



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI.

Previo a la Obtención del Título de Ingeniera Comercial

Autora: Montenegro, V. Yadira K.

Tutor: Cervantes, Luis A.

Ibarra, Marzo del 2016

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consiste en el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI.” Para la elaboración del proyecto se tomó el procedimiento metodológico recomendado para la elaboración de proyectos, el cual consiste en la investigación y realización de siete capítulos, los cuales se describen a continuación: En primer lugar se considera el diagnóstico situacional del entorno, para conocer el contexto geográfico, económico y comercial del Cantón Bolívar, de esta manera identificar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que el presente proyecto tendrá en su ejecución. Posteriormente se desarrolló un marco teórico, el cual se enfocó en bases científicas que fundamentan al tema, con información que se captó de bibliografía actual y de internet. También se realizó el estudio de mercado donde se determina la demanda, la oferta y de esta manera llegar a determinar la demanda insatisfecha, la información fue obtenida de encuestas aplicadas a los dueños de restaurantes es decir clientes potenciales del cuy de la Provincia del Carchi. El estudio técnico determinó la macro y micro localización, la inversión necesaria para el criadero de cuyes en el Cantón Bolívar y el talento humano que será parte de la misma. Seguidamente se realizó la evaluación financiera, justificando la inversión, estableciendo los ingresos y gastos que se reflejarán en los estados financieros, los cuales ayudan a la determinación de rentabilidad y factibilidad del proyecto. Otra parte fundamental es la estructura organizacional, donde se especifica la planificación estratégica que tendrá el criadero de cuyes. Finalmente se analizó los impactos que generará el proyecto, en los ámbitos social, económico, empresarial, con su matriz de valoración y análisis de cada impacto sea este positivo o negativo. Para terminar se presenta las respectivas conclusiones y recomendaciones que ameritan el desarrollo de este proyecto.

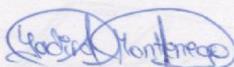
SUMMARY

This research consists of "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY OF PRODUCTION AND MARKETING OF GUINEA PIG IN THE, CANTON BOLIVAR CARCHI PROVINCE." For the development of the draft took the methodological procedure recommended for project development , which consists in conducting research and seven chapters, which are described below: First consider the situation assessment of the environment for the geographic, economic and commercial city of Bolivar, so identify allies, opponents, risks and opportunities that this project will have on its implementation. Subsequently developed a theoretical framework, which focused on scientific bases underlying the subject, with information captured from current literature and internet. Also conducted market research which determines the demand, supply and thus able to determine the unmet demand, information was obtained from surveys a the owners of restaurants possible potential customers of guinea pig . The technical study determined the macro and micro localization, the investment required for the hatchery of guinea pig in the canton bolivar neighborhood cuesaca, the same way the human talent that will be part of it. Following financial assessment was made, ie the justification of the investment, establishing the income and expenses that are reflected in the financial statements, which help determine the feasibility, cost-effectiveness and feasibility of the project. Another critical part is the organizational structure, where specific the strategic planning that have the hatchery of guinea pig. Finally, we analyzed the impact that the project will generate, in the social, economic, business, with its array of assessment and analysis of each impact is this positive or negative. Finally it presents the respective conclusions and recommendations that warrant the development of this project.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

YO, Montenegro Villarreal Yadira Katherine con C.I. Nro. 0401685896 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”** Es de mi autoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las referencias bibliográficas consultadas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra a los 14 días del mes de Marzo de 2016.



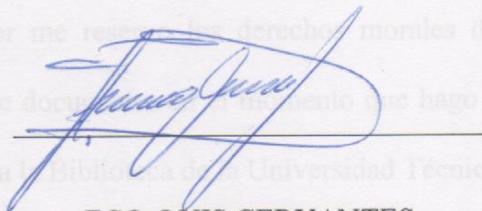
FIRMA

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de Grado presentado por la Egresada Montenegro Villarreal Yadira Katherine, para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**.

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

En la ciudad de Ibarra a los 14 días del mes de Marzo de 2016.



ECO. LUIS CERVANTES

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo Yadira Katherine Montenegro Villarreal con cédula de identidad No. 040168589-6 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 autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto. En mi condición de autor 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.

CÉDULA DE IDENTIDAD:	040168589-6
APELLIDOS Y NOMBRES:	Montenegro Villarreal Yadira Katherine
DIRECCIÓN:	Parroquia Bolívar, Comunidad Cuesaca
EMAIL:	Yadira Katherine Montenegro Villarreal
TELÉFONO FIJO:	062 979 327
TELÉFONO MÓVIL:	0994145755

C.I. 040168589-6

En la ciudad de Ibarra a los 14 días del mes de Marzo de 2016.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040168589-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Montenegro Villarreal Yadira Katherine		
DIRECCIÓN:	Cantón Bolívar, Parroquia Bolívar, Comunidad Cuesaca.		
EMAIL:	yadira_beautiful@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 979 227	TELÉFONO MÓVIL:	0994145755

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI
AUTORA:	Montenegro Villarreal Yadira Katherine
FECHA: AA-MM-DD	2016-03-14
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial en Administración de Empresas
DIRECTOR:	Eco. Luis Cervantes

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo Yadira Katherine Montenegro Villarreal con cédula de identidad N° 040168589-6, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

3.- CONSTANCIA

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es 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 14 de Marzo del 2016.

Yadira Katherine Montenegro Villarreal

C.I. 0401685896

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

A Dios a mis padres y mi familia. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, hermanas y mi familia quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Gracias por ayudarme a cumplir mi objetivo como persona y estudiante, mil gracias a todos.

Yadira K. Montenegro V.

AGRADECIMIENTO

Infinitamente gracias a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad; a mis padres y hermanas, a mi madre quien ha estado conmigo apoyándome en cada paso que daba, brindándome su entera confianza a pesar de mis tropiezos siempre ha estado ahí cuando mas la necesitaba, a mi padre que con su responsabilidad me ha apoyado en todo momento, gracias a los dos que con sus consejos me han motivado para formarme académicamente y personalmente , creyendo en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

Gracias a mis maestros a quiénes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa “Universidad Técnica del Norte” la cual me abrió sus puertas, preparándome para un futuro competitivo y formándome como persona de bien.

Yadira K. Montenegro V.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE RERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xx
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxii
JUSTIFICACIÓN	xxiv
CAPÍTULO I	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
Antecedentes	27
Objetivos del diagnóstico.....	28
Objetivo General	28
Objetivos Específicos.....	28
Variables diagnósticas.	28
Indicadores que definen a la variable.....	29
Antecedentes históricos	29
Situación Económica	29
Aspectos Sociales.....	29
Aspectos legales, políticos y tecnológicos.....	29
Operatividad del Diagnóstico	31
Análisis de variables diagnósticas	31
Antecedentes	31
Situación Económica	41

Análisis Del Sector Cavilcultores Según Las Fuerzas De Porter	46
Desarrollo Social.....	47
Aspectos legales, políticos y tecnológicos.....	54
Matriz AOOD.....	57
Análisis de la Matriz AOOD.....	57
Determinación del Problema.....	60
CAPÍTULO II.....	63
MARCO TEÓRICO.....	63
Proyecto de Inversión	63
Estudio de factibilidad	63
La Empresa	64
Objetivo.....	64
Clasificación	64
Por su finalidad	65
Por la actividad	65
Por su tamaño.....	65
Por el régimen común de tratamiento a los capitales extranjero	66
Por la constitución legal (ley de compañías)	66
Por el estado de desarrollo en que se encuentre.....	66
Administración.....	66
La Producción	67
Planificación de la producción.....	67
La Microempresa	67
El Cuy	68
Importancia de la crianza de cuyes	68
Tipos de Raza.....	68
Línea Peruana.....	69
Línea Inti.....	69
Sistema de explotación	69
Tipos de alojamiento.....	69
Reproducción	70
Enfermedades del cuy.....	70
Estudio de Mercado	71
Estructura del mercado	71

Segmentación de mercados.....	72
Mercado meta.....	72
Demanda	72
Oferta	73
Precio	73
Producto	73
Promoción.....	73
Comercialización	76
Distribución.....	76
Demanda insatisfecha	76
Estudio Técnico	77
Tamaño del proyecto.....	77
Capacidad.....	77
Localización del proyecto.....	78
Macro localización.....	78
Factores de la Macrolocalización.....	79
Micro localización	79
Factores de la Microlocalización	79
Ingeniería Del Proyecto	79
Proceso productivo.....	80
Tecnología de producción.....	80
Distribución de la planta.	80
Estudio Económico	81
Gastos administrativos.....	81
Gastos financieros.....	81
Gastos de ventas.....	82
Balance general.....	82
Estado de resultado	82
Técnicas De Evaluación Financiera.....	83
Valor Presente Neto.....	83
Tasa interna de retorno.....	83
Periodo de recuperación de la inversión	84
Tasa de rendimiento.....	84
Costo de oportunidad de capital.....	84

Costo beneficio	84
Periodo de recuperación.....	85
Punto de equilibrio.....	85
Estructura Organizacional.....	86
Misión	86
Visión.....	86
Objetivo corporativo	86
Organigrama	87
CAPÍTULO III.....	88
ESTUDIO DE MERCADO	88
Presentación	88
Objetivos del Estudio de Mercado	89
Objetivo general.....	89
Objetivos Específicos.....	89
Identificación del Producto	91
Naturaleza y uso del producto.....	91
Características del producto	91
Mercado Potencial	92
Segmento de Mercado.....	92
Mecánica Operativa del Estudio	93
Identificación de la muestra	93
Muestra	93
Encuesta	94
El Mercado Meta.....	109
Demanda	109
Determinación de la Demanda.....	109
Proyección de la demanda	110
Oferta	111
Análisis de la oferta	111
Análisis de Precios.....	115
Competencia	116
Comercialización	117
Producto	118
El precio	118

Estrategias de publicidad	119
Plaza.....	121
Conclusiones.....	121
CAPÍTULO IV.....	123
ESTUDIO TÉCNICO	123
Objetivo.....	123
Localización Del Proyecto.....	123
Macro localización.....	123
Micro localización	127
Distribución De La Planta.....	131
Tamaño Del Proyecto	135
Inventario inicial del cuy	135
Proceso Productivo	135
Presupuesto técnico.....	139
Inversión fija y variable del proyecto	139
Inversión Fija	139
Propiedad Planta y Equipo Área Administrativa	139
Resumen del Área Administrativa	141
Propiedad Planta y Equipo de Producción.....	142
Resumen de Inversiones Fijas.....	143
Inversión Variable.....	144
Capital de Trabajo.....	144
Costos y Gastos.....	146
Inversión total del proyecto	146
Financiamiento del proyecto.....	147
CAPÍTULO V.....	149
Estudio Financiero	149
Objetivo.....	149
Introducción	149
Ingresos	149
Análisis de Ingresos	149
Proyección De Ingresos	150
Proyección del presupuesto de ventas.....	150
Egresos.....	152

Costos de Producción.....	152
Materia Prima Directa.....	152
Mano de Obra Directa.....	153
Proyección de Costos de Producción.....	158
Gastos.....	159
Gastos administrativos.....	159
Remuneraciones Área Administrativa.....	159
Remuneraciones Administrativas.....	160
Gastos Generales administrativas.....	161
Gastos de Constitución.....	163
Gastos de ventas.....	164
Gastos Generales de Ventas.....	165
Proyección de Gastos de Ventas.....	165
Gastos de Financieros.....	166
Depreciaciones.....	168
Presupuesto de egresos.....	172
Estados financieros presupuestados.....	173
Estado de Situación Inicial.....	173
Estados de Resultados Integral.....	175
Evaluación Financiera.....	179
Tasa de Rendimiento Medio.....	180
Valor Actual Neto.....	181
Tasa Interna de Retorno.....	182
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	184
Costo Beneficio.....	184
Punto de Equilibrio.....	185
Resumen de la evaluación.....	189
CAPÍTULO VI.....	190
Propuesta Administrativa.....	190
Objetivo.....	190
Conformación De La Micro-Empresa.....	190
Constitución legal.....	191
Permisos de funcionamiento.....	191
Misión.....	192

Visión.....	192
Políticas De La Microempresa.....	192
Principios Y Valores	193
Valores	193
Estructura Orgánica	194
Organigrama Estructural.....	194
Manual De Funciones	195
CAPÍTULO VII	198
Objetivo.....	198
Impactos.....	198
CONCLUSIONES	203
RECOMENDACIONES.....	205
BIBLIOGRAFÍA	206
TRABAJOS CITADOS	208
LINKOGRAFÍA	210
ANEXOS	211
Anexo N° 1	212
Anexo N° 2	215

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica	30
Tabla 2 Población INEC	36
Tabla 3 Actividad Económica.....	37
Tabla 4 Población con empleo horas trabajadas	38
Tabla 5 Matriz de servicios básicos	44
Tabla 6 Estudiantes por nivel educativo	48
Tabla 7 Indicadores de Salud	51
Tabla 8 Tipos de Viviendas	51
Tabla 9 Auto Identificación Según Cultura	52
Tabla 10 Matriz AOR	57
Tabla 11 Reproducción	70
Tabla 12 Matriz de Relación Diagnóstica.....	90
Tabla 13 PREGUNTA 1	94
Tabla 14 PREGUNTA 2.....	95
Tabla 15 PREGUNTA 3.....	96
Tabla 16 PREGUNTA 4.....	97
Tabla 17 PREGUNTA 5.....	98
Tabla 18 PREGUNTA 6.....	99
Tabla 19 PREGUNTA 7.....	100
Tabla 20 PREGUNTA 8.....	101
Tabla 21 PREGUNTA 9.....	102
Tabla 22 PREGUNTA 10.....	103
Tabla 23 PREGUNTA 11	104
Tabla 24 PREGUNTA 12.....	105
Tabla 25 PREGUNTA 13.....	106
Tabla 26 PREGUNTA 14.....	107
Tabla 27 PREGUNTA 15	108
Tabla 28 Determinación de la Demanda.....	109
Tabla 29 En relación a la muestra.....	110
Tabla 30 Balance de Demanda y Oferta	113
Tabla 31 Proyección de la oferta Potencial.....	113
Tabla 32 Proyección de la oferta	115

