



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
CUYES AL PASTOREO EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA,
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**Proyecto Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría C.P.A.**

Autora: Bedoya Moreno Rosa Graciela

Director: Econ. Manuel Corrales

Ibarra, Junio del 2011

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad de la presente investigación fue probar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de cuyes al pastoreo en la parroquia “La Esperanza”, para lo cual se realizó un análisis minucioso de los diferentes aspectos intervinientes en el estudio. Primeramente se efectuó un diagnóstico situacional en donde se pudo conocer la situación actual del entorno de la nueva empresa, aspectos sociales, económicos y productivos principalmente; posteriormente se llevó a cabo la fundamentación teórico-científico, con el propósito de dar un sustento a las diferentes temáticas analizadas, seguidamente se efectuó el estudio de mercado en el que se analiza las fuerzas de mercado existentes. Una vez conocidos los primeros resultados de este estudio, se dio el primer aval de la factibilidad, con ello se elaboró el estudio técnico, en donde se fijó la macro y micro localización, ingeniería del proyecto y determinar el capital de trabajo. Consecuentemente se diseñó el estudio financiero con una inversión total de \$ 69.271,65 y cuyo beneficio-costo es de \$ 2,26, con un periodo de recuperación de 3 años y 10 días en donde se evaluó los ingresos y egresos que se generan producto de realizar esta actividad económica. Los resultados teóricos que se obtuvieron fueron altamente favorables, en virtud de que los indicadores financieros, como el VAN, TIR, la Relación Beneficio Costo y Tiempo de Recuperación, son positivos y demuestran el retorno de la inversión, según las condicionantes planteadas. Con todos estos elementos se propuso la estructura administrativa de la empresa, en la cual se exponen los diferentes recursos humanos necesarios, de igual manera se expone la misión, visión, objetivos microempresariales, entre otros aspectos relacionados. Finalmente se presentan los respectivos impactos que puede ocasionar el proyecto si se toman todas las consideraciones anotadas en la presente investigación, aclarando que se realizaron conceptualizaciones desde el punto de vista económico, social, ambiental, educativo y empresarial, lo que en conjunto señalan los campos de acción de la nueva unidad productiva.

SUMMARY

The purpose of the present investigation was proving the feasibility for the creation of a productive and commercial micro company of guinea pigs to the pasturing in the parish "La Esperanza", for this purpose we made a meticulous analysis of different aspects in the study. Firstly a situational diagnosis took place; in where we could know the present situation of the surroundings of the new company could be known, in the social, economic and productive aspects mainly; later we carried out with the theoretical-scientist, foundation in order to give a support to the different analyzed thematic, next we did the market study in which we analyzed the existing forces of market. Once we knew the first results from this study, the first endorsement of the feasibility was given, with this information we elaborated the technical study, to where the macro and micro location, engineering of the project and the determination of the capital of work was fixed. Consequently the financial study with a total investment of 69.271,65 was designed and whose benefit-cost is of \$ 2,26, with a period of recovery of three years and 10 days in where we evaluated the income and debits that generate the product. The theoretical results that were obtained were highly favorable, by virtue of that the financial indicators are positive and demonstrate the return of the investment, according to the raised conditioners. With all these elements we proposed the administrative structure of the company, in which the different necessary human resources are exposed, at the same way we exposed the mission, vision, and the objective of the micro enterprise, among other related aspects. Finally the respective impacts that the project causes are presented; if all our advices are taken according to this research, from the economic, social, educative, environmental and enterprisingly point of view, where altogether indicate the field of action areas of the new productive unit.

AUTORÍA

Yo, **Bedoya Moreno Rosa Graciela**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100308964-4 declaro bajo juramento declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Bedoya Moreno Rosa Graciela

C.I. 100308964-4

CERTIFICACIÓN

APROBACIÓN DEL DIRECTOR.

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada: Bedoya Moreno Rosa Graciela para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, cuyo tema es: Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Cuyes al Pastoreo en la Parroquia la Esperanza, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 10 del mes de Junio de 2011.

Ec. Manuel Corrales

C.I: N° 100081192-5.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Bedoya Moreno Rosa Graciela, con cédula de identidad N° 100308964-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de cuyes al Pastoreo en la Parroquia La Esperanza, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Bedoya Moreno Rosa Graciela.

Cédula: 100308964-4

Ibarra, a los 10 días del mes de Junio .del 2011.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACION 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:	100308964-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Bedoya Moreno Rosa Graciela		
DIRECCIÓN:	La Esperanza, Barrio San Francisco		
EMAIL:	rossita_bedoya@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	62660108	TELÉFONO MÓVIL:	97374449

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Cuyes al Pastoreo en la Parroquia La Esperanza, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.
AUTOR (ES)	Bedoya Moreno Rosa Graciela
FECHA:AAAMDD	2011/06/10
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	X PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.
ASESOR/DOCTOR:	Ec. Manuel Corrales

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Bedoya Moreno Rosa Graciela, con cédula de identidad N° 100308964-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del 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 143.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el 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, a los 10 días del mes de Junio de 2011

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

(Firma)..... (Firma).....

Nombre: Rosa Bedoya

Nombre: Lcda. Ximena Vallejo

C.C.: 100308964-4

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mi querido sobrino Christian Josua que lo tengo en el cielo pero él siempre vivirá en mi corazón.

A mis padres y hermanos, quienes han sido la luz y fuerza para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la luz que ha guiado mi camino durante mi vida.

A mis padres y hermanos por haberme apoyado siempre y que gracias al amor que me brindan he logrado cumplir con mi meta.

A mis catedráticos, en especial al Eco. Manuel Corrales, Asesor de Tesis, quien estuvo guiándome con su experiencia para la culminación de este trabajo de investigación.

A mis amigos de The House Of Project, compañeros y personas de buena voluntad por su colaboración y ayuda.

PRESENTACIÓN.

La tesis que se pone a consideración está conformada por seis capítulos, que en su conjunto conforman el Estudio de Factibilidad.

El **Capítulo I**, se realizó el Diagnóstico Situacional, precisando información de la parroquia de “la Esperanza”, permitiendo establecer las circunstancias actuales acerca de aspectos relevantes como: infraestructura vial, productiva, comunal, sociocultural, salud, educación, acceso a servicios básicos e indicadores económicos.

El **Capítulo II**, se refiere a las Bases Teóricas y Científicas, es una recopilación de información secundaria sobre: empresa, clasificación, constitución, microempresas, objetivos, estrategias de financiamiento; también sobre aspectos necesarios de contabilidad y definiciones conceptuales de los diferentes capítulos que forman parte de la tesis.

El **Capítulo III**, contiene el Estudio de Mercado, en donde se realiza una breve introducción del mercado, luego se consideran aspectos como: producto, precio, plaza, fuerzas de mercado, competencia así como la comercialización y distribución.

El **Capítulo IV**, se detalla paso a paso el Estudio Técnico, en donde se establece el tamaño del proyecto, tecnología, infraestructura, las inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo y el talento humano básico, posibilitando el funcionamiento de la microempresa.

El **Capítulo V**, está orientado a realizar la Evaluación Financiera del proyecto, en donde se realizan las respectivas proyecciones a cinco años en cuanto a las ventas, gastos administrativos, gastos financieros,

depreciaciones, entre otras para determinar los flujos de caja que son una base fundamental para calcular los índices financieros como el TIR, VAN, Periodo de Recuperación y Costo – Beneficio principalmente, los mismos que lograron demostrar la factibilidad técnica del proyecto.

El **Capítulo IV**, hace referencia a la Estructura Organizacional, en donde se mencionan aspectos legales sobre la constitución de la microempresa, por otra parte se define la misión, visión y objetivos institucionales. De igual manera se tiene en cuenta un orgánico estructural y funcional que definen: las jerarquías de la unidad productiva y también las funciones y perfiles de la mano de obra requerida.

El **Capítulo VII**, es un análisis de los Impactos que generará la ejecución del presente proyecto, los impactos han sido considerados desde el punto de vista económico, social, ambiental, educativo y empresarial.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Páginas
Portada	
Resumen Ejecutivo	ii
Summary	iii
Autoría	iv
Certificación del Asesor	v
Cesión de Derechos a la Universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de Uso y Publicación a la Universidad Técnica Del Norte	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice de Contenidos	xiii
Índice de Cuadros	xxi
Índice de Gráficos	xxiii
Introducción	xxv

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	27
Objetivos	29
Objetivo General	
Objetivo Específicos	
Variables	
Indicadores	
Matriz de Relación Diagnóstica	31
Identificación de la Población	32
Determinación de la Muestra	

Diseño de los Instrumentos de Investigación	
Evaluación de la Información	
Entrevista Aplicada al Ing. Roberto Moncayo g. Gerente de Auquinorte Cía. Ltda.	43
Matriz AOOR	47
Determinación del Problema Diagnóstico	48

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La Empresa	49
Tipo Principales de Empresas	
Negocios de Servicios	
Negocios Comerciales	50
Negocios Industriales	
Clasificación de las Empresas	
Según la Actividad Económica que Realice	
Del Sector Primario	
Del Sector Secundario	
Del Sector Terciario	51
Según la forma jurídica	
Según su Dimensión	
Según su Ámbito de Actuación	52
Según su Capital	53
Empresas Privadas	
Empresas Públicas	
Empresas Mixtas	
Empresas de Autogestión	
Constitución Legal de la Empresa	
Ventajas Persona Natural	54

Desventajas Persona Natural	
Microempresa	
Clasificación de la Microempresas	55
Objetivos de la Microempresa	
Características de las Microempresas	56
Como Financiar la Microempresa	57
Autofinanciamiento	
Crédito Familiar	
Como Inversionista	58
Como Accionista	
Crédito Bancario	
Marco Legal para el Establecimiento de la Microempresa	59
Producción	
Clases de Sistemas de Producción	
Por Procesos	
Por Órdenes	
Tipo de Producción	60
Productoras de Bienes o Servicios	
Empresas Extractivas	
Empresas Transformadoras	61
Por Sectores Económicos	
Actividades Económicas	
Sistema de Crianza del Cuy	62
Sistemas en Galpones o Posas	
Crianza al Pastoreo	63
Crianza Casera en el Suelo	
Estudio Financiero	64
Ingresos	
Egresos	
Mano de Obra Directa	65

Materia Prima Directa	
Gastos de Fabricación	
Gastos Administrativos	66
Gastos de Ventas	
Estudio de Mercado	
Producto	67
Oferta	
Demanda	
Precio	68
Comercialización	
Elementos de la Comercialización	
Productor	69
Intermediario	
Consumidor	
Canales de Distribución	
Estrategias de Comercialización	70
Fijación de Precios	
Servicio al Cliente	
Publicidad	
Promoción de Ventas	71
Competencia	
Clases de Competidores	
El Enfoque de Marketing y la Competencia	72
Estrategias de Marketing	
Evaluadores Financieros	73
Valor Actual Neto Van	
Tasa Interna de Retorno TIR	74
Beneficio Costo	75
Recuperación de la Inversión	
Punto de Equilibrio	74

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción	77
Identificación del Producto	
Producto	78
Características del Producto	
El producto en el Mercado	80
Mercado Meta	
Producto Principal	
Productos Sustitutos	81
Productos Complementarios	
Área de Mercado o Zona de Influencia del Proyecto Ubicación Geográfica	
Comportamiento de la Demanda	
Proyección de la Demanda	82
Comportamiento de la Oferta	84
Proyecciones de la Oferta	85
Demanda a Satisfacer	86
Análisis de la Competencia	
Precio del Producto	87
Comercialización	88
Canales de Distribución	
Estrategias de Comercialización	
Producto	
Precio	89
Plaza	
Promoción y Publicidad	

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del Proyecto	90
Mercado	
Disponibilidad de Recursos Financieros	
Disponibilidad de Mano de Obra	91
Disponibilidad de Materia Prima	
Definición de la Capacidad de Producción	
Localización del Proyecto	
Macro Localización	
Micro Localización	92
Ingeniería del Proyecto	93
Flujograma del Proceso	
Producción de Cuyes	94
Compra de Ejemplares	
Alimentación	
Reproducción o Empadre	95
Número de Montas	
Gestación	96
Parto	
Lactancia	
Destete	
La recría	
Selección	97
Sanidad	
Presupuesto Técnico	
Inversiones Fijas	
Terreno	
Infraestructura Civil	98

Muebles y Enseres	
Equipo de Computación	99
Equipo de Oficina	100
Maquinaria y Equipo	
Inversiones Diferidas	101
Gasto de Constitución	
Capital de Trabajo	
Financiamiento	102
Talento Humano Requerido	103

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Análisis Financiero	104
Estructura de la Inversión	
Depreciaciones	105
Amortización Gastos de Constitución	
Determinación de Ingresos	
Presupuesto de Ventas	106
Egresos	107
Crecimiento de la Inflación	
Crecimiento del Sueldo	108
Materia prima Directa	109
Mano de obra Directa	
Costos Generales de Producción	111
Gastos Administrativos y de Ventas	112
Gastos Sueldo Personal Administrativo	
Gasto de Ventas	113
Presupuesto de Gastos Financieros	114
Estados Financieros	116

Balance General	
Balance de Pérdidas y Ganancias Proyectado	117
Flujo de Caja	118
Evaluación Financiera	
Costo de Oportunidad	
Valor Actual Neto. (VAN)	119
Tasa Interna de Retorno (TIR)	120
Período de Recuperación	121
Relación Beneficio-Costo	122
Relación Ingresos –Egresos	123
Punto de Equilibrio	124

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Logotipo y Denominación de la Microempresa	126
Misión	
Visión	
Objetivo de la Microempresa	127
Organización Estructural de la Microempresa	128
Funciones Básica de la Organización	
Departamento de Producción	
Departamento de Administración y Ventas	
Organigrama Estructural	
Organización Interna de la Microempresa	
Nivel Administrativo y Ventas	
Contador	129
Secretaria	
Chofer	
Nivel Operativo	

Control de Calidad	
Jornaleros	
Manual de Funciones	130
Gerente	
Secretaria-Contador	131
Chofer	132
Técnico Veterinario	133
Jornaleros	134
Aspectos Legales	
Registros Legales	
Registro Único de Contribuyentes	135
Permiso Municipal	
Permiso Sanitario	
Cámara de Comercio	
Estrategias de Comercialización	
Estrategias del Precio	136
Estrategias del Producto	
Estrategias de la Plaza	
Estrategias de la Promoción	

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Análisis de Impactos	137
Matriz de Valoración	
Impacto Económico	138
Impacto Social	139
Impacto Ambiental	140
Impacto Educativo	141
Impacto Empresarial	142
Impacto Genera	143

Conclusiones	144
Recomendaciones	145
Bibliografía	146
Lincografía	147
Anexos	149

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Satisfacción de la Demanda	33
Cuadro N° 2 Precio de la Materia Prima	34
Cuadro N° 3 Cantidad de Demanda Semanal	35
Cuadro N° 4 Épocas de Mayor Volumen de Ventas	36
Cuadro N° 5 Canales de Comercialización	37
Cuadro N° 6 Determinación del Precio de Venta	38
Cuadro N° 7 Competencia	39
Cuadro N° 8 Proveedores	40
Cuadro N° 9 Formas de Pago a Proveedores	41
Cuadro N° 10 Tipo de Proveedores	42
Cuadro N° 11 Clasificación de las Empresas	52
Cuadro N° 12 Características Físicas del Cuy	78
Cuadro N° 13 Características Fisicoquímicas	79
Cuadro N° 14 Cualidades de la Carne de Cuy	
Cuadro N° 15 Comportamiento Histórico de la Demanda	82
Cuadro N° 16 Tasa Promedio de Crecimiento de la Demanda	83
Cuadro N° 17 Demanda Futura	
Cuadro N° 18 Comportamiento de la Oferta	84
Cuadro N° 19 Oferta Futura	85
Cuadro N° 20 Determinación de la Demanda a Satisfacer	86
Cuadro N° 21 Comportamiento del Precio	87
Cuadro N° 22 Proyección del Precio	

Cuadro N° 23 Cantidad de Consumo	94
Cuadro N° 24 Programa de Alimentación	95
Cuadro N° 25 Requerimiento Terreno	98
Cuadro N° 26 Infraestructura Civil	
Cuadro N° 27 Muebles y Enseres	99
Cuadro N° 28 Equipo de Computación	
Cuadro N°29 Equipo de Oficina	100
Cuadro N° 30 Maquinaria y Equipo	
Cuadro N° 31 Gasto de Constitución	101
Cuadro N° 32 Capital de Trabajo	
Cuadro N° 33 Cuadro Resumen de la Inversión	102
Cuadro N° 34 Financiamiento	
Cuadro N° 35 Talento Humano	103
Cuadro N° 36 Estructura de la Inversión	104
Cuadro N° 37 Depreciación Activos Fijos	105
Cuadro N° 38 Amortización Gastos de Constitución	
Cuadro N° 39 Presupuesto de Ventas	106
Cuadro N° 40 Volumen de Ventas Proyectadas	
Cuadro N° 41 Crecimiento de la Inflación	107
Cuadro N° 42 Crecimiento del Sueldo	108
Cuadro N° 43 Proyección de Materiales Directos	109
Cuadro N° 44 Costo en Personal	
Cuadro N° 45 Proyección de S.B.U Jornaleros	110
Cuadro N° 46 Proyección de S.B.U. Técnico Veterinario	
Cuadro N° 47 Costos Generales de Producción	111
Cuadro N° 48 Gastos Sueldo Personal	112
Cuadro N° 49 Gastos Sueldo Personal Administrativo	
Cuadro N° 50 Gasto de Ventas	113
Cuadro N° 51 Tabla de Amortización	115
Cuadro N° 52 Flujo de Caja	118

Cuadro Nº 53 Cálculo de la Tasa de Redescuento	
Cuadro Nº 54 Cálculo del Valor Actual Neto	119
Cuadro Nº 55 Van con Tasa Inferior	120
Cuadro Nº 56 Van con Tasa Superior	
Cuadro Nº 57 Período de Recuperación	122
Cuadro Nº 58 Ingresos y Egresos Actualizados	123
Cuadro Nº 59 Punto de Equilibrio	124

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1 Satisfacción de la Demanda	33
Gráfico Nº 2 Precio de la Materia Prima	34
Gráfico Nº 3 Cantidad de Demanda Semanal	35
Gráfico Nº 4 Épocas de Mayor Volumen de Ventas	36
Gráfico Nº 5 Canales de Comercialización	37
Gráfico Nº 6 Determinación del Precio de Venta	38
Gráfico Nº 7 Competencia	39
Gráfico Nº 8 Proveedores	40
Gráfico Nº 9 Formas de Pago a Proveedores	41
Gráfico Nº 10 Tipo de Proveedores	42
Gráfico Nº 11 Canal de Distribución	88
Gráfico Nº 12 Ubicación Geográfica	92
Gráfico Nº 13 Flujograma del Proceso	93

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La provincia de Imbabura conocida por sus paisajes y costumbres de alimentación, motivo por el cual llama la atención a miles de turistas nacionales y extranjero para deleitar como un plato típico en la parroquia de Chaltura, dando lugar a que miles de personas empiecen a dedicarse a esta actividad para cubrir la demanda que existe en el mercado.

