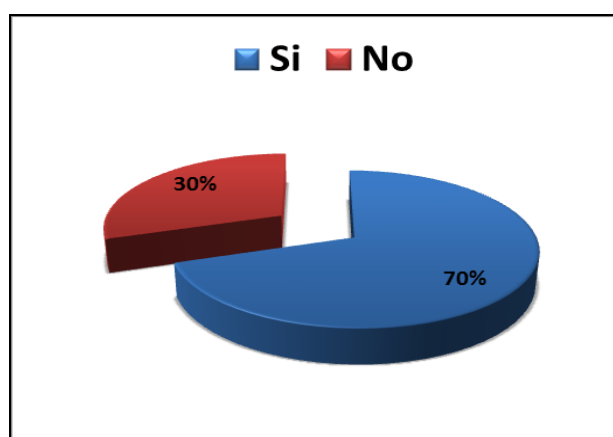
En realidad la carne de cuy para consumo diario en las familias es muy regular ya que no se encuentra en el mercado y si se la adquiere es a un precio alto que no estaría al alcance de las familias, sin embargo al realizar la encuesta se cree fundamental poner a disposición este tipo de carne por sus ventajas nutricionales y se crearía una cultura de consumo frecuente a la hora de preparar la comida diaria.

PREGUNTA 3. ¿SI LA CARNE DE CUY ESTÁ A SU DISPOSICIÓN EN MERCADOS Y TIENDAS DE BARRIO, USTED ESTARÍA DISPUESTO A COMPRARLA?

CUADRO N° 3.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY

Tipo	N ^a	%
SI	186	70
NO	80	30
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 3.- ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis:

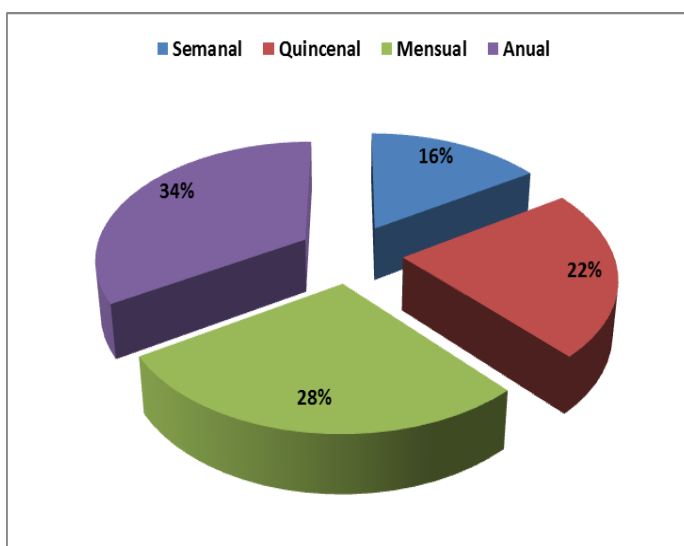
El crear una cultura de compra y aceptación de la carne de cuy, así como también resaltar las grandes ventajas nutricionales que ofrece este producto, es poner a la disposición del consumidor ya sea en tiendas o cualquier tipo de canal de comercialización se buscaría la aceptación del consumidor más frecuente.

PREGUNTA 4. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUMIRÍA LA CARNE?

CUADRO N° 4.- FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY

TIEMPO	Nº	%
Semanal	42	16
Quincenal	60	22
Mensual	74	28
Anual	90	34
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 4.- FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis

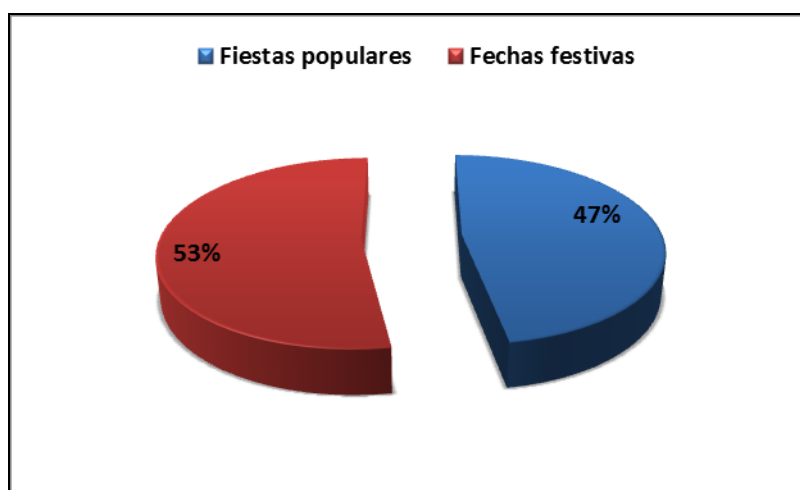
La preferencia de adquirir este tipo de carne no tiene gran diferencia a la hora de consumirla ya que la mayoría de la población estaría dispuesta a comprar siempre y cuando se ofrezca un producto de calidad con todas las normas sanitarias al hora de poner a disposición del consumidor.

PREGUNTA 5. USTED CREE QUE LA CARNE DE CUY SE CONSUME MÁS EN:

CUADRO N° 5.- FECHAS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY

FECHAS	Nº	%
Fiestas Populares (locales)	126	53
Fechas festivas (familiares)	140	47
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 5.- FECHAS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY



Fuente: Encuesta a los consumidores
Elaborado por: La Autora

Análisis:

En la actualidad el masivo incremento de compra, es en fiestas populares, porque es un plato típico del Cantón Cayambe y sus alrededores, lo más común es encontrar de plato fuerte la carne de cuy en diferentes preparaciones.

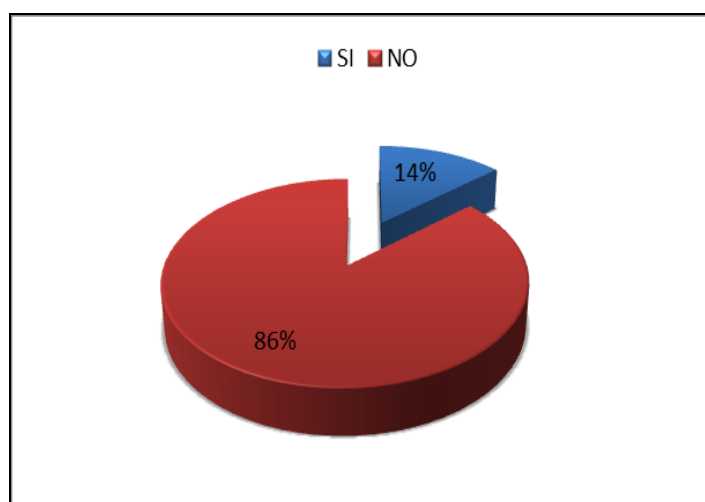
Los turistas y pobladores del cantón prefieren realizar este plato por su gran adquisición y por ser apetitoso al paladar especialmente si es preparado al carbón.

PREGUNTA 6: ¿SU FAMILIA TIENE PREFERENCIA CON ALGUNA RAZA DE CUY?

CUADRO N° 6.- PREFERENCIA EN LA RAZA DE CUY

PREFERENCIA RAZA DE CUY	N°	%
SI	36	14
NO	230	86
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 6.- PREFERENCIA EN LA RAZA DE CUY



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis

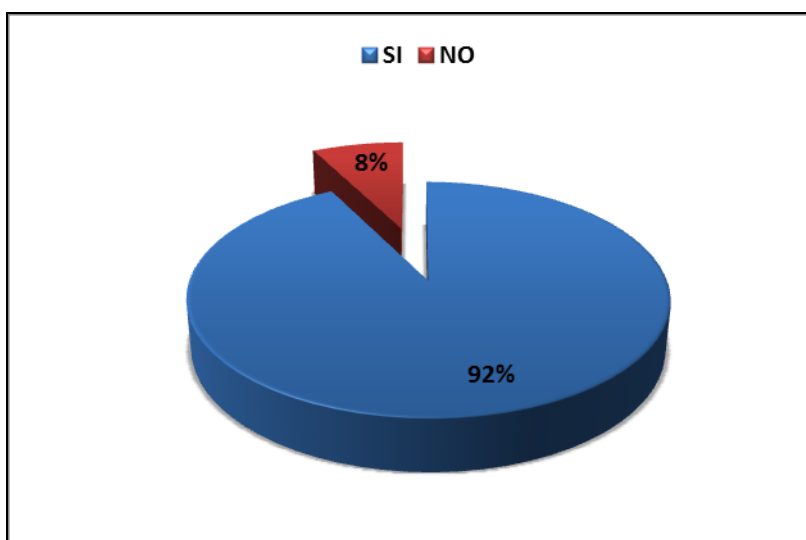
El desconocimiento de las razas de cuyes es un factor importante para la adquisición del producto, por otro lado, gran parte de la población no toma en cuenta este tipo de detalle a la hora de consumirlo porque su preparación omite ciertos detalles de raza, color, tamaño, simplemente es la degustación y tipo de preparación.

PREGUNTA 7. ¿DESEARÍA ADQUIRIR CUYES (PELADOS E HIGIENICAMENTE EMPACADOS) PARA AGILITAR SU PREPARACIÓN EN CASA?

CUADRO N° 7.- ACEPTACIÓN DE CUYES EMPACADOS Y LISTOS

ADQUISICIÓN	N ^a	%
SI	246	92
NO	20	8
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 7.- ACEPTACIÓN DE CUYES EMPACADOS Y LISTOS



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis:

En la actualidad la comodidad de adquirir un producto es favorable para cualquier empresario y en este caso el crear un producto novedoso con valores nutricionales altos, distribuido en cualquier tipo de despensa a un valor económicamente razonable aumenta la capacidad de compra del producto, así como también si es parte de la dieta familiar.

PREGUNTA 8. ¿EN QUE PRESENTACIÓN LE GUSTARÍA ADQUIRIR LA CARNE DE CUY?

CUADRO N° 8.- PRESENTACIÓN DE LA CARNE DE CUY

PRESENTACIÓN	Nº	%
Entero	151	57
En piezas	115	43
Otros	0	0
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 8.- PRESENTACIÓN DE LA CARNE DE CUY



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis

En gran parte la adquisición de producto entero facilita la determinación de realizar el plato fuerte que en este caso sería el asado de cuy que estéticamente las personas prefieren verlo completo tanto antes de prepararlo como después.

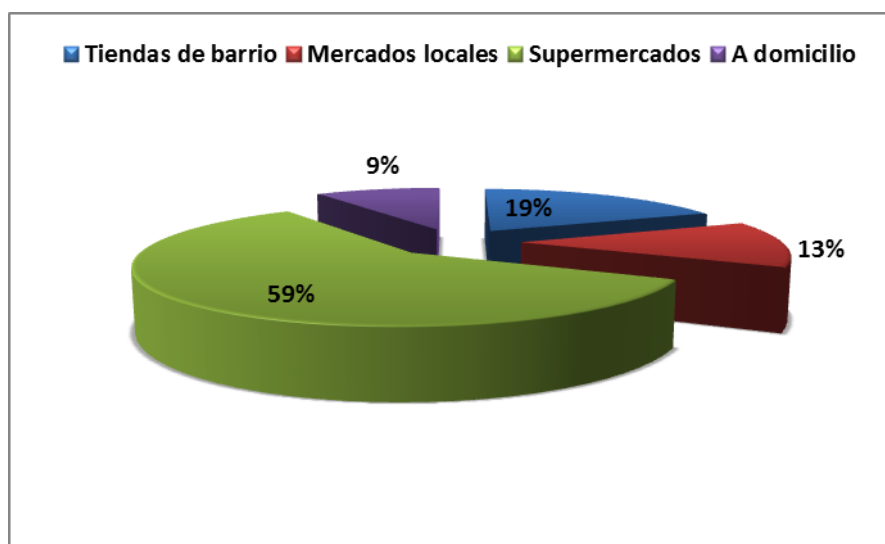
Al contrario de otras personas la facilidad de acceder a un producto totalmente listo y en proporciones correctas es un factor muy eficiente.

PREGUNTA 9. ¿EN QUE LUGAR CREE USTED QUE SE DEBE COMERCIALIZAR LA CARNE DE CUY?

CUADRO N° 9.- LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN

LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	N ^a	%
Tiendas de barrio	50	19
Mercados locales	35	13
Supermercados	156	59
A domicilio	25	9
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 9.- LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis:

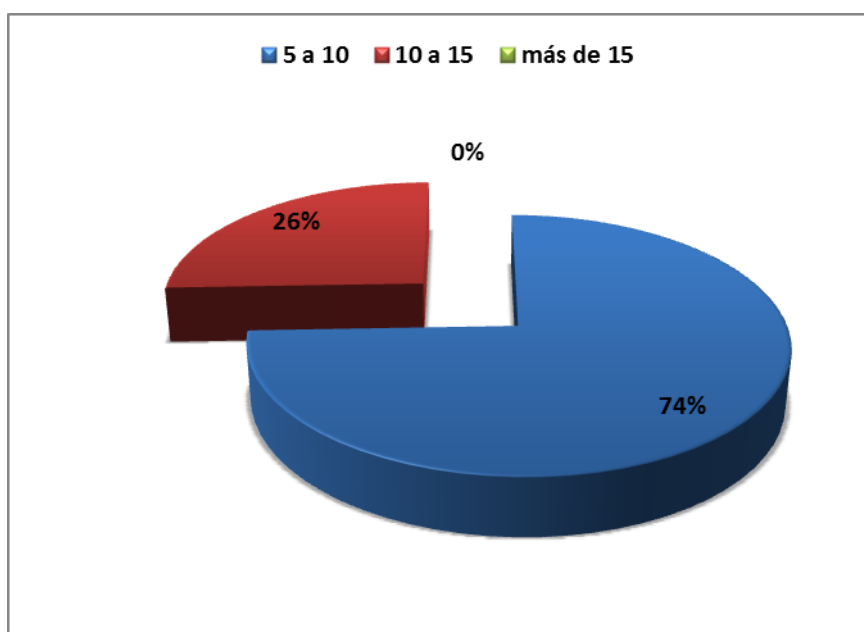
El lugar de adquisición del producto es importante en este caso los supermercados brindan la facilidad de proveer el producto y de cierta manera gran accesibilidad para el alcance del bolsillo del consumidor, por lo cual la población ha determinado tener preferencia en el lugar de distribución del producto sea los grandes supermercados.

PREGUNTA 10. ¿A QUE PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR ESTE PRODUCTO?

CUADRO N° 10.- PRECIO DE COMPRA

PRECIO	Nª	%
5 a 10	198	74
10 a 15	68	26
Más de 15	0	0
TOTAL	266	100

GRÁFICO N° 10.- PRECIO DE COMPRA



FUENTE: Encuesta Consumidores
AUTOR: La Autora

Análisis:

Así como el lugar de adquisición causó incomodidad, de igual manera el precio es similar, ya que lo principal en el consumidor es satisfacer su necesidad de encontrar un producto de calidad e higiene en su empaque, por lo cual el precio es considerado como un factor muy indispensable a la hora de adquirirlo.

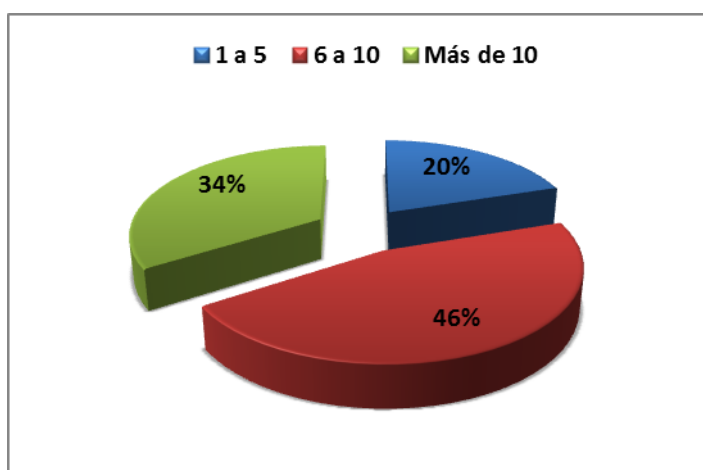
1.7.2 RESULTADO Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PRUCTORES DE CUYES DE LA PARROQUIA AYORA

PREGUNTA 1: ¿HACE QUÉ TIEMPO ESTÁ DEDICADO A ESTA ACTIVIDAD?