Tabla 33 PREGUNTA 7.....	116
Tabla 34 Matriz De Factores Macro localización.....	124
Tabla 359 Matriz De Factores Micro localización	129
Tabla 361 Producción Inicial	135
Tabla 377 Costos y Gastos.....	146
Tabla 38 Depreciaciones.....	169
Tabla 39 Resumen gasto depreciación.....	170
Tabla 40 Bienes.....	171
Tabla 41 Presupuesto de egresos	172
Tabla 42 Estado de Situación Inicial	174
Tabla 43 Proyección Costos de Producción.....	176
Tabla 44 Cálculo Impuesto para el quinto año	177
Tabla 45 Ejercicio 2016.....	178
Tabla 46 Flujo de caja.....	179
Tabla 47 Cálculo del costo oportunidad y tasa de rendimiento medio	181
Tabla 48 Flujos netos actualizados	182
Tabla 49 Flujos netos actualizados	183
Tabla 50 Flujos netos actualizados	184
Tabla 51 Costo Beneficio.....	185
Tabla 52 Proyección para el punto de equilibrio	187
Tabla 53 Análisis de sensibilidad	189
Tabla 54 Matriz De Valoración De Impactos	198
Tabla 55 Impacto Económico	199
Tabla 56 Impacto social.....	200
Tabla 57 Impacto empresarial.....	201

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Población con empleo horas trabajadas	38
Gráfico 2 Ingresos.....	43
Gráfico 3 Grupos Étnicos.....	52
Gráfico 4 PREGUNTA 1	94
Gráfico 5 PREGUNTA 2.....	95
Gráfico 6 PREGUNTA 3.....	96
Gráfico 7 PREGUNTA 4.....	97
Gráfico 8 PREGUNTA 5.....	98
Gráfico 9 PREGUNTA 6.....	99
Gráfico 10 PREGUNTA 7.....	100
Gráfico 11 PREGUNTA 8.....	101
Gráfico 12 PREGUNTA 9.....	102
Gráfico 13 PREGUNTA 10.....	103
Gráfico 14 PREGUNTA 11.....	104
Gráfico 15 PREGUNTA 12.....	105
Gráfico 16 PREGUNTA 13.....	106
Gráfico 17 PREGUNTA 14.....	107
Gráfico 18 PREGUNTA 15.....	108
Gráfico 19 PREGUNTA 7.....	116
Gráfico 20 Organigrama estructural	194

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Geografía	40
Ilustración 2 Sector Económico Primario	42
Ilustración 3 Cobertura de Infraestructura y Servicios Básicos	45
Ilustración 4 Viabilidad y Transporte	53
Ilustración 5 Macro localización.....	126
Ilustración 6 Micro localización	131
Ilustración 7. Diseño De La Planta	132
Ilustración 8 Ciclo Productivo	136

PRESENTACIÓN

El Cantón Bolívar, se encuentra ubicado a 70 kilómetros de la ciudad de Tulcán, geográficamente está en el extremo sur oriental de la provincia del Carchi, colinda; el norte con el Cantón Montúfar, el noroeste con el Cantón Espejo, el sur este con la Provincia de Sucumbíos, y el sur con la Provincia de Imbabura.

Políticamente el Cantón está dividido en 6 Parroquias que son: García Moreno, Los Ándes, San Vicente de Pusir, San Rafael, Monte Olivo y Bolívar, su cabecera cantonal es la ciudad de Bolívar, misma que se encuentra a una altura de 2612 m.s.n.m.

El 18 de Junio de 1576 Martín Puntal reclamaba amparo para su gente ante el temor de que los españoles o indios se entrasen en dichas tierras, pero dichas tierras existían desde la conquista incaica ya que Puntal fue uno de los pueblos de la sociedad y cultura pasto. Al respecto vale citar una opinión personal del historiador Aquíles Pérez Tamayo, en el que afirma que la palabra Puntal se halla compuesto de dos partes, PUN existencia, presencia de; y TAL, tierra dura, piedra o suelo fuerte, haciendo alusión, posiblemente, a la existencia de mucha cangahua en la zona.

Se dice que la noche en que Simón Bolívar durmió en Puntal, los pobladores celebraron alborozadamente este acontecimiento y le ofrecieron baile y un agasajo a pesar de los recursos escasos con los que contaban. Esta situación se convertiría en una especie de leyenda, llegando al extremo de que años más tarde, el pueblo pidió cambiar el nombre de Puntal por Bolívar, como recuerdo imperecedero de tan especial gesto de parte del Libertador.

Desde ese entonces, el pueblo de Bolívar comienza una nueva etapa de vida, buscando fundamentalmente el progreso de su capital humano y el desarrollo de la región, la que siempre se ha constituido en una tierra privilegiada, dentro de la Provincia del Carchi.

El desarrollo económico, productivo, rural y urbano del Gobierno Municipal del Cantón Bolívar, promueve el desarrollo turístico, destacando una infinidad de lugares, conocidos por unos y desconocidos por otros. En cuanto a su producción se caracteriza por poseer huertos hortícolas, granjas integrales, sistemas silvopastoriles, industrialización de la cebada, quesos y también la actividad de crianza de animales menores, se observa un gran impulso del cultivo bajo invernadero con productos orgánicos y de gran calidad destinadas para el consumo interno y comercialización.

En la actualidad se considera que la actividad de crianza y comercialización de cuyes se convierte en un rubro de gran importancia para el sostenimiento de la economía familiar de esta comunidad ya que existen mucha demanda de dicho producto considerándose platos típicos para eventos especiales como días festivos, matrimonios, cumpleaños, bautizos, etc.

JUSTIFICACIÓN

A través de la creación de la microempresa de producción y comercialización del cuy se satisficará la demanda de la población Carchense, ya que en este proyecto se brindará un producto de calidad y de mucho valor nutritivo.

La investigación se justificará debido a las siguientes aspectos: En el Cantón Bolívar existe mayor factibilidad de crianza de animales menores, uno de estos los cuyes y por tal razón se procede a aprovechar los recursos disponibles y así dar viabilidad en la creación de la microempresa.

Se considera que este producto posee gran valor nutritivo y es de mucha importancia para el consumo humano: La carne de cuy es rica en proteínas (20%) y a la vez pobre en grasas (7%), ofreciendo una serie de beneficios nutricionales para quien lo consume, su bajo contenido en grasas lo hace apetecido por personas que padecen de obesidad y enfermedades cardiovasculares, el aporte de hierro en la dieta es muy importante especialmente en los niños y madres. La carne de cuy, responde a la gran demanda actual que existe respecto a productos que contiene un aporte calórico y bajo contenido graso, como consecuencia de la toma de conciencia del público por llevar una vida más sana y de esa forma no ser alcanzados por esta epidemia silenciosa llamada Obesidad que día a día cobra víctimas en todo el mundo.

En razón de que en el Cantón Bolívar no existe un lugar donde los demandantes dispongan de un lugar fijo en donde adquirir este producto se estableció la necesidad de crear este proyecto con la finalidad de lograr captar a la población demandante.

Entre los beneficiarios directos de esta investigación se encuentran los dueños de los restaurantes, a quienes se les ofrecerá productos de calidad, de manera que tendrán una atención preferencial, ágil y oportuna.

Entre los beneficiarios indirectos esta el dueño del proyecto y personal que labore en el mismo, se tendrá un trabajo y un salario moderado para este entorno y de esta manera lograr satisfacer la necesidades propias y la de sus familia.

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad que permita la creación de una microempresa especializada en la producción y comercialización de cuyes en la Comunidad Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, que permita identificar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa de producción y comercialización de cuyes.
- Elaborar el marco teórico que permita sustentar el proyecto, mediante investigación bibliográfica y documental.
- Determinar un estudio de mercado, analizando las variables de mercado como son oferta, demanda, precio, producción y comercialización del cuy.
- Efectuar el estudio técnico que permita determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto y las inversiones a realizarse.
- Realizar el estudio y evaluación financiera que contenga los estados financieros que

determine la rentabilidad económica o no económica del proyecto.

- Realizar la propuesta administrativa de la microempresa con la finalidad de administrar recursos humanos, financieros y económicos a fin de manejar eficiente y económicamente el cumplimiento de los objetivos empresariales.
- Identificar los principales impactos que generarán en la implementación de este proyecto en los ambitos económico, social y empresarial.

CAPÍTULO I

1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.2 Antecedentes.

En el ámbito geográfico la Provincia del Carchi se encuentra situada al norte del Ecuador, su superficie aproximada es de 3.699 km², sus límites son: al Norte con Colombia, al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas; mantiene un clima de tipo páramo con variación que va entre 100C Y 150C es una Provincia agrícola y ganadera, reconocida nacionalmente por su volumen de producción.

El Cantón Bolívar, se encuentra ubicado a 70 kilómetros de la ciudad de Tulcán, geográficamente está en el extremo sur oriental de la provincia del Carchi, colinda; el Norte con el Cantón Montúfar, el Noroeste con el Cantón Espejo, el Sur este con la Provincia de Sucumbíos, y el sur con la Provincia de Imbabura.

El desarrollo económico, productivo, rural y urbano del Gobierno Municipal del Cantón Bolívar, se promueve el desarrollo turístico, destacándose una infinidad de lugares, conocidos por unos y desconocidos por otros. En cuanto a su producción podemos hablar de huertos hortícolas, granjas integrales, sistemas silvopastoriles, industrialización de la cebada, quesos y también la actividad de crianza de animales menores, existe un gran impulso del cultivo bajo invernadero con productos orgánicos y de gran calidad para el consumo interno y su comercialización.

En la actualidad se considera que la crianza y comercialización de cuyes se ha vuelto de gran importancia para la comunidad Bolivarenses ya que existen muchos demandantes de

dicho producto, en el que se lo ha considerado como un plato típico de eventos especiales como días festivos, matrimonios, cumpleaños, eventos especiales, etc.

Los factores antes mencionados identifican la necesidad de crear una microempresa de producción y comercialización de Cuyes en condiciones de rendimiento óptimo para lograr una producción sostenida en el tiempo.

1.3 Objetivos del diagnóstico

1.3.1. Objetivo General

Establecer un diagnóstico situacional en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi que permita identificar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa de producción y comercialización de cuyes.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Establecer los antecedentes históricos, demográficos y geográficos del Cantón Bolívar.
- Determinar los aspectos económicos del lugar donde se desarrollará el proyecto.
- Establecer los aspectos sociales en el Cantón Bolívar.
- Determinar los aspectos legales, políticos y tecnológicos del proyecto.

1.4 Variables diagnósticas.

- Antecedentes históricos
- Situación Económica
- Aspectos sociales
- Aspectos legales, políticos y tecnológicos

1.4.1. Indicadores que definen a la variable

1.4.1.1 Antecedentes históricos

- Contexto histórico
- Demografía
- Geografía

1.4.1.2. Situación Económica

- Actividad Económica
- Ingresos
- Servicios Básicos
- Fuerzas de Porter

1.4.1.3 Aspectos Sociales

- Etnia
- Pobreza
- Educación y Cultura
- Salud y ambiente
- Vivienda
- Viabilidad y transporte

1.4.1.4. Aspectos legales, políticos y tecnológicos

- Aspectos legales
- Aspectos tecnológicos

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Información
Determinar los antecedentes históricos, demográficos y geográficos del Cantón Bolívar.	Antecedentes	CONTEXTO HISTÓRICO Clima Agua Tierras Actividad económica comercial Lugares turísticos DEMOGRAFÍA población PEA Población con empleo Población sin empleo Población subempleo Población urbana Población rural Población hombres Población mujeres GEOGRAFÍA Ubicación Superficie Altura Límites	Primaria	Inv. Bibliográfica	PDyOT, INEC
Conocer la situación económica del lugar donde se desarrollará el proyecto.	Situación económica	SITUACIÓN ECONÓMICA Actividad económica Ingresos Servicios Básicos Fuerzas de Porter	Primaria y Secundaria	Inv. Bibliográfica Observación Directa	PDyOT, INEC Autoridades Locales
Analizar la situación social en el Cantón Bolívar.	Desarrollo Social	DESARROLLO SOCIAL Pobreza Educación y Cultura Salud y ambiente Vivienda Etnia Viabilidad y transporte	Primaria y Secundaria	Inv. Bibliográfica Observación Directa	PDyOT, INEC Población
Investigar los aspectos legales, políticos y tecnológicos del proyecto a desarrollarse.	Aspectos legales Aspectos políticos y Tecnológicos.	ASPECTOS LEGALES Aspectos legales Aspectos tecnológicos	Primaria y Secundaria	Inv. Bibliográfica	PDyOT, INEC

Fuente: estudio de campo

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

1.5 Operatividad del Diagnóstico

Para el desarrollo del presente diagnóstico, es importante considerar los datos necesarios para sustentar la presente investigación, de tal manera se procedió a analizar de la siguiente manera:

1.5.1. Análisis de variables diagnósticas

1.5.1.1. Antecedentes

a) Contexto histórico

El Cantón Bolívar, se encuentra ubicado a 70 kilómetros de la ciudad de Tulcán, geográficamente está en el extremo sur oriental de la provincia del Carchi, colinda; el Norte con el Cantón Montúfar, el Noroeste con el Cantón Espejo, el Sur este con la Provincia de Sucumbíos, y el Sur con la Provincia de Imbabura.