La Parroquia La Esperanza ubicada en un sector estratégico de la ciudad ayuda a que la población empiece a dedicarse a otra actividad que no sea la agricultura sino mas bien empezar a fomentar empleo entre la misma gente del sector con la iniciativa de implementar una microempresa dedicada a la producción de cuyes.

Justificación

El proyecto que se pretende desarrollar es para cubrir la demanda que existe en el mercado local con la implantación de la nueva microempresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes al pastoreo, donde se pretende utilizar todo tipo de recurso tanto mano de obra, materiales y donde se evite contaminar mas al ambiente, en este caso la porquinaza de los animales servirá como abono para el mismo terreno.

Invertir en proyectos de producción beneficia el desarrollo social y económico tanto del sector como de la provincia que en gran medida se encuentra en mal estado.

Objetivos

Objetivo General

Crear una microempresa productora y comercializadora de cuyes al pastoreo en la Parroquia La Esperanza, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Establecer un diagnóstico situacional que permita medir la viabilidad del proyecto.
- Identificar las bases teóricas científicas que sustentan el desarrollo del proyecto con información primaria y secundaria.
- Alcanzar una producción permanente de cuyes para satisfacer la demanda de los consumidores.
- Determinar estrategias que permitan desarrollar una adecuada comercialización (oferta y demanda).
- Establecer la Ingeniería del Proyecto para conocer su localización, administración y canales de distribución que permitan obtener una rentabilidad.
- Establecer los principales impactos que puede generar este proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes.

La Esperanza está situada al sur-oriente del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, a 2430 metros sobre el nivel del mar, se asienta a lo largo de la carretera que cruza y que sirvió de paso obligado para los que iban y venían de Quito. Su nombre es Santa María de la Esperanza.

Las actividades principales que caracterizan a la parroquia La Esperanza son: trabajos artesanales (bordados de prendas de vestir, además de tejidos y la talabartería en cuero); por su ubicación geográfica su suelo es apto para actividades agrícolas y ganaderas.

Tanto el hombre como la mujer de la Esperanza son hábiles para la crianza de animales domésticos como el cuy, el conejo, las gallinas, patos, pavos. Todo el año se dedican al engorde de chanchos, ovejas y ganado vacuno y caballar.

El cuy (*Cavia porcellus*), es una especie originaria de la zona Andina del Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia, es un producto alimenticio con alto valor nutritivo y bajo costo de producción, que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos, se cría fundamentalmente con el objeto de aprovechar su carne.

Si bien no se desarrolló la cría en gran escala, la población andina conservó pequeños núcleos de animales para el autoconsumo, debido a su gran potencial como productor.

El cuy reviste, en los hogares rurales, un significado simbólico asociado a la familia y a la condición femenina. Es signo de comida, y es el reforzador de las relaciones sociales, del prestigio y de las virtudes medicinales. Con la conquista del imperio incaico, se introdujeron especies animales que desplazaron a las nativas, como la llama y la alpaca; sin embargo, la producción de cuyes se mantuvo.

En la actualidad se observa la necesidad de las familias imbabureñas en obtener un ingreso adicional para el sustento de vida por eso se ha visto la necesidad de la presentación de un proyecto de Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Cuyes al Pastoreo, la misma que tiene como finalidad reactivar la economía micro empresarial de las familias, mejorar los ingresos y fomentar la explotación del cuy.

La problemática de la crianza de cuyes en las explotaciones caseras (para consumo interno) y de economía familiar (para consumo interno y para el mercado) está dado por un escaso desarrollo tecnológico, el manejo sanitario es deficitario, hay gran incidencia de parásitos externos, no existe razas con características mejoradas definidas, en los países andinos se encuentra dos genotipos de cuyes: el criollo y el mejorado.

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

“Realizar un diagnóstico situacional para determinar la situación actual y real de la microempresa productora y comercializadora de cuyes al pastoreo”

1.2.2. Objetivo Específicos.

1.2.2.1. Crear una microempresa productora y comercializadora de cuyes, que abastezca a la demanda actual del producto.

1.2.2.2. Alcanzar una producción permanente de cuyes para satisfacer la demanda de los consumidores.

1.2.2.3. Determinar estrategias que permitan una adecuada comercialización del producto (oferta-demanda).

1.3. Variables

1.3.1. Microempresa.

1.3.2. Producción

1.3.3. Comercialización

1.4.Indicadores

Microempresa

- Competencia
- Personal

- Marco Legal
- Empleo
- Economía Local
- Servicios Básicos

Producción

- Raza del Cuy
- Alimentación
- Mano de Obra
- Tecnología
- Control de Calidad
- Productividad
- Formas de Producción
- Materia Prima

Comercialización

- Competencia
- Demanda
- Precio
- Canal de Distribución
- Servicio al Cliente
- Oferta
- Temporada

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivo Específico	Variables	Indicadores	Técnicas de Investigación	Fuentes de Información
Crear una microempresa productora y comercializadora de cuyes, que abastezca a la demanda actual del producto.	Microempresa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia ➤ Personal ➤ Marco Legal ➤ Empleo ➤ Economía Local ➤ Servicios Básicos 	Encuesta	Asaderos
Alcanzar una Producción permanente de cuyes para satisfacer la demanda de los consumidores	Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Raza del Cuy ➤ Alimentación ➤ Mano de Obra ➤ Tecnología ➤ Control de Calidad ➤ Productividad ➤ Formas de Producción ➤ Materia Prima 	Encuesta, Entrevista	Asaderos
Determinar estrategias que permitan una adecuada comercialización del producto (oferta-demanda)	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia ➤ Demanda ➤ Precio ➤ Canal de Distribución ➤ Servicio al Cliente ➤ Oferta ➤ Temporada 	Encuesta	Mercado

1.6. Identificación de la Población

Para la realización del estudio se escogió como poblaciones objetos de estudio a los productores y comercializadores de cuyes de las Parroquias de Chaltura y Natabuela, ubicadas en el Cantón Antonio Ante, además de locales pertenecientes a la ciudad de Ibarra.

1.7. Determinación de la Muestra

Por ser una población < 100 encuestados se utilizó la técnica del Censo para la determinar la muestra del cual fue objeto de estudio se realizó encuestas a todos los asaderos de las parroquias de Chaltura y Natabuela, en un número de 13, y dos lugares de la ciudad de Ibarra.

1.8. Diseño de los Instrumentos de Investigación

1.8.1. Encuesta dirigida a los Propietarios de los Asaderos de cuyes.

(Ver Anexo A)

1.8.2. Entrevista aplicada al Ing. Roberto Moncayo G. Gerente de
AUQUINORTE CIA LTDA

(Ver Anexo B)

1.9. Análisis e Interpretación de la Información

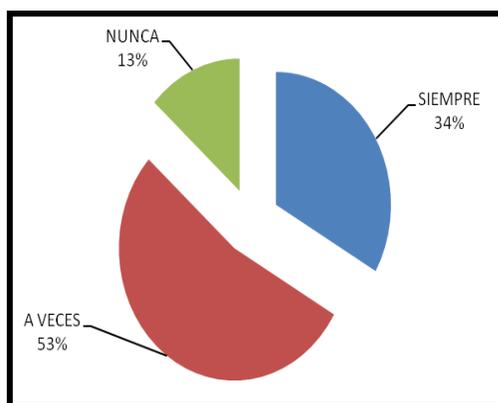
1.9.1. Encuesta dirigida a los Propietarios de los Asaderos de cuyes.

1. ¿Satisface usted la demanda existente?

Cuadro No. 1 Satisfacción de la Demanda

Categoría	Frecuencia	%
Siempre	5	34%
A veces	8	53%
Nunca	2	13%
Total	15	100%

Gráfico N° 1
Satisfacción de la Demanda



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

El sesenta y seis por ciento no satisface la demanda existente, o rara vez lo hace, por lo que se podría afirmar la presencia de demanda insatisfecha, siendo esta una oportunidad para la creación de la nueva unidad productiva, y que precisamente su misión sea satisfacer la demanda existente, además esto beneficiará a quienes adquieran la materia prima, ya que podrán con otra alternativa dentro del mercado.

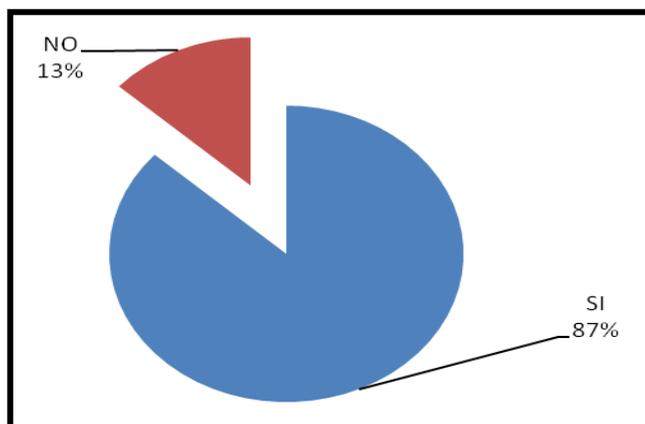
2. ¿Usted pagaría 6,00 dólares por un cuy en pie?

Cuadro No. 2 Precio de la Materia Prima

Categoría	Frecuencia	%
Si	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

Gráfico N° 2

Precio de la Materia Prima



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

La mayoría de propietarios de asaderos de cuyes asegura estar de acuerdo con el precio planteado, lo que garantiza la presencia de ingresos constantes de los productores de cuyes, además de generar un ambiente de estabilidad comercial, esto se puede calificar de una manera altamente positiva, y se cree necesario trabajar sobre el trece por ciento que muestra el gráfico anterior para analizar de manera más detallada las razones por las que no están de acuerdo con el precio planteado, para poder plantear alternativas a este grupo, y lograr la aceptación de la totalidad del mercado local.

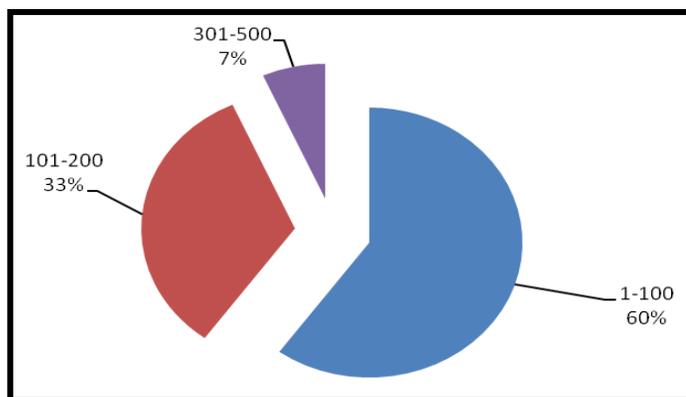
3. ¿Cuál es la cantidad de cuyes que necesita para la venta por semana.

Cuadro No. 3 Cantidad de Demanda Semanal

Categoría	Frecuencia	%
1-100	9	60%
101-200	5	33%
201-300	0	0%
301-500	1	7%
501 adelante	0	0%
Total	15	100%

Gráfico N° 3

Cantidad de Demanda Semanal



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

Los resultados muestran que al menos se necesita un centenar de cuyes para poder satisfacer la demanda de este producto, con una proyección máxima semanal de hasta quinientos ejemplares; lo que es muy beneficioso, y a la vez un condicionante para la microempresa, ya que debe tener una capacidad instalada para poder cubrir la demanda mínima, es decir producir cien cuyes semanalmente, para poder abastecer al mercado local.

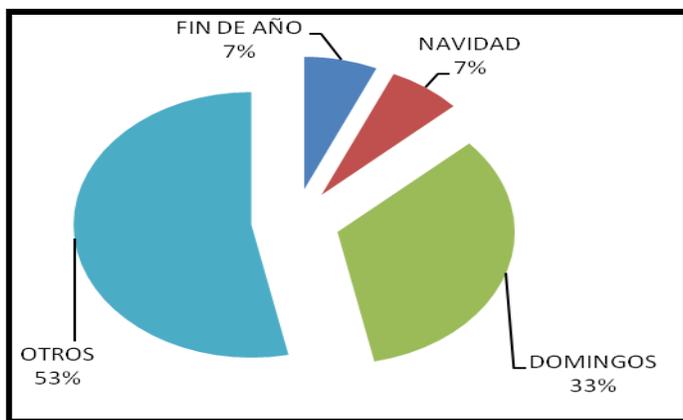
4. ¿En qué épocas del año su empresa tiene más demanda del producto?

Cuadro No. 4 Épocas de Mayor Volumen de Ventas

Categoría	Frecuencia	%
Fin de año	1	7%
Navidad	1	7%
Domingos	5	33%
Fiestas Patronales	0	0%
Otros	8	53%
Total	15	100%

Gráfico N° 4

Épocas de Mayor Volumen de Ventas



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

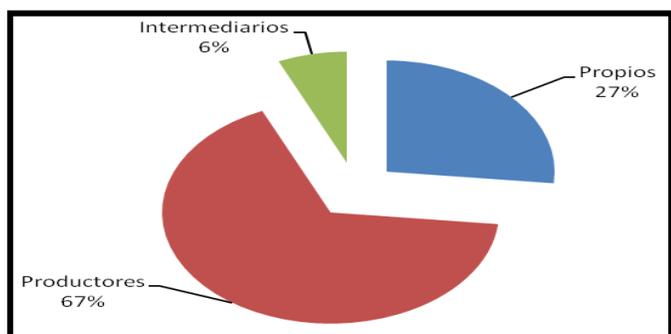
Se pudo evidenciar que no la relación de venta no tiene nada que ver con las fechas festivas o de calendario, sino más bien que si existe una relación directa entre el volumen de ventas registrados por los propietarios de los asaderos y el fin de semana, sin que estos días tengan que ver necesariamente con un día festivo.

5. ¿A quién adquiere los cuyes para su negocio?

Cuadro No. 5 Canales de Comercialización

Categoría	Frecuencia	%
Propios	4	27%
Productores	10	67%
Intermediarios	1	6%
Total	15	100%

**Gráfico N° 5
Canales de Comercialización**



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

Los encuestados respondieron que la adquisición de los cuyes lo realiza a través de las microempresas productoras existentes, lo que es muy importante ya que se pueden establecer alianzas estratégicas con la finalidad de abastecer de manera permanente a los locales que expenden este plato típico; por otro lado un pequeño porcentaje lo hace con la presencia de intermediarios, esto último, sin duda encarece el precio al consumidor de la materia prima, o simplemente puede reducir el nivel de utilidad tanto para el productor como para los propietarios de los asaderos.

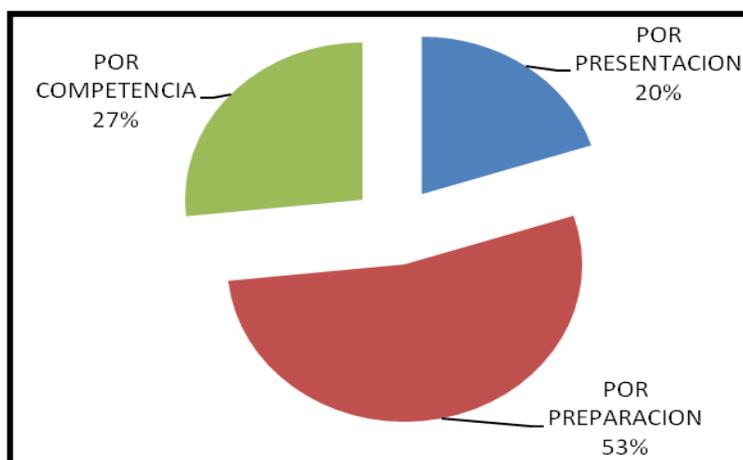
6. ¿Cómo determina usted el precio de venta del producto?

Cuadro No. 6 Determinación del Precio de Venta

Categoría	Frecuencia	%
Por presentación	3	20%
Por Preparación	8	53%
Por Competencia	4	27%
Total	15	100%

Gráfico N° 6

Determinación del Precio de Venta



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

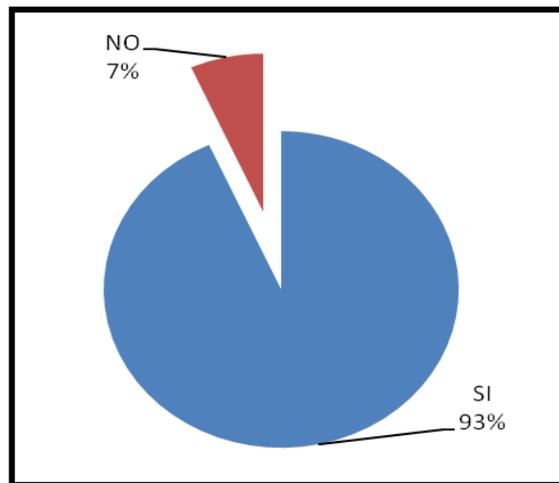
La mayoría de propietarios de los asaderos, expresan que establecen el precio de venta por los costos que demande la adquisición de insumos para la preparación, lo cual puede estar bien, pero a la vez está incompleto.

7. ¿Considera que existe competencia para su negocio?

Cuadro No. 7 Competencia

Categoría	Frecuencia	%
Si	14	93%
No	1	7%
	15	100%

**Gráfico N° 7
Competencia**



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

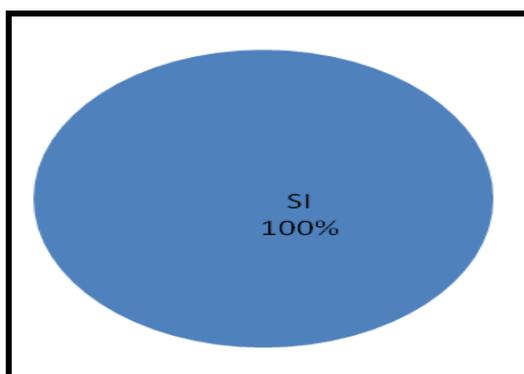
Un alto grado de los encuestados manifestaron que sí tiene competencia, y esto puede considerarse como una externalidad positiva para las microempresas productoras de cuyes, ya que los demandantes pueden adquirir el producto a la microempresa que tenga mejores procesos de producción y a precios competitivos, los cuales deberán ser nuevas políticas de la nueva unidad productiva en mención.

8. ¿Le gustaría que existan otros proveedores en la provincia?

Cuadro No. 8 Proveedores

Categoría	Frecuencia	%
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Gráfico N° 8
Proveedores**



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

La totalidad de los encuestados se mostraron atraídos por la idea de que existan más proveedores de la materia prima, aclarando que el producto debe ser de buena calidad, ya que según ellos permitirán la existencia de competencia y se reflejará en los precios de mercado, además esto afianza la propuesta de creación de una microempresa productora y comercializadora de cuyes al pastoreo.