CUADRO N° 11.- TIEMPO DEDICADO A LA CRIANZA DE CUYES

Tiempo en años	Nº	%
1 a 5	10	20
6 a 10	23	46
Más de 10	17	34
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 11.- TIEMPO DEDICADO A LA CRIANZA DE CUYES



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

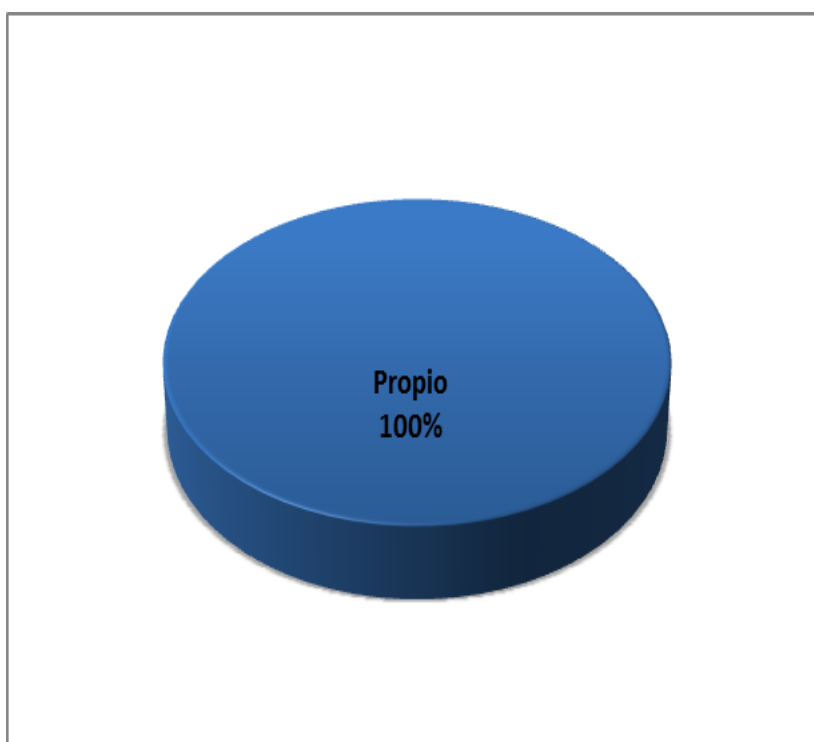
En realidad la crianza de cuyes se ha dado desde hace mucho más tiempo de lo especificado en el cuadro sin embargo esta actividad se la realizaba solo para una necesidad alimenticia familiar y no como fuente de comercialización. En la actualidad la crianza de cuyes de ha aumentado por ver el valor financiero que tiene tener su propio negocio y obtener un valor economico adicional para la familia.

PREGUNTA 2: ¿EL CRIADERO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ES?

CUADRO N° 12.- LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD

Lugar	Nº	%
Propio	50	100
Arrendado	0	0
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 12.- LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

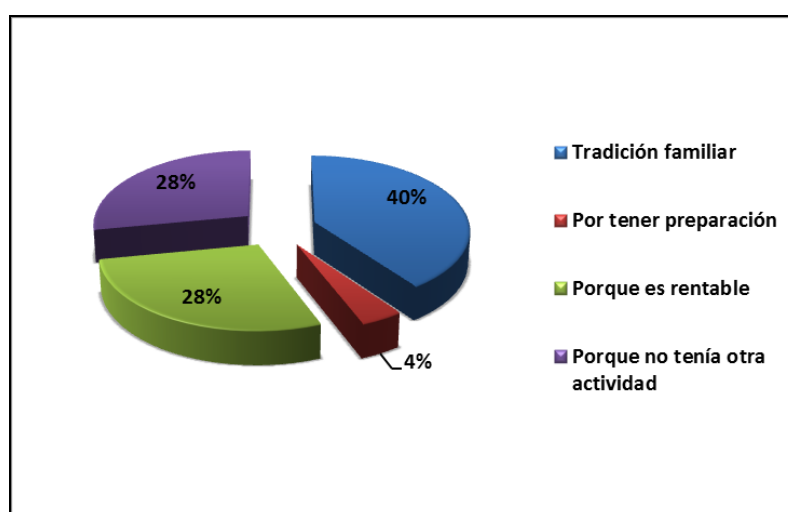
La totalidad de los productores de la parroquia ahora tienen su propio domicilio y propiedades lo que facilita realizar la actividad y no acceder a otros predios para realizarla. Por el contrario ayuda mucho ya que facilita y disminuye el precio del producto a la hora de venderlo.

PREGUNTA 3: ¿CUÁLES FUERON LOS MOTIVOS POR LOS QUE USTED DECIDIÓ INCURSIONAR EN ESTA ACTIVIDAD?

CUADRO N° 13.- MOTIVOS PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD

Motivo	Nº	%
Tradición familiar	20	40
Por tener preparación	2	4
Porque es rentable	14	28
Porque no tenía otra actividad	14	28
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 13.- MOTIVOS PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

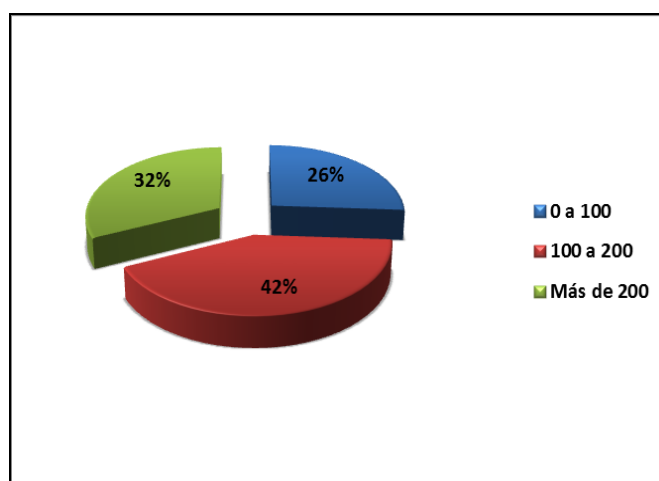
En realidad los motivos para realizar esta actividad en su mayoría es por tradición familiar que en transcurso de la vida se ha tomado como una forma rentable accediendo a un dinero extra para la familia y en ciertas ocasiones por motivo de desempleo buscó realizar esta actividad.

PREGUNTA 4: ¿CUÁL ES SU PRODUCCIÓN ANUAL?

CUADRO N° 14.- PRODUCCIÓN ANUAL

Cantidad	Nº	%
0 a 100	13	26
100 a 200	21	42
Más de 200	16	32
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 14.- PRODUCCIÓN ANUAL



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

Para los productores no ha sido tan difícil la producción de cuyes ya que este animal es de fácil crianza y la mayoría de madres reproductoras tienden a parir entre 3 y cuatro crías las cuales con la alimentación necesaria es de fácil crecimiento.

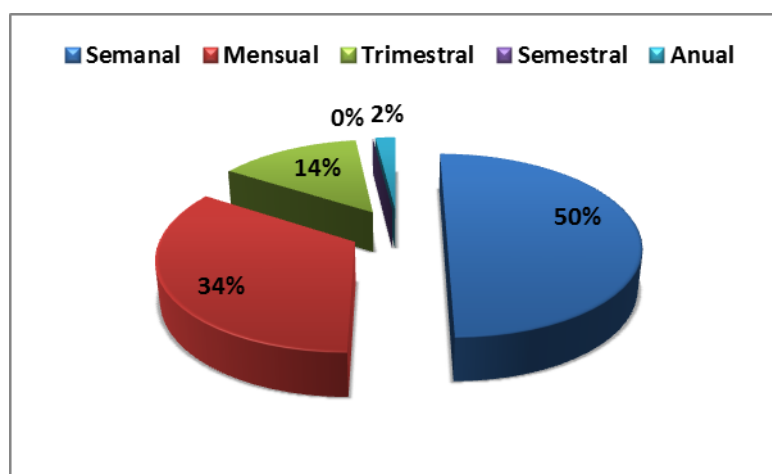
Sus crías al ser separadas y con la debida alimentación están listas para el consumo y venta.

PREGUNTA 5: ¿CADA QUE TIEMPO VENDE USTED SUS CUYES?

CUADRO N° 15.- TIEMPO DE VENTA

Tiempo	Nº	%
Semanal	25	50
Mensual	17	34
Trimestral	7	14
Semestral	0	0
Anual	1	2
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 15.- TIEMPO DE VENTA



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

Como la reproducción de cuyes es rápida debido a su genética es posible tener una producción semanalmente sin ningún problema ya que al ser separadas las crías a tiempo en diferentes fechas se obtiene una producción suficiente para vender y seguir obteniendo crías para cualquier necesidad sean grandes o pequeñas.

PREGUNTA 6: LA VENTA DE CUYES LA REALIZA A:

CUADRO N° 16.- FACTORES DE VENTA

Factores	N°	%
Personas Naturales	32	64
Empresas o negocios	18	36
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 16.- FACTORES DE VENTA



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

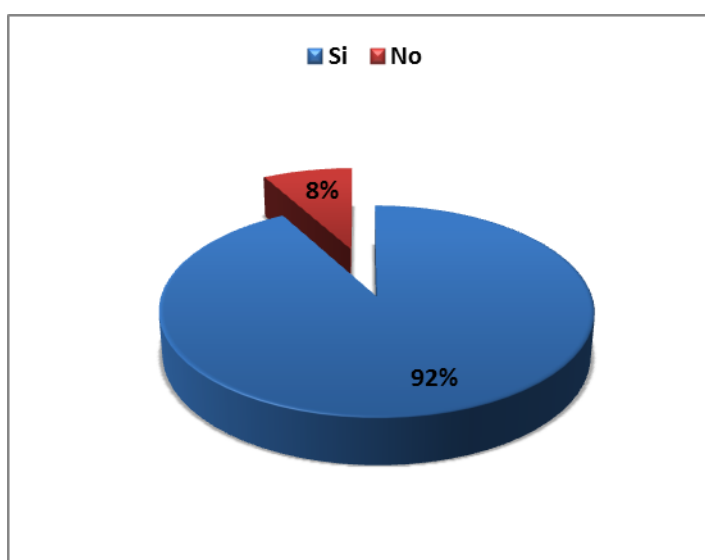
Una de las grandes ventajas que tenemos como pobladores de nuestra parroquia es que como costumbre para cualquier evento familiar o festivo es realizar una comida típica de la zona por lo cual es mas conveniente vender el producto en pie o vivo para realizar cualquier evento. Por el contrario la venta a empresas privadas es un poco difícil por que se debe entregar pelado y totalmente limpio para la venta directa con estas entidades.

PREGUNTA 7: ¿ESTARÍA DISPUESTO A VENDER SUS CUYES A UNA EMPRESA LOCAL?

CUADRO N° 17.- DECISIÓN DE VENDER A UNA NUEVA EMPRESA

Opinión	Nº	%
Si	46	92
No	4	8
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 17.- DECISIÓN DE VENDER A UNA NUEVA EMPRESA



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

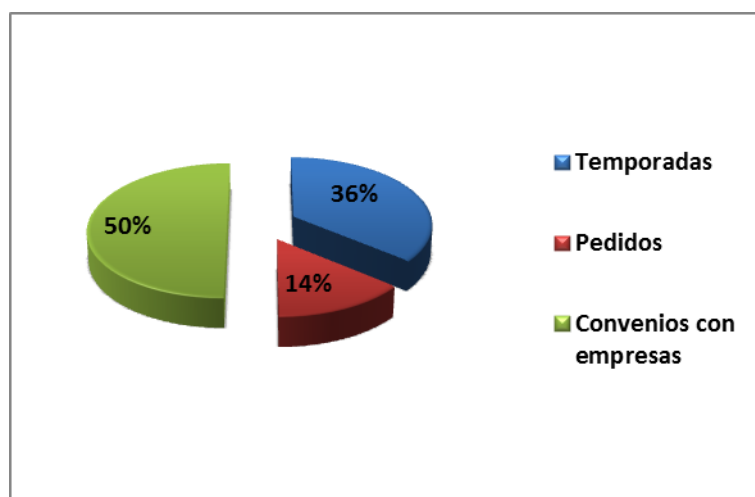
Como en cualquier circunstancia la ley de la demanda y oferta es la que resalta a la hora de la venta de la carne de cuy, por lo que los productores no tienen ninguna preferencia o inconveniente vender su producto a nuevas empresas y mucho mejor si son de la misma parroquia y siempre y cuando cumpla con las peticiones de los productores de cuyes.

PREGUNTA 8: ¿EN VASE A QUE ASPECTOS REALIZA LA PRODUCCIÓN?

CUADRO N° 18.- ASPECTOS DE PRODUCCIÓN

Aspectos	Nº	%
Temporadas	18	36
Pedidos	7	14
Convenios con empresas	25	50
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 18.- ASPECTOS DE PRODUCCIÓN



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

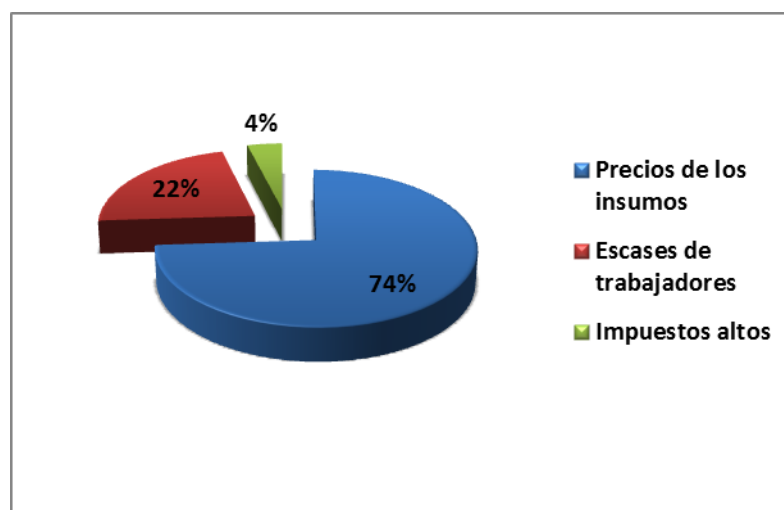
Para los productores es mucho mejor establecer un cupo seguro para vender su producto en este caso la mayoría de productores lo realizan mediante convenios, suele suceder por el precio que se incrementa al asegurar su venta. En ciertas ocasiones la temporada también es una gran ventaja para ellos ya sea por las fiestas locales o en cierto caso fiestas familiares donde son más apetecidas por los comensales.

PREGUNTA 9: ¿DE ACUERDO A SU CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA, QUÉ FACTORES AFECTAN A LA PRODUCCION DE CUYES?

CUADRO N° 19.- FACTORES QUE AFECTAN A LA PRODUCCIÓN

Factores	Nº	%
Precios de los insumos	37	74
Escasez de trabajadores	11	22
Impuestos altos	2	4
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 19.- FACTORES QUE AFECTAN A LA PRODUCCIÓN



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

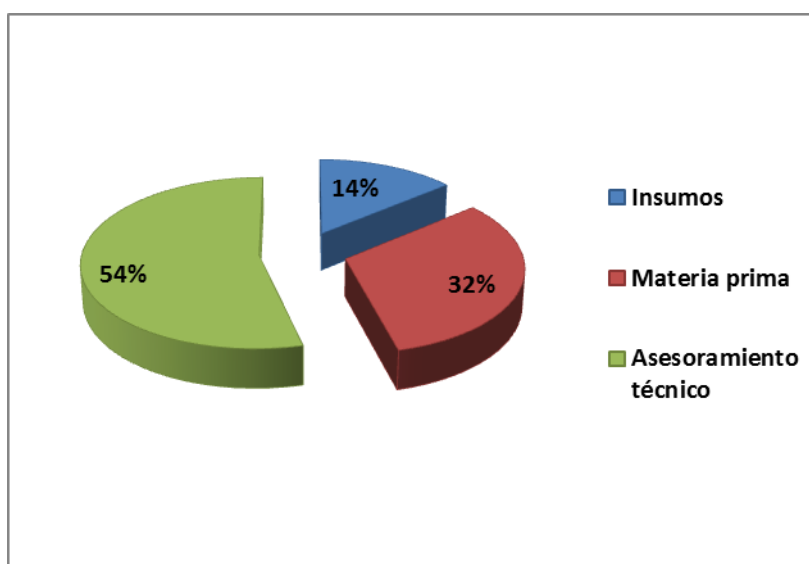
En realidad la crianza de cuyes no es tan facil, si es una crianza a base de balanceado los precios de este producto tiende a elevar su precio, pero si por el contrario la crianza de cuyes es a base de hierva se debe tener terreno y agua constante para tener una buena cantidad reserva de alimento caso contrario se perderia la producción y no se abastecería a ningun pedido.

PREGUNTA 10: ¿CÓMO PROPIETARIO DE SU NEGOCIO, QUE SUGIERE QUE SE TOMA EN CUENTA PARA INICIAR ESTA ACTIVIDAD?

CUADRO N° 20.- SUGERENCIA PARA UN NUEVO PRODUCTOR

Sugerencia	Nº	%
Insumos	7	14
Materia prima	16	32
Asesoramiento técnico	27	54
TOTAL	50	100

GRÁFICO N° 20.- SUGERENCIA PARA UN NUEVO PRODUCTOR



Fuente: Encuesta propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis:

En realidad el inconveniente más complicado es no tener conocimiento en asesoramiento técnico para el manejo y cuidado ya que en ciertos casos las crías nacen con enfermedades complicadas e infecciosas las cuales se pueden expandir a toda la producción y la única solución que se imparte por los productores es matar o aislar a la cría con la enfermedad.

1.8 MATRIZ AORR

Con los resultados de la información obtenida y la recopilación de información se procedió a construir la matriz AORR.

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Producción suficiente de cuyes. ❖ Talento humano capacitado. ❖ El nivel de competencia es muy baja empresarialmente. ❖ Disponibilidad de espacio físico. ❖ Asociación de pequeños productores. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Competencia desleal. ❖ Ferias de animales en el sector. ❖ Criadero de cuyes a base de balanceado. ❖ Disminución de la producción de cuyes dependiendo de la temporada. ❖ Contaminación ambiental
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Prestación de servicios por entidades financieras. ❖ Consumidores preferentes de la carne de cuy. ❖ Creación de fuentes de empleo. ❖ Aumento de ingresos económicos y mejoramiento del nivel de vida de sus habitantes. ❖ Incremento de la demanda de la carne de cuy. ❖ Conducir a la parroquia como un destino comercial. ❖ MAGAP. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Competencia ❖ Condiciones climáticas. ❖ Inestabilidad política y económica local y nacional. ❖ El poco interés por el consumo de la carne de cuy. ❖ Enfermedades contagiosas en el cuy.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: la autora

1.9 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Al realizar la investigación de campo en función de algunas variables investigativas de las cuales se obtuvo información, se puede concluir que el principal problema, en el contexto de la investigación es que no hay hábitos de consumo de la carne de cuy por parte de las personas y si lo hacen es en ocasiones especiales.