Políticamente el Cantón está dividido en 6 Parroquias que son: García Moreno, Los Ándes, San Vicente de Pusir, San Rafael, Monte Olivo y Bolívar, su cabecera cantonal es la Ciudad de Bolívar, misma que se encuentra a una altura de 2612 m.s.n.m.

El 18 de junio de 1576 Martín Puntal reclamaba amparo para su gente ante el temor de que los españoles o indios se entrasen en dichas tierras, pero dichas tierras existían desde la conquista incaica ya que Puntal fue uno de los pueblos de la sociedad y cultura pasto. Al respecto vale citar una opinión personal del historiador Aquíles Pérez Tamayo, en el que afirma que la palabra Puntal se halla compuesto de dos partes, PUN existencia, presencia de; y TAL, tierra dura, piedra o suelo fuerte, haciendo alusión, posiblemente, a la existencia de mucha cangahua en la zona.

Se dice que la noche en que Simón Bolívar durmió en Puntal, los pobladores celebraron

alborozadamente este acontecimiento y le ofrecieron baile y un agasajo a pesar de los recursos escasos con los que contaban. Esta situación se convertiría en una especie de leyenda, llegando al extremo de que años más tarde, el pueblo pidió cambiar el nombre de Puntal por Bolívar, como recuerdo imperecedero de tan especial gesto de parte del Libertador.

Desde ese entonces, el pueblo de Bolívar comienza una nueva etapa de vida, buscando fundamentalmente el progreso de su capital humano y el desarrollo de la región, la que siempre se ha constituido en una tierra privilegiada, dentro de la Provincia del Carchi.

El desarrollo económico, productivo, rural y urbano del Gobierno Municipal del Cantón Bolívar, promueve el desarrollo turístico, destacando una infinidad de lugares turísticos, conocidos por unos y desconocidos por otros. En cuanto a su producción se caracteriza por poseer huertos hortícolas, granjas integrales, sistemas silvopastoriles, industrialización de la cebada, quesos y también la actividad de crianza de animales menores, se observa un gran impulso del cultivo bajo invernadero con productos orgánicos y de gran calidad destinadas para el consumo interno y comercialización.

En la actualidad se considera que la actividad de crianza y comercialización de cuyes se convierte en un rubro de gran importancia para el sostenimiento de la economía familiar de esta comunidad ya que existen mucha demanda de dicho producto considerándose platos típicos para eventos especiales como días festivos, matrimonios, cumpleaños, bautizos, etc.

b) Clima

El Cantón Bolívar posee un clima variado que oscila desde una temperatura promedio de 13,8 ° C. En relación al proyecto las condiciones naturales de suelo y clima daría una ventaja porque para la crianza de cuyes se necesita un ambiente cálido para que se desarrollen de forma adecuada.

c) Agua

Mediante la autorización de agua registrada para el cantón y de los caudales más representativos, el 61% se destina al uso Hidroeléctrico que mantiene un caudal concesionado de 7000lt/sg, y en segundo lugar se destinan el 39% para el permisos del uso de regadíos y en general con un caudal de 4275 lt/sg. El déficit hídrico en las cuencas solo se mitigaría mediante la gestión racional e integrada del agua, pese a que 7% (2436 hectáreas) se encuentran en el rango crítico, por lo que es importante las medidas de mitigación.

d) Tierras

El Cantón Bolívar posee un gran potencial de diversidad agropecuaria gracias a sus diferentes pisos climáticos. En general los cultivos de ciclos cortos que predominan son la cebolla, el fréjol, el maíz y la arveja. Los cultivos frutales son el aguacate, tomate de árbol, frutas cítricas y granadilla, la actividad frutícola no está tecnificada, en el caso del aguacate, la fábrica de aceite de aguacate de la empresa Uyama Farms influye en el incremento de la producción de este cultivo. Los precios de los frutales presentan mayor estabilidad. La papa es otro cultivo importante de la zona, encontrando en la actualidad 2 variedades de papas que se están cultivando en el Cantón Bolívar: La Capiro y la Única. En general, el riesgo que toma el agricultor al pedir un crédito es bastante alto por varias razones: las tasas de interés son altas y en la mayoría de los casos, hay que reembolsar mensualmente el capital más los intereses. Bolívar es el Cantón perteneciente a la mancomunidad que evidencia problemas de erosión de suelos, cuenta con 3479,25 hectáreas de tierra erosionadas (9,64% de la superficie del Cantón). Los suelos frágiles, pendientes pronunciadas y la inadecuada utilización del riego son las causas de la erosión de los suelos. La empresa Golden Land ha recuperado una parte de estos suelos y siembra flores, pero han contaminado el agua. Por tal razón un suelo fértil sería de mucha ventaja ya que al sembrar la yerba y alfalfa esta saldría de buena calidad, útil para la

alimentación de los animales.

e) Actividad Económica Comercial

La actividad económica más importante del segmento de la población Bolivarense es:

- De acuerdo a la estructura porcentual la agricultura, la ganadería, silvicultura y pesca ocupa el primer lugar concentrada en un 72.2%.
- La actividad comercial al por mayor y menor refleja un porcentaje del 7.7%.
- Luego están las actividades planificadas de los hogares como empleadores con el 3.1%.
- Administración pública y defensa el 3.0%
- Enseñanza en un porcentaje del 2.9%
- La industria manufacturera en un 2.7%
- El transporte en un 1.8%
- La construcción en un 1.6%
- Actividades que incluyen servicios de alojamiento y servicio de comidas en un porcentaje de 1.0%
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo en un 0.8%
- Otras actividades económicas en un 3.3%.

f) Lugares turísticos

Mediante el análisis de atractivos turísticos se considera que el potencial del Cantón Bolívar corresponde en su mayoría (60%) a atractivos en alta jerarquía, lo que indica que el Cantón puede ser atractivo para los visitantes de fuera de la Provincia.

Las manifestaciones culturales en la actualidad de este laborioso pueblo, busca el desarrollo social, cultural, turístico y económico y cuenta con maravillosos atractivos naturales,

culturales, Prehistóricos y paleontológicos de la zona norte del país.

Su comida típica al hablar del Carchi, es considerada como el digno representante el Hornado Pastuso conocido a nivel regional, una comida que se acompaña con papas y salsa, en el cantón Bolívar la especialidad son los postres como es el caso de los bizcochuelos y rosquetes. En este punto existe una oportunidad de negocio ya que al realizar este proyecto se está fomentando a que este producto tenga un nicho en el mercado local, nacional e internacional, producto muy reconocido por la población y a la vez pretender alcanzar el reconocimiento de comidas típicas a nivel nacional.

Los lugares para visitar en el Cantón Bolívar son:

Las lagunas de la Encañada (García Moreno)

Mirador de Cabras (Los Andes)

Balneario el Aguacate (Bolívar)

Parque de la Mega fauna (Bolívar)

Parque de Bolívar y Plazoleta Central (Bolívar)

Museo Paleontológico (Bolívar)

Basílica del Señor de la Buena Esperanza (Bolívar)

g) Demografía

Población

En la investigación desarrollada, la población o universo a investigar se integra de la siguiente manera: En primer lugar están los productores o aquellas personas que se dedican a la crianza de cuyes y agricultores en todo el Cantón Bolívar, siendo alrededor de 5.961 productores dedicados a la crianza y comercialización de cuyes correspondientes al 42 % de la

población total de la PEA, la gran mayoría de la población que cría cuy lo hacen de forma tradicional mas no tecnificada; por otro lado se investiga a consumidores, compuesto por la población económicamente activa del Cantón que son un total de 7073 habitantes correspondientes a un 49.3% de la población total del Cantón Bolívar ; y que según el último censo realizado en el 2010 según el INEC residen en el Cantón 14347 habitantes. Según el Sistema Nacional de Información considera la tendencia de concentración urbano de la Ciudad de Bolívar, un 69.29 ha/ km², considerando que durante los años 2010 y 1990, contaba con una superficie de 51,02 ha/km² y 40,17 ha/km², respectivamente. Su población presenta una tendencia de crecimiento de 6.511 habitantes para el año 2030, con una tasa de crecimiento anual de 2,6%. (Bolívar, 2015)

Tabla 2 Población INEC

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Bolívar	7.166	8,8%	7.181	8,6%	14.347
Espejo	6.527	8,0%	6.837	8,2%	13.364
Mira	6.121	7,5%	6.059	7,3%	12.180
Montufar	14.910	18,4%	15.601	18,7%	30.511
San Pedro de Huaca	3.847	4,7%	3.777	4,5%	7.624
Tulcán	42.584	52,5%	43.914	52,7%	86.498
Total	81.155	100%	83.369	100%	164.524

Fuente: INEC 2010 Carchi – Bolívar

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Población económicamente activa

Según el INEC 2010, La PEA del Cantón se dedica en un 37,74% a laborar como jornalero, un 33,83% lo hacen por cuenta propia y el 8,41% se desempeña como obrero privado. En la categoría de ocupación jornalero, el 93,72% se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura.

Así mismo en la categoría de ocupación en cuenta propia, el 70,80% se desempeña en la agricultura. De la categoría de empleado u obrero privado, el 32,56% trabaja en la agricultura. Una mínima parte de la PEA (6,68%) son empleados públicos: enseñanza, administración pública y defensa.

En el sector agropecuario se puede observar que casi 38% de la población trabaja de jornalero. Esta categoría de ocupación evidencia la fuerte precariedad laboral en Bolívar. Durante la cartografía participativa, los actores mencionaron que 80% de la producción es al partir. Además, existen problemas de legalización de tierras.

Categoría ocupacional del cantón Bolívar

Tabla 3 Actividad Económica

Categoría de ocupación	Casos	%
Jornalero/a o peón	2.136	37,74 %
Cuenta propia	1.915	33,83 %
Empleado/a u obrero/a privado	476	8,41 %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	378	6,68 %
No declarado	188	3,32 %
Empleado/a doméstico/a	167	2,95 %
Trabajador nuevo	124	2,19 %
Patrono/a	109	1,93 %
Trabajador/a no remunerado	103	1,82 %
Socio/a	64	1,13 %
Total	5.660	100,00 %

Fuente: Censo De Población Y Vivienda INEC 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Tabla 4 Población con empleo horas trabajadas

Número de horas trabajadas	Rama de actividad (Primer nivel)						Total
	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Industrias manufactureras	Comercio al por mayor y menor	Administración pública y defensa	Enseñanza	No declarado	
1 – 10	642	29	62	15	7	37	792
11 – 20	554	19	50	4	16	41	684
21 – 30	641	20	51	15	66	24	817
31 – 40	1.268	42	106	98	53	62	1.629
> 40	614	32	125	26	5	218	1.020

Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

En el figura 17 se observa que el 33% de la población económicamente activa trabaja entre 31 y 40 horas semanales, el 16% entre 1 y 10 horas, el 14% entre 11 y 20 horas, y el 16 % entre 21 y 30 horas y el 21 % labora más de 40 horas en la semana.

Gráfico 1 Población con empleo horas trabajadas

El 46% de la PEA del cantón Bolívar trabaja de 1 a 30 horas por semana es decir un número de 6570 personas. La situación es preocupante ya que la ley ecuatoriana específica que

el número de horas trabajadas semanalmente deben ser 40 horas. Algunos niños y jóvenes ayudan a sus padres en las labores diarias. En este caso, se entiende porque el número de horas trabajadas es inferior a 40 horas. Por otra parte, esta cifra indica que el trabajo infantil es significativo en el cantón.

La precariedad laboral tiene especial incidencia cuando los ingresos económicos que se perciben por el trabajo no cubren las necesidades básicas de una persona.

Población sin empleo

La población que se encuentran sin empleo y buscan una labor por primera vez existe un 0,008% es decir 114 personas en el Cantón Bolívar.

Población subempleo

Se calcula una población del 53% es decir 7663 personas.

Población urbana

El Cantón tiene una población urbana de 2998 habitantes según el INEC 2010.

Población rural

En el sector rural existe aproximadamente 11349 personas según INEC 2010.

Población hombres

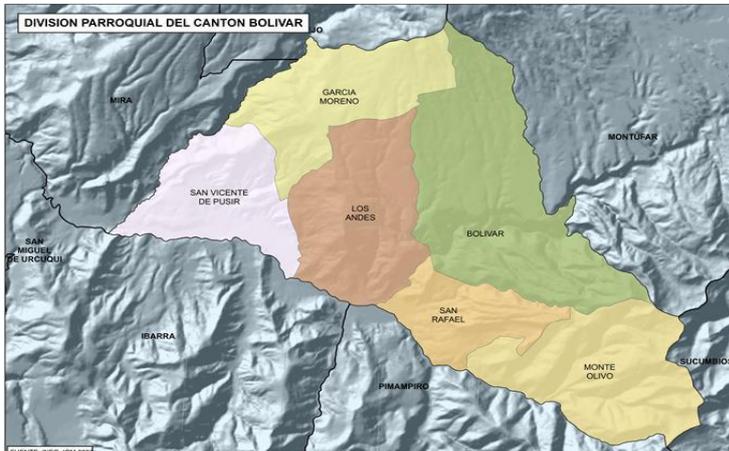
De la población total 7166 son hombres en el Cantón Bolívar según INEC 2010.