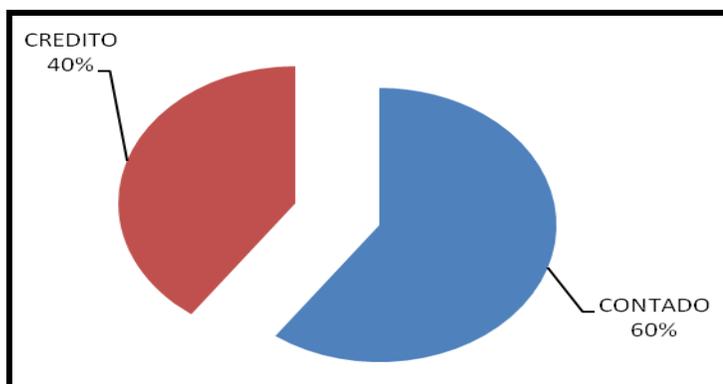
9. ¿Cuál es la forma de pago que realiza a los proveedores?

Cuadro No. 9 Formas de Pago a Proveedores

Categoría	Frecuencia	%
Contado	9	60%
Crédito	6	40%
Total	15	100%

Gráfico N° 9

Formas de Pago a Proveedores



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

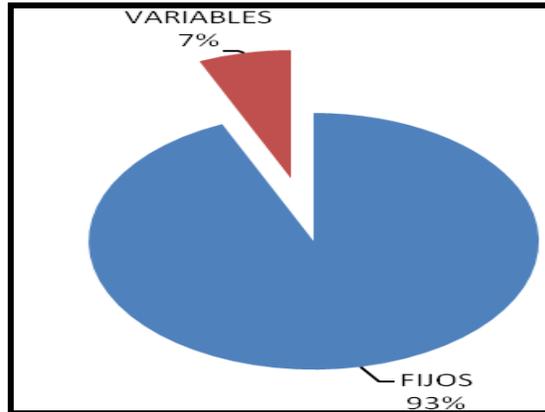
En la forma de pago que los propietarios de asaderos realizan con sus proveedores, la mayoría lo hace al contado, lo que equivale al momento que recibe la materia prima, y la diferencia lo hace a crédito, es decir cuando realiza la segunda compra, en ese momento le cancela el costo de la primera, en esto último, seguramente se establecieron acuerdos en cuanto al volumen de demanda, y lógicamente lo que esto representa en valores monetarios.

10.¿ Los proveedores que usted tiene son:

Cuadro No. 10 Tipo de Proveedores

Categoría	Frecuencia	%
Fijos	14	93%
Variables	1	7%
	15	100,00

Gráfico N° 10
Tipo de Proveedores



Fuente: Propietarios de los Asaderos de cuyes

Elaboración: La Autora

Interpretación.

La mayoría de proveedores que tienen los asaderos son fijos, lo que garantiza su estabilidad, y el restante tiene proveedores variables ya esto permite negociar de mejor manera el precio de compra. La repercusión hacia la nueva unidad productiva, es que tiene que luchar por ganarse un puesto fijo, sin olvidar de que se puede incursionar en el mercado para tratar de llegar a fijarse en los propietarios que tienen proveedores variables u ocasionales.

1.9.2 Entrevista aplicada al Ing. Roberto Moncayo G. Gerente de AUQUINORTE CIA LTDA. (Criadero de Cuyes)

1. *¿Qué clase de infraestructura necesitó en la parte productiva de la empresa?*

Se necesita jaulas portátiles con dimensiones de 1.5m de largo, 1m de ancho y 1m de altura, con malla soldada de 2" y techo galvanizado con bisagras a los lados.

2. *¿Para la producción de cuyes al pastoreo que tipo de financiamiento se puede utilizar?*

Para poder financiar un proyecto de microempresas productoras de cuyes o cualquier otra es necesario acudir al Banco Nacional de Fomento (BNF) para pequeños criadores y la Corporación Financiera Nacional (CFN) para proyectos grandes.

3. *¿Cuántos tipos de cuyes conoce usted?*

Tipo 1: Pelo lacio, corto, pegado al cuerpo

Tipo 2: Pelo corto, arremolinado formando rosetas distribuidas por todo el cuerpo.

Tipo 3: Pelo largo, lacio o arremolinado.

Tipo 4: Pelo erizado

4. *¿Qué tipo de cuy es recomendable para el consumo humano?*

El cuy recomendable para el consumo humano es del tipo 1 de pelo lacio, corto y pegado al cuerpo.

5. *¿Qué tipo de alimentación utiliza para el cuy?*

Al alimento básico que necesitan los cuyes es el forraje y para obtener buenos rendimientos es necesario el uso de alimentos balanceados suplementarios en pequeñas cantidades.

6. *¿Cuál es el promedio de crías por parto?*

Cuyes genéticamente mejorados deben producir por lo menos 4 crías viables por parto.

7. *¿Cuántos cuyes producen al mes aproximadamente?*

Un promedio de 6.000 animales.

8. *¿Cómo tiene establecido el control de los cuyes?*

Se llevan varios tipos de registro que permiten evaluar el comportamiento genético, reproductivo y productivo general.

9. *¿A qué tipo de mercado se dirige su producción?*

La producción que mantiene esta compañía es el 100% mercado local y nacional, asaderos y restaurantes especializados, muy eventualmente se exportan cuyes reproductores al exterior.

10. ¿Cuál es la mejor forma de consumirlo al cuy?

En todo el Ecuador básicamente se lo consume asado a la brasa, solo en la provincia de Imbabura se lo consume frito aunque las dos formas de consumirlo son buenas.

11. ¿Qué propiedades tiene la carne del cuy para el consumo humano?

Carne con alto valor nutritivo, (20% de proteína y baja en grasa), costumbre de consumirlo y facilidad de crianza por parte de pequeños productores.

12. ¿Cree que esta es una actividad rentable?

Sí, si se la hace técnicamente, se provee a los cuyes de todos sus requerimientos nutricionales, instalaciones adecuadas, genética apropiada, que permitan producir de cuyes de calidad y que se puedan comercializar a un precio rentable.

13. ¿Cree que la producción de cuyes al pastoreo es recomendable?

La crianza al pastoreo es una opción que se puede recomendar si se tienen las condiciones necesarias: clima, pastos adecuados, jaulas técnicamente diseñadas y seguridad. El punto más vulnerable es la seguridad de los animales.

14. ¿Conoce usted a sus competidores potenciales en el mercado?

Si conozco a los productores potenciales que existen en la provincia de Imbabura entre ellos están: Sr. Hugo Terán, Sr. Marco Rivadeneira, Sr.

Fernando Terán, Sra. Paquita Vásquez, entre otros quienes producen alrededor de 50000 animales por año, como también existe una producción reconocida de animales en la provincia de Tungurahua quienes aportan con 25000 cuyes.

Esto da a conocer que en la provincia de Imbabura hace falta empresas o microempresas que se dedican a la crianza de dicho animal, para poder cubrir la demanda existente, puesto que existen centros turísticos que expenden este producto y están expuestos a las exigencias de sus consumidores.

Interpretación.

De acuerdo con la información recopilada en las encuestas y entrevista, la creación de una microempresa productora y comercializadora de cuyes conlleva a cumplir estándares de producción y calidad, aptos para la competencia en el mercado cumpliendo así con la oferta y demanda, tomando en cuenta las capacidades humanas y tecnológicas con las que se contaría.

Lo importante es producir ejemplares adecuados y rentables para el consumo humano y poco a poco irse ubicando en el mercado local y nacional. Por otro lado hay que tomar en cuenta que esta actividad tendría una gran estabilidad ya que el cuy es consumible los 365 días del año.

Para lo cual se debe tener en cuenta que el financiamiento de la actividad se puede obtener mediante créditos en instituciones públicas como el BNF o la CFN, además de la Banca Privada.

1.10. Matriz AORR

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> ✦ El precio cubre los costos de producción, ✦ Alta afluencia de consumidores en fines de semana, ✦ Existencia de sistemas de financiamiento, ✦ Infraestructura con poco requerimiento tecnológico, ✦ Alimentación basada en forraje, asociada con un buen valor nutritivo, ✦ Alto índice de reproducción. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Existencia de productores locales, ✦ Alto índice de competidores, ✦ Existencia de productos sustitutos,
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> ✦ Producción local insuficiente, ✦ Necesidad de creación de nuevas empresas abastecedoras de este producto, ✦ Apertura del mercado local y regional, ✦ Actividad altamente rentable, ✦ Investigaciones sobre nuevas formas de producción, ✦ Conocimiento del mercado y la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ No existe una manera técnica de establecer el precio, ✦ Índices de mortalidad indefinidos, ✦ Clima cambiante o inestable, ✦ Inestabilidad económica y jurídica del país,

1.11. Determinación del Problema Diagnóstico.

Los sectores rurales durante mucho tiempo han estado alejados de los procesos de desarrollo, por lo que es de vital importancia la participación de la población del sector, por lo que se pretende impulsar un proyecto productivo.

La parroquia la Esperanza, tiene aptitudes para la producción cunicola, la cual puede ser aprovechada como una actividad económica alternativa para la población generando empleo para el sector ya que en su mayoría se dedica a los trabajos de agricultura y ganadería.

Por otra parte la producción de estos animales se realiza en un corto período donde se ha visto como una actividad atractiva y motivadora para las personas que se dediquen a la crianza de esta manera se transforma en una oportunidad para los habitantes de la parroquia.

El cuy es un plato típico y tradicional ha fortalecido las relaciones entre proveedores y consumidores al ofrecer un producto de calidad de acuerdo a las exigencias y especificaciones del cliente.

Con todos los argumentos anotados anteriormente, se cree necesario la creación de una microempresa productora y comercializadora de cuyes al pastoreo en la Parroquia la Esperanza, cantón Ibarra en la provincia de Imbabura.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA EMPRESA

PARKIN Michael; 2010 Pág. 27 dice: *“Una empresa es una unidad económica que encontrara factores de producción y los organiza para producir y vender bienes y servicios”*.

La empresa es una organización de carácter económico social con vida propia donde integran elementos humanos, técnicos y materiales para satisfacer las demandas existentes del mercado sea de bienes o servicios, cuyo fin principal es la obtención de utilidades.

2.1.1. Tipo Principales de Empresas

Existen tres tipos principales de empresa de negocios: de servicios, comerciales y las industriales.

2.1.1.1. Negocios de Servicios.

Es aquel que vende un servicio que un producto, como por ejemplo: los servicios médicos, las agencias de viajes, las empresas públicas, etc.

2.1.1.2. Negocios Comerciales.

Son las que compran un producto o productos a los mayoristas o a las fábricas directamente y luego los revenden a los consumidores sin cambiar las características del producto obteniendo una utilidad como por ejemplo: las tiendas de víveres, los almacenes de ropa y calzado, etc.

2.1.1.3. Negocios Industriales.

Son aquellas que compran materiales con el fin de convertirlos en nuevos productos que más tarde serán vendidos al público como por ejemplo fábricas de zapatos, fábricas de gaseosas, etc.

2.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.

Existen varias diferencias entre una empresa y otra, a continuación se presenta algunos tipos de empresas según los ámbitos:

2.1.2.1 Según la Actividad Económica que realice.

a) Del sector primario

Estas empresas son las que se dedican a obtener una utilidad de los bienes obtenidos por la naturaleza como agrícolas, ganaderas, mineras, etc.

b) Del sector secundario

Su actividad principal es productiva ya que al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para el uso, aquí se encuentran las empresas industriales y de construcción.

c) Del sector terciario

Son aquellas que prestan un servicio o comercializan un bien entre ellas están las de transporte, comercio, turismo, etc.

2.1.2.2 Según la Forma Jurídica

a) Empresas de un solo Propietario

Es aquel que maneja una sola persona que en este caso es el dueño, son negocios pequeños que manejan poco personal y capital.

b) Las Sociedades de Personas

Estas sociedades son similares a las de un solo propietario pero la diferencia es que pertenecen a dos o más socios, la diferencia es al momento de su creación se lo hace mediante escritura pública.

c) Sociedades de Capital

Son de propiedad de muchos dueños, por lo general el mínimo es de cinco, y la diferencia a los otros dos tipos es que se expiden acciones a cada uno.

2.1.2.3 Según su Dimensión

En esta clasificación se pueden diferenciar a las empresas de acuerdo al número de empleados, el valor bruto de las ventas anuales y el valor de los activos totales y la obligación tributaria para llevar contabilidad.

Cuadro N° 11
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

	Número de empleados	Valor bruto de ventas anuales	Valor activos totales	Obligadas a llevar Contabilidad
Micro	1 - 9	100.000	Menor a 100.000	NO
Pequeñas	Hasta 49	1'000.000	De 100.001 hasta 750.000	SI
Medianas	50 - 199	1'000.001 a 5'000.000	750.001 a 4'000.000	SI
Grandes	Mayor a 200	Mayor a 5'000.000	Mayor a 4'000.000	SI

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

2.1.2.4 Según su Ámbito de Actuación

De acuerdo a este ámbito geográfico las empresas pueden realizar las siguientes actividades que son:

- Empresas Locales
- Regionales
- Nacionales
- Multinacionales
- Transnacionales
- Mundiales

2.1.2.5 Según su Capital

a) Empresas Privadas

Su capital está en manos de personas particulares.

b) Empresas Publicas

El capital de trabajo se encuentra controlado por entidades del Estado.

c) Empresas Mixtas

Es esta tipo de empresas son aquellas donde la propiedad es compartida.

d) Empresas de Autogestión

El capital de trabajo se encuentra en manos de trabajadores productivos.

2.1.3. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.

Para constituir una empresa, es necesario saber cómo se la va a conformar, si va a ser integrada por uno a más socios. En este caso se la constituirá con personería natural, implica que una persona ejercerá derechos y cumplirá obligaciones a título personal, asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea, las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

a) VENTAJAS PERSONA NATURAL.

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.
- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- No se les exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

b) DESVENTAJAS PERSONA NATURAL.

- Tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.
- Capital limitado sólo a lo que pueda aportar el dueño.
- Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran menos dispuestos a conceder préstamos a Personas Naturales.

2.2. MICROEMPRESA

VÁSQUEZ Lola: 2007. Pág. 256 afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”.*

Al igual que las empresas las microempresas tienen su vida propia donde participan elementos indispensables para el funcionamiento, como aspecto importante se puede decir que a la hora de crear o gestionar una microempresa existen sistemas de financiamiento como es por parte de Bancos (créditos condiciones especiales) y por parte del Gobierno (subvenciones).

2.2.1 CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESAS:

Para Cantos, E (2006) pág. 19: explica la clasificación de la microempresa de la siguiente manera:

***“Producción:** son aquellas que transforman materia primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula basándose en la Ley de Fomento Artesanal. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que genera empleo productivo.*

***Comercio:** son las que tienen como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.*

***Servicios:** la cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.”*

Según el autor la clasificación de las microempresas permite tener un conocimiento claro de que no todas microempresas se dedican a la misma actividad económica, es decir cada una se especializa en la producción, al comercio, al servicio y como también pueden ser microempresas mixtas de actividades.

2.2.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

Dentro de los principales objetivos están:

- Mejorar los niveles de quienes integran la microempresa.
- Aumentar la productividad de los puestos de trabajo, los ingresos, la capacidad de ahorro e inversión.
- Elevar la contribución de la empresa al producto nacional.
- Fortalecer la organización de la microempresa
- Promover el desarrollo y crecimiento del microempresario mediante el apoyo y capacitación del mismo.
- Crear fuentes de trabajo y generar empleo.

2.2.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS MICROEMPRESA

Las características de una microempresa son:

- La mayoría de las microempresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones, es decir se mantienen en el mismo lugar donde se iniciaron, tratando de mantener su mercado y desean una relación estrecha con la clientela adquirida.
- El mercado local o regional es objetivo predominante de la pequeña microempresa. Esta característica depende de la habilidad de cada empresario para ofrecer un producto o servicio.
- La microempresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades ya que no cuenta con el apoyo técnico financiero de las instituciones públicas.
- El número de empleados con que cuenta una microempresa no supera de 45 empleados, dedicadas a las actividades administrativas y operativas.
- Todas las actividades se concentran en el dueño de la microempresa, que es el que ejerce el control y la dirección general de la misma.
- Requiere mayor asistencia financiera administrativa.

2.2.4 COMO FINANCIAR LA MICROEMPRESA

La primera actividad es acudir a una institución financiera, este paso es más difícil y casi imposible de conseguir, puesto que las instituciones financieras temen el alto riesgo de los negocios pequeños ya que no tienen ningún historial de éxito en la actividad.

En el mundo de los negocios es necesario ser realistas y ver otras posibilidades concretas de obtener recursos económicos, por lo tanto se presentan las siguientes opciones:

2.2.4.1 Autofinanciamiento.

Es la única fuente segura y confiable que se tiene es la utilización de nuestro propio capital, método más recomendable y utilizado para poder crear una Microempresa. Esto será posible mediante:

- El ahorro
- El crédito en una cooperativa
- La hipoteca de un algún inmueble
- La venta de bienes o servicios

2.2.4.2 Crédito Familiar.

Es una fuente buena pero muy riesgosa por las malos entendidos que se pueden producir, las sensibilidades suben al más alto grado y cualquier expresión puede ser causa de resentimiento, por eso es muy recomendable que cualquier capital que se entregue para la microempresa, lo hagan a través de la firma de un contrato escrito, donde establezcan las formas de

pago. Existen dos formas por las cuales se pueden recibir los recursos económicos que son:

- Como inversionista
- Como accionista

a) Como Inversionista

Es un familiar el que recibirá una tasa de interés, dentro de cierto tiempo, y no tendrá derecho a participar en la administración de la microempresa. Para esto se firma un contrato de mutuo acuerdo o préstamo de consumo.

b) Como Accionista

El familiar le entrega sus recursos económicos y para ser devueltos se debe esperar un tiempo determinado mínimo que dos años de funcionamiento de la microempresa, se le entrega el capital con sus interés restando los gastos operativos y administrativos, como accionista tiene derecho a poder intervenir en la toma de decisiones que llevan al buen funcionamiento de la microempresa. Para esto se firma un contrato de ACCION.

2.2.4.3 Crédito Bancario

Cuando la microempresa se encuentra en etapa de crecimiento o maduración y se necesita más recursos económicos para ampliarse, es necesario solicitar un crédito al banco, que puede proporcionar una vez que se llegue a demostrar resultados del trabajo y poder pagar las cuotas del financiamiento.