Este problema tiene orígenes o causas de entre las cuales podría citarse las siguientes: falta de capacitación de las personas en la crianza y comercialización de cuyes, no existe una actividad comercial que expenda la carne de cuy en diferentes lugares para que las personas lo consuman con mayor frecuencia.

Por lo tanto se considera importante solucionar este problema a través del proyecto cuyo nombre es: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EMPRESA

SÁNCHEZ, P. Z. (2011). EN SU LIBRO CONTABILIDAD GENERAL. (PÁG. 5). Expresa: “Empresa es todo ente contable cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que al ser vendidos producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general.”

Una empresa es un sistema con su entorno que materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial.

2.1.1. OBJETIVO

Para establecer los objetivos de nuestra empresa es necesario tomar en cuenta las siguientes características:

- Cuantificables
- Medibles
- Redactadas de forma breve, concisa y clara.
- Alcanzables
- Tener un responsable único
- Controlados periódicamente

2.1.2. IMPORTANCIA

Para cada una de las empresas se debe tener en cuenta:

- **El incremento constante de la productividad:** organización eficiente de los factores productivos.
- **Proveer de bienes a la sociedad:** incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes.

2.1.3. CLASIFICACIÓN

GARCÍA JULIO y CASANUEVA CRISTÓBAL, autores del libro "PRÁCTICAS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL", (Pág. 10) Manifiestan que las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

CUADRO N° 21.- CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

SEGÚN SU NATURALEZA	SEGÚN EL SECTOR A LA PROCEDENCIA DEL CAPITAL	SEGÚN LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL O NÚMERO DE SOCIOS
<p>Industriales: transforman en materias primas en nuevos productos.</p> <p>Comerciales: compra y venta de productos, productores y compradores.</p> <p>Servicios: Generación y venta de productos intangibles. (venta deservicios a la colectividad)</p>	<p>Públicas: el capital pertenece al sector público (estado).</p> <p>Privadas: el capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).</p> <p>Mixtas: el capital es público y privado (personas jurídicas).</p>	<p>Unipersonal: el capital es el aporte de una sola persona natural.</p> <p>Sociedades: aporte de capital por personas jurídicas o naturales.</p> <p>Sociedad de personas</p> <p>Sociedad de capital</p>

Fuente: Libro Prácticas de Gestión Empresarial
Elaborado por: La Autora

2.1.4. ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Se consideran elementos de la empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

- a) **El empresario:** Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa. No siempre coinciden la figura del empresario y la del propietario, puesto que se debe diferenciar el *director*, que administra la empresa, de los *accionistas y propietarios* que han arriesgado su dinero percibiendo por ello los beneficios.
- b) **Los trabajadores:** Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.
- c) **La tecnología:** Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).
- d) **Los proveedores:** Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

2.1.5. FINALIDAD DE LA EMPRESA

Para todas las empresas es indispensable tener bien claro los fines con que la empresa va a ser creada:

- **Fin económico:** generar bienes y servicios
- **Fin mercantil:** bienes y servicios destinados a la comercialización
- **Fin lucrativo:** obtención de ganancias

- **Responsabilidad económica social:** de los aportes de los socios solo se recupera si las empresas marchan bien.

Este hecho ayuda a determinar de manera clara su funcionamiento.

2.2. MISIÓN

Propósito de la Misión

- ❖ Es un indicador clave de cómo una organización visualiza las exigencias de su grupo de interés.
- ❖ Establece el contexto organizacional dentro del cual se realizaran las decisiones estratégicas.
- ❖ Proporciona a una organización el enfoque y dirección estratégica.
- ❖ Todas las decisiones estratégicas surgen de la misión.
- ❖ La misión debe estar orientada al consumidor en vez de establecer una definición orientada al producto.

2.3. VISIÓN

La visión describe lo que la organización habrá logrado en el futuro. Es decir, la visión establece lo que la organización aspira a ser, motiva el cambio, provee dirección, guía y energía.

Una visión bien elegida y una misión del negocio a largo plazo preparan a una compañía futuro.

2.4. ADMINISTRACIÓN

SERGIO HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ. (2008) EN SU LIBRO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, manifiestan: "Administración es Ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo corporativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que no se pueden lograr individualmente en los organismos sociales."

Dentro de las empresas es importante su administración para relacionar sus negocios, aplicar estrategias de comercialización, conocer el equipo de trabajo con que cuenta la empresa y desarrollarse en un ámbito laboral adecuado lo cual llevará a un éxito constante.

2.4.1. PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA

Las funciones o áreas de actividad de la empresa cumplen el papel de indicar dónde se aplican los esfuerzos, en qué campos trabajar, además resuelve el problema de cómo hacer las cosas o las tareas en cada una de estas áreas para lograr los objetivos predeterminados.

El proceso administrativo se define mediante las cuatro funciones: planificación, organización, dirección, control.

- a) PLANIFICACIÓN:** consiste en determinar las metas u objetivos a cumplir.
- b) ORGANIZACIÓN:** Es comprometer a 2 o más personas para el trabajo en equipo de manera estructurada, con el fin de alcanzar una serie de metas eficientes.
- c) DIRECCIÓN:** Dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a diferente tarea.
- d) CONTROL:** Destinada a comprobar el cumplimiento de los planes y corregir las posibles desviaciones d las actividades planificadas.

2.4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

Según HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 358; en su libro Administración / Un Enfoque Basado en Competencias, afirma: *“La Estructura organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones”*.

La estructura organizacional permite tener la organización de la empresa acorde a su cargo, área o responsabilidad reflejando trabajo continuo y ordenado para el mejoramiento de la empresa.

2.4.3. EL ORGANIGRAMA

Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.

Un organigrama permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informativo, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización.

Los organigramas pueden incluir los nombres de las personas que dirigen cada departamento o división de la entidad, para explicitar las relaciones jerárquicas y competencias vigentes.

2.5. EVALUADORES FINANCIEROS

Tiene como objeto demostrar el impacto de las inversiones monetarias sobre actividades productivas, para lo cual se realizaran diversos análisis de tipo financiero contable tomando en cuenta diversos factores económicos que influyen sobre los capitales en espera de rendimientos.

2.5.1. VAN (VALOR PRESENTE NETO)

Es un método que calcula el valor de un proyecto de inversión en valores actuales. A este valor se le resta la inversión inicial el valor así obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Según BACA, Gabriel. (2010) Pág. 182; en su libro Evaluación de Proyectos, menciona: *“El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”*.

El valor presente de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, o en otras palabras, es el equivalente en dólares actuales de todos los ingresos y egresos presente y futuros, que constituyen el proyecto.

FÓRMULA

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación de la inversión es un instrumento importante que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, facilitando así la decisión de invertir o no en dicho proyecto.

Según GITMAN, Laurence J. (2007) Pág. 354; en su libro Principios de Administración Financiera, manifiesta: *“El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo”.*

El Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

2.5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación, este punto también se denomina umbral de rentabilidad.

Según BACA, Gabriel. (2010) Pág. 148; en su libro Evaluación de Proyectos, menciona: *“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.*

El punto de equilibrio establece el número de productos o servicios que requiere el proyecto en su operación del año 1, para no tener ni pérdidas

ni ganancias es un supuesto de carácter lineal que funciona siempre que se cumplan los supuestos que sirven para estimar los ingresos y egresos.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}} \quad PEu = \frac{\text{Costo Total}}{PVu - CVu}$$

2.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos.

Según GITMAN, Laurence J. (2007) Pág. 359; en su libro Principios de Administración Financiera afirma: *“La tasa Interna de retorno es una técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”.*

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo, durante la vida útil del proyecto, conjuntamente con el VAN, nos permitirá la acertada toma de decisiones dentro de la ejecución del presente estudio de factibilidad.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

2.5.4. RELACIÓN COSTO-BENEFICIO

Costo Beneficio se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos.

Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja. La tasa de rendimiento nos permite determinar el beneficio que se ha obtenido en un periodo determinado de acuerdo a nuestros ingresos y egresos que se han proyectado en el flujo de caja determinando.

2.6. EL CUY

2.6.1. DEFINICIÓN

El cuy (cobayo o curí) es un mamífero roedor originario de la zona andina de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. El cuy constituye un producto alimenticio de alto valor nutricional que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos y que además se ha convertido en las últimas décadas en una carne requerida en el mercado nacional e internacional debido a su bajo nivel de grasas, además de su exquisito sabor.

Las ventajas de la crianza de cuyes incluye su calidad de especie herbívora, su ciclo reproductivo corto, la factibilidad de adaptación a diferentes ecosistemas y su alimentación versátil que utiliza insumos no competitivos con la alimentación de otro mono gástrico.

2.6.2. DESCRIPCIÓN ZOOLOGICA

En la escala zoológica se ubica al cuy dentro de la siguiente clasificación zoológica:

Orden: Rodentia
Suborden: Hystrycomorpha
Familia: Caviidae
Género: Cavia
Especie: Cavia aperea Erxleben
 Cavia aperea Lichtenstein
 Cavia cutleri King
 Cavia pocellus Linnaeus
 Cavia cobaya

2.6.3. FISIOLÓGÍA DEL CUY

En condiciones de salud perfecta. Los cuyes presentan en sus actividades vitales funcionamiento que se llama normal, relevado por signos vitales, que ahora se resumen en cuadro bastante objetivo:

CUADRO N° 22.- FISIOLÓGÍA DEL CUY

TIEMPO DE VIDA	
• Promedio	6 años
• Máximo	8 años
VIDA REPRODUCTIVA	
• Conviviente	18 meses
• Probable	4 años
SIGNOS VITALES	
• Tiempo rectal	38-39°C.
RESPIRACIÓN, FRECUENCIA	
• Rango promedio	82-90 respiraciones por minuto
• Mínimo	69 respiraciones por minuto
• Máximo	104 respiraciones por minuto
RITMO CARDIACO	
• Rango promedio	230-280 pulsaciones por minuto
• Mínimo	226 pulsaciones por minuto
• Máximo	400 pulsaciones por minuto
• Cromosomas	64 pulsaciones por minuto

Fuente: Libro Manual de Crianza Técnica de Cuyes

El cuerpo de la cobaya (cuy) es redondeado, de patas cortas. Tiene bigotes táctiles al igual que los roedores, sus ojos son pequeños y temerosos, sus orejas son finas pantalla de piel a cada lado de la cabeza. Puede llegar a pesar 2,500g, se estima como el máximo de la especie, pero por lo general no supera el 1,700g la forma de su cuerpo es alargado 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.

2.6.4. COMPOSICIÓN DE LA CARNE DE CUY

CUADRO N° 23.- COMPOSICIÓN DE LA CARNE DE CUY

	Agua (humedad)	Proteínas	Grasas	Carbohidratos	Minerales
CUY	70,6%	20,3%	7,8%	0,5%	0,8%

Fuente: Libro Manual de Crianza Técnica de Cuyes
Elaborado por: La Autora

Esta composición media de la carne de cuy proporciona un valor calorífico bajo, de 1,7 calorías por gramo.

Podría suponerse por esto que no es un alimento muy nutritivo, sin embargo, hay que tener en cuenta que su principal función es portar aminoácidos indispensables al organismo y que el valor biológico de las proteínas de la carne es muy grande. Se considera que sobrepasa en 30 a 50% de las proteínas vegetales.

Aún más, si comparamos la composición química de la carne de cuy con la de otras carnes, que habitualmente se consume, podemos notar la diferencia a favor del cuy.

La carne de cuy es rica en proteínas, contiene también minerales y vitaminas. El contenido de grasas aumenta con el engorde. La carne de cuy puede contribuir a cubrir los requerimientos de proteínas animales de

la familia. Su aporte de hierro es importante, particularmente en la alimentación de niños y madres.

El rendimiento promedio en carne de cuyes es de 65%. El 35% restante involucra las vísceras (26,5%), pelos (5,5%) y sangre (3,0%).

2.6.5. PROPIEDADES Y VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE CUY

La carne de cuy es utilizada en la alimentación como fuente importante de proteínas de origen animal; muy superior a otras especies, bajo contenido de grasas: colesterol y triglicéridos, alta presencia de ácidos grasos LINOLEICO y LINOLENICO esenciales para el ser humano que su presencia en otras carnes son bajísimas o casi inexistentes. Asimismo es una carne de de alta digestibilidad.



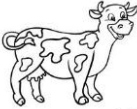
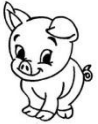

En los países de Perú, Colombia, Bolivia, el norte de Argentina y Ecuador, lo crían para consumo. Su carne es apreciada por sus dotes de:

- ❖ Suavidad
- ❖ Palatabilidad
- ❖ Calidad proteínica
- ❖ Digestibilidad

2.6.6. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Los productos sustitutos de la carne de cuy son toda clase de cárnicos:

CUADRO N° 24.- PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Animal	Fotografía	Valor Nutritivo
Conejo		40%
Pollo		28%
Res		19%
Cerdo		17%
Borrego		18%

Fuente: LIBRO CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES
Elaborado por: La Autora

2.6.7. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PRODUCTO

- Es un animal de hábitos nocturnos. Pues en la noche entrega por mucho tiempo a la quietud del sueño.
- Es sensible a bajas temperaturas pero mucho más a temperaturas elevadas, con su confort ideal oscila entre los 17 y 18°C.
- Es un animal muy húmedo pues su orina viene a ser aproximadamente el 10% de su peso vivo.
- Un cuy puede vivir aproximadamente 8 años pero lo general viven hasta los 6 años.
- Vida útil 18 meses.

2.7. CLASIFICACIÓN DE LOS CUYES

Existen cuatro variedades de cuyes conocidos en Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia y Ecuador.

- a) El **cuy silvestre** es de coloración gris, moros o ruanos de bajo crecimiento, no se adaptan fácilmente al cautiverio y mueren al poco tiempo ya que no consumen alimento en estas condiciones. Generalmente se encuentra en las sabanas, cerca de caños de agua para riego y en cultivos de trigo y cebada.
- b) El **cuy criollo** fue domesticado por los indios mucho antes del descubrimiento de América, y es utilizado como alimento desde esa época, hasta nuestros días.
- Es el animal que se explota en forma tradicional por el campesino, y posee características de bajos rendimientos productivos como escasas masas musculares, de cuerpo anguloso, cabeza y hocico alargado, baja prolificidad y se identifica por sus coloraciones oscuras; aunque en condiciones adecuadas de crianza (jaulas), se ha visto que mejoran sus rendimientos.
- c) El **cuy de laboratorio** es proveniente de líneas consanguíneas y se encuentra en centros experimentales. Sus características totalmente se transmiten invariablemente a los descendientes.
- Los más definidos son blancos despigmentados, son de tamaño pequeño, alargados en su cuerpo, hocico alargado, orejas pequeñas y de bajo crecimiento.
- d) Los **cuyes mejorados** son obtenidos por selección y por cruzamiento. Los cuyes mejorados se obtienen por selección con el objeto de mejorar características deseables como la precocidad y la prolificidad.

Existen: la línea peruana, seleccionada por precocidad, la línea andina seleccionada por el tamaño de camada y la línea inti por precocidad y corregida por su prolificidad. Generalmente es de ojos negros, con pelo liso de color bayo con blanco, puede presentar remolinos en la frente.

Los cuyes obtenidos por cruzamiento, son de líneas mestizas con las cuales se pretende mejorar el potencial genético existente en cada país, utilizando cuyes de líneas selectas.

En cuanto a las características externas, tanto las líneas obtenida por selección y por cruzamiento, son animales de cabeza redondeada, hocico achatado, las orejas pueden ser grandes o pequeñas, cuello y lomo musculoso y compacto, buenas masas musculares en brazos y piernas.

2.7.1. TIPOS DE CUYES

Cuando se habla de cuyes no se puede referir a razas debido a la diversidad de cruces que han tenido estos animales desde hace muchos años de manera incontrolada. Por eso los cuyes se han clasificado por tipos, tomando en cuenta características como el pelaje y la conformidad del cuerpo.

2.7.1.1. DE ACUERDO AL PELAJE :



Tipo 1: De pelo corto, lacio y pegado al cuerpo pudiendo presentar un remolino en el frente.

Este es uno de los tipos que presentan mejores características para producción de carne. Sus incrementos de peso son superiores a los de los tipos 3 y 4.



Tipo 2: De pelo lacio y corto pero dispuesto en forma de remolino o rosetas distribuidas en diferente grado por todo el cuerpo, lo que aumenta la apariencia del animal.

Tiene buenas características para producción de carne, pero su rendimiento es menor al tipo 1.



Tipo 3: De pelo largo, liso, pegado al cuerpo y distribuido en rosetas. No es recomendable para producción de carne debido a que la mayoría de nutrientes, los utiliza en el crecimiento de pelo.

El abultamiento de pelo en la región de los genitales dificulta el apareamiento.



Tipo 4: De pelo ensortijado o chiroso y de una rara apariencia. Al nacer presenta pelo ensortijado, el cual va perdiendo a medida que se va desarrollando, formándose un pelo áspero y erizado. Son de tamaño grande y abdomen abultado.

2.7.1.2. DE ACUERDO A LA CONFORMACION DEL CUERPO



Tipo A. Forma redondeada, cabeza corta y ancha, temperamento tranquilo. Son animales para la producción de carne que al cabo de tres meses alcanzan un peso ideal para el sacrificio.