Población mujeres

Existe una población de 7181 mujeres en el Cantón Bolívar según INEC 2010.

a) Geografía

Ilustración 1 Geografía



Fuente: GOOGLE MAPA

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Ubicación

El cantón Bolívar se ubica en la provincia del Carchi, su extensión territorial es de 353,2 km²; las parroquias urbanas: Bolívar y sus parroquias rurales son : García Moreno, Los Andes, Monte Olivo, San Vicente de Pusir, San Rafael.

Superficie

La superficie del Cantón Bolívar es de 36.056 km²

Altura

Una altura de 2612 m.s.n.m

Límites

El Cantón está ubicado en:

El Norte: Cantón Montúfar

El Sur: Provincia de Imbabura

El Este: Provincia de Sucumbíos

El Oeste: Cantón Espejo

1.5.1.2. Situación Económica

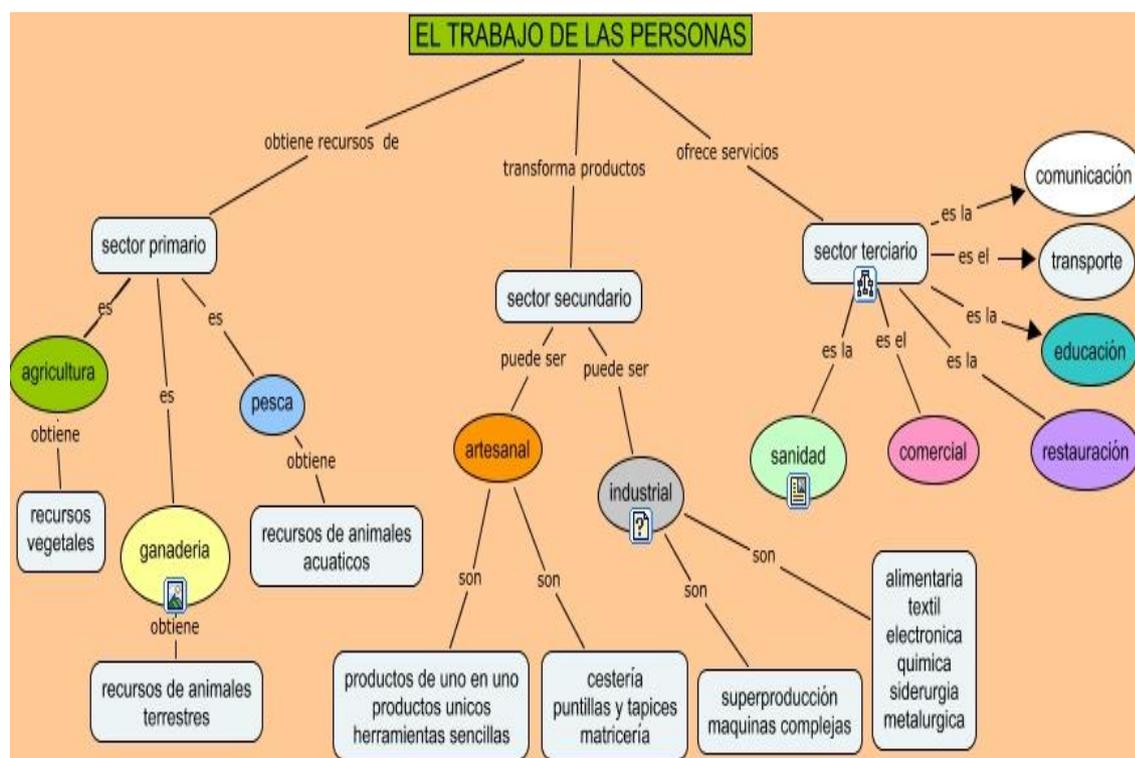
Actividad Económica

Se compone de factores de la población económicamente activa, y de las actividades agropecuarias, turísticas y forestales potenciales y limitadas. Existen categorías de ocupación, ramas de actividad, número de horas trabajadas, fuentes de empleo, situación agropecuaria, apoyo a la producción, producción agropecuaria, turismo y actividad forestal.

Sector económico primario

El sector primario está formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados. Usualmente, los productos primarios se utiliza como materia prima en otros procesos de producción o en la producción de industrias. Las principales actividades del sector primario son la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza, la pesca y piscicultura.

Ilustración 2 Sector Económico Primario



Fuente: GOOGLE

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

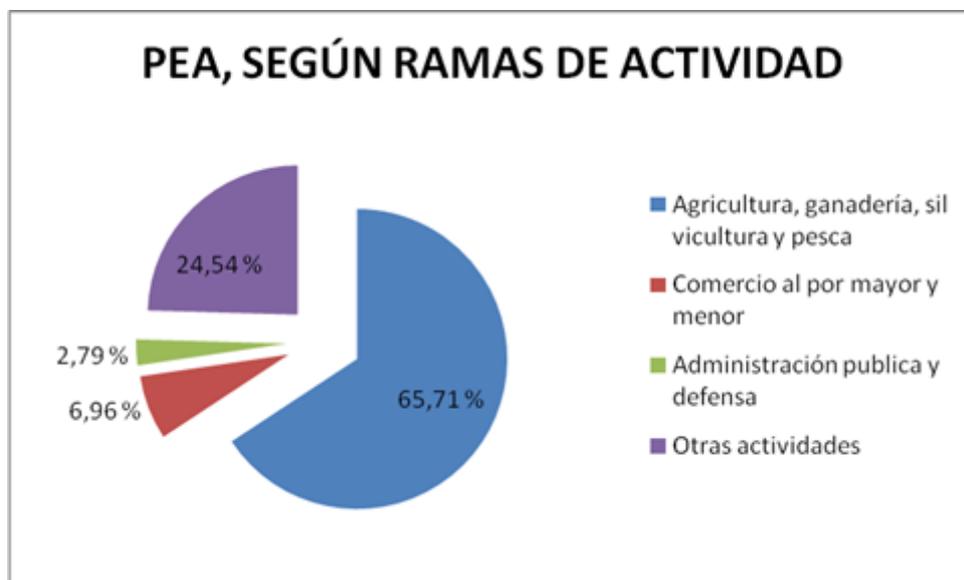
Ingreso

Para establecer la actividad económica que concentra el mayor número de los habitantes del Cantón Bolívar, se realizó un análisis de la Población Económica Activa y según el INEC determinó que el 65,71% de la población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura, el 6,96% son comerciantes y el 2,79% se dedican a la administración pública, otras actividades representan el 24,54% las cuales se encuentran: Asesoras del hogar y transporte.

De acuerdo a estos indicadores se desprende que la economía del cantón está concentrada exclusivamente en el sector primario. Las industrias manufactureras están representadas por la deshidratadora de frutas, ladrilleras, fábrica de empaques en el barrio Cuesaca, actividad de post cosecha de fréjol en el Centro de acopio de la Asociación Medallitas Milagrosas en la comunidad de Tumbatú de la parroquia San Vicente de Pusir, Centro de acopio

de leche en la comunidad de Impuerán del sector Las Colonias.

Gráfico 2 Ingresos



Fuente: INEC P.E.A CPV 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Servicios Básicos

A fin de establecer el déficit en coberturas y los requerimientos de los sistemas en cuanto a la infraestructura y acceso a servicios básicos, agua potable, saneamiento, alcantarillado, energía eléctrica y desechos sólidos en el cantón Bolívar, se procedió a su cálculo de la siguiente manera:

Matriz para descripción de servicios básicos, déficit, cobertura.

Tabla 5 Matriz de servicios básicos

Unidad Territorial (Parroquia Urbana)	Cobertura Agua Potable (%)	Cobertura de Alcantarillado (%)	Cobertura de Energía Eléctrica (%)	Desechos Sólidos (%)
Bolívar	76,8	59,5	70,72	47,78
Los Ándes	87,96	54,72	83,97	39,6
García Moreno	76,69	82,06	77,6	25,86
Monte Olivo	70,37	52,01	76,6	31,61
San Rafael	76,69	82,06	77,6	25,8
San Vicente de Pusir	96,69	77,38	94,42	58,09

Fuente: Avalúos y Catastro GAD Municipal de Bolívar 2010-2011

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

El cuadro de cobertura y déficit por sectores se analiza mediante la importancia del aprovisionamiento de los servicios a nivel urbano existente entre esos sectores, se observa que la mayor importancia se encuentra en el sector urbano de la ciudad, creando distancias considerables, del centro urbano hacia la periferia, en mayor o menor grado, dependiendo las distancias sean o no considerables. La información de cobertura y déficit, sirven de instrumentos fundamentales para la gestión urbana de la ciudad, para conocer, cada sector los déficit parciales o totales que puede haber en las infraestructuras y servicios, para programar la inversión pública o privada que se requiera para cubrir el déficit.

En la Cabecera Cantonal Bolívar se conforma 4 sectores de igual desarrollo, en los que se

puede apreciar claramente baja cobertura y déficit en infraestructuras y servicios, es decir, permite visualizar los niveles de inversión en infraestructura realizada en el territorio en donde se focaliza la inversión para suplir los déficits.

Ilustración 3 Cobertura de Infraestructura y Servicios Básicos

BOLIVAR / CABECERA CANTONAL

CUADRO DE COBERTURA Y DEFICIT DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS

SECTOR HOMOGENEO		ALCANTARI-LLADO	AGUA POTABLE	ENERGIA E ALUMB. PUB.	RED VIAL	RED TELEFONICA	ACERAS Y BORDILLOS	RECOLECC BASURA	ASEO DE CALLES	PROMEDIO SECTOR	Color No.Manzanas
01	COBERTURA	96,8	100	98,93	79,93	98,92	90,5	95,5	58,83	89,93	ROJO
	DEFICIT	3,2	0,00	1,07	20,07	1,08	9,5	4,5	41,17	10,07	24
02	COBERTURA	88,55	100	100	37,14	93,68	12,63	48,21	0	60,03	AZÚL
	DEFICIT	11,45	0,00	0	62,86	6,32	87,37	51,79	100	39,97	19
03	COBERTURA	40,38	78,21	61,41	36	62,86	3,43	36,76	0	39,88	VERDE
	DEFICIT	59,62	21,79	38,59	64	100	96,57	63,24	100	60,12	21
04	COBERTURA	12,27	28,5	22,55	33,26	26,1	0	10,67	0	16,67	CAFÉ
	DEFICIT	87,73	71,5	77,45	66,74	73,9	100	89,33	100	83,33	21
PROMEDIO COBERTURA		59,5	76,68	70,72	46,58	70,39	26,64	47,78	14,71	51,63	85
PROMEDIO DEFICIT		40,5	23,32	29,28	53,42	29,61	73,36	52,22	85,29	48,37	

Fuente: GAD Municipal de Bolívar / Unidad de Avalúos y Catastros

Bienio 2010-2011

Fuente: GAD Municipal de Bolívar/ Unidad de Avalúos y catastros

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

En promedio, el territorio urbano de Bolívar Cabecera Cantonal registra una cobertura del: 59,50% en redes de alcantarillado, 76,68% en agua potable, 70,72% en energía eléctrica y alumbrado público, 46,58% en red vial, 70,39% en red telefónica, 26,64% en aceras y bordillos, 47,78% el Cantón cuenta con servicio de recolección de basura, 14,71% en servicio de aseo de calles.

Si se analiza la cobertura promedio de dotación de infraestructuras y servicios por sectores homogéneos, se observa que el sector 01 resulta ser el mejor atendido, con el 89,93%, el sector 02 el 60,03%, el sector 03 el 39,88%, el sector 04 (periférico) es el menos atendido, con el

16,67% de cobertura, y un 51,63% como promedio ciudad.

1.5.1.2.1. Análisis Del Sector Cavilcultores Según Las Fuerzas De Porter

1.- Amenazas de la competencia

Los principales competidores de este producto es la carne en general que se comercializa en la Provincia como son los criaderos de pollos, criaderos de chanchos, ganado.

LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGROPECUARIOS CUESACA (AMAC) que reúne a más de 50 familias directas e indirectamente, quienes producen cuyes en la comunidad de Cuesaca.

Otro competidor es el Consejo de Comunas Campesinas e Indígenas de Montúfar (CCCM) que busca recuperar las prácticas ancestrales de la siembra y cría de animales menores que mantenían los indígenas pastos. La crianza del cuy nativo y el aprovechamiento del estiércol para hacer fertilizantes orgánicos son iniciativas que promueve esta organización en 33 comunidades de los cantones Bolívar y Montúfar, en Carchi. Con la Prefectura del Carchi se suscribió un convenio para apoyar a 130 familias de 25 comunidades de Montúfar. Los beneficiarios reciben capacitación y 13 cobayos para iniciar su emprendimiento chagrero, que intenta mejorar la calidad de vida de estas familias, alternando la siembra de cultivos orgánicos con cuyes. El proyecto fue presentado en San Francisco de la Línea Roja, en Montúfar. Unas 15 familias se incorporaron a este programa es decir son en total 145 las familias beneficiadas con 13 cuyes por cada familia, teniendo un total de 1885 unidades de cuyes a producir en el primer trimestre y al año 7540 cuyes, además cuenta con asistencia técnica.