2.2.5 Marco Legal para el Establecimiento de la Microempresa

Para que una microempresa pueda empezar a funcionar dentro del mercado debe cumplir con los siguientes trámites:

- a) Registro en la Cámara de la Producción del Cantón
- b) Registro y pago de Patente Municipal
- c) Permiso Sanitarios
- d) RUC
- e) Nombre de la Empresa

2.3. Producción

De acuerdo a la página web: www.wikipedia.org. La *“Producción, en economía, es crear utilidad, entendiéndose ésta como la capacidad de generar satisfacción ya sea mediante un producto, un bien económico o un servicio mediante distintos modos de producción”*

2.3.1. Clases de Sistemas de Producción

Desde el punto de vista de la producción se pueden clasificar los sistemas en dos grande clases como:

2.3.1.1 POR PROCESOS.- Es el cual mediante un proceso común se elaboran todos los productos.

2.3.1.2 POR ÓRDENES.- Se realiza mediante lotes de productos diferentes todos los productos.

➤ **SISTEMAS GENERALES**

- Agrícolas o agronómicas
- Pecuarias o ganaderas
- Agroindustriales
- Complementarias o integradas

➤ **SISTEMAS PECUARIOS GENERALES**

Dentro de las actividades pecuarias

- **Ciclo Completo.-** Las actividades en este ciclo se desarrollan completamente (todas las fases o etapas) fisiológicas como son la reproducción, crecimiento y engorde. Ejemplo: crianza de conejos, vacuno, cuyes, etc.
- **Ciclo Parcial.-** Solo se desarrollo una parte de las actividades. Ejemplo engorde intensivo de vacunos, crianza de pollo, la producción de cuyes, etc.

2.3.2. Tipo de Producción

Todas estas empresas se emplean corrientemente en el mundo del trabajo, por lo cual existen tres tipos de producción:

2.3.2.1 Productoras de bienes o servicios.- Las empresas productoras de bienes pueden clasificarse a su vez en:

- a) **Empresas extractivas.-** cuando los bienes proceden directamente de la naturaleza.

b) *Empresas transformadoras.*- cuando partiendo de materias primas procedentes de las extractivas, se las somete a procesos de transformación con objeto de obtener unos bienes capital o unos bienes de consumo.

➤ Los bienes capitales también llamados de producción, están formados por las herramientas y maquinaria que se han obtenido al transformar la materia prima, con objeto de que sirvan posteriormente, en nuevos procesos de trabajo, para la producción de bienes de consumo.

➤ Los bienes de consumo son aquellos que desaparecen en el uso y no sirven para obtener de ellos otros productos. Se consiguen por la transformación de las materias primas a través del elemento humano y de los bienes capital, con objeto de producir artículos que satisfagan las necesidades humanas. Las empresas productoras de servicios son indispensables para el buen funcionamiento de las restantes y de toda la sociedad en general.

c) *Por sectores económicos.*- Es una clasificación bastante empleada, tanto por el Ministerio de Trabajo como por el de Industria, con el objeto de tomar decisiones macroeconómicas.

Cuatro son los sectores normalmente empleados:

-Agricultura.

-Pesca.

-Industria.

-Servicios.

2.3.2.3 Actividades económicas.- Con objeto de asegurar la uniformidad en los trabajos estadísticos del sector público y garantizar una buena

información de tal tipo estadístico, el Instituto Nacional de Estadísticas ha elaborado la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (C.N.A.E.).

2.3.3 Sistema de Crianza del Cuy

De acuerdo al Manual de Crianza de Cuyes-Centro de Ecología y Género. ECO. (2010). Santa Elena Chiclayo- Perú, manifiesta que existen tres tipos de crianza que son:

- Sistemas en Galpones o Posas
- Crianza al Pastoreo
- Crianza Casera en el Suelo

A continuación se presenta una síntesis de cada uno de los tipos de crianzas de cuyes anteriormente señalados.

2.3.3.1 Sistemas en Galpones o Posas

Pueden ser contruidos con adobe, ladrillo, madera, carrizo y otros materiales, generalmente son rectangulares, y es necesaria una buena ventilación y luminosidad interior. Las condiciones ambientales deben ser a una temperatura entre 15 y 18° c, con una humedad por debajo de 60%, la orientación debe ser de este a oeste.

Las posas tiene un área y tamaño de acuerdo a los cuyes que se van a criar en ellas, para 10 hembras y un macho se necesita 1 metro por lado, y la altura de 50cm. La cama para absorber la humedad puede ser de viruta y otros materiales de la zona, para elaborar un posa de adobe, se marca primero las medidas, posteriormente se excava 5 a 10 cm de profundidad, luego se tarraja y posteriormente se coloca la cama.

2.3.3.2 Crianza al Pastoreo

La crianza al pastoreo es simplemente la crianza ecológica de cuyes, el cual da beneficios al terreno donde se instala dicha actividad y en especial a los cuyes, el cual tiene algunas restricciones, por ser al pastoreo se debe de sacar a los animales a partir de las 11 de la mañana y nunca después de regarlos, puede ser terrenos con frejol rojo o retoño de alfalfa al 4 año.

La instalación para este tipo de crianza es de 1.5m de largo, 1m de ancho y 1m de alto de malla soldada de 2' y cubierta de techo galvanizado con bisagras a los costados.

Se basa en la crianza en jaulas portátiles, donde se ubica en el pasto en estado de corte, el animal consume el pasto a través de la mallas de una pulgada cuadrada.

2.3.3.3 Crianza Casera en el Suelo

Es la crianza en el piso de las cocinas o cuartos, denominada crianza familiar o casera. Para una buena crianza familiar se aconseja efectuarla en casetas de madera, instaladas en los patios de las viviendas.

Estas castas deberán tener 4 pozas de 1.25x1.25x0.3 metros. Su techo puede ser de eternit, paja o calamina, abierta por sus cuatro costados, deberá estar instalada en lugares sin corriente de aire.

Una poza será para reproductores, 6 hembras y 1 macho, otra poza para destetados machos, una tercera para destetados hembras y por ultimo una para futuros reproductores. El núcleo de 6 hembras y 1 macho rinde una saca de 12 animales cada tres meses, o sea 4 cuyes mensuales.

2.4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero evalúa el potencial económico de un proyecto analizando el monto de recursos económicos necesarios para la realización, facilitando en la toma de decisiones.

Para esto es necesario presupuestar el monto de inversiones, ingresos y egresos, presentado dicha información de manera sistemática y ordenada.

2.4.1 INGRESOS

Enciclopedia Encarta: 2009. *“Ingresos, es dinero, o cualquier otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto periodo de tiempo”.*

Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad empresarial de la microempresa durante un ejercicio económico que por lo general es un año.

2.4.2 EGRESOS

www.definicionabc.com manifiesta: *“Los egresos resultan ser aquellas partidas o salidas de descargo de cualquier cuestión, porque el termino verbal egresar refiere a salir efectivamente de alguna parte en la que uno se encuentra”*

Son todos los gastos que se realiza en un ejercicio económico que significan salida de dinero que se requiere para la ejecución del bien o servicio.

En el tratamiento contable, los egresos son los costos de producción y gastos que se dividen en:

2.4.2.1 Mano de Obra Directa.

Son aquellos pagados al personal quienes actúan en forma directa en el proceso productivo o en la prestación de un servicio, sea este con un grado de instrucción técnica especializada (profesionales) o sin ninguna capacitación (obreros, aprendices, etc.).

2.4.2.2 Materia Prima Directa

Son todos aquellos materiales e insumos que mediante su transformación permiten a que la unidad de producción realice un nuevo producto para sacar a la venta.

2.4.2.3 Gastos de Fabricación

CHILQUINGA Manuel: 2007. Pág. 11 dice *“Gastos de fabricación llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican”*.

Para este autor es un rubro que agrupa todos aquellos gastos que si bien son necesarios para el proceso de fabricación o la prestación de un determinado bien o servicio, no que no están incorporados directamente en el bien o servicio final.

2.4.2.4 Gastos Administrativos

CHILQUINGA Manuel: 2007. Pág. 10 dice: *“Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”*.

Estos gastos son aquellos que la empresa paga a los colaboradores directos que interviene en la elaboración del producto.

2.4.2.5 Gastos de Ventas

CHILQUINGA Manuel: 2007. Pág. 10 señala: *“Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas”*.

En otras palabras son los gastos de ventas que se registran mediante pagos necesarios para la realización de entrega del producto al consumidor final.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

BACA Gabriel: 2010 Pág. 7 afirma: *“Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”*

Según el autor el estudio de mercado consiste en recoger la información primaria para determinar la oferta y demanda que se utilizara para llegar a los futuros demandantes del producto.

2.5.1 PRODUCTO

RODRIGUEZ Inma: 2006 Pág. 210 dice: *“El producto es el medio del que dispone la empresa, o cualquier organización humana, para satisfacer las necesidades de los consumidores”*.

Para el autor quiere decir que el producto debe estar definido antes de dar inicio a la construcción de un proyecto para poder determinar qué tipo de materiales o procesos se va a requerir en la producción.

2.5.2 OFERTA

BACA Gabriel: 2010 Pág. 41 describe: *“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”*.

Para el autor la razón de esas dificultades es necesario utilizar una variedad de técnicas de encuestas directas o indirectas, con el propósito de lograr esa información, o por lo menos, ciertos datos que permitan analizar el comportamiento actual y futuro de la oferta.

2.5.3 DEMANDA

BACA Gabriel: 2010 Pág. 15 manifiesta: *“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”*.

Según el autor la demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado meta.

2.5.4 PRECIO

BACA Gabriel: 2010 Pág. 44 manifiesta: *“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”*.

En otras palabras precio es el valor que un cliente tiene que pagar por un determinado producto sea bien o servicio, y es la única variable que genera ingresos para las microempresas, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

2.6. COMERCIALIZACIÓN

DÍAZ Jorge. Pág. 195 define: *“Es la ejecución de una serie de actividades comerciales que permiten dirigir el movimiento de mercaderías y/o servicios del productor al consumidor con la menor dificultad y en las mejores condiciones económicas para ambos”*.

Según este autor la comercialización es un requisito indispensable para poder presentar proposiciones concretas sobre la forma de distribuir los bienes y servicios que se producirán, la factibilidad de los cambios que se proponen en relación con sus modalidades de hacer llegar el producto al consumidor.

2.6.1 ELEMENTOS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Dentro del proceso de la comercialización del producto interviene tres elementos que son:

2.6.1.1 PRODUCTOR

Es un canal, en donde el productor es el que vende en la primera serie de la comercialización que ocurren conforme el producto se desplaza al mercado.

Entre estas empresas figuran las dedicadas a la fabricación industrial, a la minería, a la industria textil, así como a la agricultura.

2.6.1.2 INTERMEDIARIO

Los intermediarios se especializan en realizar actividades relacionadas con la propiedad de productos al fluir estos de sus productores hasta sus últimos compradores. Como su nombre lo indica este un canal de comercialización entre el productor y el consumidor final.

2.6.1.3 CONSUMIDOR

Es el último de la cadena de comercialización es quien va a utilizar el producto final.

2.6.2. Canales de distribución

El canal de distribución que tendrá este producto será directo el cual se describe a continuación:

PRODUCTOR \implies ASADEROS (CONSUMIDOR FINAL)

Se determina este canal por ser el más adecuado evitando intermediarios.

2.6.3 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para determinar las estrategias de comercialización se toma en cuenta el mercado meta:

2.6.3.1 Fijación de precios

El precio de venta debe cubrir el costo de producción, los gastos administrativos, de ventas, los gastos financieros y la utilidad para la empresa. Pero para fijar este precio se considera la oferta y demanda del producto, el precio que la competencia cobra productor similares, el tipo de clientela y las necesidades que se van a satisfacer.

2.6.3.2 Servicio al cliente

La excelencia es el arte de vender, se determina mediante la diferencia entre un vendedor que consigue pedidos y uno que los toma, este proceso se inicia en el acercamiento previo, luego el directo, interviene la presentación del producto y la contestación de las preguntas o dudas que tenga el futuro comprador. El propósito fundamental del cierre de la venta es obtener satisfecho al cliente.

2.6.3.3 Publicidad

Es un tipo de comunicación masiva pagada algún patrocinador para que dé a conocer el producto que sea por transmisión de televisión y radio o la impresión en periódicos y revistas.

2.6.3.4 Promoción de ventas

En la promoción de las ventas se incluyen actividades como concursos para los vendedores y los consumidores, las ferias comerciales, las exhibiciones en las tiendas más conocidas.

2.7. COMPETENCIA

Enciclopedia Encarta: 2009: *“La competencia económica es el medio que utilizan los compradores y vendedores para satisfacer las necesidades de la comunidad y de los individuos. La sociedad estará satisfecha cuando se produzca el máximo número de bienes a los menores precios posibles.”*

En otras palabras la competencia hace que las empresas empiecen a ser competitivas obligando a ser cada día mejores. Para analizar la competencia de las empresas se determina mediante la aceptación del producto en el mercado atrayendo a los clientes potenciales.

2.7.1 Clases de Competidores

Dentro de esta clase se clasifican en:

➤ Fuertes o débiles

En este tipo la mayoría de empresas aportan a los competidores más débiles porque esto requiere de menos recursos por el porcentaje de participación ganada.

También las empresas pueden competir con empresas fuertes para estar a la altura de las mejores, pero sin embargo estas empresas también poseen algún punto débil.

➤ **Similares o diferentes**

Son aquellas que en su mayoría compiten con otras que son similares a ellas ya sean por presentar sus mismos servicios o bienes.

➤ **Bueno o malo**

Son aquellas que deben respaldar a sus competidores buenos y atacar entre sí a los malos. Los competidores buenos juegan de acuerdo con las reglas del sector, realizan cálculos sobre el potencial crecimiento, fijan precios razonables, mientras que los competidores malos intentan comprar su participación en el mercado en lugar de ganárselas.

2.7.2 El Enfoque de Marketing y la Competencia

La orientación hacia el consumidor es una condición necesaria pero no suficiente para orientar la gestión del marketing y garantizar el éxito.

La planeación estratégica del marketing es un proceso en las que las empresas detectan las oportunidades del mercado estableciendo su posición en el mismo.

2.7.3 Estrategias de marketing

La formulación de las estrategias de marketing es la forma que tiene la empresa para influenciar sobre los clientes dichas estrategias suponen un

elevado recurso y determinan la posición competitiva de los productos en cada empresa.

Existen tres tipos básicos de estrategias:

- La segmentación del mercado son aquellas que la naturaleza y tamaño de los mercados meta en los que la empresa desea actuar.
- El posicionamiento del producto es la concepción del mismo y de su imagen con el fin de darle un sitio determinado en el espíritu del consumidor frente a los otros productos o marcas competidores.
- Las estrategias de marketing mix son determinadas por las dos anteriores.

2.8 EVALUADORES FINANCIEROS

2.8.1 VALOR ACTUAL NETO VAN

BACA Gabriel. 2010 Pág. 182 expresa: *“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”*

Para el autor el VAN es un índice que permite analizar los flujos de efectivo con relación a la inversión, representando la rentabilidad en términos de dinero adquisitivo.

La fórmula que permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum \text{FC} / (1 + i)^n$$

FC Flujos de caja proyectados

i Tasa de redescuento

n Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

2.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO TIR

BACA Gabriel. 2010 Pág. 184 manifiesta: *“Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”*

La tasa interna de retorno es una herramienta para la toma de decisiones, es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, considerando que los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

La fórmula para el cálculo del TIR es:

$$\text{TIR} = T_i + \frac{T_i (\text{VAN} (+) - \text{VAN} (-))}{T_s - T_i}$$

T_i Tasa inferior de redescuento

T_s Tasa superior de redescuento

VAN Valor positivo o negativo

2.8.3 Beneficio Costo (B/C)

El beneficio o costo permite determinar las cantidades que constituyen los Ingreso llamados “Beneficios” y que cantidades constituyen los Egresos llamados “Costos”.

Esta herramienta permite relacionar los ingresos y gastos que tendrá el proyecto, la formula es:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1+i)^n}$$

2.8.4 Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere cubra los costos en que incurra la producción o el costo inicial. Es el periodo de recuperación de la inversión en un lapso determinado de tiempo.

$$PRI = \text{Inv. Inicial} * \# \text{ años proyectados} / \sum FC$$

2.8.5 Punto de Equilibrio

BACA Gabriel 2010 Pág. 148 pública: *“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios pro ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.*

El punto de equilibrio permite determinar si los ingresos van a cubrir los costos en que incurre la producción, herramienta que se debe tomarse en cuenta por la utilidad que se le da para calcular con facilidad en el punto

mínimo de producción al que debe operar la microempresa para no incurrir en pérdidas. El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera.

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

- PE Punto de equilibrio
- CF Costo Fijo
- MC Margen de contribución: $MC = PV - CV$
- PV Precio de Venta
- CV Costo variable unitario

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción.

Los ecuatorianos viven en un medio geográfico natural privilegiado eminentemente agrícola y agropecuario, que garantiza la producción de los animales en este caso del cuy.

A pesar de las extraordinarias ventajas, está afectada por los problemas económicos, políticos, sociales y culturales. Más que nunca la pobreza y miseria agobian a los sectores sociales más vulnerables de esta manera clasificando al país como uno de los más atrasados del continente.

Para tener un conocimiento más real acerca de la adquisición de los cuyes en la provincia de Imbabura, se realizó un estudio de mercado el cual ayuda un conocimiento amplio en cuanto al nivel de consumo, del producto en mención.

En la provincia de Imbabura, en especial en la Parroquia La Esperanza, no cuenta con unidades productiva dedicadas a la producción y comercialización de cuyes al pastoreo, por lo que se considero necesaria la realización del mismo.

3.2. Identificación del Producto

3.2.1. Producto.- En este caso, el cuy apropiado para la venta debe considerarse las siguientes características:

3.2.2. Características del Producto.

El cuy es un animal con mucha productividad óptima para la crianza en cualquier clima, el consumo es de origen milenario por las cualidades proteínicas de su carne que contienen minerales, hierro y vitaminas. Es importante considerar que un recurso adicional en la crianza de cuyes al pastoreo es una producción de excreta, la compasión química varía de acuerdo a la alimentación que reciban y de acuerdo a la digestión del insumo ingerido, este subproducto es utilizado como abono orgánico para el terreno donde se encuentre la producción.

Cuadro No. 12
Características Físicas del Cuy

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
Nombre	Cuy
Descripción Física	Los cuyes son animales de aspecto general rechoncho, su cola es muy corta (de tan solo un par de vertebras), su cuerpo es largo con relación a sus patas que son también cortas y sus cuartos traseros son redondos. La cabeza es ancha y las orejas son pequeñas y arrugadas. Un cuy adulto mide entre 20 y 25 cm. Un peso entre 0,5 kg y 1.5 kg. Óptimo para la venta.