Tipo B. Tienen forma angular, cabeza alargada, temperamento nervioso, bajo incremento de peso y baja conversión alimenticia. En este tipo se clasifican a los cuyes criollos existentes en nuestro país.

2.8. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

Para la producción de cuyes se desarrolla de dos maneras: crianza familiar y comercial, las cuales me permitiré explicar a continuación.

2.8.1. CRIANZA FAMILIAR

Desde épocas pasadas fue muy común realizar la crianza de cuy en el mismo hogar donde se ubicaba la cocina o a su vez el dormitorio, pues es un animal muy tranquilo el cual no afectaba la forma de vida del ser humano pero si la del animal en su reproducción normal.

Dentro de las cuales se ha demostrado algunas características:

- El manejo no adecuado, al estar al contacto con varios factores para la vida normal y reproductiva del cuy.
- La mala producción del animal en peso y estatura.
- La reproducción masiva de las hembras sin clasificación por edad y peso.
- El manejo y manipulación de cualquier persona al contacto con los animales.
- Su alimentación a base de desperdicios de la cocina y pasto del terreno.

La mayoría de familias productoras de cuyes exclusivamente lo hacen para su consumo personal.

2.8.2. CRIANZA COMERCIAL

Al momento de criar cuyes de manera comercial se lo hace con cierta técnica y preparación:

- La ubicación del animal en jaulas o galpones diseñados y aptos para su producción.
- La mano de obra adecuada y específica.
- El cuy obtiene su peso y talla correcta para su venta.
- Su alimentación a base de pasto (alfalfa) o balanceado específico para los cuyes.

El sistema de mantener una crianza comercial en el pasado no era tan común, pero en la actualidad como ya es un medio de ingresos extras para la familia se ha dedicado más tiempo y preparación, llegando a obtener utilidades mucho más altas de lo previsto.

2.9. COMERCIALIZACIÓN

Una de las etapas más complejas pero de la misma manera muy importante es la crianza y reproducción del animal (cuy), en cual existen

varios temas necesarios de conocer para nuestra empresa ya que no seré productora y que solo me dedicaré a la comercialización y transformación de la carne lista para nuestros consumidores.

En esta etapa ofertaré el producto de mejor calidad, cumpliendo normas higiénicas que respaldan el manejo y manipulación de la carne de cuy.

De entre estos factores se tomará en cuenta desde el inicio de la adquisición del cuy:

- Peso y tamaño de cuy al momento de la compra del animal vivo.
- Revisión y manipuleo en enfermedades posiblemente afectadas.
- Tiempo de vida del animal y en caso de ser hembra número de partos obtenidos.

Una vez realizados estos procesos daré inicio a la transformación de la carne, empackado al vacío y comercialización del producto.

2.9.1. MANIPULEO Y TRANSPORTE

Se debe tener en cuenta la higiene en el proceso, su transportación debe considerar todos los aspectos sanitarios necesarios ya sea que el animal este vivo o su transportación al momento de la entrega comercial.

2.9.2. MANIPULEO CUYES VIVOS

Hay que tener en cuenta que este tipo de animales suelen morder al momento de sujetarlos, por lo cual se debe sujetarlos por el cuello sin oprimir el estómago, se debe tomar en cuenta estos aspectos para no maltratar su carne.

Es necesario que su transportación sea en gavetas para no lastimarlo al animal.

2.9.3. SACRIFICIO

El faenamiento de los cuyes debe llevarse a cabo por una personal bien entrenada, ellos deben estar equipados higiénicamente, con mandiles apropiados, botas de caucho, guantes de caucho, etc., para evitar contaminar a las canales de alguna manera.

El área de matanza debe ser muy limpia y fácil de limpiar (baldosa o cerámica), el piso debe ser antideslizante, y fácil de desinfectar, así mismo las mesa, charolas, lavaderos, etc. Deben estar totalmente limpios antes de empezar un lote de faenamiento.

2.9.4. INMOVILIZACIÓN Y ATURDIMIENTO

Una manera de aturdir al animal es golpear la cabeza tras la nuca con un objeto contundente (un palo), el animal muere por el golpe, pero este método tiene el inconveniente de dejar hematomas lo que da una mala presentación.

También se puede aplastar la nariz contra el maxilar, este es un método más recomendable que el anterior, ya que no se produce hematomas visibles.

Un nuevo método es cortar la yugular del animal, de manera que no existe la posibilidad de que el animal no muera o quede semi-muerto, como en los casos anteriores, además se desangra totalmente de manera que queda el canal totalmente blanco como es apetecido por el consumidor.

2.9.5. PELADO

Tradicionalmente se pela introduciendo al cuy en un recipiente lleno de agua hirviendo de manera que el pelo del cuy se ablande y se fácil de arrancar, el pelado se termina raspando cuidadosamente la piel con un

cuchillo, cuidando de no producir heridas en la piel del animal muerto. Actualmente existen unas peladoras automáticas similares a las que se utiliza para pelar pollos.

2.9.6. ABERTURAS DEL ANIMAL

Se efectúa una incisión, con un cuchillo muy afilado, a lo largo del abdomen, comenzando debajo del ano hasta llegar bajo el esternón. Se debe tener cuidado de no cortar muy profundo, para no perforar los intestinos y las vísceras.

2.9.7. EVICERACIONES

Se abre el abdomen y se saca con las manos el estómago, el intestino, el bazo, la vejiga y la vesícula biliar. Hay que tener cuidado de no romper la bilis, pues esto daría mal sabor a la carne. El corazón, hígado y riñones se retiran por separado, o se dejan dentro de la canal, dependiendo de la modalidad de comercialización.

Finalmente se concluye retirando la parte anal y en el caso de los machos los genitales.

2.9.8. LAVADO

Terminada la evisceración, se lava el cuerpo con abundante agua, se elimina todo rastro de sangre y pelos

2.9.9. OREADO

Seguidamente se cuelga la canal de un gancho y se deja escurrir el agua durante 30 minutos aproximadamente.

2.9.10. REFRIGERACIÓN O CONGELACIÓN

Una vez seca el canal, se introduce al refrigerador a 4 – 5°C durante 24 – 36 horas, se recomienda vender la canal lo más rápido que sea posible, o se congela para una conservación más larga.

Con el proceso de faenamiento se abre el abanico de oportunidades para ofertar cuyes ya sean pelados, enteros o en cortes, lo que en un momento determinado será un valioso aporte para todos los productores, para de esa manera ofrecer cuyes a una gama de demandantes con diferentes características de requerimiento; como es el caso de a los supermercados.

El embalaje del cuy será en una bandeja el cual tendrá el cuy ya sea entero, medio o en partes según las personas lo requieran y estará cubierto con un plástico. El producto empaquetado será comercializado sin intermediarios.

2.10. PROCESAMIENTO DE LA CARNE PARA EL CONSUMIDOR

a) Envasado al vacío

Consiste en eliminar el aire del sistema y mantener la carne en envase al vacío. El envasado reduce la concentración de oxígeno en el entorno de los microorganismos.

b) Funciones de los embalajes

Es suministrar a los compradores productos cuyas propiedades higiénicas y nutritivas, así como cualidades organolépticas y características comerciales sean satisfactorias.

c) Films de empaquetado

El polietileno y polipropileno tienen buenas propiedades al vapor de agua y son permeables al oxígeno y al dióxido de carbono.

d) Refrigeración de la carne

La refrigeración se usa para reducir la velocidad de las transformaciones microbianas y bioquímicas, prolonga la vida útil del producto.

2.10. MANIPULEO PRODUCTO TERMINADO

Una vez terminado el proceso de empaquetado al vacío se determinará refrigerarlo al producto hasta el lugar de entrega, manteniendo el producto fresco.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado determinará el grado de factibilidad de creación de una empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, tomando como punto de mayor referencia la necesidad insatisfecha que se percibe en el mercado.

Para conocer aspectos importantes que intervienen en el proyecto se partió del planteamiento de objetivos que permitieron conocer la oferta y demanda actual del producto.

Una vez conocida esta oferta y demanda se puede proyectar los volúmenes de

Del producto que intervendrá en el mercado a lo largo del tiempo.

La carne de cuy es un producto que contiene valores nutricionales muy altos para el cuerpo humano en relación a la recuperación física de un paciente. Este producto motivará a las personas lo consuman de manera diaria, ya que será ofertado a través de los supermercados o al alcance de todas las tiendas de barrio del cantón Cayambe.

Cabe mencionar que este producto tiene datos históricos a nivel nacional, pero como es un nuevo estudio determinado solo para el Cantón Cayambe se tomó en cuenta a la competencia principal que en este caso es la asociación de productores de cuyes y que a su vez tienen su propio establecimiento de degustación del producto del cual de obtuvo la oferta histórica.

La demanda fue calculada en base al porcentaje de crecimiento de la población del Cantón Cayambe que corresponde a los datos proporcionados por el INEC.

Para atender la necesidad insatisfecha respecto del producto, se identificó los medios que ayudarán a comercializarlo y ganar mercado fiel que prefiera la calidad de nuestro producto.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. GENERAL

- Identificar el mercado adecuado para la comercialización de la carne de cuy empacada al vacío en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.

3.2.2. ESPECÍFICOS

- Determinar la oferta real de cuyes faenados existente en la Parroquia Ayora.
- Conocer los mecanismos de transporte, embalaje del producto en proceso de comercialización a nivel de cantón Cayambe.
- Establecer las estrategias de comercialización de cuyes faenados y empacados al vacío en el mercado cayambeño.
- Determinar el precio de la comercialización de cuyes faenados y empacados al vacío.

3.3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto principal del proyecto es la comercialización de la carne de cuy empacado al vacío.

La carne de cuy posee una fuente importante de proteínas; muy superior a otras especies, bajo contenido de grasas: colesterol y triglicéridos, alta presencia de ácidos grasos LINOLEICO y LINOLENICO esenciales

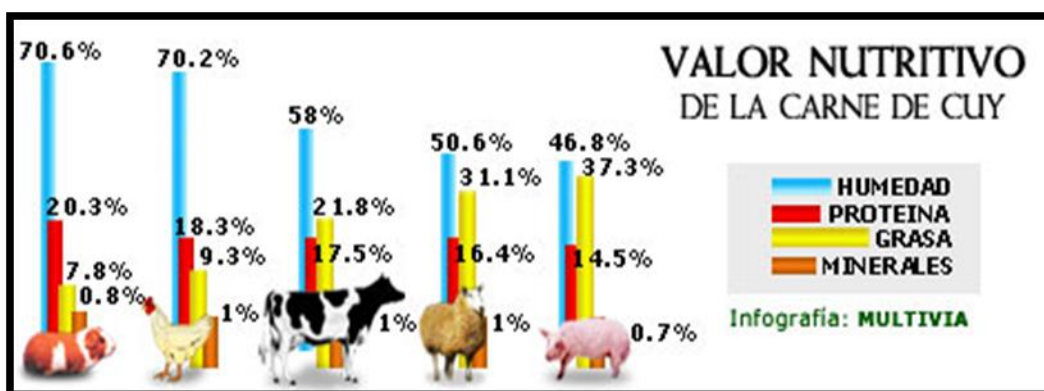
para el ser humano que su presencia en otras carnes son bajísimos o casi inexistentes.

En los países de Perú, Colombia, Bolivia, el norte de Argentina y Ecuador, lo crían para consumo. Su carne es apreciada por sus dotes de:

- Suavidad.
- Palatabilidad.
- Calidad proteica.
- Digestibilidad.

La carne de cuy es delgada, es decir con un porcentaje de grasa menor al 10%, con alto contenido de proteínas (20.3%), baja en contenidos de colesterol (65mg/100g) y sodio, por lo que es ideal para incluirla en una alimentación variada y equilibrada.

GRÁFICO N° 21.- VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE CUY



Fuente: Guía de Producción de Cuyes, Care Perú

Es una carne apta para todos los grupos poblacionales (niños, adolescentes, mujeres, deportistas, personas adultas y de la tercera edad) y en diversas situaciones fisiológicas, como por ejemplo el embarazo o la etapa de lactancia.

3.4. OFERTA

Por ser un proyecto dedicado específicamente para el cantón Cayambe, la población del estudio de la oferta según datos proporcionados por la Asociación de Mujeres Productoras de Cuyes de Cayambe es:

A continuación se describe a las productoras:

CUADRO N° 25.- POBLACIÓN DE PRODUCTORES DE CUYES

Provincia	Cantón	Cantidad de productoras
Pichincha	Cayambe	50
Total		50

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

APROCUYC es una agrupación de 50 mujeres campesinas e indígenas del Cantón de Cayambe, provincia de Pichincha en el Ecuador. Unidas en torno a la producción y comercialización de cuyes que han logrado conformar una organización sólida que reporta beneficios.

En beneficio y cercanía para la empresa se ha previsto que los anteriores mencionados sean quienes provean de cuyes en pie en una cantidad de 200 cuyes anuales por productor, los cuales llevarán en el tiempo acordado a la empresa donde serán debidamente procesados.

3.4.1. OFERTA ACTUAL

Para determinar la oferta actual para la empresa se determinó, tomar en cuenta la competencia, que en este caso son fuente potencial como materia prima. La competencia es de 50 productoras de las cuales mensualmente producen 833 cuyes en pie listos para su venta, de los cuales proyectados para un año sería de 10.000 cuyes, esta cantidad será el 100% de la materia prima de la empresa.

CUADRO N° 26.- OFERTA ACTUAL DE LA CARNE DE CUY

Proveedor	Producto	Nº de productores	Oferta Anual por Productor	Oferta Anual Total
APROCUYC	Cuy en pie	50	200	10000

Fuente: Investigación de Mercado (productores)

Elaborado por: La Autora

3.4.2. OFERTA POTENCIAL

Para la oferta potencial es de 10.000 cuyes anuales, que nos da como resultado la oferta anual dispuesta a adquirir la empresa "PATITAS DE CUY" para su procesamiento.

CUADRO N° 27.- OFERTA POTENCIAL DE LA CARNE DE CUY

Producto ofertado	Oferta Anual por Productor	Oferta Anual Total
Cuy	200	10.000

Fuente: Investigación de Mercado (productores)

Elaborado por: La Autora

3.4.3. OFERTA PROYECTADA

La oferta proyectada para la empresa en el año 2013 es de 10.000 cuyes que será multiplicado por el 0,14%, este porcentaje se determinó de la encuesta a los productores quienes toman en cuenta su aumento de producción dependiendo de sus pedidos, que para este caso dependerá la proyección para los 5 años consecutivos del proyecto.

CUADRO N° 28.- OFERTA PROYECTADA DE LA CARNE DE CUY

Producto ofertado	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Cuy	10000	11400	11688	11984	12287

Fuente: Investigación de Mercado (productores)

Elaborado por: La Autora

3.5. DEMANDA

Para determinar la demanda de la carne de cuy en el cantón Cayambe, se ha tomado como referencia la información directa de la investigación de campo realizada. Este porcentaje se ha determinado de la encuesta realizada a los consumidores en la aceptación que se dará a la carne de cuy al estar a disposición en los mercados locales del cantón.

3.5.1. DEMANDA ACTUAL

Para determinar la demanda anual de la empresa se ha tomado en cuenta la población activa económica del cantón Cayambe que actualmente se ubica en 50.829 habitantes que se dividirá para 4 que es el número total por familia (datos proporcionados por el INEC), dando como resultado 12207 familias para el año 2010.

Las 12207 familias serán multiplicadas por el 2.53% de crecimiento poblacional ubicado para el cantón Cayambe, según los registros oficiales del INEC, dentro de los 5 años siguientes, dando como resultado para el año 2013 con 13696 familias demandantes del producto.

CUADRO N° 29.- DEMANDA ACTUAL

Población	Población Económica Activa por familia	% de Aceptación (Pre. 3)	% Dispuesto a comprar(Pre. 7)	Total aceptación del producto	Total dispuestas a consumir el producto
Cayambe	13696	70%	92%	9587	8820

Fuente: Investigación de Mercado (productores)

Elaborado por: La Autora

3.5.2. DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial para la empresa está basada en el 92% (Pre. 7 encuesta consumidores) multiplicada por la población económica activa (13.696), dando un resultado de 12.601 demandantes potenciales.

CUADRO N° 30.- DEMANDA POTENCIAL

Producto ofertado	Población Económica Activa por familia	% Dispuesto a comprar(Pre. 7)	Demanda Anual
Cuy	13696	92%	12601

Fuente: Investigación de Mercado (productores)

Elaborado por: La Autora

3.5.3. DEMANDA PROYECTADA

Para el cálculo de la demanda se ha determinado a la demanda anual ubicada en 12601 familias multiplicada por tasa de crecimiento poblacional del cantón Cayambe que es del 2,53% proyectada para 5 años consecutivos. Datos proporcionados por el INEC.

CUADRO N° 31.- DEMANDA PROYECTADA

Producto ofertado	Demanda 2014	Demanda 2015	Demanda 2016	Demanda 2017	Demanda 2018
Cuy	12601	12919	13246	13581	13925

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

3.6. BALANCE (OFERTA-DEMANDA)

Para determinar la demanda insatisfecha se ha tomado en cuenta los datos obtenidos por **APROCUYC** en referencia a su oferta menos la demanda realizada en base a la población económica activa y su porcentaje de crecimiento poblacional.