2.- Rivalidad entre empresas existentes

La competencia directa en primer plano de producción y comercialización de cuyes, existe en

Imbabura que mediante una red provincial de crianza de cuyes, Tungurahua y Azuay realizada para poder reunir las grandes cantidades de cuyes demandados por Imbabura y Carchi. Mientras que en segundo plano son los productores que habitan en el Cantón Bolívar que se dedican a criar cuyes en cantidades menores.

3.- Amenazas de productos sustitutos

Los productos sustitutos mas relevantes para la carne de cuy son la carne de res, pollo pescado y cerdo; principalmente para su mayor comercialización y precios bajos. También se puede incluir la carne de soya, la cual por su origen vegetal, muchas personas la consideran mas sana que la carne de origen animal, incluyéndola en la dieta diaria.

4.- Poder de negociación de los compradores

Según las encuestas realizadas se estima que el cuy tendrá aceptación por los turistas y personas de la zona, por lo que este producto posee beneficios de gran valor nutritivo y según un estudio de comercialización realizado en la Escuela Politécnica del Chimborazo (citado por Julio Usca 1998) se determinó que el 6% de la producción de cuyes se vende directamente por el productor en el mercado, el 54% es captado por los intermediarios, mismo que serán los 418 restaurantes de comidas típicas de la provincia del Carchi, el 26% se lo consume a nivel familiar y el 14% se lo destina como reproductor. La población de cuyes por Provincia varia, siendo la Provincia de Pichincha la que posee la mayor población de cuyes. (Fuente INEC-5to Censo Agropecuario).

1.5.1.3. Desarrollo Social

Pobreza

La pobreza y extrema pobreza caracteriza a una gran parte de la población, se explica factores

estructurales que no han sido atendidos en un esfuerzo común entre los diferentes niveles de gobiernos, desde el gobierno nacional hasta el gobierno parroquial, no han asumido la prefectura y el municipio, que no concuerdan con las políticas del gobierno central que impulsa su Plan de Desarrollo del Buen Vivir. Existe un promedio de 11267 habitantes del cantón que se encuentran en condiciones de pobreza. (INEC 2010)

Educación y Cultura

El cantón cuenta con Educación Inicial, Básica y Bachillerato, sin embargo es notable la insuficiente infraestructura educativa, la necesidad de remodelación de todos los centros educativos y sus instalaciones complementarias y equipamiento, existe un diagnóstico para el mantenimiento de la infraestructura educativa, el apoyo del Gobierno Municipal en materia de infraestructura y equipamiento ayuda a corregir una parte de las deficiencias. El hecho de que la educación sea gratuita ha permitido los sectores más humildes de la población acceder a niveles medios de formación educativa. La tasa de analfabetismo según el INEC 2010 es del 7,63%, el 92.37% de las personas mayores de 5 años del cantón sabe leer y escribir.

Tabla 6 Estudiantes por nivel educativo

Parroquia	Fiscal	Fiscomisional	Particular	Municipal
Bolívar	43	179	0	0
García Moreno	97	0	0	0
Los Ándes	60	0	0	0
Monte Olivo	41	0	0	0
San Rafael	50	0	0	0
San Vicente de Pusir	54	0	0	0

Fuente: <http://reportes.educacion.gob.ec:8085/reportesPlantilla.aspx?rep=4>

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Con lo expuesto en la presente tabla se aprecia que 2745 Bolivarenses en edad escolar asisten a establecimientos educativos fiscales, frente a 179 personas que prefieren la educación fiscomisional, cabe indicar el hecho de que en este cantón no se cuenta con establecimientos educativos ni de índole privado ni sustentados por el municipio.

Salud y Ambiente

El Cantón cuenta con un centro de Salud en la cabecera cantonal y en las Parroquias, y cubre una atención primaria. La población demanda 24 horas en atención de emergencias. Los equipos médicos realizan visitas a los barrios y comunidades, no disponen de medios de transporte de la institución de salud por lo que dificulta las posibilidades del servicio por la distancia que existe especialmente en el sector rural.

El cantón cuenta con centros de Salud ubicados en la cabecera cantonal y en las cabeceras parroquiales, a excepción de San Rafael el centro de salud se encuentra en la Comunidad Caldera; existen puestos de salud en la comunidad Pueblo Nuevo de Monte Olivo; Comunidad Tumbatú y Comunidad Pusir Grande de la parroquia San Vicente de Pusir, con lo cual la población está cubierta de atención primaria.

Existe servicio de salud que brinda el Municipio cuenta con programas de salud pública. Existe una ambulancia que da el servicio al Cantón. Existe en San Rafael el Seguro Social Campesino, algunas personas de la Parroquia San Vicente de Pusir son afiliadas al seguro campesino de Chota y El Juncal. En los Andes comunidad San Pablo de la Cangahua (1000 aproximadamente), existen afiliados en García Moreno, los barrios de Bolívar y de la parroquia Los Andes.

La cobertura en materia de salud ofrecida en el cantón cubre: medicina general, odontología, enfermería, visitas domiciliarias, salud escolar, brigadas comunitarias, atención prenatal,

planificación familiar, detención oportuna de cáncer.

El Ministerio de salud pública mantienen programas y políticas que se aplican a través de las unidades operativas existentes en el cantón entre las cuales se mencionan:

- Control de embarazo
- Control del niño sano
- Control del niño enfermo
- Planificación familiar
- Detección oportuna del cáncer del cuello uterino (Papanicolaou) y de mamas (tacto)
- Medicación gratuita a todas las personas
- Exámenes gratuitos en laboratorios de Ibarra.
- Detección de tuberculosis
- Inmunización (vacunación)
- Micronutrientes (vitaminas)
- Programa Antirrábico (vacunas 1 vez al año)
- Control escolar (atención completa, detección de trastornos prevalentes en la niñez, estado nutricional, identificación de maltrato físico y abuso sexual).

En el siguiente cuadro se detallan los indicadores de salud del Cantón Bolívar:

Tabla 7 Indicadores de Salud

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Salud	Tasa global de fecundidad	%	2,64
	Población con discapacidad	%	8,34
	** Tasa médicos por 10.000 habitantes	%	11,85
	Tasa de natalidad	%	18,92
	*** Tasa de mortalidad infantil	%	0,00
	*** Tasa de mortalidad de la niñez	%	0,00
	* Tasa de camas por 10.000 hab	%	0,00

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Vivienda

La vivienda en su gran mayoría son de adobe o tapia, y ladrillo o bloque y en menor proporción en madera y otros materiales. En el Cantón Bolívar se encuentran unidades habitacionales que cuentan con obras indispensables de infraestructura básica especialmente en el caso urbano de la cabecera cantonal, aunque existen asentamientos habitacionales dispersos que teniendo todos los servicios de infraestructura sus calles no disponen de servicios básicos; de igual manera los centros poblados rurales, sus viviendas poseen servicios de infraestructura.

Tipos de viviendas

Tabla 8 Tipos de Viviendas

Material de las Paredes Exteriores	Viviendas	%	Acumulado %
Hormigón	24	0,60 %	0,60 %
Ladrillo o Bloque	1.865	46,46 %	47,06 %
Adobe o Tapia	2.098	52,27 %	99,33%
Madera	18	0,45 %	99,78 %
Caña Revestida o Bareque	8	0,20 %	99,98 %
Otros Materiales	1	0,02 %	100,00 %
Total	4.014	100,00 %	100,00 %

Fuente: INEC Censo Población y Vivienda (CPV) 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Etnia

El cantón es multiétnico, los grupos étnicos han establecido sus costumbres, tradiciones, vestimenta y actividades, enriqueciendo el potencial humano del cantón. En el cantón se refleja gran cantidad de manifestaciones culturales desarrollado a lo largo del año, sus pobladores lo destacan “En una fiesta hay música, danza, juegos, disfraces y más, intercalados muchas veces con actos católicos”, el Patrimonio Cultural, lo conforma obras del pasado que muchas veces se mantienen vivas y manifestaciones culturales del presente. En esta gran vivencia cultural intervienen indígenas, afro ecuatoriano, montubios, mestizos, blancos y más.

Tabla 9 Auto Identificación Según Cultura

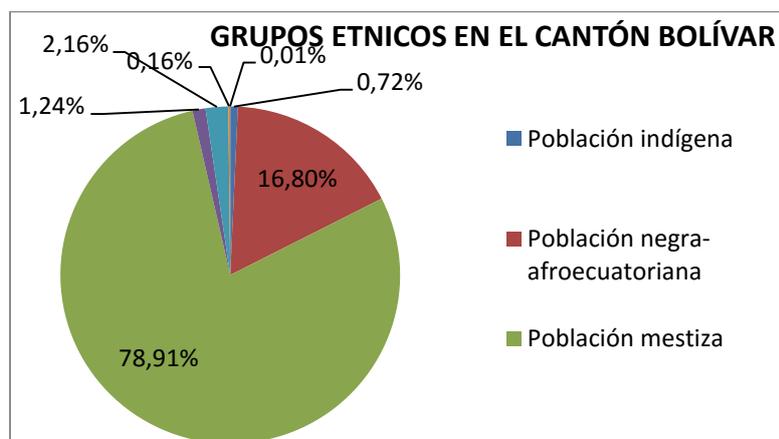
Sector	indígena	afroecuatoriano/a	montubio/a	mestizo/a	blanco/a	otro/a	total
Urbano	18	57	2	2.848	73	-	2.998
Rural	85	2.531	21	8.473	237	2	11.349
Total	103	2.588	23	11.321	310	2	14.347

Fuente: INEC CPV de 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Gráfico 3 Grupos Étnicos



Fuente: INEC 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Viabilidad y transporte

La Cabecera Cantonal presenta una relación directa intercantonal de la panamericana, convirtiéndose en una vía primaria del cantón y también en una fortaleza para el desarrollo e interconexión cantonal, para la extracción de los productos. Esto trae grandes beneficios a la localidad por encontrarse en un punto céntrico entre el flujo productivo. Sin embargo el acceso vial a las comunidades varía notablemente como aseguran los habitantes, estas se ubican en vías tanto empedradas como lastradas que no están en buen estado, generando descontento en la población.

La red de carreteras cantonal está descrita por tipo de vía y es clasificada por carreteras asfaltadas, carreteras empedradas, carreteras lastradas o afirmadas, caminos de tierra o caminos no afirmados y los senderos o veredas que son las vías no vehiculares.

Ilustración 4 Viabilidad y Transporte

TIPO DE SUPERFICIE DE RODADURA	Km
ASFALTADA	40,1
EMPEDRADA	145,2
LASTRADA	16,01
TIERRA	86,25
ZONA URBANA/ S.I.	227,94
Total	515,51

Fuente: INEC 2010

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

El cuadro muestra que más de la mitad de las vías en el Cantón están en las categorías empedradas es decir las vías no presentan un mantenimiento rutinario por lo que las vías se

encuentran en mal estado.

1.5.1.4. Aspectos legales, políticos y tecnológicos

Aspectos Legales

Según el Código De La Producción, 2010 *Art. 5.-* Dice: “El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de”

- La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción.

- El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia.

- El desarrollo productivo de sectores con fuertes de externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código.

- La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel;
- La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo.
- La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;
- La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;
- Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal;
- La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de

producción limpia; y, la territorialización de las políticas públicas productivas, de manera que se vayan eliminando los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo.

Así como lo determina la Ley, es responsabilidad de las instituciones del estado, impulsar la producción, especialmente por parte de los GADs; los cuáles lo pueden hacer mediante iniciativa propia o por medio de convenios.

Aspectos Tecnológicos

En la actualidad el aspecto tecnológico en el Cantón Bolívar aún es inestable; considerando que no se cuenta con procesos de industrialización de la agricultura y actividades pecuarias; más bien se mantiene los métodos tradicionales de la producción y las actividades artesanales desde hace cientos de años.

1.6. Matriz AOOR

Tabla 10 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Restaurantes que ofrecen comidas típicas en la Provincia del carchi. - Proveedores de materia prima - Ingeniero agrónomo - Promocionarse a través de los medios de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ferias de animales en sectores aledaños. - Competencia de criadero con altos índices de estándares de calidad.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> - Consumidores que prefieren la carne de cuy. - Aumento de ingresos económicos y mejoramiento del nivel de vida de los habitantes. - Estiércol de cuy - Incremento de la demanda del consumo de cuy - Conducir al Cantón como un destino comercial - Producción permanente de cuy 	<ul style="list-style-type: none"> - Inflación - Condiciones climáticas - competencia - Poco interés por el consumo de la carne de cuy - Enfermedades contagiosas en el cuy - Productos sustitutos

Fuente: Investigación de Campo

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

1.6.1. Análisis de la Matriz AOOR

ALIADOS

- De los 418 restaurantes que existen funcionando en la Provincia del Carchi, se determina que el 12% de los restaurantes que son los aliados del proyecto ofrecen comidas típicas en la zona Carchi como son: parrilladas, pollos asados, cuy asado, entre otros, por lo que el producto está direccionado a los turistas y personas que degustan el

cuy.

- La materia prima a utilizar para el cuidado de los animales es en base a alfalfa y balanceado, puesto que los proveedores de balanceado serán los almacenes agrícolas.
- Se contará con la ayuda de un ingeniero agrónomo especializado en el cuidado del cuy esto para prevenir enfermedades y mantener un equilibrio en la crianza de cuyes, dicha persona acudirá al lugar una vez en semana para realizar el respectivo chequeo.
- Los medios de comunicación son un aliado para el proyecto ya que por medio de este se logrará promocionar el producto mediante vayas publicitarias.