Fuente: Palomino R. "Crianza y Comercialización de Cuyes"

Elaborado por: La Autora

Cuadro No. 13
Características Físicoquímicas

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
Nombre	CUY
Características Físicoquímicas	Orden: Rodentia Suborden: Hystricomorpha Familia: Caviidae Género: Cavia Especie: Cavia aperea arerea Eexleben Cavia aperea arerea Lichtentein Cavia cutleti King Cavia porcellus Linnaeus Cavia cobaya
Composición Promedio	72.67% Humedad Proteína 22,0% Grasa 7,8%

Fuente: Palomino R."Crianza y Comercialización de Cuyes"

Elaborado por: La Autora

CUADRO No. 14
Cualidades de la Carne de Cuy

Especie	% Proteína	% Grasa
Cuy	22,0	7,8
Pescado	21,0	8,0
Conejo	20,4	8,0
Ave	18,3	9,3
Vacuno	17,4	22,0
Ovino	16,4	31,1
Cerdo	14,5	37,5

Fuente: I Palomino R."Crianza y Comercialización de Cuyes"

Elaborado por: La Autora

3.2.3. El Producto en el Mercado.

En el país el consumo de esta carne es demandada sobre todo en la región norte especialmente en las parroquias de Chaltura, Natabuela y el cantón Ibarra. El producto principal de la investigación es el cuy en presentación pie(o conocido como vivo).

El estudio de mercado del consumo del cuy, se realizó en seis asaderos de la provincia de Imbabura como es el caso de: Valle Hermoso, Chozón 1, La Hornilla, La Casa del Cuy, La Colina y el Chozón 2 entre los más conocidos de la zona.

3.3. Mercado Meta.

La venta del cuy está específicamente orientada a los asaderos de Chaltura y Natabuela para cubrir la demanda insatisfecha que existe en ciertas temporadas del año.

El proyecto prevé cubrir en un inicio el mínimo porcentaje de la demanda actual de los asaderos que es de 1359 cuyes al mes.

3.3.1. Producto Principal.

Existe en el mercado dos tipos de cuyes unos destinados para el consumo, los “parrilleros”, que son cuyes de 3 a 4 meses de edad, y los de “saca” que corresponden a cuyes hembras después del tercer parto.

3.3.2. Productos Sustitutos.

En cuánto a los productos sustitutos se puede mencionar las diferentes carnes del resto de los animales que pueden sustituir a la carne del cuy ya sea por el precio o tipo de cultura de cada cliente mantenga.

3.3.3. Productos Complementarios.

En relación a los productos complementarios con la carne del cuy son las papas, mote, tostado, arroz y verduras, entre los principales, o depende del paladar de cada persona.

3.3.4. Área de Mercado o Zona de Influencia del Proyecto Ubicación Geográfica.

La producción de estos animales menores abastecerá dos mercados: el primero será los asaderos de Chaltura y Natabuela y el segundo al consumo de hogares de la zona, en el que adicionalmente cuenta con un local de ventas denominado Criadero de Cuyes “Chelita”.

3.4. Comportamiento de la Demanda.

En el Ecuador, especialmente en la Provincia de Imbabura se observó que existe mucha tendencia al consumo de esta carne por sus componentes nutricionales con las proteínas, fibra, calcio, fosforo, hierro entre los principales.

El consumo del cuy en los últimos tres años ha tenido un crecimiento constante ocasionado por el aumento de población.

Para calcular el comportamiento histórico de la demanda se realizó en base a las ventas obtenidas de los asaderos de la parroquia de Chaltura en especial del Valle Hermoso principal asadero de la región, en base a estas ventas se obtuvo en porcentajes de competencia.

Cuadro No. 15
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

AÑO	VENTAS	% CRECIMIENTO
2008	100.381	
2009	104.042	3.52%
2010	140.718	26.06%

Fuente: Entrevista
Elaboración: La Autora

3.4.1. Proyección de la Demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se considero el resultado del estudio de mercado realizado en la investigación del proyecto, se utilizó el modelo exponencial:

$$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$$

Donde:

Qn = Valor Futuro

Qo = Valor Actual

i= tasa de crecimiento anual promedio.

n= año proyectado

Aplicando la fórmula se establece el siguiente cuadro.

Cuadro No. 16

TASA PROMEDIO DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

AÑO	CONSUMO HISTÓRICO	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2008	100.381	
2009	104.042	0,0365
2010	140.718	0,3525
	TOTAL	$\sum i = 0,389/2=0,1945$

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La Autora.

La tasa de crecimiento de este producto del período 2008 al 2010 es de 19,45%, lo que expresa que existió un crecimiento razonable del consumo del cuy en el mercado. Tomando como base el año 2010 y la tasa de crecimiento se realizará la proyección para los cinco años futuros aplicando la siguiente fórmula:

CUADRO No. 17

DEMANDA FUTURA

AÑOS	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_o(1+0,1945)^n$
2010	140.718
2011	168.088
2012	200.781
2013	239.833
2014	286.480
2015	342.200

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora.

La demanda proyectada según la tasa de crecimiento promedio del 19,45% y para el año 2015 las ventas de cuyes será 342.200.

3.5. Comportamiento de la Oferta.

A nivel de la provincia de Imbabura y la influencia del mercado, el cuy ocupa el segundo lugar en la producción pecuaria de los animales menores.

La oferta local del producto es difícil estimar por no existir datos estadísticos referenciales, por lo que el proyecto se basará en datos proporcionales por el mayor proveedor de la región a través de la entrevista. El siguiente cuadro indica la oferta mensual, obtenido en el Criadero de Cuyes AUQUINORTE Cía. Ltda. De las ventas del año 2010.

CUADRO No. 18
Comportamiento de la Oferta.

Mes	Cuyes
Enero	2.000
Febrero	2.000
Marzo	1.891
Abril	2.768
Mayo	3.352
Junio	2.570
Julio	2.351
Agosto	2.149
Septiembre	2.105
Octubre	2.650
Noviembre	2.462
Diciembre	4.626
Total	30.924

Fuente: Ventas Auquinorte Cía. Ltda. 2010

Elaborado por: La Autora

Pero es necesario aclarar que los productores independientes aportan con una producción anual de 50000 animales, y de la provincia de Tungurahua, de la cuál proviene una cantidad similar a 30000 cuyes.

Con estos datos se puede decir que la oferta total en el año 2010 fue de 110924 cuyes.

3.5.1. Proyecciones de la Oferta.

Para poder determinar la oferta futura se aplico el 2.18% de la tasa de crecimiento poblacional según el último Censo de población y vivienda 2010 realizado por el INEC.

Empleando la misma tasa de crecimiento que en la demanda, la proyección de la oferta se estableció así:

CUADRO No. 19
OFERTA FUTURA

Año	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0(1+0,0218)^n$
2010	110.924
2011	111.166
2012	111.408
2013	111.651
2014	111.894
2015	112.138

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

La oferta proyectada aproximadamente de acuerdo a la tasa de crecimiento anual del 2.18% será para el año 2015 será de 112.138 cuyes.

3.5.2. Demanda a Satisfacer.

Tomando en cuenta la oferta y demanda de los años se tiene la diferencia que corresponde a la demanda insatisfecha.

CUADRO No. 20

Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer

Año	Demanda	Oferta	Demanda Potencial a Satisfacer
2010	140.718	110.924	-29.794
2011	168.088	111.166	-56.922
2012	200.781	111.408	-89.373
2013	239.833	111.651	-128.182
2014	286.480	111.894	-174.586
2015	342.200	112.138	-230.062

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Mediante las encuestas realizadas a los asaderos de cuyes se determinó que el criadero de Salinas Auquinorte Cía. Ltda., es el mayor competidor del producto, ya que su producción que mantiene es mayor a la comercialización que realizan a Chaltura ya que en cualquier instancia podrían incrementar sus ventas a los asaderos de Chaltura, Natabuela e Ibarra.

Los encuestados se encuentran descontentos por no existir más microempresas que se dedican a la producción y comercialización de cuyes, por lo tanto la microempresa Criadero de Cuyes "Chelita" tendrá grandes posibilidades de competir en el mercado local, brindando el mejor trato posible al consumidor para satisfacer las necesidades con un precio acorde al mercado.

3.7. Precio del Producto.

El precio de los animales menores en pie es similar al de la mayoría de productos agropecuarios a nivel nacional, en este caso se tomará la tasa de crecimiento según los siguientes datos históricos.

CUADRO No. 21
Comportamiento del Precio

Año	Precio
2005	5,00
2006	5,50
2007	5,50
2008	6,00
2009	6,50
2010	6,50

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Con la tasa de crecimiento (5.83%), se proyectó el precio para 5 años.

CUADRO No. 22
Proyección del Precio

Año	Proyección
2010	6,50
2011	6,88
2012	7,28
2013	7,70
2014	8,15
2015	8,63

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.8. Comercialización

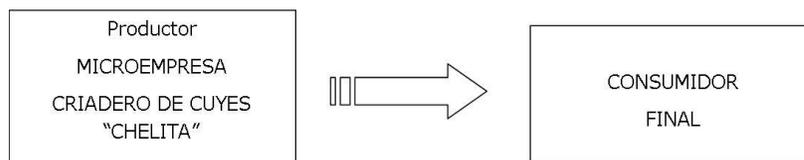
Concluido la producción queda la etapa importante de llevar el producto al mercado en las mejores condiciones.

3.7.1. Canales de Distribución

El canal de distribución que tendrá este producto será el directo, es decir evitando los intermediarios, lo que permite obtener un precio final más económico.

El canal de distribución sería el siguiente:

Gráfico No. 11



3.7.2. Estrategias de Comercialización

Para el presente estudio de mercado se realizo estrategias enfocadas en las cuatro "P" que son: producto, precio, plaza y promoción.

3.7.2.1. Producto.

El producto es un bien que satisface las necesidades de los consumidores, para obtener una aceptación positiva del producto se debe considerar los siguientes aspectos: producir animales de buena calidad, cumplir con todas las normas sanitarias que rigen dentro de nuestra ciudad. Este producto se

podrá adquirir directamente por el cliente brindando el servicio de entrega a domicilio en base a pedidos.

3.7.2.2. Precio.

Los precios de venta del producto serán aquellos que existen en el mercado, tomando en consideración los costos que incurren en la producción del mismo para sacar un producto de calidad adicionalmente se considera un margen de utilidad que le permita competir con el mercado local.

3.7.2.3. Plaza.

La plaza es el nicho principal o centro del mercado a donde está destinado nuestro producto eliminando la amplia gama de intermediarios que hacen que el producto sea difícil de adquirir por el elevado costo.

3.7.2.4. Promoción y Publicidad

Con la promoción y publicidad se da a conocer nuestro producto al mercado mediante los medios de comunicación masivos como son: la radio, prensa y se proveerá una página Web para mayor publicidad e información acerca de este producto en la red de Internet. Se participara en las ferias agropecuarias y gastronómicas que se realicen en la ciudad con el fin de dar a conocer el producto y los beneficios que proporciona la carne del cuy al degustarla.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Proyecto.

El tamaño de la nueva microempresa, se tomo en cuenta los siguientes factores que son vitales dentro de un estudio de factibilidad, que permite tener en cuenta sobre el nivel de inversiones y costos, los mismos que permiten calcular una estimación de la rentabilidad que genera el proyecto.

4.1.1. Mercado.

La demanda de los cuyes en las parroquias de Chaltura y Natabuela es viable para la creación de la nueva unidad productiva. El mercado se puede afirmar que es muy competitivo por su ubicación geográfica, así como por la tradición que les antecede a estos dos lugares.

4.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros.

La disponibilidad de recursos financieros es aceptable, puesto que la inversión total que demande el proyecto se cubrirá con recursos propios y financiados.

4.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra.

En lo referente a la mano de obra que para el pleno funcionamiento de la microempresa en mención se requiere personal que tenga experiencia mínima en la crianza de cuyes, sin que sean necesariamente técnicos en la materia.

4.1.4. Disponibilidad de Materia Prima.

En este caso se requiere tener un proceso adecuado en la crianza de cuyes para ofrecer al cliente un producto final de calidad.

4.1.5. Definición de la Capacidad de Producción.

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó en el objeto de estudio se establece que la capacidad de producción de la unidad productiva “Criadero de Cuyes CHELITA”, será de 1359 cuyes al mes a inicio del funcionamiento, es decir unos 16308 cuyes al año aproximadamente.

4.2. Localización del Proyecto

Para poder determinar la localización del proyecto se realizó un análisis de macro y micro localización, a través de métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de escoger el lugar más apropiado que contribuya a la reducción de los costos de producción, pero con la mejor rentabilidad.

4.2.1. Macro Localización

La provincia de Imbabura se ha caracterizado por su gastronomía, en el caso de los cuyes, este es un lugar predilecto para la producción y

comercialización del mismo, en este caso se consideró ubicar la microempresa en el cantón Ibarra, Parroquia La Esperanza, por sus condiciones climáticas y la cercanía de los insumos y la predisposición de colaboración de los pobladores del sector.

4.2.2. Micro Localización

El criadero de cuyes estará ubicado en la parroquia La Esperanza, en la calle Galo Plaza Lasso, a una cuadra de la Gruta de San Francisco, el mismo que cuenta con todos los servicios básicos de energía eléctrica, agua potable y alcantarillado.

El mismo que estará destinada una parte para la producción y una mínima para la administración y bodega de insumos necesarios para la crianza de los animales.

Gráfico No. 12. UBICACIÓN GEOGRÁFICA



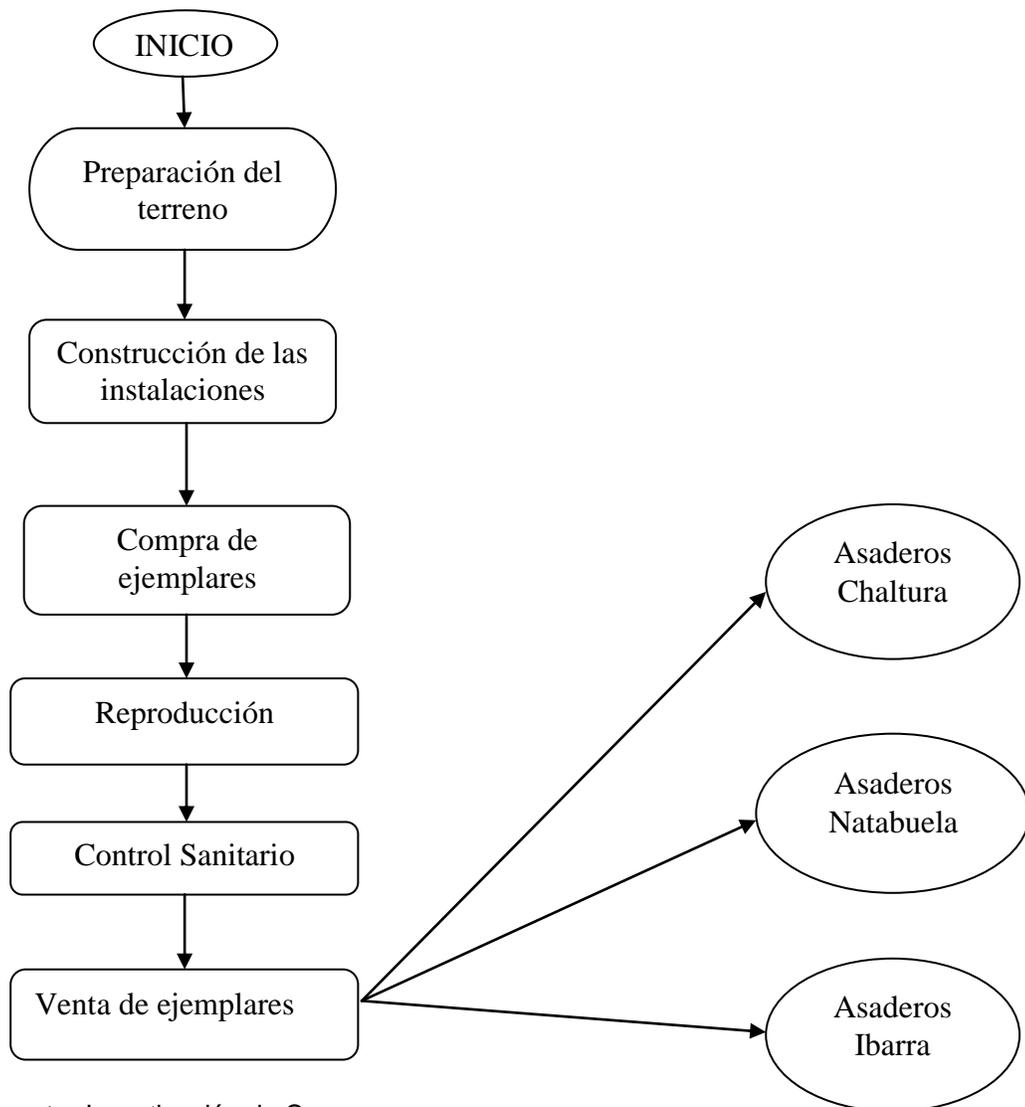
Fuente: Microsoft Encarta 2011.
Elaborado por: La Autora

4.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

4.3.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Para la producción y comercialización de cuyes es necesario seguir una serie de actividades o procesos que permitan obtener un producto final de calidad.

Gráfico No. 13.



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: La Autora

4.3.1. PRODUCCIÓN DE CUYES

4.3.1.1 COMPRA DE EJEMPLARES

Al comprar ejemplares reproductores es conveniente considerar las siguientes recomendaciones:

Adquirir en granjas especializadas a la producción que garanticen la calidad genética y adecuada sanidad llevando controles de nacimiento, peso a diferentes edades, control de empadres, etc. Se adquiere reproductor de 3 meses de edad o un peso mínimo de 750gr.

4.3.1.2 ALIMENTACIÓN

La alimentación en los cuyes está programada en cumplir con los requerimientos nutritivos de éstos, así como la disponibilidad del forraje, es importante tomar en cuenta que una alimentación integral y óptima requiere de un 90% del alimento constituido por el forraje verde y el 10% por suplementos balanceado y vitaminas.

La cantidad de pasto concentrado que consumen los cuyes está estimada de la siguiente manera:

CUADRO No. 23
CANTIDAD DE CONSUMO

CANTIDAD DE CONSUMO			
ANIMAL	ALIMENTO		Total
	Forraje g(día)	Balanceado g(día)	días
Reproductores	250	30	365
Recrías	140	20	90

Fuente: Asesoramiento Técnico

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al cuadro anterior la cantidad de alimentación para la programación de producción queda de la siguiente manera:

CUADRO No. 24
PROGRAMA DE ALIMENTACIÓN

PROGRAMA DE ALIMENTACION PRIMER AÑO						
ANIMAL	ALIMENTO Kg		#	#	Total	Total
	Forraje	Balanceado	Cuyes	días	Forraje (gr)	Balanceado (gr)
AÑO 1						
Reproductores	0,25	0,03	1350	365	123.188	14.783
Recrías	0,14	0,02	15876	90	200.038	28.577
			Total		323.225	433.359

Fuente: Asesoramiento Técnico

Elaborado por: La Autora

4.3.1.3 REPRODUCCIÓN O EMPADRE

Para la reproducción de los mismos se ubica en cada jaula: 10 hembras de 3 meses de edad con un peso de 750 gr y un macho de 4 meses de edad con 950 gr de peso.