CUADRO N° 32.- BALANCE OFERTA- DEMANDA

Producto ofertado	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
Carne de cuy			
2013	10000	12601	2601
2014	11400	12919	1519
2015	11688	13246	1558
2016	11984	13581	1597
2017	12287	13925	1638

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 33.- PARTICIPACION DEL PROYECTO DE LA
INSATISFECHA**

Producto ofertado	Demanda Insatisfecha	% de cobertura	Participación de la Demanda Insatisfecha
entero			
2013	2601	3%	78
2014	1519	3%	46
2015	1558	3%	47
2016	1597	3%	48
2017	1638	3%	49

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

3.7. PRECIOS

El precio referente a los 7 dólares es el precio estándar que existe en los mercados locales del cuy vivo; proyectado al 4,6% de inflación.

CUADRO N° 34.- PRECIOS PROYECTADOS

Producto ofertado	Precio estándar en el mercado	Precio 2014	Precio 2015	Precio 2016	Precio 2017	Precio 2018
Cuy	7	7,32	7,66	8,01	8,38	8,77

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

El precio para el mercado local deberá estar en relación a la transformación del producto.

3.8. PRECIOS DE COMERCIALIZACIÓN

Para determinar el precio de comercialización de la carne de cuy ya procesada hay que tomar su transformación y lo que implica estos gastos:

- La recepción del cuy en pie.
- Verificar el peso del cuy y sus condiciones en que se encuentra.
- Aturdimiento o muerte del cuy.
- Pelado y lavado.

- Evisceración y desangrado.
- Secado
- Empacado al vacío.
- Entre otros aspectos.

3.9. COMPETENCIA

A nivel del cantón Cayambe la competencia es en mínimos porcentajes ya que la comercialización de la carne de cuy es realizada a nivel de asaderos, restaurantes, ferias populares, hosterías que presentan esta carne en su menú temporalmente; pero la única competencia potencial es **APROCUYC** que tiene sus productoras y un asadero propio en la ciudad de Cayambe.

En referencia a APROCUYC a más de ser la competencia potencial es una gran ventaja para la empresa ya que en la encuesta realizada a las productoras determinaron la posibilidad de vender su producto a nuevas empresas que apoyen su trabajo y de alguna manera retribuyan económicamente su esfuerzo como productoras de cuyes.

3.10. COMERCIALIZACIÓN

3.10.1. Canales de Comercialización

En el cantón Cayambe la comercialización de la carne es muy frecuente en ciertas temporadas, una de ellas son sus fiestas a la cual acuden miles de turistas que degustan la carne de cuy, pero al contrario de adquirir este tipo de carne preparada la prefieren llevar y degustar con su familia.

En consecuencia, la empresa tendrá su propio local de distribución ubicado en el barrio Santa Rosa de Ayora en la Parroquia Ayora para el alcance de todos y un sector estratégico de la zona.

Para ello se aplicará las siguientes estrategias de comercialización:

3.10.2. Estrategias de Comercialización

Para el mejor conocimiento de nuestros consumidores la empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío se identificará como:

a) Producto

Nombre de la empresa: "Patitas de Cuy"

Slogan: *Un Antojito Diario*



PROPIEDADES NUTRITIVAS DE LA CARNE DE CUY

Como alimento, la carne de cuy es una valiosa fuente de proteínas, muy superior a otras carnes.

La carne de cuy tiene ventajas incomparables como alimento, por cuanto recientemente gracias a las investigaciones se ha descubierto en su composición sustancias vitales para el ser humano, adicionalmente a sus ventajas proteicas.

La carne del cuy es altamente nutritiva, altamente digestible, cero colesterol y delicioso; tiene alta presencia de sustancias esenciales para el ser humano el AA y el DHA, cabe resaltar que dichas sustancias el Ácido graso ARAQUIDONICO (AA) y Ácido graso

DOCOSAHEXAENOICO (DHA) no existe en otras carnes, estas sustancias son importantes para el desarrollo de NEURONAS (especialmente cerebrales), membranas celulares (protección contra agentes externos) y forman el cuerpo de los espermatozoides.

Ya que nos encontramos en la sociedad del conocimiento, el consumo de la carne de cuy nos ayuda a desarrollar las NEURONAS, que es muy importante en nuestra vida. Porque sabemos que la alimentación juega un papel importante en el desarrollo de las Neuronas, es por ello que es muy bueno consumir la carne de cuy.

b) Precio

Una vez realizado el proceso de costos de producción se determinará el precio del producto tomando en cuenta las exigencias y necesidad de nuestros consumidores.

Para el consumidor de la carne de cuy lo más importante es su calidad y aspectos nutritivos, los cuales están reflejados en el permiso sanitario y todos los aspectos regulativos.

c) Plaza

La comercialización del producto se realizará de manera directa al consumidor ya que se establecerá un local propio de la empresa en un lugar estratégico y al alcance de los consumidores.

d) Promoción

Como medio de promocionar el producto contrataré un espacio publicitario en la radio más prestigiosa del cantón, ofreciendo el producto

y sus ventajas nutritivas, así como también promociones de venta e iniciación de la empresa.

El gerente tendrá como objetivo:

- Realizar estrategias de comercialización
- Buscar nuevos mercados
- Realizar alianzas con hoteles, asaderos y lugares de expendio de la carne de cuy.

3.11. ENVASES Y EMBALAJES

En la actualidad la preservación de la salud y del medio ambiente es prioridad para la mayoría de las personas y como gran ventaja de las empresas para presentar su producto al público.

En vista de tanta normas o reglamentos con respecto a la higiene y manipulación de producto se ha determinado dos aspectos que serán utilizados en la distribución de la carne de cuy.

Envase, es un producto que puede estar fabricado en una gran cantidad de materiales y que sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o de venta.

Embalaje, es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

3.11.1. ENVASE AL VACÍO

La venta de carne empaquetada es consecuencia de los avances técnicos que se han logrado en la producción de películas de plástico y de la aparición de los supermercados como resultado del cambio de las circunstancias económicas. Con un alimento perecedero, como es la

carne, el envasado favorece el mantenimiento de la frescura del producto durante largos periodos de tiempo.

3.11.2. VENTAJA DE LA CARNE ENVASADA AL VACÍO

La función del envase es mantener la calidad natural del producto a través del flujo comercial que concluye en el consumo por parte del cliente o vida útil y esta depende de la manera de cómo éste se comercializa.

La selección del sistema de envasado específico está definido por el volumen de producción requerido, la naturaleza del producto, la necesidad de un equipo versátil que sea capaz de envasar productos diferentes, el tamaño y la forma del producto, el costo y las necesidades específicas del mercado.

Para la empresa, es la mejor garantía para la entrega del producto al consumidor por sus ventajas higiénicas y frescura del producto antes de consumirlo.

3.11.3. EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE ENVASES

BANDEJAS DE ESPUMA FLEX

- ❖ EMPRESA AJOVER, Santa Fe Bogotá ATP 4911. Tel. 22360-600
- ❖ EMPRESA PESA, km 8 Vía Daule-Guayaquil. Tel. 042250-332

BANDEJAS DE ALUMINIO

- ❖ EMPRESA ALUMINIO NACIONAL S.A. Cali-Colombia apartado 6608
- ❖ EMPRESA QUALI MOLDES Guayaquil-Ecuador Tel. 042891-883

BANDEJAS DE PLÁSTICO

- ❖ EMPRESA ZIPLOC Guayaquil. Tel. 04228077

❖ EMPRESA EMPAFILM. Guayaquil. Tel. 02282-799

MÁQUINA EMPACADORA AL VACÍO

❖ ASTIMEC S.A. EMPRESA FABRICANTE DE MAQUINARIA INDUSTRIAL Quito - Ecuador. Teléfonos: (593 2) 229-9817 / 229-4514.

❖ CORIMPORTMAQ AV. DIEGO DE V´SQUEZ Y AV. OCCIDENTAL, LOTE 130, EDIF. RAFAEL, 2º PISO, SECTOR CARCELÉN, QUITO-ECUADOR.

3.12. CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio de mercado se determinó que la demanda de cuyes en el cantón Cayambe es muy alta debido a su alta demanda en diferentes temporadas y una constancia diaria de su consumo.
- Su producción es alta ya que la asociación de cuyes existentes en el cantón Cayambe produce alrededor de 200 cuyes anuales por productor pero su comercialización es baja con respecto a su producción.
- Para cierto porcentaje de productoras es conveniente su venta a nuevas empresas los cuales manejen su comercialización del producto y produzca utilidades en su negocio familiar.
- Una vez realizado el estudio de mercado se determinó que es factible la creación de una empresa en la zona que cumpla con todos estos requerimientos.
- En vista de todos aspectos investigados se determinó realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CUY EMPACADA AL VACÍO EN LA PARROQUIA AYORA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. NOMBRE DEL PROYECTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CUY EMPACADA AL VACÍO.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubrir las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyendo a minimizar los costos de inversión.

4.2.1. MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto está ubicado en la República del Ecuador, Provincia de Pichincha, Cantón Cayambe, Parroquia Ayora.

PROVINCIA DE PICHINCHA

La Provincia de Pichincha se encuentra ubicada al norte del país, en la zona geográfica conocida como sierra. Forma parte de la Región Centro Norte a la que también pertenecen las provincias de Napo y Orellana, con excepción del distrito Metropolitano de Quito. Es el mayor centro administrativo, financiero y comercial del Ecuador, pues es sede de casi todos los organismos gubernamentales, bancos y empresa más grandes del país.

ILUSTRACIÓN N° 1.- MAPA DEL ECUADOR



Fuente: www.mundoecuador.com

CAYAMBE

El Cantón Cayambe es uno de los ocho cantones de la Provincia de Pichincha. Se ubica al noreste de ella y cuenta con una superficie de 1182 km². Está conformado por ocho parroquias, tres urbanas y cinco rurales. Cayambe es a su vez la cabecera cantonal; lugar donde se agrupa gran parte de su población total.

ILUSTRACIÓN N° 2.- MAPA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA



Fuente: <http://www.pichincha.gob.ec/>

4.2.2. MICROLOCALIZACIÓN

El proyecto está ubicado en el cantón Cayambe, Parroquia Ayora la cual se encuentra situada al norte de la ciudad de Cayambe que comprende desde el Instituto Nelson Torres hasta llegar a la calle Imbabura.

PARROQUIA AYORA

La Parroquia Ayora, está ubicada en un sector estratégico de la ciudad donde ayuda a que la población empiece a dedicarse a otra actividad que no sea la agricultura o como trabajadores en las floricultoras existentes en la zona, sino mas bien a fomentar empleo entre la misma gente del sector con la iniciativa de implementar una empresa dedicada a la comercialización de carne de cuy empacada al vacío.

ILUSITRACIÓN N° 3.- PARROQUIA AYORA



Fuente: <https://maps.google.com.ec> (vista satelital)

4.3. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La Empresa “Patitas de Cuy” estará ubicada en el barrio Santa Rosa de Ayora al norte de la Parroquia beneficiaría del proyecto.

BARRIO SANTA ROSA DE AYORA

El Barrio Santa Rosa de Ayora es uno de los barrios antiguos y promotores de la parroquia Ayora, impulsores de emprendimientos productivos entre familias, así como también el trabajo conjunto.

Su mayor fuente de trabajo es sus campos y la ventaja de acceder a canales de agua de riego para cualquier clase de cultivos, además de su dedicación a la ganadería, agricultura y crianza de animales domésticos que son fuente de ingresos extras para sus familias.

4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO








Empresa comercializadora de carne de cuy empacado al vacío; corresponde a la transformación y comercialización de la carne de cuy, la cual constará con equipos y materiales apropiados para realizar los procesos de industrialización de la carne de cuy.

La empresa dispondrá de espacio necesario para la ejecución satisfactoria de todas las operaciones con ambientes independientes y específicos para el faenamiento de los animales.

Contará con las áreas y secciones que cumplan las especificaciones técnicas y serán construidos con las siguientes características:

- a) Serán de material noble, con el fin de evitar su fácil deterioro.
- b) Los pisos y las paredes serán impermeables, resistentes y de fácil limpieza e higienización.
- c) El mesón de trabajo será estará revestida de mosaico, mayólica, mármol u otro material impermeable no contaminante.

4.4.1. FLUJOGRAMAS DEL PROCESO

Símbolo	Tarea	Significado
	Inicio o fin	Se utiliza para dar inicio y finalización de las actividades del proceso productivo.
	Operación	Se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	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 presentan generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento	Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Decisión	Es tomar la decisión de continuar con el proceso o regresar a una etapa anterior.

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO Minutos
	Recepción y pesaje del cuy	2
	Control de calidad	3
	Sacrificio del cuy	3
	Pelado y escalado	25
	Eviscerado y lavado	10
	Desangrado	5
	Secado	3
	Empacado	5
	Embasado al vacío	3
	Etiquetado	1
	Verificación y control	2
	Almacenamiento	5
		<u>5</u> 67 MINUTOS

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio de Mercado

4.5. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

El presupuesto del proyecto ha permitido conocer el monto en dólares que representa el proyecto para la puesta en marcha.

Para lo cual se detalla lo siguiente:

4.5.1. INVERSIÓN FIJA

Muebles y Enseres

Para la inversión del proyecto se ha visto necesario adquirir ciertos bienes que ayudarán al desarrollo de la empresa los cuales se dan a conocer a continuación:

CUADRO N° 35.- MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARCHIVADOR	1	60,00	60,00
ESCRITORIO	2	200,00	400,00
SILLAS	5	35,00	175,00
TOTAL			635,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.5.2. Equipo de Computación

Para el equipo de computación se realizará la siguiente compra:

CUADRO N° 36.- EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADOR	2	500,00	1000,00
IMPRESORA	1	150,00	150,00
TOTAL			1150,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.5.3. Maquinaria y Equipo de Producción

Para la producción de la carne de cuy se necesitará del siguiente equipo de producción:

CUADRO N° 37.- MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COCINA INDUSTRIAL	3	300,00	900,00
MAQUINA EMPACADORA	2	1600,00	3200,00
FRIGORIFICO PUERTAS	3 4	860,00	3440,00
TOTAL			7390,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.5.4. Gastos de Constitución

Los gastos de constitución corresponden a los permisos y trámites correspondientes de la empresa.

CUADRO N° 38.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PATENTE BOMBEROS Y	1	20,00	20,00
REGISTRO SANITARIO	1	50,00	50,00
RUC	1	50,00	50,00
ADECUACIONES			1650,00
TOTAL			1770,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.5.5. Menaje de Producción

El menaje de producción es de acuerdo a la utilización del equipo de producción de la carne de cuy.

CUADRO N° 39.- MENAJE DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
BANDEJAS	10	5,00	50,00
OLLAS	5	25,00	125,00
RECIPIENTES	10	3,00	30,00
CUCHILLOS	10	3,50	35,00
TOTAL			240,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.5.6. Vehículo

El vehículo es del año 2000 en perfectas condiciones y está evaluado en \$ 9.000,00 dólares.

CUADRO N° 40.- VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CAMIONETA CHEVROLET Año 2000	1	9000,00	9000,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6. COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.6.1. Materia Prima Directa

La materia directa está dada por los cuyes vivos adquiridos por la asociación de productores de cuyes del Cantón.

CUADRO N° 41.- MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL 2013	TOTAL 2014
COMPRA DE CUY EN PIE (VIVO)	833	7,00	5.833	70.000	73.220

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.1.1.1. Materia Prima Directa Proyectada

La materia prima directa está proyectada por el 4,6% de la inflación.

CUADRO N° 42.- MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
COMPRA DE CUY EN PIE (VIVO)	73.220	76.588	80.111	83.796	87.651

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.2. Materia Prima Indirecta

La materia prima indirecta está dada por bandejas de espuma flex, plástico adhesivo y etiquetas.

CUADRO N° 43.- MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
BANDEJAS ESPUMA FLEX	833	0,20	166,60	1999,20
PLASTICO (PAQUETES)	1	8,00	8,00	96,00
ETIQUETAS	833	0,15	124,95	1499,40
TOTAL			299,55	3594,60

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.2.1.1. Materia Prima Indirecta Proyectada

La materia prima indirecta está proyectada por el 4,6% que es en base a la inflación.

CUADRO N° 44.- MATERIA PRIMA INDIRECTA PROYECTADA

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Materia prima indirecta	3759,95	3932,91	4113,82	4303,06	4501,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

4.6.3. Sueldos Históricos

Para determinar el porcentaje de variación de los sueldos se estableció en base a los sueldos históricos.

CUADRO N° 45.- SUELDOS HISTÓRICOS

Año	Sueldo Básico	variación %
2008	200,00	
2009	218,00	0,09
2010	240,00	0,10
2011	264,00	0,10
2012	292,00	0,11
2013	318,00	0,09
Suma Variaciones		0,49
Promedio Variación. %		0,097

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

4.6.4. Mano de Obra

La mano de obra está determinada por el proceso de producción a ser utilizado.

CUADRO N° 46.- MANO DE OBRA

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	TOTAL 2014
PRODUCCIÓN					
OPERARIOS	3	318,00	954,00	11.448,00	12.560,79
ADMINISTRACIÓN					
GERENTE	1	400,00	400,00	4.800,00	5.266,58
CONTADOR	1	370,00	370,00	4.440,00	4.871,58
TOTAL SUELDOS			1.724,00	20.688,00	22.698,95

Elaborado por: La Autora

4.6.4.1.1. Mano de Obra Proyectada

CUADRO N° 47.- MANO DE OBRA PROYECTADA

CARGO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
PRODUCCIÓN					
OPERARIOS	12.560,79	13.781,75	15.121,38	16.591,24	18.203,97
ADMINISTRACIÓN					
GERENTE	5.266,58	5.778,51	6.340,20	6.956,50	7.632,69
CONTADOR	4.871,58	5.345,12	5.864,69	6.434,76	7.060,24
TOTAL SUELDOS	22.698,95	24.905,38	27.326,28	29.982,49	32.896,91

Elaborado por: La Autora

4.6.4.1.2. Rol de Pagos de la Empresa

A continuación se detalla los sueldos básicos incluidos los beneficios de ley.