OPORTUNIDAD

- Como aspecto positivo se tiene a los consumidores Carchenses y turistas que degustan del cuy.
- Se considera importante el nivel de vida de los habitantes turistas y de la Provincia del Carchi, puesto que el nivel de vida medio alto serán los posibles clientes que prefieran consumir la carne de cuy.
- El estiércol de cuy descompuesto será tomado muy en cuenta ya que este sirve para la venta, siendo un abono orgánico que lo utilizan para fertilizar los cultivos.
- El cuy posee un alto contenido proteico y muy bajo en grasa , el aporte de hierro en la dieta en madres que están dando de lactar es muy importante especialmente para los niños, al considerar este producto nustritivo aumentará la demanda del consumo.
- Se ve la oportunidad de generár una actividad de crianza de cuy, aprovechando los factores naturales como son: suelos, clima, agua y la parte turística que tiene la

provincia para así conducir al Cantón Bolívar como un destino comercial reconocido por muchas personas nacionales y extranjeras.

- Si la competencia no puede abastecer con cuyes hay la oportunidad de mantener una producción permanente para poder cubrir las necesidades de mis clientes.

OPONENTES

- En el Cantón Montúfar existe una feria exposición de cuyes que se hace la primera semana de Mayo por lo que acuden sectores aledaños que forman parte del Consejo de Comunas Campesinas e Indígenas de Montúfar (CCCM), y este evento cada vez es mas reconocido a nivel nacional.
- Existe la probabilidad de se pueda crear más negocios similares que se dediquen a la misma actividad, entonces si ocurriera se pretende que este negocio trabaje con altos índices de estándares de calidad, es decir se ofrezca productos de calidad para garantizar confianza a los clientes y prefieran lo nuestro.

RIESGOS

- Hay un riesgo probable que podría afectar a la economía del cliente que es la inflación, esto depende del manejo de aspectos políticos del gobierno actual.
- Existe un riesgo por las condiciones climáticas, puesto que en la actualidad el país esta sufriendo un cambio climático que es el mucho verano, y la falta de lluvias hace que se escasee la hierba, y la alfalfa se demore en producir, por lo tanto no satiface la alimentación del cuy.
- La competencia directa del proyecto es la Asociación de Mujeres Agropecuarios Cuesaca quienes producen y comercializan cuyes, la competencia indirecta son

criaderos cercanos que realizan la misma actividad, pero ofrecen diferente producto como son: pollos, chanchos, ganado, entre otros, y por lo tanto hay un riesgo de que los clientes cambien de preferencias en la compra.

- Existe un riesgo de que exista poco interés por el consumo de la carne de cuy, ya que muchas personas tienen diferentes perspectivas del origen de esta carne.
- El cuy es considerado un animal muy delicado fácil de contraer enfermedades y el riesgo es que al adquirir estos mueran.
- Existe un riesgo de que los consumidores de la carne de cuy cambien sus preferencias al momento de adquirir ya que los principales productos sustitutos del cuy, son la carne de res, pollo, pescado y cerdo, por su masiva comercialización, de fácil accesibilidad y precios bajos.

1.7. Determinación del Problema

- La pobreza y extrema pobreza en que vive gran parte de la población, constituye factores estructurales que no han sido atendidos en esfuerzo común de los diferentes niveles de gobiernos, desde el gobierno nacional hasta el gobierno cantonal, pasando por prefectura y municipios, en concordancia con las políticas del gobierno central que impulsa su Plan de Desarrollo del Buen Vivir. Para ello hace falta una buena coordinación entre las diferentes instituciones públicas y las diferentes esferas de gobierno, elemento en el que se detecta un mal funcionamiento.
- Existe una notable carencia en los servicios básicos, formación cultural en la población y sobre todo escasez de empleo, y deriva la problemática social en la población como la migración (interna y externa), el aumento de la delincuencia, violencia de género, embarazos en adolescentes, alcoholismo, etc. A esto se suma el contagio “colombiano”

que se ha impactado fuertemente en el cantón, la permeabilización del conflicto colombiano en las provincias fronterizas es una realidad indiscutible.

- En un territorio donde las mingas y otras expresiones participativas comunitarias han caracterizado la convivencia vecinal, en la actualidad se asiste a una desmotivación cada vez mayor de la población a organizarse y participar activamente en el desarrollo comunitario. La consecuencia de esta situación afecta no solo a los ámbitos de la convivencia local, se promueve lógicas individualistas y poco solidarias entre la población, sino falta de legitimidad institucional, que preocupa a los líderes sociales y políticos locales, de tal manera no tienen credibilidad ante la población a la que representan.
- La organización y participación comunitaria no ha sido un proceso fortalecido en este nuevo marco legal que brinda la Constitución de Montecristi y las Leyes aprobadas en esa línea. La población reclama espacios de organización y generación de fuentes de trabajo, su participación se ha limitado a escasos beneficios obtenidos. No se ha construido una nueva visión de estos aspectos, que no excluye, y que rompe formas paternalistas y clientelares de intervención política.
- Por otra parte el sistema de cooperativas de ahorro y crédito tienen un impacto bastante negativo sobre la producción agropecuaria. Por otro lado se analiza el tema de redistribución de valor, se establece que con las altas tasas de interés constituyen uno de los actores que más se enriquece de la producción agropecuaria.

Con los análisis establecidos, se pudo determinar los siguientes problemas:

- Altos niveles de desempleo y subempleo, lo cual hace que existe una baja calidad de vida de todos los habitantes del Cantón Bolívar.

- Carencia de iniciativas productivas como alternativas de desarrollo del Cantón.
- Descoordinación entre las instituciones Públicas y los sectores productivos.

CAPÍTULO II

Objetivo General

Elaborar el marco teórico que permita sustentar el proyecto, mediante investigación bibliográfica y documental.

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Proyecto de Inversión

(Meza Orozco, 2010, pág. 16), define proyecto de inversión como:

Un plan al que se le asigna un determinado montón de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad. En términos generales, un proyecto es una propuesta de inversión de bienes o servicios.

Los proyectos de inversión surgen de necesidades individuales y colectivas de las personas y se concretan con la producción de un bien o servicio, pues estas necesidades debe ser satisfechas, a través de una adecuada asignación de recursos teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política de una comunidad.

2.1.1.1. Estudio de factibilidad

(Fernandez Luna, 2010, pág. 10), sostiene que el estudio de factibilidad es:

Un estudio amplio para distinguirlo de un anteproyecto de inversiones o estudio de pre factibilidad. El término normalmente usado es “estudio de factibilidad” y es la base completa de la evaluación significativa del proyecto. Por medio del estudio de factibilidad pueden disminuirse los riesgos empresariales, pero de ninguna manera pueden eliminarse por

completo.

El estudio de factibilidad y denominada el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone ser bueno o malo, y cuáles serán las estrategias a desarrollar para asegurar el éxito.

2.2. La Empresa

(Bustamante, 2009, pág. 4), define a la empresa como:

La institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos básicamente trabajo y capital.

La empresa es una entidad, debidamente organizada, que busca un determinado objetivo y cumpliendo una actividad productiva o de comercialización busca un beneficio económico o social.

2.2.1. Objetivo

(Lerner, 2011, pág. 1) Dice: “el objetivo de la empresa es producir y vender, a cambio de una utilidad, bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos de la sociedad”.

Esos bienes y servicios se ponen a disposición en un mercado, el lugar en donde se reúnen compradores y vendedores.

2.2.2. Clasificación

(Jaramillo, 2009, pág. 2) Define:

Las empresas se clasifican en:

2.2.2.1. Por su finalidad

Públicas.- Cuyo capital pertenece al sector público (estado).

Privadas.- son aquellas en el que el capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).

Mixtas.- Son aquellas en el que el capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

2.2.2.2. Por la actividad

Comerciales

Industriales

Manufacturera

Bancaria

Agrícola

Transporte

Etc.

2.2.2.3. Por su tamaño

Pequeña

Mediana

Gran empresa

2.2.2.4. Por el régimen común de tratamiento a los capitales extranjero

Nacional

Extranjera

Mixta

2.2.2.5. Por la constitución legal (ley de compañías)

En nombre colectivo

En comandita simple

Responsabilidad limitada

Sociedad Anónima

Economía mixta

En comandita por acciones

2.2.2.6. Por el estado de desarrollo en que se encuentre

En promoción

En ejecución

En operación

En liquidación

En quiebra

2.3. Administración

(Fermini, 2014, pág. 6) menciona: “Es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”.

La administración se aplica a todo tipo de organizaciones. Cuando se desempeñan como administradores las personas ejerce las funciones administrativas de planeación, organización, dirección y control.

2.4. La Producción

(Anzola Rojas, 2010, pág. 192); En su libro Administración de pequeñas empresas, manifiesta: “Es la transformación de insumos, de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores, estos productos pueden ser bienes y / o servicios.”

La producción es el proceso que permite la transformación de insumos como es la tela y el hilo en prendas de vestir con ayuda de máquinas de coser que viene hacer un recurso físico manejado por personas.

2.4.1. Planificación de la producción.

(Anzola Rojas, 2010, pág. 194); En su libro Administración de pequeñas empresas, manifiesta: La fase de la producción se convierte normalmente en un pre cómputo de demanda de ventas, es decir es un plan maestro o programa de productos fabricados que incorpora modificaciones de la cantidad junto con niveles planeados e inventario.

Es decir la necesidad de planificar la producción está determinada por una relación entre el volumen de producción y el nivel de inventario, de tal manera que tenga como objetivo prever de mercancías a un cliente cuando éste la necesite de modo que los costos sean mínimos.

2.5. La Microempresa

(Aguirre, 2009, pág. 26) Menciona: “La microempresa es la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales”.

Una microempresa es una unidad económica o productiva, encargada de prestar servicio o vender un producto, conformado por personas naturales o jurídicas, constituida formal o informal.

2.6. El Cuy

(Angel, 2014, pág. 18)

El cuy, producto alimenticio nativo, de alto valor proteico y bajo en grasa, el proceso de desarrollo se liga a una dieta alimentaria de los sectores sociales de menor ingreso del país, constituye un elemento de gran importancia pues contribuye a solucionar el hambre, la desnutrición en el país y la alimentación en mujeres embarazadas ya que aporta hierro en los bebés.

2.6.1. Importancia de la crianza de cuyes

El cuy es una especie nativa de nuestros Andes de mucha utilidad para la alimentación. Se caracteriza por tener una carne muy sabrosa y nutritiva, ser una fuente excelente de proteínas y poseer menos grasa. Los excedente pueden venderse y se aprovecha el estiércol como abono orgánico.

2.6.2. Tipos de Raza

(Angel, 2014)

2.6.2.1. Línea mejorada

Se obtienen por selección y por cruzamiento, mejorando las características deseables como su rápido crecimiento y buen número de crías por parto y por año.

2.6.2.2. Línea Peruana

Seleccionada por precocidad.

2.6.2.3. Línea Inti.

seleccionada por precocidad y corregida por su prolificidad. Los cuyes obtenidos por cruzamiento son líneas mestizas con las cuales se mejora el potencial genético y existente en cada país, utilizando cuyes de línea selecta.

2.6.3. Sistema de explotación

El pé de cría lo conforman animales mejorados con alto potencial genético. Las instalaciones son amplias y definidas por área de producción con sistemas de jaulas o pozas muy bien diseñadas, utilizan implementos tales como: comederos, canastillas, bebederos y cercas gazaperas.

2.6.4. Tipos de alojamiento

Pozas

Son construcciones de 1m por 1.5 m de ancho y 0.50 m de alto, echas sobre el piso empleando materiales resistentes como ladrillo, madera y otros.

2.6.5. Reproducción

Tabla 11 Reproducción

<u>Especie</u>	<u>Proteína %</u>	<u>Grasa %</u>
Cuy	20.3	7.8
Vacuno	17.5	21.8
Cerdo	14.5	37.3
Ave	18.3	9.3
Ovino	16.4	31.1

Desteste.- se recomienda apartar los lactantes de las madres a partir de los 10 a 15 días de edad, este rango se aplica cuando se efectúan destetes masivos en la explotación, aprovechamos esta actividad para clasificar por sexo y separar en grupos homogéneos, para ser destinados como reemplazo o para engorde.

2.6.6. Enfermedades del cuy.

Parásitos externos

Los parásitos hacen del cuy un huésped ideal para su reproducción, entre ellos tenemos , piojos, pulgas ácaros y moscas, entre otras. Se controlan con baños de inmersión con productos comerciales como: neguvón, asuntol, bayticol, vilcos.

Hongos.- ataca preferiblemente hocicos, órbita de los ojos y lomo, para su control se utiliza fungicidas.

Ácaros.- causan formación de costras y caídas de pelo, para éstos casos ha dado buen resultado el uso de ivermectina, aplicando 0.2 ml vía subcutánea.

Parásitos internos

Las coicideas.- son parásitos internos que atacan a la pared intestinal, y en mejor grado al

hígado y los riñones, su sintomatología presenta su tren posterior húmedo conocido por el campesino como (miado de araña) los cuyes presentan diarrea que pueden pasar sanguinolenta, enflaquecimiento progresivo, palidez de las mucosas, debilidad, postración y en ocasiones timpanismo (hinchazón de la panza).

Enfermedades infecciosas

Yersinia.- es conocida por el campesino como “achaque o pepa” es una enfermedad contagiosa que ataca a cuyes de cualquier edad, la enfermedad se presenta en el animal con: pelo rizado, dificultad respiratoria, dorso arqueado, ojos lagañosos, no come aborta, enflaquece, se separan de los otros animales. El tratamiento es a base de antibióticos como trimetropin.