4.3.1.4 NÚMERO DE MONTAS

En esta fase se acoplan las hembras con el macho durante el periodo de celo lo que ocurre durante los 16 días, en el caso de ser fecundado tendrá un período de gestación de 65 a 70 días, luego del cual vendrá la fase de celo post partum con un 85% de fertilidad que se debe aprovechar, el tiempo entre un parto y otro es de 63 y 67 días aproximadamente.

4.3.1.5 GESTACIÓN

El periodo de gestación de las hembras en promedio es de 63 días pudiendo cambiar en más o en menos de acuerdo al número de crías que esté gestando las hembras.

4.3.1.6 PARTO

El parto de desarrollo luego de cumplir los días de gestación y cada hembra puede parir de 1 a 5 crías.

4.3.1.7 LACTANCIA

En este período dura de 12 a 15 días después de su nacimiento. La alimentación de estos animales debe ser con la leche materna y forraje.

4.3.1.8 DESTETE

Se realiza a partir de los 15 días de nacidos, formando grupos de machos y hembras.

4.3.1.9 LA RECRÍA

Se selecciona lotes de 12 a 15 animales por jaula y separados por sexo, permitiendo formar grupos de futuros reproductores o animales para la venta o consumo, el tiempo que dura esta etapa es de 3 meses.

4.3.1.10 SELECCIÓN

Se empieza a seleccionar las nuevas crías de hembras o machos reproductores que cumplan con las características específicas y el resto de los animales se destina para la venta. Con la selección de los nuevos reproductores los antiguos se debe destinar para la venta. Así mismo a las hembras que abortan o nunca tuvieron su preñez se destina para la venta.

4.3.1.11 SANIDAD

El control de la sanidad en estos animales es un tema delicado porque se puede producir la mortalidad por consecuencia del desconocimiento o pueden padecer diversas enfermedades causadas por: bacterias, virus, hongos, parásitos y carencias nutritivas, para evitar este tipo de enfermedades se debe aplicar la medicina preventiva con una correcta alimentación. Entre las principales causas por las que pueden aparecer este tipo de enfermedades son los cambios de clima, variaciones de temperatura, falta de limpieza en las jaulas.

4.3.2. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.3.2.1. INVERSIONES FIJAS

b. TERRENO

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio que son aproximadamente 198m², el mismo que se encuentra evaluado en 15.000 dólares.

CUADRO No. 25
REQUERIMIENTO TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Terreno	198m ²	15.000,00

Fuente: Escritura

Elaborado por: La Autora

c. INFRAESTRUCTURA CIVIL

Para la infraestructura civil se estima contar con una inversión de 10.000 dólares para la construcción de las oficinas, jaulas para los animales y el galpón.

CUADRO No. 26
INFRAESTRUCTURA CIVIL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura	10.000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

d. MUEBLES Y ENSERES

En el siguiente cuadro se detalla los muebles y enseres necesarios para el funcionamiento del área administrativa

CUADRO No. 27
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
Estación de trabajo en L	1	212.00	212.00
Silla Neumática	1	85.00	85.00
Sillas visita	2	33.00	66.00
Escritorio	1	160.00	160.00
Sillón de espera tripersonal	1	160.00	160.00
Silla secretaria	1	65.00	65.00
Archivador metálico	1	198.00	198.00
		TOTAL	946.00

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

4.3.2.1.4 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El equipo de cómputo necesario para la puesta en marcha el trabajo administrativo es el siguiente:

CUADRO No. 28
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Computador Case Combo Delux	1	985,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

e. EQUIPO DE OFICINA

El equipo de oficina permitirá desarrollar las actividades cotidianas dentro de la administración del proyecto.

CUADRO No. 29
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
Calculadora	2	5,50	11,00
Telefax	1	115,00	115,00
TOTAL			126,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

f. MAQUINARIA Y EQUIPO

Para la producción y control de cuyes se debe contar con todo el equipo necesario.

CUADRO No. 30
MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
Carretillas	2	73,60	147,20
Palas de limpieza	2	10,60	21,20
Trinches planos	2	11,00	22,00
Escobas	3	2,00	6,00
Balanza	1	220,00	220,00
Bomba de Fumigación	2	70,00	140,00
Comederos	80	3,00	240,00
TOTAL			796,40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.3.2.2. INVERSIONES DIFERIDAS

a. GASTO DE CONSTITUCIÓN

Los gastos de constitución para la formación de una microempresa constituyen desembolsos de dinero realizados para obtener la Patente y otros gastos necesarios.

CUADRO No. 31
GASTO DE CONSTITUCIÓN

DESCIPCION	TOTAL
Gasto de Constitución	600,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.3.3. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo representa la inversión requerida para el desarrollo del proyecto antes de recibir ingresos para un periodo de seis meses antes de obtener una utilidad por las ventas del producto.

CUADRO No. 32
CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	TOTAL
Semovientes	26.730,00
Mano de obra Directa	3.097,43
Alimentación	6.802,65
Materia Prima Indirecta	351,80
Sueldos Administrativos	2.878,83
Gasto Administrativos y Ventas	957,52
Total	40.818,23

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

CUADRO No. 33
CUADRO RESUMEN DE LA INVERSIÓN

INVERSIONES	SUBTOTAL	TOTAL
Inversión Fija		27.853,42
Terreno	15.000,00	
Infraestructura	10.000,00	
Maquinaria y Equipo	796,40	
Muebles y Enseres	946,02	
Equipo Cómputo	985,00	
Equipo de Oficina	126,00	
Inversión Diferida		600,00
Gasto Constitución	600,00	
Inversión Variable		40.818,23
Capital de Trabajo	40.818,23	
Total Inversión		69.271,65

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.3.4 FINANCIAMIENTO

El financiamiento de la unidad productiva incluye fondos propios y financiados, en el siguiente cuadro se detalla:

CUADRO No. 34
FINANCIAMIENTO

DETALLE	VALOR	%
Fondos Propios	41.418,23	0,60
Fondos Financiados	27.853,42	0,40
Total	69.271,65	100.00

Fuente: Investigación de Campo

...Elaborado por: La Autora

4.3.5 TALENTO HUMANO REQUERIDO

El personal humano requerido para emprender esta unidad productiva es el siguiente:

CUADRO No. 35
TALENTO HUMANO

DETALLE	CANT	MES	SBU	SBU*CANT	SBU ANUAL
Gerente	1	12	300,00	300,00	3.600,00
Secretaria-Contador	1	12	283,85	283,85	3.406,20
Jornaleros	3	12	264,00	792,00	9.504,00
*Técnico Veterinario	1	12	294,35	294,35	3.532,20
Chofer	1	12	425,83	425,83	5.109,96
Total	7		1.568,03	2.096,03	25.152,36

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

* El Técnico Veterinario se le pagará 294.35 dólares por la/s visita/s mensuales que sean necesarias.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. ANÁLISIS FINANCIERO

Este análisis permitirá establecer la información contable del proyecto, mediante la utilización de indicadores financieros para determinar el monto de los recursos económicos del mismo.

5.2. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CUADRO No. 36
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CONCEPTO	USO DE FONDOS	APORTE PROPIO	APORTE FINANCIADO
Propiedad, Planta y Equipo			
Terreno	15.000,00		15.000,00
Infraestructura Civil	10.000,00		10.000,00
Muebles y Enseres	946,02		946,02
Equipo de Computación	985,00		985,00
Equipo de Oficina	126,00		126,00
Maquinaria y Equipo	796,40		796,40
Inversión Diferida			
Gasto de Constitución	600,00	600,00	
Capital de Trabajo	14.088,23	14.088,23	
Semovientes	26.730,00	26.730,00	
TOTAL	69.271,65	41.418,23	27.853,42

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto

Elaborado: La Autora

5.2.1. DEPRECIACIONES

La depreciación de los equipos se realizará mediante el método lineal, con una vida útil de 20 años para la infraestructura, 10 años para los equipos y 3 años para el equipo de computación.

CUADRO No. 37
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR ACTIVO	AÑOS VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Infraestructura	10.000,00	20	500,00	41,67
Muebles y Enseres	946,02	10	94,60	7,88
Equipo de Oficina	126,00	10	12,60	1,05
Maquinaria y Equipo	796,40	10	79,64	6,64
Equipo de Computación	985,00	3	328,34	27,36
Total	12.853,42		1.015,18	84,60

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto

Elaborado: La Autora

5.2.2. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Los gastos de constitución se amortizaran con el 20% anual durante los 5 años siguientes cuyo valor irá disminuyendo de los libros contables.

CUADRO No. 38
AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR	% ANUAL	AMORTIZACIÓN ANUAL
GASTO DE CONSTITUCIÓN	600	20%	120

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto

Elaborado: La Autora

5.3. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

5.3.1 PRESUPUESTO DE VENTAS

Para las ventas del primer año se considero las adquiridas para empezar la producción y las recrias por cada una de ellas, para los años dos y tres se tomo en cuenta las mismas ventas del primer año y para el cuarto y quinto año se incremento el número de jaulas para la producción de los animales.

CUADRO No. 39
PRESUPUESTO DE VENTAS

VOLUMEN VENTAS PROYECTADAS	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Recrias	15.876	17.052	18.228	19.404	20.580
Adultos	1.350	1.450	1.550	1.650	1.750
Total	17.226	18.502	19.778	21.054	22.330

Fuente: Investigación a Técnico

Elaborado: La Autora

Para la fijación del precio se considero el comportamiento del precio que se realizo en el capítulo No. 3.

CUADRO No. 40
VOLUMEN DE VENTAS PROYECTADAS

VOLUMEN VENTAS PROYECTADAS	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Recrias	15.876	17.052	18.228	19.404	20.580
Adultos	1.350	1.450	1.550	1.650	1.750
Total	17.226	18.502	19.778	21.054	22.330
Precio Venta Proyectado	6,88	7,28	7,70	8,15	8,63
Ingresos Proyectados	118.514,88	134.694,56	152.290,60	171.590,10	192.707,90

Fuente: Investigación a Técnico

Elaborado: La Autora

5.4. EGRESOS

Son costos necesarios para la producción de los cuyes, en este caso están formados por materia prima, mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación.

5.4.1. CRECIMIENTO DE LA INFLACIÓN

CUADRO No. 41
CRECIMIENTO DE LA INFLACIÓN

AÑO	INFLACIÓN
2006	2,87
2007	3,32
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: La Autora

Procedimiento:

$$0.0333/0.0287 = 1.16$$

$$(1.16)^{1/4} = 1 + i$$

$$i = 1,03 - 1$$

$$i = 0,037$$

$$i = 3,79\%$$

5.4.2. CRECIMIENTO DEL SUELDO

CUADRO No. 42
CRECIMIENTO DEL SUELDO

AÑO	SUELDO
2006	160,00
2007	170,00
2008	200,00
2009	218,00
2010	240,00

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales

Elaborado: La Autora

Procedimiento

$$240,00/160,00 = 1,50$$

$$(1.5)^{1/4} = 1 + i$$

$$i = 1,1067$$

$$i = 0,1067$$

$$i = 10,67\%$$

Cuyos costos de producción como la materia prima, tendrán un incremento del 3,79% de acuerdo al crecimiento de la inflación del país, mientras tanto la mano de obra directa y los sueldos administrativos, tendrán un incremento estimado del 10,67%, cuyo porcentaje fue obtenido de acuerdo al promedio de crecimiento del sueldo en los últimos cinco años.

5.4.3. MATERIA PRIMA DIRECTA

Para la Microempresa la materia prima constituye directamente la alimentación de los cuyes para su desarrollo y de esta manera tener una buena producción.

CUADRO No. 43
PROYECCIÓN DE MATERIALES DIRECTOS

DETALLE	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Forraje	323.441,75	323.658,55	323.875,50	324.092,59	324.309,82
Precio	0,11	0,11	0,12	0,12	0,13
Subtotal 1	35.578,59	35.602,44	38.865,06	38.891,11	42.160,28
Balanceado	46.265,61	49.366,73	52.675,72	56.206,50	59.973,94
Precio	0,14	0,14	0,15	0,16	0,16
Subtotal 2	6.070,30	6.911,34	7.901,36	8.993,04	9.595,83
Subtotal (1+2)	41.648,89	42.513,78	46.766,42	47.884,15	51.756,11
2% Imprevistos	832,98	850,28	935,3	957,68	1.035,12
Total Alimentación	40.815,92	41.663,51	45.831,09	46.926,47	50.720,99

Fuente: Investigación a Técnico

Elaborado: La Autora

5.4.4. MANO DE OBRA DIRECTA

Corresponden a los costos por concepto de pago de la remuneración a 3 jornaleros y el técnico, los mismos que se encargaran del cuidado y la alimentación de los animales, al igual que del registro de los mismos.

CUADRO No. 44
COSTO EN PERSONAL

CARGO	No .	Salario Básico Unificado	12,15% Aporte Patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Costo Mensual
Jornaleros	3	264,00	32,08	22,00	22,00	22,00	11,00	373,08
Técnico Veterinario	1	294,35	35,76	24,53	22,00	24,52	12,26	413,43

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales

Elaborado: La Autora

A continuación se presenta la proyección de la Mano de Obra Directa para los cinco años próximos.

CUADRO No. 45

PROYECCIÓN DE SUELDOS BÁSICOS UNIFICADOS-JORNALEROS

	AÑOS				
RUBROS	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
S.B.U	10.518,08	11.640,36	12.882,38	14.256,93	15.778,15
Fondo de Reserva	0,00	970,03	1.073,53	1.188,08	1.314,85
Aporte Patronal	1.277,95	1.414,30	1.565,21	1.732,22	1.917,04
Decimo Tercer Sueldo	876,51	970,03	1.073,53	1.188,08	1.314,85
Decimo Cuarto Sueldo	876,51	970,03	1.073,53	1.188,08	1.314,85
Vacaciones	0,00	485,01	536,77	594,04	657,42
Total	13.549,04	16.449,76	18.204,95	20.147,42	22.297,15

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales

Elaborado: La Autora

CUADRO No. 46

PROYECCIÓN DE SUELDO BÁSICO UNIFICADO-TÉCNICO VETERINARIO

	AÑOS				
RUBROS	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
S.B.U	3.909,09	4.326,19	4.787,79	5.298,65	5.864,01
Fondo de Reserva	0,00	360,52	398,98	441,55	488,67
Aporte Patronal	474,95	525,63	581,72	643,79	712,48
Decimo Tercer Sueldo	325,76	360,52	398,98	441,55	488,67
Decimo Cuarto Sueldo	325,76	360,52	398,98	441,55	488,67
Vacaciones	0,00	180,26	199,49	220,78	244,33
Total	5.035,55	6.113,62	6.765,94	7.487,87	8.286,83

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales

Elaborado: La Autora

Los gastos en mano de obra directa son de \$ 13.549,04 de los jornaleros y \$ 5.035,55 del técnico veterinario que corresponde a los salarios del primer

año, mientras las vacaciones y fondos de reserva se pagaran a partir del segundo año de acuerdo a lo establecido por la ley.

5.4.5. COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

Dentro de los costos generales de producción se tiene a los siguientes: materia prima indirecta que incluye insumos tales insecticidas y algunos implementos de limpieza, en otros costos indirectos se cuenta: la ropa de trabajo de los jornaleros, gavetas que servirán para transportar a los animales, las jaulas nuevas para reemplazar a las viejas y en la nueva producción las depreciaciones de los activos fijos y la amortización de los gastos de constitución.

CUADRO No. 47
COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

AÑOS					
RUBROS	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Insumos	622,74	646,34	670,84	696,26	722,65
Implementos de Limpieza	93,41	96,95	100,63	104,44	108,40
Jaulas	0,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00
Gavetas	155,69	161,59	167,71	174,07	180,66
Ropa de Trabajo	103,79	107,72	111,81	116,04	120,44
Depreciaciones	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18
Amortización de los Gtos. De Constitución	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Total	2.110,80	3.617,78	3.656,16	3.695,99	3.737,33

Fuente: investigación de Campo

Elaborado: La Autora

5.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

Representa los gastos necesarios para dar a conocer la existencia de la microempresa dentro del mercado local.

5.5.1. GASTOS SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO

Constituye la mano de obra indirecta del personal administrativo quienes son los encargados de la administración el buen funcionamiento de la empresa.

CUADRO No. 48

GASTOS SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	No.	S.B.U.	12,15% Aporte Patronal	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Costos Mensuales
Gerente	1	300,00	36,45	25,00	22,00	25,00	12,50	420,95
Secretaria- Contador	1	283,85	34,49	23,65	22,00	23,65	11,83	399,47
Chofer	1	425,83	51,74	35,49	22,00	35,49	17,74	588,28
TOTAL	3	1.009,68	122,68	84,14	66,00	84,14	42,07	1,408,71

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales

Elaborado: La Autora

CUADRO No. 49

GASTOS SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
RUBROS					
Gerente	3.984,12	4.409,23	4.879,69	5.400,35	5.976,57
Secretaria - Contadora	3.769,64	4.171,86	4.617,00	5.109,63	5.654,83
Chofer	5.655,19	6.258,60	6.926,39	7.665,44	8.483,34
Subtotal S.B.U	13.408,95	14.839,69	16.423,08	18.175,43	20.114,75
Fondo de Reserva	0,00	1.236,64	1.368,59	1.514,62	1.676,23
Aporte Patronal	1.626,19	1.803,02	1.995,40	2.208,31	2.443,94
Décimo Tercer Sueldo	1.117,41	1.236,64	1.368,59	1.514,62	1.676,23
Décimo Cuarto Sueldo	1.117,41	1.236,64	1.368,59	1.514,62	1.676,23
Vacaciones	0,00	618,32	684,30	757,31	838,11
Total	17.272,97	20.970,95	23.208,56	25.684,91	28.425,49

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales

Elaborado: La Autora

5.5.2. GASTO DE VENTAS

Son gastos que dan a conocer la microempresa en el mercado a través de algunos medios de comunicación de la localidad y dentro del rubro otros se encuentran considerados los servicios básicos y el mantenimiento de los equipos de oficina como un 3% para algunos imprevistos no tomados en cuenta dentro del proyecto.