CUADRO N° 48.-ROL DE PAGOS GERENTE

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
SUELDO	5.266,58	5.778,51	6.340,20	6.956,50	7.632,69
DECIMO TERCERO	438,88	481,54	528,35	579,71	636,06
DECIMO CUARTO	348,91	382,83	420,04	460,87	505,67
APORTE PATRONAL IESS	639,89	702,09	770,33	845,21	927,37
VACACIONES	219,44	240,77	264,18	289,85	318,03
FONDOS DE RESERVA	0,00	481,54	528,35	579,71	636,06
TOTAL	6.913,70	8.067,28	8.851,45	9.711,85	10.655,88

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 49.- ROL DE PAGOS CONTADOR

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
SUELDO	4.871,58	5.345,12	5.864,69	6.434,76	7.060,24
DECIMO TERCERO	405,97	445,43	488,72	536,23	588,35
DECIMO CUARTO	348,91	382,83	420,04	460,87	505,67
APORTE PATRONAL IESS	591,90	649,43	712,56	781,82	857,82
VACACIONES	202,98	222,71	244,36	268,11	294,18
FONDOS DE RESERVA	0,00	445,43	488,72	536,23	588,35
TOTAL	6.421,34	7.490,95	8.219,10	9.018,02	9.894,61

Elaborado por: La Autora

Rol e Pagos operarios

CUADRO N° 50.- ROL DE PAGOS OPERARIOS (3)

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
SUELDO	12.560,79	13.781,75	15.121,38	16.591,24	18.203,97
DECIMO TERCERO	1.046,73	1.148,48	1.260,12	1.382,60	1.517,00
DECIMO CUARTO	1.046,73	1.148,48	1.260,12	1.382,60	1.517,00
APORTE PATRONAL IESS	1.526,14	1.674,48	1.837,25	2.015,84	2.211,78
VACACIONES	523,37	574,24	630,06	691,30	758,50
FONDOS DE RESERVA	0,00	1.148,48	1.260,12	1.382,60	1.517,00
TOTAL	16.703,76	19.475,90	21.369,04	23.446,19	25.725,25

Elaborado por: La Autora

4.6.5. Suministros de Oficina

Los suministros de oficina están considerados para un mes.

CUADRO N° 51.- SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RESMA DE PAPEL	1	3,85	3,85
ESFEROS	5	0,30	1,50
LÁPICES	5	0,25	1,25
CARPETA ARCHIVADOR	5	2,30	11,50
PERFORADORA	1	2,75	2,75
GRAPADORA	1	1,10	1,10
			21,95

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.6. Equipo de Oficina

CUADRO N° 52.- EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELEFONO	1	20,00	200,00
CALCULADORA	1	12,00	12,00
TOTAL			212,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

Se ha previsto adquirir un teléfono que ayudará como medio de comunicación directa con el cliente y pedidos a domicilio en ciertas ocasiones.

4.6.7. Servicios Básicos

Los servicios básicos están determinados en base a la producción.

CUADRO N° 53.- SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LUZ	1	250	250,00
AGUA	1	300	300,00
TELEFONO	1	80	80,00
GAS INDUSTRIAL	3	22	66,00
INTERNET	1	25	25,00
TOTAL			721,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.8. Publicidad

La publicidad está proporcionada en base al costo de la cuña radial estándar en las radios del cantón.

CUADRO N° 54.- PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑO 2013
CUÑA RADIAL	1	8	8,00	96
TOTAL			8,00	96

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.9. Suministros de Aseo

Los suministros de aseo se determinaron de acuerdo al requerimiento que tiene la empresa.

CUADRO N° 55.- SUMINISTROS DE ASEO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCOBAS	2	2,50	5,00
TRAPEADORES	2	3,00	6,00
PALAS	2	1,25	2,50
DESINFECTANTES	2	3,50	7,00
TOTAL			20,50

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

4.6.10. Arriendo

El contrato de arriendo está determinado de acuerdo al convenio con el arrendatario.

CUADRO N° 56.- ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARRIENDO	1	500	500,00
TOTAL			500,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

El cuadro de distribución de porcentajes está determinado de acuerdo al uso de producción y su utilización.

CUADRO N° 57.- DISTRIBUCIÓN DE PORCENTAJES

Descripción	Suministros de Aseo	Suministros de oficina	Servicios básicos	Publicidad	Arriendo
Producción	60%		60%		
Administración	20%	100%	20%		100%
Comercialización	20%		20%	100%	
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 58.- DISTRIBUCIÓN DE PORCENTAJES

Descripción	Suministros de Aseo y Limpieza	Suministros de oficina	Servicios básicos	Publicidad	Arriendo
Producción	154,39		5.430,00		
Administración	51,46	275,52	1.810,00		6276
Comercialización	51,46		1.810,00	100,42	
Total	257,32	275,52	9.049,99	100,42	6.276,00

Elaborado por: La Autora

Distribución Proyectada

La distribución proyectada es referente al 4,6% de la inflación.

CUADRO N° 59.- DISTRIBUCIÓN PROYECTADA

Descripción	Suministros de Aseo y Limpieza	Suministros de oficina	Servicios básicos	Publicidad	Arriendo
Producción	154,39		5.430,00		
Administración	51,46	275,52	1.810,00		6276
Comercialización	51,46		1.810,00	100,42	
Total	257,32	275,52	9.049,99	100,42	6.276,00

Elaborado por: La Autora

4.7. CAPITAL DE TRABAJO

Para la determinación del capital de trabajo se determinará un mes, esto de acuerdo a la producción y comercialización de la carne de cuy.

CUADRO N° 60.- CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	6.101,67	73.220,00
Mano de Obra Directa	1.391,98	16.703,76
Costos Indirectos de Fabricación		
Materia prima indirecta	313,45	3.761,42
Suministros de Aseo y Limpieza	12,87	154,39
Servicios Básicos	452,50	5.430,00
Depreciación maquinaria y equipo	61,58	739,00
Costo de Producción	8.334,05	100.008,56
Administración		
Sueldo Gerente	438,88	5.266,58
Sueldo Contador	405,97	4.871,58
Suministros de Aseo y Limpieza	4,29	51,46
Suministros de oficina	22,96	275,52
Servicios Básicos	150,83	1.810,00
Arriendo	6.276,00	6.276,00
Comercialización		
Servicios Básicos	4,29	1.810,00
Suministros de Aseo y Limpieza	4,29	51,46
Publicidad	8,37	100,42
Subtotal	15.649,92	120.521,58
Imprevistos 5%	782,50	6.026,08
TOTAL	16.432,42	126.547,66

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El estudio realizado genera como resultado en el presente proyecto la inversión de \$ **36.649,42** dólares que será detallada a continuación:

5.1.1. Inversión fija

CUADRO N° 61.- INVERSIÓN FIJA

DETALLE	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIPOS PRODUCCIÓN	7.390,00
MENAJE DE PRODUCCIÓN	290,00
MUEBLES Y ENSERES	635,00
EQUIPO DE OFICINA	32,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.150,00
VEHICULO	9.000,00
TOTAL	18.497,00

Fuente: Estudio Técnico 2013

Elaborado por: La Autora

Dentro de la inversión fija se detalla cada uno de sus valores en forma genera.

5.1.2. Inversión Diferida

La inversión diferida o gastos de constitución se detallan a continuación:

CUADRO N° 62.- INVERSIÓN DIFERIDA

DETALLE	VALOR
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1720,00
TOTAL	1720,00

Fuente: Estudio Técnico 2013

Elaborado por: La Autora

5.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo está calculado para un mes pero cambiará cada año ya sea por elevación de la materia prima, salarios, disposiciones legales entre otros.

Para lo cual se detallara a continuación cada aspecto utilizado para el proyecto.

CUADRO N° 63.- CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	6.101,67	73.220,00
Mano de Obra Directa	1.391,98	16.703,76
Costos Indirectos de Fabricación		
Materia prima indirecta	313,45	3.761,42
Suministros de Aseo y Limpieza	12,87	154,39
Servicios Básicos	452,50	5.430,00
Depreciación maquinaria y equipo	61,58	739,00
Costo de Producción	8.334,05	100.008,56
Administración		
Sueldo Gerente	438,88	5.266,58
Sueldo Contador	405,97	4.871,58
Suministros de Aseo y Limpieza	4,29	51,46
Suministros de oficina	22,96	275,52
Servicios Básicos	150,83	1.810,00
Arriendo	6.276,00	6.276,00
Comercialización		
Servicios Básicos	4,29	1.810,00
Suministros de Aseo y Limpieza	4,29	51,46
Publicidad	8,37	100,42
Subtotal	15.649,92	120.521,58
Imprevistos 5%	782,50	6.026,08
TOTAL	16.432,42	126.547,66

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.1.4. Inversión Total

La inversión total del proyecto es de 36.649,42 que se detalla en inversión fija, diferida y capital de trabajo.

CUADRO N° 64.- INVERSIÓN TOTAL

Descripción	Valor
Inversión Fija	18.497,00
Inversión Diferida	1.720,00
Capital de Trabajo	16.432,42
Total de la Inversión	36.649,42

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.2. INGRESO POR VENTAS

5.2.1. Ingresos Proyectados

Los ingresos proyectados están calculados en base al 4,6% que se refiere a la inflación.

CUADRO N° 65.- INGRESOS PROYECTADOS

Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	160.000,00	168.355,11	176.223,69	184.144,94	192.982,78

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.2.2. Precio de Venta

5.2.2.1. Costo de Producción Unitario

El costo de producción unitario esta determinado en base al costo total dividido para el número de unidades proyectadas, obteniendo un precio inicial de USD 14,56 para el primer año.

CUADRO N° 66.- COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Costo Total (CP + CD)	145.606,62	153.210,12	160.370,85	167.579,52	175.622,31
Total Unidades Proyectadas	10.000	11.400	11.688	11.984	12.287
Costo de Producción Unitario (CPU)	14,56	13,44	13,72	13,98	14,29

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

El margen de utilidad que utilizaré es del 10%

CUADRO N° 67.- MARGEN DE UTILIDAD

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Total Unidades Proyectadas	10.000	11.400	11.688	11.984	12.287
Precio Unitario Proyectado	16,00	14,77	15,08	15,37	15,71
Total Ingresos	160.000,00	168.355,11	176.223,69	184.144,94	192.982,78

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3. COSTOS Y GASTOS

5.2.3. Gastos Administrativos

CUADRO N° 68.- GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año2018
Sueldo Gerente	6.913,70	8.067,28	8.851,45	9.711,85	10.655,88
Sueldo Contador	6.421,34	7.490,95	8.219,10	9.018,02	9.894,61
Suministros de Aseo y Limpieza	51,46	53,83	56,31	58,90	61,61
Suministros de oficina	275,52	288,19	301,45	315,31	329,82
Servicios básicos	1.810,00	1.893,26	1.980,35	2.071,44	2.166,73
Arriendo	6.276,00	6.564,70	6.866,67	7.182,54	7.512,94
Depreciación Muebles y Enseres	63,50	63,50	63,50	63,50	63,50
Depreciación Equipo de Computación	379,50	379,50	379,50	0,00	0,00
Depreciación Equipo de Oficina	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Amortización Gastos de Constitución	344,00	344,00	344,00	344,00	344,00
Total	22.538,22	25.148,40	27.065,52	28.768,76	31.032,28

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

Los gastos administrativos crecerán en tendencia de la inflación que en este caso es del 4.6%.

5.2.4. Gastos de Comercialización

CUADRO N° 69.- GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año2018
Suministros de aseo y limpieza	51,46	53,83	56,31	58,90	61,61
Servicios Básicos	1.810,00	1.893,26	1.980,35	2.071,44	2.166,73
Publicidad	100,42	105,04	109,87	114,92	120,21
Vehículo	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Total	3.761,88	3.852,12	3.946,52	4.045,26	4.148,54

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.2.5. Costos de Distribución

CUADRO N° 70.- COSTO DE DISTRIBUCIÓN

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año2018
Gastos Administración	23.851,18	26.685,29	28.751,80	30.618,96	33.062,32
Gastos de Comercialización	3.761,88	3.852,12	3.946,52	4.045,26	4.148,54
Gastos Financieros	2.240,00	1.792,00	1.344,00	896,00	448,00
Total Costos de Distribución	29.853,06	32.329,42	34.042,33	35.560,22	37.658,86

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.2.6. Costos Indirectos de Fabricación

CUADRO N° 71.- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICIÓN

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año2018
Costos Indirectos de Fabricación					
Materia prima indirecta	3761,42	3934,44	4115,43	4304,73	4502,75
Suministros de aseo	257,32	269,15	281,53	294,48	308,03
Servicios básicos	9.049,99	9.466,29	9.901,74	10.357,22	10.833,65
Depreciación maq. y equipo	739,00	739,00	739,00	739,00	739,00
Totales	13.807,73	14.408,88	15.037,70	15.695,43	16.383,43

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 72.- COSTOS DE PRODUCCIÓN

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año2018
Materia Prima Directa	73.220,00	76.588,12	80.111,17	83.796,29	87.650,92
Mano de Obra Directa	30.038,80	31.420,58	32.865,93	34.377,76	35.959,14
Costos Indirectos de Fabricación					
Materia prima indirecta	3761,42	3934,44	4115,43	4304,73	4502,75
Totales	107.020,22	111.943,14	117.092,53	122.478,78	128.112,81

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3. GASTOS OPERACIONALES

Los gastos administrativos tendrán un incremento del 4,6% cada año, de acuerdo a la inflación obtenida en el año 2013.

5.3.1. Gastos Sueldos

CUADRO N° 73.- GASTOS SUELDOS

CARGO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
PRODUCCIÓN					
OPERARIOS	12.560,79	13.781,75	15.121,38	16.591,24	18.203,97
ADMINISTRACIÓN					
GERENTE	5.266,58	5.778,51	6.340,20	6.956,50	7.632,69
CONTADOR	4.871,58	5.345,12	5.864,69	6.434,76	7.060,24
TOTAL SUELDOS	22.698,95	24.905,38	27.326,28	29.982,49	32.896,91

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3.2. Remuneración Unificada

CUADRO N° 74.- GASTOS SUELDOS TOTAL REMUNERACIÓN

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
SUELDO	22.698,95	24.905,38	27.326,28	29.982,49	32.896,91
DECIMO TERCERO	1.891,58	2.075,45	2.277,19	2.498,54	2.741,41
DECIMO CUARTO	1.744,55	1.914,13	2.100,19	2.304,34	2.528,33
APORTE PATRONAL IESS	2.757,92	3.026,00	3.320,14	3.642,87	3.996,97
VACACIONES	945,79	1.037,72	1.138,59	1.249,27	1.370,70
FONDOS DE RESERVA	0,00	2.075,45	2.277,19	2.498,54	2.741,41
TOTAL	30.038,80	35.034,13	38.439,58	42.176,06	46.275,73

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3.3. Resumen de Gastos

CUADRO N° 75.- RESUMEN DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Suministros de Aseo y Limpieza	257,32	269,15	281,53	294,48	308,03
Suministros de oficina	275,52	288,19	301,45	315,31	329,82
Servicios básicos	9.049,99	9466,29	9901,74	10357,22	10833,65
Publicidad	100,42	105,04	109,87	114,92	120,21
Arriendo	6.276,00	6564,70	6866,67	7182,54	7512,94
TOTAL					19104,64

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3.4. Gasto Depreciación

CUADRO N° 76.- GASTO DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIÓN	Vida útil - años	%	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Maquinaria y Equipo de producción	10	10%	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00
Muebles y Enseres	10	10%	63,50	63,50	63,50	63,50	63,50
Equipo de Computación	3	33,00%	379,50	379,50	379,50	0,00	0,00
Equipo de Oficina	10	10%	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Vehículo	5	20%	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
TOTAL DEPRECIACIONES			2.976,20	2.976,20	2.976,20	2.596,70	2.596,70

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3.5. Gastos de constitución

CUADRO N° 77.- GASTO DE AMORTIZACIÓN

AMORTIZACIÓN			Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	5	20%	344,00	344,00	344,00	344,00	344,00
Total Amortización			344,00	344,00	344,00	344,00	344,00

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3.6. VALOR DE RESCATE DE ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 78.- GASTO DE AMORTIZACIÓN

Detalle	Valor Inicial	Depreciación Anual	Valor de rescate
Maquinaria y eq. De producción	7.390,00	3.695,00	3.695,00
Muebles y Enseres	635,00	317,50	317,50
Equipo de Computación	1.150,00	1.138,50	11,50
Equipo de oficina	32,00	16,00	16,00
Vehiculo	9.000,00	9.000,00	0,00
Valor de Rescate			4.040,00

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.3.7. REINVERSIÓN DE MENAJE

CUADRO N° 79.- REINVERSIÓN DE MENAJE

Detalle	Cantidad	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
BANDEJAS	10		54,71		
OLLAS	5		191,47		
RECIPIENTES	10	31,38		34,33	
CUCHILLOS	10	36,61			41,90
TOTAL		67,99	246,18	34,33	41,90

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.4. FINANCIAMIENTO

MÉTODO	ABONOS CONSTANTES A CAPITAL
MONTO	20.000,00
Períodos Anuales	5
Tasa Interés Anual	11,20%

Para iniciar las operaciones se necesita de un capital para su ejecución, para este proyecto es necesario de USD 20.000,00 dólares financiados mediante un préstamo al Banco Nacional de Fomento quién brinda la facilidad para estos montos.