Salmonelisis.- causada por la salmonella, afecta al tracto gastrointestinal, es una enfermedad infectocontagiosa, se presenta cuando hay excesividad húmeda, mala higiene de galpones, jaulas, y pozas también mala ventilación. El tratamiento es a base de cloranfenicol. (págs,19,20,21,22,23,24).

2.7. Estudio de Mercado

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 52). establece: “Es el punto de encuentro entre oferentes y demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio”.

El estudio de mercado indica la necesidad de los consumidores por adquirir un bien o servicio, mediante la demanda, determinando la oferta existente en el sector o zona de estudio de un bien o servicio.

2.7.1. Estructura del mercado

La estructura de mercado, es el estado actual del mercado, donde se desea implantar el

bien o servicio, tomando como base de análisis a los ofertantes y demandantes.

2.7.2. Segmentación de mercados

(Jairo Murcia, 2009, pág. 82), establece:

Es la actividad de mercadeo que consiste en dividir los mercados en grupos homogéneos dentro de sí, ya que en él se encuentran personas que perciben el valor y reaccionan de manera similar ante un determinado producto y su mezcla de marketing.

Una segmentación de mercado es el proceso mediante el cual divide, un mercado completo en segmentos de iguales características, para verificar e identificar las necesidades de cada segmento y de esta manera tener éxito en la comercialización y distribución del producto.

2.7.3. Mercado meta

(Jairo Murcia, 2009), menciona:

Hacer para cada segmento un análisis concienzudo, definir si la empresa cuenta con los recursos y la capacidad para atender todos los segmentos, algunos de ellos, o solo uno; esto es lo que se llama targeting o mercado meta, que consiste en escoger uno o varios segmentos que estemos en la capacidad de atender.

En cada proyecto a realizar por más pequeño que este sea se debe identificar el mercado meta, y de acuerdo a la investigación determina que este busca captar, servir y cubrir las necesidades de cierto grupo de clientes.

2.7.4. Demanda

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 62), establece: “La demanda es la cantidad y calidad de bienes y

servicios que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”.

2.7.5. Oferta

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 72) Afirma que: “la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

2.7.6. Precio

(Santesmases Mestre, 2014, pág. 201), menciona: “El precio puede ser considerado como el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor”.

Desde el punto de vista del comprador, hay que tener en cuenta que el precio no es solo el valor monetario pagado por un bien o un servicio, sino también todo el conjunto de esfuerzos desarrollados, molestias e incomodidades sufridas y el tiempo que el comprador debe invertir para obtener la satisfacción de su necesidad. El precio para el comprador en definitiva, es el valor que da a cambio de la utilidad que recibe.

2.7.7. Producto

(Jorge & Fischer de la Vega, 2011, pág. 104). Al hacer referencia al tema expresa que: “Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisfacen una necesidad, deseo y expectativas del cliente”

2.7.8. Promoción

Es la estrategia comercial que ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o

adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se refleja en un incremento puntual de las ventas.

La promoción es desarrollada por 4 métodos:

- a. Publicidad
- b. Venta Personal
- c. Promoción de Ventas
- d. Publicidad no Pagada

La Publicidad

Método de la promoción que tiene como objetivo informar al mercado acerca de la existencia de un producto, recomienda nuevos usos de un producto, explica cómo funciona el producto, etc. Otro de los objetivos es persuadir al consumidor para que compre un producto determinado, crea una presencia de marca y alienta a otros consumidores a que cambien sus preferencias hacia una marca específica. La publicidad también sirve para recordar, principalmente donde se puede encontrar un producto determinado, mantener en la mente una marca determinada, etc.

La Venta Personal

Constituye el método que utiliza la fuerza de venta para desarrollar la vinculación de la empresa con sus productos y servicios y el mercado meta, principalmente la venta personal se utiliza para la colocación de productos o servicios altamente especializados. Por ejemplo los medicamentos y maquinaria de alta complejidad.

La Promoción de Ventas

Elemento que se utiliza con el fin de destacar o mejorar la empresa, genera simpatías con los consumidores y constituye un importante enganche para apoyar la venta de productos en los puntos de distribución, también se utiliza como mecanismo de incentivo en la cadena de distribución.

La promoción de ventas se considerada como una actividad importante y eficaz. Es imposible contar con un objetivo para la promoción de ventas es necesario determinar cómo va a encajar esta actividad con el plan global de mercadeo y exactamente determina lo que se quiere lograr. Las diferentes actividades en el campo de la promoción de ventas, son las siguientes:

Exposiciones

Muestras gratis

Cupones

Rifas y concursos

Rebajas

Reembolsos

Descuentos al comercio

Exhibiciones en el punto de compra

Degustaciones

La Publicidad no Pagada

Como su nombre lo indica este método de la promoción se desarrolla principalmente, a través de la vinculación de la empresa con algunos medios de comunicación, en ese sentido se destacan las entrevistas en programas radiales, en diarios o periódicos, etc.

2.7.9. Comercialización

(Vergara Cortina, 2012, pág. 227) Hace referencia al tema señalando que : “La comercialización es la realización de actividades comerciales que dirigen el flujo de mercancías y servicios del producto al consumidor o usuario a fin de satisfacer al máximo a estos y lograr los objetivos de la empresa”.

La comercialización es la suma de todos los esfuerzos que llevan a cabo para hacer efectuar la transferencia de propiedad de mercancías y servicios y que proporcionan su distribución física.

2.7.10. Distribución

(Cueva, 2010) Menciona: “Es la variable de marketing que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores.”

Este punto tiene que ver con las decisiones relativas a los canales de distribución que se van a utilizar y a su dirección, localización de tiendas, los métodos de transporte y niveles de inventario a mantener. El objetivo es garantizar que los productos y servicios están disponibles en cantidades adecuadas, en el momento adecuado y en el lugar adecuado.

2.7.11. Demanda insatisfecha

(FINANZAS, 2015) Establece: “Aquella parte de la Demanda planeada en términos reales en

que éste excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios”.

La demanda a ser captada por la nueva unidad de producción, es la demanda insatisfecha, ya que debe existir dicha demanda para decidir la implantación del proyecto.

2.8. Estudio Técnico

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 106) afirma que:

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

2.8.1. Tamaño del proyecto

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 107), al referirse a este tema señala que:

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento” (Rojas, 2007). Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

La importancia de definir el tamaño que tiene un proyecto se manifiesta principalmente su incidencia sobre el nivel de las inversiones que requiere esta iniciativa y costos que se calculen y por tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

2.8.2. Capacidad

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 107) Dice que: “Establece la cantidad de producción o de

prestación de servicios por unidad de tiempo”.

Se presenta tres tipos de capacidad:

- **CAPACIDAD DISEÑADA:** que corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.
- **CAPACIDAD INSTALADA:** que corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanente.
- **CAPACIDAD REAL:** que es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, tenido en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado.

2.8.3. Localización del proyecto

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 112) Menciona: “Es el análisis de las variables (factores) que determina el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo”.

Las decisiones de localización del proyecto podrían catalogarse de infrecuentes; la decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

2.8.4. Macro localización

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 119) al hacer referencia de este tema señala que: “La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”.

La macro localización se indica con un mapa del país o región, dependiendo del área

de influencia del proyecto.

2.8.4.1. Factores de la Macrolocalización

(Meza, 2013, pág. 23), “Acceso a la infraestructura, Disponibilidad de insumos, Disponibilidad de mano de obra, Transporte, Políticas de gobierno, Servicios básicos, Estudio de la comunidad.

2.8.5. Micro localización

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 119), establece:

La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. El micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativas.se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano de sitio donde operará.

2.8.5.1. Factores de la Microlocalización

(Meza, 2013, pág. 51) establece los: Costo de Mano de obra, Costo de fuentes de abastecimiento de materia prima, Mercado de consumo del producto, Capacidad financiera, Impuestos, Costo de medios de transporte y comunicación, Costo de servicios básicos, Marco jurídico, Terrenos y construcción, Tamaño de la fábrica.

2.8.6. Ingeniería Del Proyecto

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 123)Menciona: “El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producción”.

2.8.6.1. Proceso productivo

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 123), En este tema el autor define:

Como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).

2.8.6.2. Tecnología de producción

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 125) menciona: “La tecnología de producción es toda forma de hacer las cosas (la maquinaria), el operador y las relaciones entre ambos así como otros componentes que, sin ser máquinas, permiten una transformación de un insumo en un producto y el ahorro de recursos”.

En este sentido, los proyectos productivos son básicamente tecnológicos, esto es, implican un cambio de tecnología”

2.8.6.3. Distribución de la planta.

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 135) El aporte que el autor hace sobre el tema permite afirmar que:

Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicios necesarias, (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se debe considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobras de carga o descarga), se desarrollan un diagrama que especifique dónde está cada equipo y dónde está cada instalación (estacionamiento de ejecutivos, garaje, caldera, subestación eléctrica casino sala, etc.).

2.9. Estudio Económico

(Urbina, 2010, pág. 7) Señala: “El Estudio Económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

Los objetivos de este estudio es ordenar y sistematizar la información de monetaria que se originan de los estudios anteriores, para la evaluación del proyecto y estimar los estados financieros que generaría el proyecto, para los años de evaluación.

2.9.1. Gastos administrativos

(Jaramillo, 2009, pág. 9) Señala: “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”.

Son gastos que están relacionados con las actividades administrativas como son: sueldos a los gerentes, administradores y auxiliares de la empresa, los alquileres, los materiales y útiles de oficina, la depreciación (de edificios administrativos, equipo de oficina, maquinaria, muebles), los impuestos, la electricidad, el agua, entre otros.

2.9.2. Gastos financieros

(Jaramillo, 2009, pág. 9) establece: “También llamadas cargas financieras. Son pagos de intereses y comisiones, que se realizan a instituciones bancarias y financieras”.

Se refiere a gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni

con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.

2.9.3. Gastos de ventas

(Jaramillo, 2009, pág. 9), menciona: “son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas”.

En consecuencia, los Gastos de Venta son gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no incurre de no haber tomado la decisión de vender, excluye los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta.

2.9.4. Balance general

(Zapata, 2011, pág. 63) Define que : “es un informe contable que presenta ordena y sistemáticamente las cuentas de activos, pasivos y patrimonio y determina la situación financiera de la empresa en un tiempo determinado”.

Este balance presenta las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, informando lo que la empresa tiene y adeuda, indicando la situación financiera de la empresa.

2.9.5. Estado de resultado

(Zapata, 2011) Manifiesta que: “Es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en periodo determinado”.

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa, y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida, resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.

2.10. Técnicas De Evaluación Financiera.

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 234) Establece:

En el marco financiero se estudian los elementos financieros a ser considerados en un proyecto de inversión como resultados de operación netamente contables, mostrando las proyecciones del proyecto en materia de ingresos y egresos a través del tiempo e inclusive planteándose necesidades de financiamiento.

Entre las técnicas de evaluación financiera de proyectos están: el periodo de recuperación de la inversión, valor presente neto, razón beneficio y tasa interna de retorno.

2.10.1. Valor Presente Neto.

(Córdoba Padilla, 2011, pág. 240) Dice que : “Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión”.

El cálculo del VAN es importante para la valoración de inversiones, si resultase un VAN alto sería una justificación importante para nuestra unidad productiva y en caso que resultase bajo se debe considerar si invertir o no.

2.10.2. Tasa interna de retorno.

(Córdoba Padilla, 2011) Define: “la tasa interna de retorno, conocido como TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil”.

Es decir este indicador permite decidir sobre la aceptación o rechazo de nuestro proyecto inversión. Su tasa de interés calculada permitirá medir la recuperación de la inversión

que le se dio al proyecto pudiéndonos endeudar adecuadamente y evitar pérdida alguna, cotejándola con la tasa de redescuento aplicada.

2.10.3. Periodo de recuperación de la inversión

(Meza Orozco, 2010) Expresa: “Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”

Es un indicador que realiza el cálculo tanto de la liquidez del proyecto como también del riesgo relativo, tiene la finalidad de anticipar los eventos que pueden desarrollarse a corto plazo. Es un indispensable su aplicación porque permite medir el plazo y el tiempo que los flujos de efectivo necesitan para que una inversión pueda recuperar su costo o inversión final.

2.10.4. Tasa de rendimiento

(Días, 2008) Expresa: “Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados”.

El TIR es un evaluador económico financiero que toma decisiones, y permite conocer que tiempo tarda en devolver las utilidades y la inversión realizada en el proyecto.

2.10.5. Costo de oportunidad de capital

(<http://www.economia48.com/spa/d/coste-de-oportunidad-del-capital/coste-de-oportunidad-del-capital.htm>) establece ser: “La rentabilidad esperada de una inversión la que se renuncia por invertir en un proyecto económico de riesgo similar”.

2.10.6. Costo beneficio

(Sapag, 2011, pág. 278) Señala que: “El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de

evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”.

El costo beneficio es el razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados con mínimo esfuerzo con eficiencia.

2.10.7. Periodo de recuperación.

(Córdoba Padilla, 2011) define ser: “Un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivos de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.

En la evaluación financiera el estudio permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de la inversión a realizar de manera que se recuperen su costo o inversión inicial. Es importante anotar que este indicador constituye un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

2.10.8. Punto de equilibrio

(Jaramillo, 2009, pág. 77) Establece: “el punto de equilibrio es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”.

El cálculo de punto de equilibrio permitirá medir la base de venta del bien o servicio, en el cual la unidad productiva ni gane, ni pierda, y con ello tomar la mejor decisión, para acoger más clientes.