CUADRO No. 50
GASTO DE VENTAS

RUBROS	AÑOS				
	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Agua	664,02	734,87	813,28	900,06	996,10
Luz	2.257,67	2.498,56	2.765,16	3.060,20	3.386,72
Teléfono	929,63	1.028,82	1.138,59	1.260,08	1.394,53
Internet	332,01	367,44	406,64	450,03	498,05
Subtotal Servicios Básicos	4.183,33	4.629,69	5.123,67	5.670,37	6.275,40
Gasto Mantenimiento Equipos	265,61	293,95	325,31	360,02	398,44
Gasto Publicidad	199,21	220,46	243,98	270,02	298,83
Gasto Combustible	929,63	1.028,82	1.138,59	1.260,08	1.394,53
Subtotal	5.577,77	6.172,92	6.831,57	7.560,49	8.367,20
Imprevistos (3%)	167,33	185,19	204,95	226,81	251,02
Total	5.745,10	6.358,10	7.036,51	7.787,31	8.618,21

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: La Autora

5.5.3. PRESUPUESTO DE GASTOS FINANCIEROS

El monto financiado para la inversión es de \$ 27.853,42, el cual será otorgado por el Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés de 11% a un plazo de 5 años con un período de gracia de dos años. La cuota mensual a pagar durante este tiempo se determino mediante la siguiente fórmula:

$$VP = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

VP = Valor Amortización

VF = Valor Crédito

I = Tasa activa anual

n = periodos de pago

Préstamo	27.853,42
Interés	11%
Plazo (años)	5 años

CUADRO No. 51
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Pagos	Valor Presente	Intereses	Saldo Soluta	Crédito	Pagos	Valor Presente	Intereses	Saldo Soluta	Crédito
1		255,32		27.853,42	31	911,89	218,37	693,51	23.129,15
2		255,32		27.853,42	32	911,89	212,02	699,87	22.429,28
3		255,32		27.853,42	33	911,89	205,6	706,28	21.723,00
4		255,32		27.853,42	34	911,89	199,13	712,76	21.010,24
5		255,32		27.853,42	35	911,89	192,59	719,29	20.290,95
6		255,32		27.853,42	36	911,89	186	725,88	19.565,06
7		255,32		27.853,42	37	911,89	179,35	732,54	18.832,52
8		255,32		27.853,42	38	911,89	172,63	739,25	18.093,27
9		255,32		27.853,42	39	911,89	165,85	746,03	17.347,24
10		255,32		27.853,42	40	911,89	159,02	752,87	16.594,37
11		255,32		27.853,42	41	911,89	152,12	759,77	15.834,60
12		255,32		27.853,42	42	911,89	145,15	766,73	15.067,87
13		255,32		27.853,42	43	911,89	138,12	773,76	14.294,10
14		255,32		27.853,42	44	911,89	131,03	780,86	13.513,25
15		255,32		27.853,42	45	911,89	123,87	788,01	12.725,23
16		255,32		27.853,42	46	911,89	116,65	795,24	11.929,99
17		255,32		27.853,42	47	911,89	109,36	802,53	11.127,47
18		255,32		27.853,42	48	911,89	102	809,88	10.317,58
19		255,32		27.853,42	49	911,89	94,58	817,31	9.500,28
20		255,32		27.853,42	50	911,89	87,09	824,8	8.675,48
21		255,32		27.853,42	51	911,89	79,53	832,36	7.843,12
22		255,32		27.853,42	52	911,89	71,9	839,99	7.003,13
23		255,32		27.853,42	53	911,89	64,2	847,69	6.155,44
24		255,32		27.853,42	54	911,89	56,42	855,46	5.299,98
25	911,89	255,32	656,56	27.196,86	55	911,89	48,58	863,3	4.436,68
26	911,89	249,3	662,58	26.534,28	56	911,89	40,67	871,22	3.565,46
27	911,89	243,23	668,65	25.865,62	57	911,89	32,68	879,2	2.686,26
28	911,89	237,1	674,78	25.190,84	58	911,89	24,62	887,26	1.799,00
29	911,89	230,92	680,97	24.509,87	59	911,89	16,49	895,39	903,6
30	911,89	224,67	687,21	23.822,66	60	911,89	8,28	903,6	0

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado: La Autora

5.6. ESTADOS FINANCIEROS

5.6.1. BALANCE GENERAL

El balance general inicial o estado de situación inicial de la microempresa permite visualizar las cuentas de activo que serán de propiedad de Criadero de Cuyes "Chelita", así como los montos de endeudamiento y el aporte de capital.

CRIADERO DE CUYES "CHELITA" ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO LARGO PLAZO	
Inversión Variable	\$14.088,23	Préstamo por Pagar	\$27.853,42
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		PATRIMONIO	
Terreno	15.000,00		
Infraestructura	10.000,00	Inversión Propia	41.418,23
Muebles y Enseres	946,02		
Equipo de Oficina	126,00		
Maquinaria y Equipo	796,40		
Equipo de Computación	985,00		
Semovientes	26.730,00		
Total Activos Fijos	54.583,42		
ACTIVO DIFERIDO			
Gasto de Constitución	600,00		
TOTAL ACTIVOS	\$69.271,65	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$69.271,65

5.6.2. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Corresponde al estado financiero que indica el comportamiento según los cálculos realizados anteriormente, obteniendo de esta manera una utilidad neta proyectada.

CRIADERO DE CUYES "CHELITA" ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DETALLE	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ingresos					
Ventas	118.514,88	134.694,56	152.290,60	171.590,10	192.707,90
Total Ingresos	118.514,88	134.694,56	152.290,60	171.590,10	192.707,90
- Costos y Gastos					
Costos de Producción					
Materia Prima Directa	40.815,92	41.663,51	45.831,09	46.926,47	50.720,99
Mano de Obra Directa	18.584,59	22.563,38	24.970,90	27.635,29	30.583,98
Otros Costos	975,63	2.482,60	2.520,98	2.560,81	2.602,15
Total de Costos de Producción	60.376,13	66.709,49	73.322,97	77.122,57	83.907,12
Gastos Administrativos y de Ventas					
Mano de Obra Indirecta	17.272,97	20.970,95	23.208,56	25.684,91	28.425,49
Gastos Administrativos y Ventas	5.745,10	6.358,10	7.036,51	7.787,31	8.618,21
Gastos Financieros	3.063,88	3.063,88	2.654,26	1.695,15	625,04
Depreciaciones	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18
Amort. Gasto de Constitución	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Total Gastos Administrativos y Ventas	27.217,12	31.528,11	34.034,51	36.302,54	38.803,92
Total Costos y Gastos	87.593,25	98.237,60	107.357,47	113.425,11	122.711,03
Utilidad Operacional	30.921,63	36.456,96	44.933,13	58.164,99	69.996,87

5.6.3. FLUJO DE CAJA

Este estado permite conocer cuánto de efectivo quedara después de los gastos, el interés que genera la deuda y el pago de capital de esta manera representa los movimientos de efectivo y sus equivalentes.

CUADRO No. 52

FLUJO DE CAJA

Descripción	Año Base	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Utilidad Operacional		30.921,63	36.456,96	44.933,13	58.164,99	69.996,87
Inversión	69.271,65					
- Reinversión				1.000,00		
+ Depreciación Activos Fijos		1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18
+ Amortización de Activo Diferido		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
- Pago del Capital		0,00	0,00	8.288,36	9.247,48	10.317,58
Flujo de Caja Neto Efectivo	-69.271,65	32.056,80	37.592,13	36.779,94	50.052,69	60.814,46

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.7.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

CUADRO NO. 53

CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

Descripción	Estructura	% de composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Autosustentable	41.418,23	59,79%	4,60%	0,02750
Inversión Financiado	27.853,42	40,21%	11%	0,04423
Total de la Inversión	69.271,65	100%		0,07173

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

$C_k = \text{Costo de Oportunidad } 0,07173 = 7,17\%$

$TRM = (1 + CK) (1 + \text{infl}) - 1$

$TRM = (1+0,07173) (1+ 3,33) - 1$

$TRM = 0,1071$

$TRM = 10,71\%$

El costo de oportunidad permite avizorara la utilidad máxima que podrá obtener la inversión del proyecto en el futuro.

5.7.2. VALOR ACTUAL NETO. (VAN)

Es la sumatoria de todos los flujos de efectivo descontados en el presente y restar a la inversión inicial donde equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos de dinero necesarios para producir una utilidad, en consecuencia si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe ponerse en marcha el proyecto.

CUADRO NO. 54
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (10,71%)	Flujos Netos Actualizados
0	-69.271,65		
2011	32.056,80	1,1071	28.955,63
2012	37.592,13	1,2257	30.670,62
2013	36.779,94	1,3569	27.105,00
2014	50.052,69	1,5023	33.317,97
2015	60.814,46	1,6632	36.565,43
Sumatoria			156.614,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

$$VAN = \sum FNA - Inversión$$

$$VAN = 156.614,64 - (-69.271,65)$$

$$VAN = 87.342,99$$

5.7.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Esta tasa mide la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en como referencia los flujos de caja proyectados y cuyo VAN se iguala a cero. La tasa interna de retorno deberá ser mayor a la tasa de descuento y para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

CUADRO NO. 55
VAN CON TASA INFERIOR

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (10,71%)	Flujos Netos Actualizados
0	-69.271,65		
2011	32.056,80	1,1071	28.955,63
2012	37.592,13	1,2257	30.670,62
2013	36.779,94	1,3569	27.105,00
2014	50.052,69	1,5023	33.317,97
2015	60.814,46	1,6632	36.565,43
Sumatoria			156.614,64
VAN TASA INFERIOR			87.342,99

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

CUADRO NO. 56
VAN CON TASA SUPERIOR

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento 48,00%	Flujos Netos Actualizados
0	-69.271,65		
2011	32.056,80	1,4800	21.660,00
2012	37.592,13	2,1904	17.162,22
2013	36.779,94	3,2418	11.345,56
2014	50.052,69	4,7979	10.432,31
2015	60.814,46	7,1008	8.564,43
Sumatoria			69.164,52
VAN CON TASA SUPERIOR			-107.13

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

Datos para aplicar la fórmula de interpolación:

Tasa Inferior 10,71

Tasa Superior 48,00

VAN Tasa Inferior 87.342,99

VAN Tasa Superior -107,13

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = \text{Tasa Inferior} + (\text{Tasa Superior} - \text{Tasa Inferior}) \left(\frac{\text{VAN Tasa Inferior}}{\text{VAN Tasa Inferior} - \text{VAN Tasa Superior}} \right)$$

$$\text{TIR} = 10,71 + (48,00 - 10,71) \left(\frac{87.342,99}{87.342,99 - (-107,13)} \right)$$

TIR= 47,95%

El TIR calculada es del 47,95% y es mayor a la Tasa del costo de Oportunidad afirmando la factibilidad del proyecto.

5.7.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Este elemento permite conocer en qué tiempo se recuperara la inversión del proyecto, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados.

CUADRO NO. 57
PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Años	Inversión	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados
0	-69.271,65		
2011		28.955,63	
2012		30.670,62	59.626,24
2013		27.105,00	86.731,24
2014		33.317,97	12.049,21
2015		36.565,43	156.614,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

Se muestra que la inversión se recuperará a los 3 años 10 días aproximadamente.

5.7.5. RELACION BENEFICIO-COSTO

Es la relación que refleja el valor que tiene el proyecto con respecto a los beneficios y costos. Servirá para evaluar el proyecto basando en el principio de adquirir los mayores resultados y se refleja los ingresos en comparación con los gastos.

Fórmula:

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\sum \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{156.614,64}{69.271,65}$$

Beneficio costo 2,26

El Beneficio-Costo es mayor que uno, entonces el proyecto si es aceptable, el cual representa que por cada dólar invertido se recupera 1,26 centavos.

5.7.6. RELACIÓN INGRESOS – EGRESOS

CUADRO NO. 58
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	Tasa Redescuento (10.16%)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	118.514,88	87.593,25	1,1071	107.049,75	79.119,48
2	134.694,56	98.237,60	1,2257	109.894,41	80.149,96
3	152.290,60	107.357,47	1,3569	112.230,63	79.117,14
4	171.590,10	113.425,11	1,5023	114.220,31	75.502,32
5	192.707,90	122.711,03	1,6632	115.867,97	73.781,50
∑ Ingresos y Egresos Actualizados				559.263,07	387.670,40

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La Autora

Fórmula:

$$\text{Ingresos - Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos - Egresos} = \frac{559.263,07}{387.670,40} = 1,44$$

La relación Ingresos y Egresos es de 1,44 centavos el cual significa un beneficio sobre el costo del proyecto, este es un margen de ganancia sobre los ingresos y egresos proyectados, es decir, por cada dólar de gastos se genera \$ 1,44 de ingresos.

5.7.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO NO. 59
PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	118.517,88	134.694,56	152.290,60	171.590,10	192.707,90
COSTOS FIJOS					
Mano de Obra Directa	18.584,59	22.563,38	24.970,90	27.635,29	30.583,98
Mano de Obra Indirecta	17.272,97	20.970,95	23.208,56	25.684,91	28.425,49
Gasto Financiero	3.063,88	3.063,88	2.654,26	1.695,15	625,04
Depreciaciones	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18	1.015,18
Amort. Gasto de Const.	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
TOTAL COSTO FIJOS	40.056,61	47.733,39	51.968,89	56.150,52	60.769,68
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	40.815,92	41.633,51	45.831,09	46.926,47	50.720,99
Otros Costos	975,63	2.482,60	2.520,98	2.560,81	2.602,15
Gasto Administrativo y Ventas	5.745,10	6.358,10	7.036,51	7.787,31	8.618,21
TOTAL COSTOS VARIABLES	47.536,64	50.504,21	55.388,58	57.274,59	61.941,35

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

Se procede a calcular el Punto de Equilibrio para el primer año de ejecución del proyecto:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{40.056,61}{1 - \frac{47.536,64}{118.517,88}}$$

Punto de Equilibrio en dólares = 66.883,94

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{66.883,94}{6,85}$$

Punto de Equilibrio en Unidades = 9.764

De acuerdo al Punto de Equilibrio el proyecto debe producir 66.883,94 ingresos anuales para que la microempresa opere sin pérdidas ni ganancias con un mínimo de unidades de 9.764, si las ventas están por debajo de esto la microempresa pierde.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1 Logotipo y Denominación de la Microempresa

CRIADERO DE CUYES



6.2 Misión

Producir cuyes con alto grado nutricional y buena calidad para el consumo y comercializarlos en el mercado local, aplicando procesos eficientes para su desarrollo.

6.3 Visión

Ser una microempresa competitiva y líder en la producción y comercialización de cuyes, en busca del mejoramiento continuo de los procesos que posibilite entregar al cliente un producto de calidad en los cuatro años.

6.4 Objetivo de la Microempresa

Ofrecer un producto alimenticio de calidad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores, optimizando recurso y cumplimiento las normas legales, para alcanzar el éxito en forma competitiva.

6.5 Organización Estructural de la Microempresa

Para la ejecución del presente proyecto es la creación de una microempresa Productora y Comercializadora de Cuyes en la Parroquia La Esperanza, quienes serán los beneficiados directos de los puestos de trabajo.

6.6 Funciones Básicas de la Organización

Como se ha mencionado, la Microempresa Criadero de Cuyes “Chelita” de dedicar la producción y comercialización de cuyes al pastoreo como producto principal, en este sentido las funciones básicas han sido agrupadas en tres departamentos principales: producción, administración y comercialización.

6.6.1 Departamento de Producción

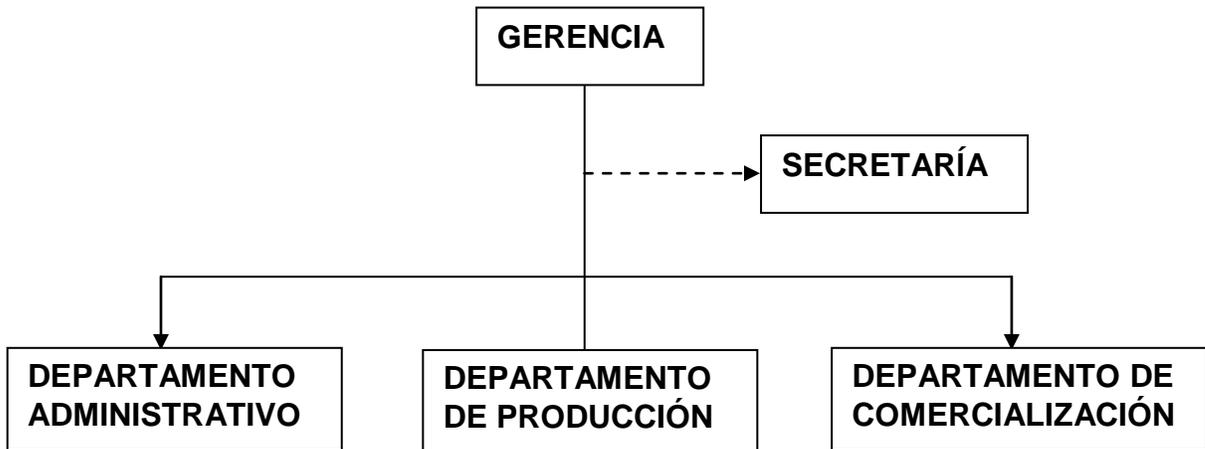
Es el encargado de la planificación, organización, ejecución y control del proceso de la producción de cuyes, para lo cual contara con 3 personas.

6.6.2 Departamento de Administración y Ventas

Será el encargado de planificar, coordinar, supervisar y dirigir las actividades administrativas-económicas y financieras del Criadero de cuyes “Chelita”, como de planificar, organizar, ejecutar y controlar las distribución y venta del producto mediante la implantación de sistemas y canales de

comercialización, elaborar programas de mercadeo. Para este departamento se contara con un contador-secretaria y un chofer.

6.6.3 Organigrama estructural



6.7. Organización Interna de la Microempresa

La microempresa Criadero de Cuyes “Chelita” tendrá tres niveles jerárquicos en los cuales se desarrolla las mismas actividades, como pilar principal de su puesta en marcha.

Los principales niveles son los siguientes:

6.7.1. Nivel Administrativo

Este nivel consta del contador-secretaria y chofer.

6.7.1.1 Contador

Es el encargado de tomar decisiones administrativas y financieras necesarias para el desarrollo de las actividades de la microempresa, mediante la emisión, análisis e interpretación de la información financiera que obtendrá la microempresa.

6.7.1.2 Secretaria

Es la encargada de elaborar las formas y documentos de respaldo de la microempresa, realizar actividades de apoyo, de la atención al cliente y de brindar una buena imagen corporativa.

6.7.1.3 Chofer

Es la persona encargada del manejo del vehículo y de hacer la entrega del producto al mercado en este caso a los asaderos de cuyes.

6.7.2. Nivel Operativo

6.7.2.1 Control de calidad

Es el encargado de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo.

6.7.2.2 Jornaleros

Constituye el personal que se encargara directamente de la producción de cuyes. EL veterinario un profesional tendrá el cargo de la salud de los animales desde su nacimiento hasta la venta del mismo.

6.8. Manual de Funciones

El presente documento le permitirá a la microempresa identificar claramente las funciones generales, así como también las responsabilidades de cada empleado en sus diferentes áreas de trabajo.