5.4.1. Tabla de amortización

A continuación se detalla la tabla de amortización que se desarrollará dentro de los 5 años siguientes.

CUADRO N° 80.- TABLA DE AMORTIZACIÓN

A	B	C	D	E
N° de Abonos	Cuota Anual	Interés	Abono Capital	Saldo Capital
	B=C+D	C=E*i	D=E/A	E=E-D
0				20.000,00
1	6.240,00	2.240,00	4.000,00	16.000,00
2	5.792,00	1.792,00	4.000,00	12.000,00
3	5.344,00	1.344,00	4.000,00	8.000,00
4	4.896,00	896,00	4.000,00	4.000,00
5	4.448,00	448,00	4.000,00	0,00

Fuente: Estudio Técnico 2013
Elaborado por: La Autora

5.4.2. Gasto financiero

El pago que se producirá se detallará a continuación:

CUADRO N° 81.- GASTOS FINANCIEROS

Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Intereses	2.240,00	1.792,00	1.344,00	896,00	448,00
Pago Capital	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00

Fuente: Estudio Técnico 2013

Elaborado por: La Autora

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.5.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

EMPRESA "PATITAS DE CUY" ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013 (EXPRESADO EN DÓLARES)

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Capital de Trabajo	16.432,42	Obligaciones con Instituciones Financieras	
ACTIVO NO CORRIENTE		Locales (Préstamo Bancario por Pagar)	20.000,00
Propiedades, Planta y Equipo		PATRIMONIO NETO	
Maquinaria y Equipo de producción	7.390,00	Capital	
Menaje para Producción	290,00	Capital Propio	16.649,42
Muebles y enseres	635,00		
Equipo de Computación	1.150,00		
Equipo de Oficina	32,00		
Vehículo	9.000,00		
Activo Intangible			
Total inversión Diferida	1.720,00		
Total Activo	36.649,42	Total Pasivo + Patrimonio	36.649,42

5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

EMPRESA "PATITAS DE CUY" ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL DEL 1RO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013 (EXPRESADO EN DÓLARES)

Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	160.000,00	168.355,11	176.223,69	184.144,94	192.982,78
(-) Costo de Producción	117.066,52	122.417,59	128.014,80	133.869,49	139.993,49
= Utilidad Bruta en Ventas	42.933,48	45.937,52	48.208,88	50.275,45	52.989,28
(-) Gastos Administrativos	22.538,22	25.148,40	27.065,52	28.768,76	31.032,28
(-) Gastos de Ventas	3.761,88	3.852,12	3.946,52	4.045,26	4.148,54
=Utilidad Operativa	16.633,38	16.936,99	17.196,84	17.461,43	17.808,46
(-) Gastos Financieros	2.240,00	1.792,00	1.344,00	896,00	448,00
= Utilidad Neta antes del 15% participación Trabajadores	14.393,38	15.144,99	15.852,84	16.565,43	17.360,46
(-) 15% Participación Trabajadores	2.159,01	2.271,75	2.377,93	2.484,81	2.604,07
= Utilidad Antes de Impuestos	12.234,37	12.873,24	13.474,91	14.080,61	14.756,39
(-) 22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= Utilidad Neta del Ejercicio	12.234,37	12.873,24	13.474,91	14.080,61	14.756,39

5.5.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

**EMPRESA “PATITAS DE CUY”
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO
DEL 1RO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

Detalle	Año 0	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
INVERSIÓN						
Propia	16.649,42					
Préstamo L/P	20.000,00					
INGRESOS:						
OPERACIÓN						
Utilidad Neta del Ejercicio		12.234,37	12.873,24	13.474,91	14.080,61	14.756,39
Depreciaciones		2.985,20	2.985,20	2.985,20	2.605,70	2.605,70
Amortización		344,00	344,00	344,00	344,00	344,00
OTROS INGRESOS						
Valor de Rescate						4.040,00
Total Ingresos		15.563,57	16.202,44	16.804,11	17.030,31	21.746,09
EGRESOS:						
OPERACIÓN						
Reinversión			67,99	246,18	34,33	41,90
FINANCIAMIENTO						
Pago de Préstamo L/P		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Total Egresos		4.000,00	4.067,99	4.246,18	4.034,33	4.041,90
Flujo de Efectivo Neto Proyectado	36.649,42	11.563,57	12.134,45	12.557,94	12.995,98	17.704,20

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

CUADRO N° 82.- VAN

Inversión	Valor Inversión	% de Inversión	Tasa Ponderación		Valor Ponderado
Propia	16.649,42	45%	Pasiva	9,50%	4%
Financiada	20.000,00	55%	Activa	11,20%	6%
Total	36.649,42	100%			10%

Inflación = 4,6%

Tasa de Descuento = $(1+Ck) * (1+ \text{inflación}) - 1$

Tasa de Descuento = 0,16%

Una vez conocida la tasa de descuento se muestra el cálculo del VAN:

CUADRO N° 83.- RESUMEN DE FLUJOS

Años	Flujos de Efectivo Netos	Flujos Actualizados
0	36.649,42	36.649,42
1	11.563,57	10.011,11
2	12.134,45	9.094,96
3	12.557,94	8.148,71
4	12.995,98	7.300,79
5	17.704,20	8.610,48

FÓRMULA:

$$\text{VAN} = \frac{VFI}{(1+i)^n} - \frac{VFE}{(1+i)^n}$$

$\text{VAN} = 43.166,06 - 36.649,42$

$\text{VAN} = 6.516,54$

El resultado obtenido, indica que por ser un valor positivo la creación de empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío en la Parroquia Ayora es factible.

5.6.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El resultado obtenido es de 22% (22,375699999) - TIR, que es mayor que la tasa de descuento para el VAN que es del 16%.

$$VAN = \frac{VfI}{(1+i)^n} - \frac{VfE}{(1+i)^n}$$

$$VAN = 36.649,45 - 36.649,42$$

$$VAN = 0,03$$

La tasa interna de retorno, conjuntamente con el VAN, nos permitirá la acertada toma de decisiones dentro de la ejecución del proyecto.

CUADRO N° 84.- TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujos de Efectivo Netos	Flujos Actualizados
0	36.649,42	36.649,42
1	11.563,57	9.449,24
2	12.134,45	8.102,70
3	12.557,94	6.852,24
4	12.995,98	5.794,66
5	17.704,20	6.450,60

Elaborado por: La Autora

5.6.3. COSTO – BENEFICIO

La fórmula a utilizarse para este evaluador financiero es la siguiente:

$$B/C = \frac{\sum VPI}{\sum VPE} = \frac{576.359,09}{419.461,63} = 1,37$$

CUADRO N° 85.- RESUMEN DE FLUJOS

Años	INGRESOS	VPI	EGRESOS	VPE
1	160.000,00	138.519,28	117.066,52	101.349,82
2	168.355,11	126.184,73	122.417,59	91.753,86
3	176.223,69	114.349,70	128.014,80	83.067,46
4	184.144,94	103.447,69	133.869,49	75.204,29
5	192.982,78	93.857,68	139.993,49	68.086,20

Elaborado por: La Autora

$$B/C = \frac{576.359,09}{419.461,63}$$

$$B/C=1,36$$

$$B/C=1,37 - 1$$

$$B/C=0,37$$

El resultado obtenido es de 1.37, lo cual determina que la inversión es variable, y que por cada dólar invertido, se genera USD 0,37 de utilidad.

5.6.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

CUADRO N° 86.- RESUMEN DE FLUJOS

Detalle	Valor
Inversión	36.649,42
Flujo Año 1	11.563,57
Diferencia por cubrir	25.085,84

Flujo Año 2	12.134,45	1 Año
Diferencia por cubrir	25.085,84	x = 2,07 Años

12 Meses	100%
X	7%
X = 0,84 Meses	

30 Días	100%
X	84%
X = 25 Días	

Período de recuperación de la Inversión	
Años	2
Meses	1
Días	25

La inversión se recuperará en 2 años, 1 mes.

5.6.5. PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO

$$PE_p = \frac{\text{Inversión fija} + \text{Costos fijos}}{P_{vu} - C_{vu}}$$

$$PE_p = \frac{18.357 + 8.597,37}{16 - 14,82}$$

$$PE_p = \frac{34.288,00}{1,18}$$

$$PE_p = 23.822$$

En este caso el resultado del punto de equilibrio demuestra que cuando este el proyecto en 23.822 unidades se mantendrá en un margen estable.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Toda empresa debe constituirse bajo los preceptos de la Ley de Compañías. El proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cuy en la parroquia Ayora, cantón Cayambe, está sujeta dentro de las leyes establecidas.

La empresa comercializadora de carne de cuy empacado al vacío "Patitas de Cuy" será una entidad que según su naturaleza se identifica como comercializadora, en vista que transformará la materia prima producto elaborado disponible para la venta.

6.1.1. BASE LEGAL

- a)** Nombre o razón social: "Patitas de Cuy"
- b)** Figura Jurídica: Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada (EULR)
- c)** Objeto de la empresa: Comercialización de carne empacada al vacío.
- d)** Representante Legal: Amanta Sánchez Elsa Elizabeth
- e)** La empresa es de propiedad de una sola persona, cuyo capital propio y cierto porcentaje está dado por la entidad financiera Cooperativa 23 de Julio con su matriz en Cayambe.
- f)** Domicilio de la empresa:
 - País: Ecuador
 - Provincia: Pichincha
 - Cantón: Cayambe
 - Parroquia: Ayora
 - Barrio: Santa Rosa de Ayora

6.1.2. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

6.1.3. DERECHOS DE LIBERTAD

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

Literal 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

6.1.4. ESPONSABILIDADES

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley:

Literal 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

6.2. COSTITUCIÓN JURÍDICA

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA “PATITAS DE CUY” DE ACUERDO A LAS DISPOSICIONES LEGALES DEL CANTÓN CAYAMBE.

CUADRO N° 87.- REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO

PARA:	CIUDADANOS Y EMPRESAS
DESCRIPCIÓN:	Permiso de Funcionamiento anual del establecimiento.
REQUISITOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del Certificado de Registro de la Ley de Compañías. • Copia del pago de la Patente del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cayambe. • Copia del pago de la Licencia Única Anual de Funcionamiento del GAD Cayambe, (realizarlo en las Ventanillas de Recaudación). • Copia del RUC. • Copia de la lista de precios de los servicios ofertados. • Copia de Permiso del Cuerpo de Bomberos.
PROCEDIMIENTO:	<ul style="list-style-type: none"> • En caso de cierre de Actividades, el propietario deberá notificar por escrito, para que se cierre el cobro de funcionamiento.

Fuente: GAD Municipal de Cayambe
Elaborado por: La Autora

6.2.1. REQUISITOS

A continuación se detallará cada uno de los requisitos a obtener para el funcionamiento de la empresa:

a) REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RUC

- ✓ Original y copia de la cédula de identidad.
- ✓ Copia del certificado de votación del último proceso electoral.
- ✓ Extranjero original y copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- ✓ Verificación del lugar donde se realizará la actividad económica, el contribuyente deberá presentar original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - ❖ Planilla de servicio eléctrico.

- ❖ Planilla de servicio básico agua o luz.
- ❖ Comprobante de pago del impuesto a la renta.
- ❖ Copia del contrato arrendamiento

b) Patente Municipal GAD Municipal Cayambe

- ✓ Último pago del impuesto predial donde se ubicará la empresa.
- ✓ Copia del registro único de contribuyentes.
- ✓ Documentos personales del representante legal de la empresa.

c) Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

- ✓ Solicitud de permiso de funcionamiento
- ✓ Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
- ✓ Una fotografía tamaño carné
- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- ✓ Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos
- ✓ Plano del local a escala
- ✓ Examen médico
- ✓ Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- ✓ Entrega del informe final
- ✓ Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tiene vigencia un año.

d) Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- ✓ Solicitud de inspección del local
- ✓ Informa favorable de la inspección
- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (RUC)

6.3. FILOSOFIA INSTITUCIONAL

6.3.1. MISIÓN

“Ser una empresa con misión social enfocada al desarrollo integral de la Parroquia Ayora, a través del impulso de la actividad comercial.”

6.3.2. VISIÓN

“Ser una empresa reconocida a nivel cantonal por su calidad del producto, proyectada a dos años a ser distribuidor potencial de la carne de cuy a nivel nacional.”

6.3.3. VALORES

Puntualidad.- en este caso se hace referencia a exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida.

Comunicación.- se toma la comunicación como un valor fundamental entre la relación y conexión dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sea fluido y sincero.

Responsabilidad.- se hace referencia a los trabajadores, la empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a entregar un producto de calidad.

Seguridad.- se orienta a generar un vínculo de confianza, que los clientes crean que serán satisfechos en sus necesidades y deseos.

Trabajo en equipo.- se intenta la integración de cada uno de miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo. Para ello es elemental la participación de los distintos miembros de la empresa en diversos ámbitos.

Honestidad.- orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

6.3.4. OBJETIVOS

Generar fuentes de empleo para los habitantes de la Parroquia Ayora o personas aledañas a la parroquia.

- Promocionar a la empresa comercializadora de carne de cuy a nivel cantonal.
- Entregar un producto de calidad que cumpla con la exigencia del mercado.
- Establecer un canal de venta del producto directa al consumidor.

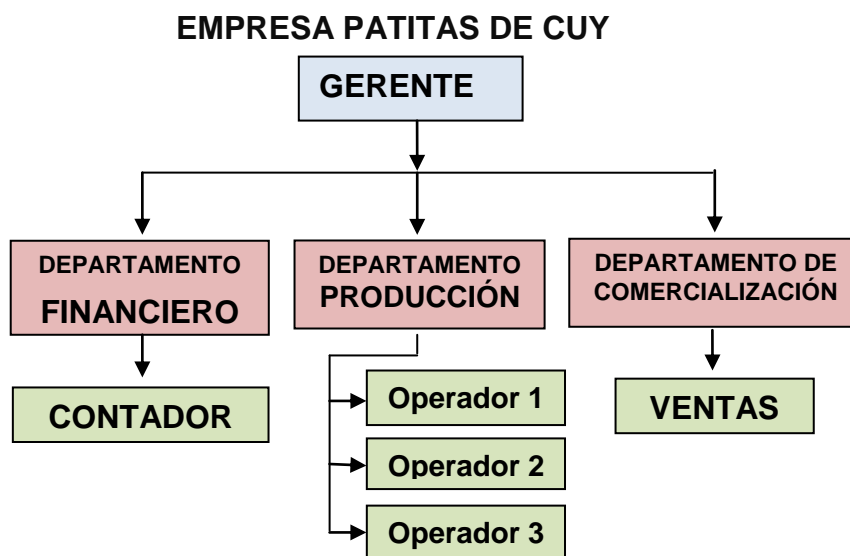
6.3.5. POLÍTICAS

- Seleccionar cuyes en perfecta condición para su procesamiento.
- Se deberá cumplir un horario de entrada y salida del personal.
- La puntualidad es un factor importante en el trabajo.
- Los desperdicios deberán ser debidamente tratados después de finalizar la jornada de trabajo.
- Se manejará con todas las normas sanitarias para cualquier actividad en la empresa.
- La cooperación deberá ser factor fundamental en el personal.
- Para la emisión de financiamientos deberá ser a través de entidades financieras.

6.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA

Su jerarquización y división de funciones, componentes se establecerá tomando en cuenta líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y eliminar la responsabilidad de cada empleado ante su supervisor inmediato.

GRÁFICO N° 23.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: La Autora

Niveles Administrativos

La empresa “Patitas de Cuy” involucra la acción de tres niveles, estos son:

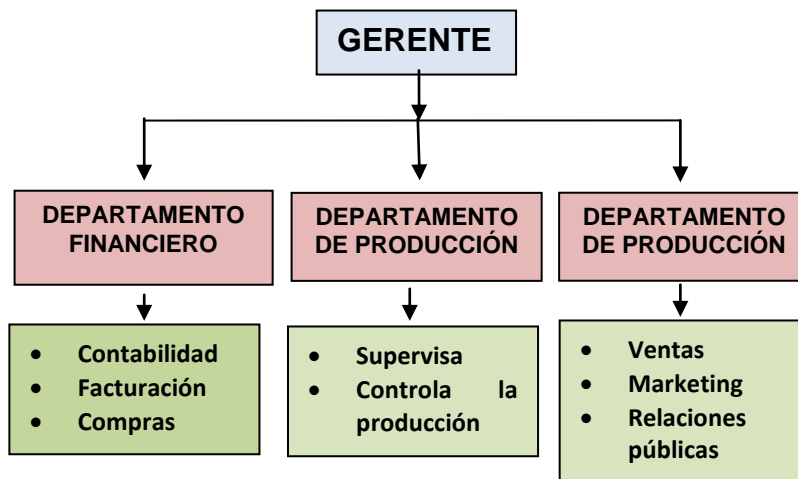
- a) **Nivel Ejecutivo.-** este nivel es el de mayor grado de autoridad y está en la responsabilidad de manejar técnicas administrativas de alto nivel, tomar decisiones y políticas generales, además de planificar, orientar, dirigir y supervisar actividades de la empresa. En este caso el Gerente tiene el nivel ejecutivo.
- b) **Nivel de apoyo.-** determina el acto de realizar las siguientes actividades: llevar un registro contable, realizar documentos de compras, ingresos y egresos. Miembro importante en la toma de decisiones económicas. Para la empresa este papel está dado al contador general.
- c) **Nivel Operativo.-** encargado de ejecutar las actividades esenciales de la empresa, como la de producción del producto. Este nivel está

representado por los cuatro trabajadores dedicados al faenamiento y proceso de a carne de cuy.

6.4.1. ESTRUCTURA FUNCIONAL

El funcionamiento de los operarios en la producción del cuy empacado al vacío está dado en sus funciones diarias y establecidas al momento de su contrato de trabajo, pero serán supervisadas por el gerente de la empresa.

**GRÁFICO N° 24.- ORGANIGRAMA FUNCIONAL
EMPRESA PATITAS DE CUY**



Elaborado por: La Autora

6.5. ESTRUCTURA FUNCIONAL (MANUAL DE FUNCIONES)

GERENTE

CARGO: Gerente

FUNCIONES:

- Representar a la empresa ante los usuarios, los terceros y ante toda clase de autoridad del orden administrativo y jurisdiccional.
- Celebrar contratos y efectuar operaciones del giro normal de actividades de la empresa.

- Rendir informes periódicos acerca de la marcha general de la empresa, el funcionamiento de los servicios, la situación económica y financiera.
- Responsabilizarse de que la contabilidad se lleve con claridad y los informes financieros se rindan en la forma y dentro de los términos establecidos por la ley.
- Preparar proyectos relacionados con la administración, los servicios, planes, programas y presupuestos de la empresa.
- Manejar el personal procurando el cumplimiento de los horarios, de las funciones y de los procedimientos, velar por el pago oportuno de las obligaciones salariales del personal.
- Hacer las compras de los materiales que se requieren, garantizar su adecuado almacenamiento, utilización y seguridad.
- Responder por los equipos y demás componentes de la infraestructura.
- Manejar y mantener actualizado el registro de usuarios y su clasificación.
- Establecer los costos reales del servicio y proponer la estructura de tarifas o gestionar la asistencia y asesoría necesarias.

CONTADOR

CARGO: Contador General

PERFIL:

- Profesional en el área de Contabilidad.
- Experiencia mínima 2 años en cargos afines.

FUNCIONES:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por las leyes.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los cuales el Fondo de Empleados esté obligado.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- Presentar los informes que requiera el Gerente, el Comité de Control Social, el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia.

Operario 1

CARGO: Operador 1 (recepción y manipulación del cuy vivo)

PERFIL:

- Título de bachiller en cualquier especialidad.
- Certificado de trabajos anteriores.
- Conocimiento y experiencia en la actividad a operar.

FUNCIONES:

- Recepción de cuy.
- Manejo y manipulación del cuy vivo.
- Realizar cualquier actividad extra designada por el jefe inmediato.

Operario 2

CARGO: Operador 2

PERFIL:

- Título de bachiller en cualquier especialidad.
- Certificado de trabajos anteriores.
- Conocimiento y experiencia en la actividad a operar.

FUNCIONES:

- Aturdimiento o muerte del cuy.
- Pelado y limpieza del animal faenado.
- Realizar cualquier actividad extra designada por el jefe inmediato.

CARGO: Operador 3

PERFIL:

- Título de bachiller en cualquier especialidad.
- Certificado de trabajos anteriores.
- Conocimiento y experiencia en la actividad a operar.

FUNCIONES:

- Evisceración y limpieza interna del cuy.
- Lavado y secado del cuy.
- Realizar cualquier actividad extra designada por el jefe inmediato.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. IMPACTOS

La protección del medio ambiente y los recursos naturales debe ser, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

Las áreas o ámbitos donde se realizará el análisis de impactos, para el caso se han determinado las áreas:

- Social
- Económica
- Ambiental
- Tecnológica-Científica
- Empresarial

Para cada ámbito se tomará en cuenta cómo influye en la vida diaria de cada uno de los consumidores del producto, así como también la calidad de los productores principales de la materia prima para la empresa.

Se aplicará una matriz diagnóstica que permita medir el nivel de impacto de cada indicador.

CUADRO N° 88.- VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	BAJO
2	MEDIO
3	ALTO
NEGATIVO	NIVEL
-1	BAJO
-2	MEDIO
-3	ALTO

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.1.1. MPACTO SOCIAL

CUADRO N° 89.- IMPACTO SOCIAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Beneficiados						X		2
Fuente de empleo							X	3
Aportación de la empresa						X		2
Calidad de vida						X		2
TOTAL								9

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO SOCIAL} = \frac{9}{4} = 2,25$$

ANÁLISIS:

El impacto social se encuentra en nivel medio positivo, tendiente al alto positivo, esto permitirá sensibilizar a la población a la generación de nuevas fuentes de empleo mediante la crianza del cuy, y aportando a la empresa como proveedor potencial de la materia prima.

7.1.2. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 90.- IMPACTO ECONÓMICO

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Incremento de ingresos						X		2
Estabilidad empresarial						X		3
Conocimiento del producto							X	2
Fuente de empleo							X	2
TOTAL								9

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{9}{4} = 2,25$$

ANÁLISIS:

El impacto económico se encuentra en nivel medio positivo, tendiente al alto positivo., lo que ocasiona que los ingresos suban, la gente del barrio se interese en ser nuevos productores y potenciales ofertantes para la empresa creando su propia fuente de empleo proyectado a nuevos emprendimientos.

7.1.3. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 91.- IMPACTO AMBIENTAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Protección del medio ambiente		X						-2
Conservación del medio ambiente	X							-3
Reutilización de desperdicios		X						-2
Educación ambiental						X		2
TOTAL								-5

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{-5}{4} = -1.25$$

ANÁLISIS:

La matriz de impacto ambiental tiene un impacto negativo, el daño al medio ambiente es medio con respecto a la conservación y existe menor reutilización de desperdicios ya que en parte se utilizará como abono; el empaque del producto será biodegradable creando educación ambiental en la población.

7.1.4. IMPACTO TECNOLÓGICO-CIENTÍFICO

CUADRO N° 92.- IMPACTO TECNOLÓGICO-CIENTIFICO

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacitación						X		2
Intercambio de experiencias							X	3
Atención al cliente						X		2
Implementación de maq.							X	3
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO TECNOLÓGICO} = \frac{10}{4} = 2,5$$

ANÁLISIS:

El impacto tecnológico se encuentra en el nivel medio positivo, tendiente a alto positivo, la capacitación y conservación de la carne, las experiencias de empresas similares ayudarán al perfeccionamiento de la empresa así como también la atención al cliente fortalecerá las ventas del producto.

7.1.5. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 93.- IMPACTO EMPRESARIAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Control de costos							X	3
Rentabilidad							X	3
Manejo de recursos							X	3
Informes contables							X	3
TOTAL								12

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO CIENTIFICO} = \frac{12}{4} = 3$$

ANÁLISIS:

El impacto empresarial esta en el nivel alto positivo, es decir que la empresa que elabora el producto desde la producción hasta su comercialización favorecerá a los integrantes del proyecto conjuntamente con la parroquia.

7.2. IMPACTO GLOBAL

CUADRO N° 94.- IMPACTO GLOBAL

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIAL						X		2,25
IMPACTO ECONÓMICO						X		2,25
IMPACTO AMBIENTAL			X					-1.25
IMPACTO TECNOLÓGICO-CIENTIFICO						X		2,50
IMPACTO EMPRESARIAL							X	3,00
TOTAL								8.75

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DEL IMPACTO GLOBAL} = \frac{8.75}{5} = 1.75$$

ANÁLISIS:

La sumatoria total del impacto global nos da 8.75, esto significa que el proyecto de “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de Carne de Cuy Empacada al vacío en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha” es ejecutable, en vista que no genera impactos negativos.

CONCLUSIONES:

- ❖ La creación de una empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío, hacia el segmento del mercado que es bastante atractiva, permite desarrollarse en un ambiente sin competencia y con la expectativa de cubrir un mercado poco explotado, además al tener una gran variedad de razas existe la posibilidad de ofertar mayor producción.
- ❖ Se puede determinar que el producto trata de un alimento saludable y muy nutritivo, fácil de promocionar debido a su alto contenido proteínico y bajo contenido de grasas, pues en la actualidad la sociedad en general busca un valor nutricional en los alimentos y mejorar su alimentación.
- ❖ La carne de cuy es muy versátil por lo que se ha dado diferentes usos, pero al pasar el tiempo se ha dado una imagen de animal exótico por lo que resulto atractivo para el mercado, el mismo que se interesó por tecnificar su crianza e introducirlo en la gastronomía.
- ❖ La estrategia de penetración de mercados es promocionar sus ventajas nutricionales de la carne de cuy, lo cual en el futuro será conveniente para la empresa ya que esta estrategia busca posicionar al mismo tiempo la marca en el mercado cayambeño, para posteriormente ampliar a nuevos mercados cuando las condiciones mejoren.
- ❖ La empresa "PATITAS DE CUY" luego del análisis financiero, proporciona una rentabilidad significativa, lo que significa que la empresa está cumpliendo con un requerimiento mínimo para demostrar que es una buena idea de negocio.
- ❖ La empresa comercializadora de carne de cuy empacada al vacío "PATITAS DE CUY" ayudará al desarrollo de la economía del cantón creando fuentes de empleo, generando riqueza y promoviendo la iniciativa de nuevos emprendimientos.

RECOMENDACIONES:

- ❖ La creación de la empresa es bastante atractiva por su baja inversión y alta rentabilidad por lo que sería aconsejable tomar en cuenta poner en práctica el proyecto.
- ❖ Incrementar la producción tecnificada de la carne de cuy para ser más competitivos, así como brindar asesoramiento para que nuestros actuales productores mejoren sus procesos, con el fin de que puedan llegar con su producto a mercados externos.
- ❖ El estudio de la demanda potencial se trata de el total de la población del cantón Cayambe y turistas que llegan a la localidad por lo que se recomienda elaborar una marca que identifique a este producto, lo que ayudará de manera más ágil a la hora de comprarla.
- ❖ Elaborar medios de comunicación atractivos y actuales para el público, como es: página web, correo electrónico que sirva como medio de comunicación y acceso a la información del producto.
- ❖ Se sugiere incursionar dado las condiciones que dice él y el mercado es prácticamente virgen como para aprovecharlo al máximo, diversificando las fuentes de ingreso por medio de la comercialización de un producto tradicional.

BIBLIOGRAFÍA:

- BRAVO VALDIVIESO, M. (2011). Contabilidad General. En M. BRAVO VALDIVIESO, *Contabilidad General*. 9 na
- BACA, Gabriel (2010). LIBRO EVALUACIÓN DE PROYECTOS
- CHARLES T. Horngre; srikant M. Datar; Madhav V. Rajan (2012) Contabilidad de costos un enfoque gerencial. Decimocuarta edición México
- CARLOS MALLO Rodríguez, (2008) *CONTABILIDAD FINANCIERA. UN ENFOQUE ACTUAL*
- FUNDACIÓN SEDAL, (2003). EL CUY DE LA TRADICIÓN A LA MICROEMPRESA, Proyecto Fortalecimiento a Productoras de Cuyes de Pichincha.
- FUNDACIÓN SEDAL, (2006). SOÑAR, TRABAJAR, COMPARTIR Y REIR, Impulsores de un Sueño Cristalizado, Vivencias APROCUY.
- GITMAN, Laurence J. (2007). LIBRO PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
- GARCÍA E, J. (2004). MANUAL DE CRIANZA TÉCNICA DE CUYES. J.GARCÍA E, Manual de Crianza Técnica de Cuyes.
- HELLRIEGEL, Jackson S. (2009). ADMINISTRACIÓN/ UN ENFOQUE BASADO EN COMPETENCIAS.
- JÁCOME, WALTER (2005); BASES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS PARA EL DISEÑO Y LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS

PRODUCTIVOS Y DE INVERSIÓN; PRIMERA EDICIÓN;
EDITORIAL UNIVERSITARIA.

- KOTLER, PHILIP. (2008) LIBRO PRINCIPIOS DE MARKETING
- LEIVA ZEA, FRANCISCO (2006); NOCIONES DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, QUINTA EDICIÓN: EDITORIAL MARCA GRÁFICA.
- PAEZ, ROBERTO N. (2008). DESARROLLO DE LA MENTALIDAD EMPRESARIAL.
- PARKIN, MICHAEL. (2009) LIBRO ECONOMÍA
- SANTIAGO NIETO MARTÍN, MARÍA JOSÉ RODRÍGUEZ (2010) INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN EDUCATIVA EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO.
- TORRES, R (2009). GESTIÓN MICROEMPRESARIAL.
- VILLALVA, A. CARLOS (2009), METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA; QUINTA EDICIÓN; SUR EDITORES

LINCOGRAFÍA

- ❖ <http://repositorio.utn.edu.ec>
- ❖ <http://en.wikipedia.org/wiki/Cuy>
- ❖ <http://agronegociosecuador.ning.com/page/generalidades-del-cuy>
- ❖ <http://www.pichincha.gob.ec/>
- ❖ <http://municipiocayambe.gob.ec/>
- ❖ <https://www.facebook.com/CuyesCobayosGigantesPeruanos>
- ❖ <http://www.utn.edu.ec/biblioteca/index.php/biblioteca-virtual/bases-de-datos-en-linea/libros>
- ❖ <https://www.bnf.fin.ec/>
- ❖ <http://www.cfn.fin.ec/>
- ❖ <http://www.bce.fin.ec/>
- ❖ <http://www.pichincha.com/>
- ❖ <https://www.bancodepacifico.com>
- ❖ <http://www.supercias.gob.ec/>

A N N E X O S

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES (POBLACIÓN DEL CANTÓN CAYAMBE)

OBJETIVO: Determinar la creación de una Empresa Comercializadora de carne de cuy en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas.
- Marque con una X en el paréntesis según corresponda, su respuesta.

CUESTIONARIO

1.- ¿Qué tipo de carne acostumbra incluir en el menú del día?

- a) Pollo ()
- b) Cerdo ()
- c) Cuy ()
- d) Res ()
- e) Pescado ()

2.- ¿Le gustaría incluir la carne de cuy en su menú diario?

Si () No ()

3.- ¿Si la carne de cuy esta a su disposición en mercados y tiendas de barrio, usted estaría dispuesto a comprarla?

Si () No ()

4.- ¿Con que frecuencia consumiría la carne de cuy?

Semanal () Quincenal () Mensual () Anual ()

5.- Usted cree que la carne de cuy se consume más en:

Fiestas Populares (locales) () Fechas festivas (familiar) ()

6.- ¿Su familia tiene preferencia con alguna raza de cuy?

Si () No ()

Si su respuesta es afirmativa indique cuál

7.- ¿Desearía adquirir cuyes (pelados e higiénicamente empacados) para agilizar su preparación en casa?

Si () No ()

8.- ¿En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cuy?

Entero () en piezas () otros ().....

9.- ¿En qué lugar cree usted que se debe comercializar la carne de cuy?

Tiendas de barrio () Mercados locales ()
Supermercados () A domicilio ()

10.- ¿A qué precio estaría dispuesto a comprar este producto?

De 5 a 10 dólares () De 10 a 15 dólares () Más de 15 dólares ()

Datos Técnicos:

Edad:	Género:	Instrucción:	Ocupación:
15 a 25 ()	Masculino ()	Primaria ()	Ama de casa ()
25 a 35 ()	Femenino ()	Secundaria ()	Comerciante ()
35 a 45 ()		Superior ()	Empleado
Más de 45 ()		Ninguna ()	*publico () *privado ()

Observaciones.....
.....
.....

Gracias por su colaboración

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CUYES DE LA
LOCALIDAD**

OBJETIVO: Conocer aspectos importantes sobre la oferta de carne de cuy existente en la Parroquia Ayora, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas.
- Marque con una X en el paréntesis según corresponda, su respuesta.

CUESTIONARIO

1. ¿Hace qué tiempo está dedicado a esta actividad?

Entre 1 y 5 años ()

Entre 6 – 10 años ()

Más de 10 años ()

2. ¿El criadero donde realiza la actividad es?

Propio () Arrendado ()

3. ¿Cuáles fueron los motivos por los que ud decidió incursionar en esta actividad?

Tradicion familiar ()

Por tener preparacion ()

Por que es rentable ()

Por que no tenia otra actividad ()

4. ¿Cuál es su producción anual?

De 0 a 100 () De 100 a 200 () Más de 200 ()

6. ¿Cada que tiempo vende ud sus cuyes?

Semanal () Mensual () Trimestral ()

Semestral () Anual ()

7. La venta de cuyes la realiza a:

Personas naturales () Empresas o Negocios ()

8. ¿Estaría dispuesto a vender sus cuyes a una empresa local?

Si () No ()

9. ¿En vase a que aspectos realiza la producción?

Temporadas () Pedidos () Convenios con empresas ()

10. ¿De acuerdo a su conocimiento y experiencia, qué factores afectan a la producción de cuyes?

Precios de los insumos ()
Escases de trabajadores ()
Impuestos altos ()

11. ¿Cómo propietario de su negocio, que sugiere que se tome en cuenta para iniciar esta actividad?

Insumos ()
Materia prima ()
Asesoramiento técnico ()

Datos Técnicos:

Edad:	Género:	Instrucción:	Ocupación:
15 a 25 ()	Masculino ()	Primaria ()	Ama de casa ()
25 a 35 ()	Femenino ()	Secundaria ()	Comerciante ()
35 a 45 ()		Superior ()	Empleado
Más de 45 ()		Ninguna ()	*publico () *privado ()

Observaciones.....
.....
.....
.....

Gracias por su colaboración

FOTOGRAFÍAS

CUY

VIVO



PROCESADO



EMPACADO



ASADO