6.8.1 Gerente

NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE
DESCRIPCIÓN GENERAL	Implantar un liderazgo de manera que controle y evalúe las actividades de trabajo.
FUNCIONES	Planificar, organizar, dirigir y controlar los trabajos técnicos y administrativos. Dirigir con autoridad a los subalternos Realizar los diferentes contratos de venta del producto. Mantener una buena relación interpersonal con clientes y personal de trabajo. Hacer cumplir con las políticas y normas de funcionamiento. Coordinar la logística de distribución del producto.
PERFIL DEL PUESTO	Título Profesional Capacidad administrativa y de gestión Liderazgo y motivación Ética moral Honradez

6.8.2 Secretaria-Contador

NOMBRE DEL PUESTO	SECRETARIA-CONTADOR
DESCRIPCIÓN GENERAL	Establecer de manera constante la transparencia y claridad en los estados financieros y manejo de efectivo.
FUNCIONES	Tener control de la documentación y custodia del archivo. Planificar el proceso contable que va hacer establecido. Mantener la información financiera de manera clara para la toma de decisiones. Cumplir con la normativa tributaria vigente. Presentar un presupuesto detallado de la planificación. Mantener reuniones permanentes con los directivos de la microempresa para la oportuna toma de decisiones.
PERFIL DEL PUESTO	Título profesional Experiencia en labores afines al cargo Tener conocimientos técnicos de acuerdo al cargo. Manejar sistemas contables como programas Excel, Word. Cooperación y creatividad Honestidad y ética profesional Tener buenas relaciones humanas

6.8.3 Chofer

NOMBRE DEL PUESTO	CHOFER
DESCRIPCIÓN GENERAL	Realizar las entregas del producto con cuidado y precaución durante la movilización.
FUNCIONES	Manejar un listado de las cantidades del producto y su dirección por cada cliente. Dar mantenimiento al vehículo. Informar el recorrido diario que se realiza Entregar las facturas del abastecimiento del vehículo a la secretaria para su desembolso.
PERFIL DEL PUESTO	Titulo bachiller Experiencia en labores afines al trabajo. Tener licencia Profesional Tener Vehículo Habilidad Creatividad Honestidad Puntualidad

6.8.4 Técnico Veterinario

NOMBRE DEL PUESTO	MÉDICO VETERINARIO
DESCRIPCIÓN GENERAL	Realizar el control y asistencia médica a los animales, para obtener una crianza saludable para el consumo
FUNCIONES	Planificar los suministros de alimentación correspondiente. Desparasitar las jaulas de los animales. Realizar y ejecutar un calendario de sanidad animal en cada una de las etapas de la producción. Reportar informes técnicos de las visitas realizadas.
PERFIL DEL PUESTO	Título profesional Experiencia en labores a su cargo Habilidad Honestidad

6.8.5 Jornaleros

NOMBRE DEL PUESTO	JORNALEROS
DESCRIPCIÓN GENERAL	Brindar apoyo en el proceso productivo de crianza de cuyes.
FUNCIONES	Ejecutar las acciones de producción Mantener limpias las áreas de producción. Ubicar los insumos de alimentación a la hora adecuada. Trabajar con disciplina y responsabilidad. Coordinar las adquisiciones de alimento con los superiores.
PERFIL DEL PUESTO	Titulo Bachiller Experiencia en labores afines Responsabilidad Puntualidad Honestidad

6.9. Aspectos Legales

En nuestro país las microempresas de carácter productivo comercial se rigen por las disposiciones de la Ley de Compañías, el código de comercio y el código civil.

6.9.1. Registros Legales

La microempresa debe obtener registros tales como:

6.9.1.1 Registro Único de Contribuyentes

Como toda persona natural en el país, esta microempresa está obligada a inscribirse en el RUC para acatar con lo establecido en la ley tributaria permitiendo tener la recaudación de impuestos cada mes.

6.9.1.2 Permiso Municipal

La obtención de la patente municipal y permiso de funcionamiento se la obtiene en la Municipalidad de Ibarra, misma que es obligatoria para quien quiera ejercer esta actividad.

6.9.1.3 Permiso Sanitario

Para este tipo de actividades el permiso sanitario es importante, ya que en él se justifica la higiene y salud del personal que labora en la planta a través de exámenes médicos.

6.9.1.4 Cámara de Comercio

Toda actividad productiva aunque no de manera obligatoria deberá afiliarse a la respectiva cámara según la actividad que ejerza.

6.10. Estrategias de Comercialización

Dentro de las estrategias de comercialización están precio, plaza, promoción, producto, quienes ayudaran a llegar al cliente.

6.10.1 Estrategias del precio

- Fijar los precios acorde a las necesidades del cliente y mercado.
- Realizar análisis de los precios de la competencia.
- Establecer precios competitivos que permitan incrementar más clientes.

6.10.2 Estrategias del producto

- Resaltar los beneficios que tiene el producto en comparación con el resto.
- Producir un producto de calidad.

6.10.3 Estrategias de la plaza

- Contar con el servicio de entrega del producto a domicilio.
- Realizar contactos comerciales con instituciones que requieran el producto.
- Usar medios masivos de comunicación.
- Participar en ferias o eventos donde se pueda mostrar el producto.

6.10.4 Estrategias de la promoción

Esta herramienta de marketing ayuda a que los futuros clientes conozcan el producto mediante la comunicación de los beneficios del mismo.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Todo proyecto de factibilidad está orientado a garantizar su ejecución y operación, lo que en la actualidad se obliga a los pequeños productores y procesadoras de alimentos cumplan con las prácticas mínimas que minimicen el impacto negativo de la producción en el medio ambiente, para lo cual se realizara un análisis de los mismos, utilizando una metodología que se detalla a continuación.

7.2. MATRIZ DE VALORACIÓN

Para la evaluación de los impactos en este proyecto, se utilizará una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis. La valoración se dará de acuerdo a los niveles que se detallan a continuación:

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Ni negativo ni positivo
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Para el cálculo de la valoración de los impactos se aplicara la siguiente fórmula:

$$\text{IMPACTO} = \frac{\sum \text{ Nivel de impacto}}{\text{Nro. De indicadores}}$$

7.3. IMPACTO ECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo						2		2
Incentivo al consumo						2		2
Efecto Multiplicar					1			1
Estabilidad económica							3	3
TOTAL	0	0	0	0	1	4	3	8

Impacto Económico= **8/4**

Impacto Económico= **2**

ANÁLISIS.

Desde el punto de vista económico se ha conseguido un impacto positivo medio, puesto que la microempresa generara nuevos empleos directos e indirectos, cumpliendo con las normativas de trabajo de acuerdo a lo que establece el Ministerio de Relaciones Laborales. La creación de nuevas microempresas productoras. Para así tener un efecto multiplicar al resto de la población.

7.4. IMPACTO SOCIAL.

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida						2		2
Acceso a Servicios Básicos							3	3
Desarrollo Local						2		2
Bienestar Comunitario						2		2
TOTAL	0	0	0	0	0	6	3	9

Impacto Social= 9/4

Impacto Social= 2,25

ANÁLISIS.

El impacto social que genera el proyecto al contar con nuevos puestos de trabajo, otorga mejor calidad de vida a las familias, acceso a los servicios básicos. Al igual que la ciudadanía en general necesita contar con una microempresa que brinde productos de buena calidad para el consumo humano.

No solo influye socialmente en lo que se refiere a mejores ingresos, si no también, al mejoramiento del desarrollo local y bienestar comunitario.

7.5. IMPACTO AMBIENTAL.

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Higiene y Salud							3	3
Aprovechamiento de Recursos						2		2
Baja contaminación del medio ambiente							3	3
Mantenimiento de suelos y desechos						2		2
Percepción al olfato		-2						
TOTAL	0	-2	0	0	0	4	6	8

Impacto Ambiental= 8/4

Impacto Ambiental= 2

ANÁLISIS.

Este proyecto plantea rescatar y respetar la normativa legal del cuidado de la naturaleza a las normas de higiene y salud de los cuyes mediante la alimentación del forraje y se pretende por otra parte será evitando la utilización de fertilizantes sino empleando el abono orgánico.

7.6. IMPACTO EDUCATIVO.

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Estrategias Innovadoras para crianza de cuyes							3	3
Desarrollo de Habilidades						2		2
Preservación de las costumbres						2		2
Guía Práctica de Consulta						2		2
Total	0	0	0	0	0	6	3	9

Impacto Educativo = $9/4$

Impacto Educativo = 2,25

ANÁLISIS.

Este proyecto servirá para que la comunidad en general pueda realizar consultas de investigación, para adquirir conocimientos sobre la crianza del cuy, incentivar al consumo de la carne del cuy que es rica en proteínas, y a la vez incentiva a los propietarios y trabajadores a que estén en constantes actualizaciones técnicas del manejo de los cuyes.

7.7. IMPACTO EMPRESARIAL.

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Competencia							3	3
Políticas de Precios						2		2
Capacitación						2		2
Estrategias de Mercado						2		2
Total	0	0	0	0	0	6	3	9

Impacto Empresarial = **9/4**

Impacto Empresarial = **2,25**

ANÁLISIS.

Será necesario implantar nuevas estrategias de mercado para llegar a los clientes finales, de esta manera posicionarse en el mercado local manteniendo el producto de buena calidad.

El proyecto asume cubrir la demanda insatisfecha local para poder alcanzar este objetivo es necesario contar con personal que ayude a cumplir con el objetivo de la microempresa.

7.8. IMPACTO GENERAL

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto económico						2		2
Impacto social						2		2
Impacto ambiental						2		2
Impacto educativo						2		2
Impacto Empresarial						2		2
TOTAL	0	0	0	0	0	10	0	10

Impacto General= **10/5**

Impacto General= **2,00**

Como resultado de todo el análisis de los impactos se obtiene como resultado del impacto general 2,00 que se encuentra en un nivel positivo medio.

ANÁLISIS.

De acuerdo a los análisis de los impactos se tiene como resultado que el impacto general es beneficioso para el proyecto, al contar con una ponderación de 2,00 hace que el proyecto sea viable para la creación de la microempresa productora y comercializadora de cuyes al pastoreo, misma que beneficiara a todos los involucrados de la zona en la producción, consumo y comercialización generando ingresos económicos y bienestar para la población involucrada.

CONCLUSIONES

- El proyecto es factible para la creación de la microempresa productora y comercializadora de cuyes, puesto que en la actualidad no existen empresas dedicadas a dicha actividad, además así lo comprueban los indicadores financieros calculados.
- En la provincia de Imbabura no existe ningún organismo estatal con información acerca de la crianza de cuyes, como también de los lugares que expenden el producto.
- La implementación de una microempresa de este tipo, se requiere contar con mano de obra cuasi-calificada, en cuanto a la tecnología, su importancia es mínima, porque los procesos de producción son manuales.
- Con la capacidad instalada en la producción de cuyes se puede cubrir una parte de la demanda local, lo que representa una oportunidad para mediano plazo poder pensar en una ampliación de la microempresa.
- El proyecto es aceptable y sustentable, puesto que no afecta al medio ambiente y más bien genera nuevos puestos de empleo para la población, además ayuda a la conservación de las costumbres de los habitantes.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que este proyecto se replique en otras comunidades de la provincia, con la finalidad de potenciar el desarrollo local, además de incrementar el número de unidades productivas que oferten este producto para mejorar la competencia en el mercado.
- Es necesario contar en la provincia de Imbabura alguna entidad pública o privada, que cuente con alguna base de datos relacionados con la producción y comercialización del cuy.
- La mano de obra que se requiere para el funcionamiento productivo de la nueva microempresa debe ser de la localidad, ya que con esto se generará una fuente alternativa de empleo y consecuentemente del mejoramiento para la calidad de vida. Además se debe aprovechar que en las universidades se profesionalizan estudiantes en especialidades agroindustriales para que ellos realicen prácticas y a la vez capaciten a los trabajadores sobre nuevos conocimientos sobre la crianza del cuy.
- Realizar estudios complementarios que justifiquen y viabilicen la ampliación de la unidad productiva, con la finalidad de satisfacer la creciente demanda existente sobre este producto.
- Es necesario difundir estas prácticas que asocian las costumbres de la población con el medio técnico y tecnológico, con la finalidad de involucrar más a los sectores productivos de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. MC Graw Hill. Quinta Edición. México.
- CANTOS E. (2006). Diseño y gestión de Microempresas.
- CHILQUINGA Manuel. (2007). Costos. Primera Edición. Imprenta Offset Graficolor. Ibarra-Ecuador.
- DIAZ Jorge. Diccionario y Manuel de Contabilidad y Administración. Editorial Universo. Lima-Perú.
- Enciclopedia Encarta. Microsoft 2009.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. Noviembre 2010.
- JACOME Walter. (2005). Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión. Editorial Universitaria. Ibarra-Ecuador.
- MICROSOFT ENCARTA, (2006), “Conejillo de Indias”, Microsoft Corporation.
- PALOMINO. R, (2005), “Crianza y Comercialización de Cuyes”, Editorial Ripalme.
- PARKIN Michael. (2010).”Fundamentos de Teoría Económica”. Primera Edición. México. Editorial Pearson Educacion.

- Proteger, Restablecer, Mejorar. Programa de Emergencias de la FAO. Alimentémonos con lo Nuestro EL CUY. 2008. Perú.
- RODRIGUEZ Inma. (2006). "Principios y Estrategias de Marketing. Editorial UQC.
- UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE (2005). Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado. CUDIC. Editorial Universitaria. Ibarra.
- VÁSQUEZ Lola y SALTOS Napoleón. (2006). Ecuador su realidad- Fundación José Peralta. Quito-Ecuador.

LINCOGRAFÍA

- www.archivo.ibarra.gob.ec
- www.cadenacuy.pe
- www.crianzadecuyes.blogcindario.com
- www.definicionabc.com
- www.fao.org
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, (2006), "Crianza del Cuy", www.mag.gov.ec.

- www.mrl.gob.ec
- www.monografias.com
- www.sri.gob.ec
- www.todocuy.com.ec
- www.wilclopedia.org.

ANEXOS

ANEXO "A"
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS(AS) SEÑORES(AS) PROPIETARIOS DE
ASADEROS DE CUYES**

OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objetivo conocer las estrategias de comercialización de los cuyes faenados

INSTRUCCIONES:

- Agradeceré a usted se digne dar contestación a las siguientes preguntas:

DATOS INFORMATIVOS:

Fecha:.....

Lugar:.....

1. ¿Satisface usted la demanda existente?

Siempre ()

A veces ()

Nunca () Por qué.....

2. ¿Usted pagaría 6,00 dólares por un cuy en pie?

SI ()

NO ()

3. ¿Cuál es la cantidad de cuyes que necesita para la venta por semana:

1 - 100 ()

101-200 ()

201-300 ()

301-500 ()

501 adelante ()

4. ¿En qué épocas del año su empresa tiene más demanda del producto?

Fin de año ()

Navidad ()

Fines de Semana ()

Fiestas Patronales ()

Otros ()

5. ¿Dónde adquiere los cuyes para su negocio?

Propios ()

Productores ()

Intermediarios ()

6. ¿Cómo determina usted el precio de venta del producto?

Por presentación ()

Por preparación ()

Por competencia ()

7. ¿Considera que existe competencia para su negocio?

SI ()

NO ()

8. ¿Le gustaría que existan otros proveedores en la provincia?

SI ()

NO ()

9. ¿Cuál es la forma de pago que realiza a los proveedores?

Contado ()

Crédito ()

10. ¿ Los proveedores que usted tiene son:

Fijos ()

Variables ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO “B”
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A: Ing. Roberto Moncayo (Gerente de AUQUINORTE CIA LTDA)

OBJETIVO:

La presente entrevista tiene como objetivo conocer los aspectos relacionados con la producción de cuyes al pastoreo.

1. ¿Qué clase de infraestructura necesitó en la parte productiva de la empresa?
2. ¿Para la producción de cuyes al pastoreo que tipo de financiamiento se puede utilizar?
3. ¿Cuántos tipos de cuyes conoce usted?
4. ¿Qué tipo de cuy es recomendable para el consumo humano?
5. ¿Qué tipo de alimentación utiliza para el cuy?
6. ¿Cuál es el promedio de crías por parto?
7. ¿Cuántos cuyes producen al mes aproximadamente?
8. ¿Cómo tiene establecido el control de los cuyes?
9. ¿A qué tipo de mercado se dirige su producción?
10. ¿Cuál es la mejor forma de consumirle al cuy?
11. ¿Qué propiedades tiene la carne del cuy para el consumo humano?
12. ¿Cree que esta es una actividad rentable?
13. ¿Cree que la producción de cuyes al pastoreo es recomendable?

GRACIAS POR SU AYUDA



PROFORMA

FECHA: IBARRA 28 DE ENERO DE 2011

NOMBRE:

DIRECCIÓN: IBARRA

(IBARRA

CARACTERÍSTICAS

1 EQUIPO

CASE COMBO DELUX- *NUEVOS MODELOS*

Procesador Intel Core i3 3.0

Disco Duro de 1000Gb

Memoria en DDR3 4Gb.

Tarjeta de Video - INCORPORADO

Tarjeta de Red de 10/100.

Lector de memorias

Monitor 18.5" LG LCD

Teclado de 105 teclas-Español

Mouse Ps2.

DVD WRITER

IMPRESORA CANON MP250

MESA DE COMPUTADOR.-

Regulador de voltaje

*Lo mejor en computadores
ahora a tu alcance.....*

SUBTOTAL	880,00
12% IVA	105,60
TOTAL	985,60

GARANTÍA : C.P.U Cubre daños de Fabricación: 3 AÑOS

Monitor e Impresora: 1 AÑO.

OBSERVACIONES: LA GARANTIA SE APLICA PARA PARTES Y PIEZAS DE HARDWARE.

EL SOFTWARE (SISTEMA OPERATIVO Y APLICACIONES) NO TIENEN GARANTIA

POR SER DE ESTRUCTA RESPONSABILIDAD DEL USUARIO.

AUQUINORTE CIA. LTDA
DIR. VÍA A SALINAS-LA VICTORIA KM 1
SECTOR EL CONSEJO
IMBABURA-ECUADOR

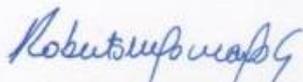


Ibarra, 10 de Junio del 2011

A petición verbal de la señorita Bedoya Moreno Rosa Graciela con número de cédula 100308964-4 egresada de la Universidad Técnica del Norte, Escuela de Contabilidad y Auditoría, certifico en calidad de Gerente General de la Compañía que la mencionada señorita estuvo realizando una investigación y fue asesora en la parte Técnica sobre la crianza de cuyes al pastoreo para la realización de su tesis.

Es todo lo que puedo manifestar en honor a la verdad, por lo que pueden hacer uso del presente documento para fines pertinentes de la interesada.

Atentamente,



Ing. Roberto Morcayo G.

CI. 170257470-6