2.11. Estructura Organizacional

2.11.1. Misión

(Ruiz, 2011, pág. 16), Define como: “La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación”.

Es la razón de ser de la empresa, el propósito o motivo por el cual existe, es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

2.11.2. Visión

(Ruiz, 2011, pág. 17), Manifiesta, “Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativa”.

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización, se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa de lo que debe ser en el futuro la empresa.

2.11.3. Objetivo corporativo

(Ruiz, 2011, pág. 17) Dice, “Permiten establecer los planes de acciones que incurrirá la empresa, a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos deben ser medibles, claros, alcanzables y realizables, en el tiempo estipulado”.

Los objetivos corporativos se complementan con la visión para ampliar los alcances

que tiene la misión de la empresa, en cuanto a sus logros futuros.

2.11.4.Organigrama

(Fleitman, 2009), manifiesta: “Es la representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y asesoría”.

Los organigramas son dibujos geométricos que pueden representarse por medio de varias figuras, indicando la estructura orgánica de la empresa, fijando autoridad y asesoría.

CAPÍTULO III

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1. Presentación

La presente investigación, se realizó en la provincia del Carchi, dirigida a los propietarios de restaurantes que ofrecen comidas típicas de la provincia. Se procedió a determinar el número de restaurantes que se encuentran funcionando, nichos de mercado donde se puede comercializar los cuyes; por lo que se procedió a recopilar datos del INEC, Ministerio de Turismo y en los GADs de la Provincia.

Este estudio tiene la finalidad de identificar las principales variables de mercado para la comercialización de cuyes en pie (Oferta, Demanda, Precio, Comercialización), con dichos resultados se determinará la factibilidad comercial que existe en ésta ciudad para comercializar dicho producto.

Considerando que el principal objetivo del presente estudio de mercado es conocer las principales variables de mercado en la comercialización del cuy en la Provincia del Carchi, mediante “LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, iniciativa que permite mejorar la calidad de vida del recurso humano involucrado en la presente propuesta y ofrecer un producto de calidad para que el turista local, nacional e internacional se sienta alagado por consumir este producto.

Para sustentar técnica y científicamente el presente estudio se recopiló la suficiente información para determinar el número de restaurantes existentes en la provincia del Carchi de

los diferentes cantones de la misma a quienes se aplicará la respectiva encuesta y permita obtener los resultados que se espera en el presente estudio; por lo que según el INEC determina que hay 418 restaurantes en la Provincia del Carchi, el 12% de los Restaurantes ofrecen comidas típicas dentro de ellos ofrecen en su menú cuyes asados ; luego de lo cual, se procedió a aplicar una técnica, que permita determinar una muestra para realizar el levantamiento de información por medio de encuestas.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1. Objetivo general

Determinar un estudio de mercado, analizando las variables de mercado como son oferta, demanda, precio, producción y comercialización del cuy.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar la oferta y la demanda existente de cuyes en el Cantón Bolívar y la Provincia del Carchi.
- Identificar los canales de comercialización y distribución de este producto.
- Conocer el precio de venta de este producto.
- Investigar los medios publicitarios que utilizan los productores para dar a conocer el producto al consumidor final y venderlo.

Tabla 12 Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos	Variable	Indicadores	Técnica	Fuentes De Información
Conocer la oferta y la demanda existente cuyes en el cantón Bolívar y provincia del Carchi.	Oferta y Demanda	Competidores	Observación	Propietarios de restaurantes
		Cantidad Ofertada y Demandada	Encuesta	Propietarios de restaurantes
		Proyección de la Oferta y Demanda	Encuesta	Propietarios de restaurantes
Identificar los canales de comercialización y distribución de este producto.	Plaza	Lugar de Venta	Encuesta	Propietarios de restaurantes
		Lugar de Compra	Encuesta	Propietarios de restaurantes
Conocer el precio de venta de este producto.	Precio	Precio de Compra	Encuesta	Propietarios de restaurantes
		Precio de venta	Encuesta Entrevista	Propietarios de restaurantes
		Mecanismos para determinar Precios		Propietarios de restaurantes
Investigar los medios publicitarios que utilizan los productores para dar a conocer el producto a los dueños de restaurantes.	Promoción	Afiches Hojas volantes Medios publicitarios	Encuesta	Propietarios de restaurantes

Fuente: Diagnóstico

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

3.3. Identificación del Producto

3.3.1. Naturaleza y uso del producto

La producción de cuyes en el Ecuador es una actividad rural localizada en la serranía ecuatoriana, en donde predomina el sistema de crianza tradicional, familiar especializada en producir carne para su autoconsumo, con niveles de producción bajos. La población estimada es de alrededor 15 millones de cabezas de cuy, evidenciándose que por muchos años ha tenido un crecimiento lento debido a la poca importancia que el estado ecuatoriano ha dado a esta producción pecuaria, por lo que la producción cavícola ha carecido de soporte técnico, falta de recursos para realizar investigación y por lo tanto generar tecnología apropiada para poder sustentar y mejorar los índices de productividad.

En un estudio de comercialización realizado en la Escuela Politécnica del Chimborazo (Usca, 1998) se determinó que: “ El 6% de la producción de cuyes es vendido directamente por el productor en el mercado, el 54% es captado por los intermediarios, el 26% se lo consume a nivel familiar y el 14% se lo destina como reproductor”. La población de cuyes por provincia es muy variada, siendo la provincia de Pichincha la que posee la mayor población. (Fuente INEC-5to Censo Agropecuario).

3.3.2. Características del producto

El Cuy, en el norte del Ecuador se considerado un producto alimenticio nativo, de alto valor nutricional y proteico, cuyo proceso de desarrollo está directamente ligado a la dieta alimentaría de los sectores sociales de menores ingresos del país, se constituye en un elemento de gran importancia pues contribuye a solucionar el hambre y la desnutrición en el Ecuador.

Por lo que en los últimos años, se busca nuevas alternativas de producción de carne de alto valor biológico que no conlleven costos de inversión y producción altos y a raíz de la

dolarización de la economía ecuatoriana, la producción de cuyes en nuestro país en el último quinquenio ha alcanzado niveles de crecimiento considerables debido a que no sólo existe una demanda interna de esta carne, sino que además se la está exportando, aunque todavía en cantidades menores e informalmente, a países como Estados Unidos, España, Italia e Inglaterra, en los cuales existe un creciente número de ciudadanos ecuatorianos y latinoamericanos que muestran preferencias en consumir este producto.

Esto ha generado que en Ecuador se expandan criaderos de tamaño medio y también criaderos comerciales que superan los 20 000 animales en producción; a su vez que es creciente el interés de los productores por adquirir conocimientos y tecnologías apropiadas para mejorar sus índices productivos y mejorar de esta manera sus ingresos.

3.4. Mercado Potencial

La creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Cuyes en el Cantón Bolívar, provincia del Carchi; tendrá un gran mercado potencial para este importante producto; ya que se ofertará a los propietarios de 50 restaurantes que ofrecen comidas típicas dentro de ello ofrecen en su menú cuyes asados en la provincia del Carchi; por lo que en este lugar es donde se consume este tipo de producto en cantidades significativas y es un producto muy apetecible.

3.5. Segmento de Mercado

Uno de los segmentos más importantes, que se tendría con la creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Cuyes en el Cantón Bolívar, provincia del Carchi, son los propietarios de restaurantes que ofrecen comidas típicas, quienes pueden llegar directamente con el producto a los consumidores. De igual manera un segmento con el cual trabaja con los consumidores locales, tanto del cantón Bolívar como de la provincia del Carchi.

Estos potenciales demandantes permiten dar sostenibilidad en el mercado a este producto y que se ofertaría desde el Cantón Bolívar.

3.6. Mecánica Operativa del Estudio

3.6.1. Identificación de la muestra

El presente estudio permitió conocer, la demanda de este producto que pretende producir la microempresa; por lo que es necesario recurrir al INEC para conocer el número de restaurantes que existen en la provincia del Carchi que son los 418 y 50 restaurantes ofrecen comidas típicas , con las que se procedió a realizar los respectivos procedimientos de investigación y sacar el número de encuestas a aplicar.

3.6.2. Muestra

El grupo objetivo al cual se dirigió el estudio son los 50 restaurantes que ofrecen comidas típicas en toda la provincia del Carchi.

$n = 50$ encuestas

Inmediatamente se levanta la información en los diferentes Restaurantes de la provincia del Carchi.

3.6.3. Encuesta

Encuesta dirigida: A dueños de restaurantes de comidas típicas de la Provincia del Carchi.

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto conocer la aceptabilidad de los restaurantes que demandan el cuy como producto de platos típicos a ofrecer en la Provincia del Carchi.

1. ¿Está dispuesto a adquirir el cuy para ofrecer comidas típicas para su negocio?

Tabla 13 PREGUNTA 1

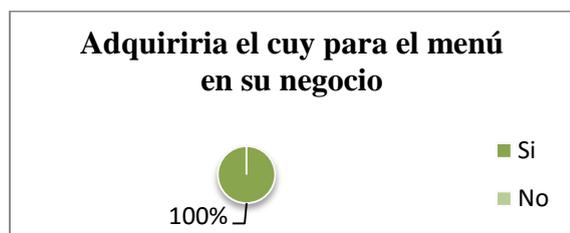
Variable	Frecuencia	%
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 4 PREGUNTA 1



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

En la presente investigación realizada, sobre la factibilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de cuyes en el Cantón Bolívar, se determina que existe una aceptación favorable para la adquisición del cuy en pie en todos los restaurantes que ofrecen comidas típicas dentro de la Provincia.

2. ¿En dónde se realiza la adquisición de los cuyes?

Tabla 14 PREGUNTA 2.

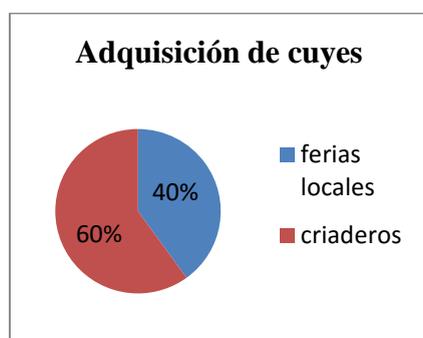
variable	frecuencia	%
ferias locales	20	40%
criaderos	30	60%
total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 5 PREGUNTA 2



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Se determina que los dueños de restaurantes de la Provincia Del Carchi adquieren los cuyes frecuentemente en los criaderos locales.

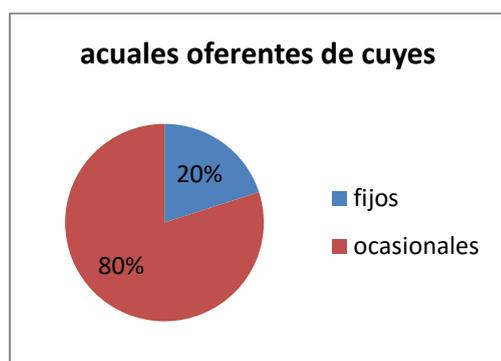
3.- ¿Sus actuales oferentes de cuyes en pie son?

Tabla 15 PREGUNTA 3.

variable	frecuencia	%
Fijos	10	20%
ocasionales	40	80%
Total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.
 Autor: Yadira Montenegro.
 Año: 2015.

Gráfico 6 PREGUNTA 3



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Los actuales oferentes de cuyes en pie de los dueños de restaurantes de la Provincia del Carchi se determina que son ocasionales ya que no existe una compra- venta fija en un solo lugar.

4.- ¿Cuál es el peso que deben poseer los cuyes que usted demanda?

Tabla 16 PREGUNTA 4.

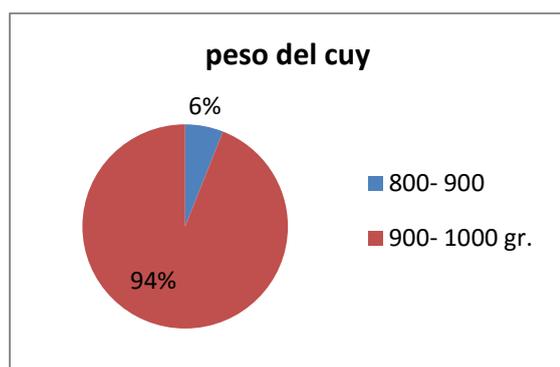
variable	frecuencia	%
800- 900	3	6%
900- 1000 gr.	47	94%
Total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 7 PREGUNTA 4



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis

Es necesario analizar el peso para el consumo del cuy, ya que por ende se determina que en los restaurantes adquieren cuy de 900 a 1000 gr.

5.- ¿Qué edad deben tener los cuyes a la hora de la compra?

Tabla 17 PREGUNTA 5.

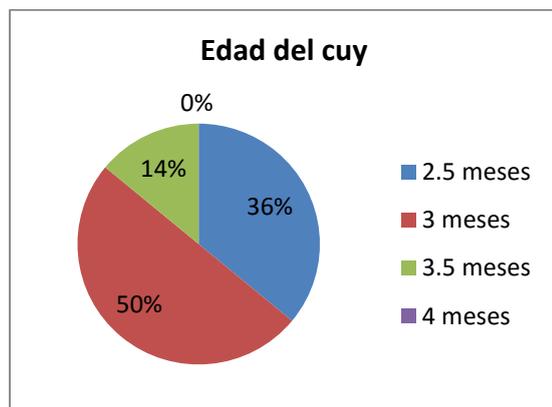
variable	frecuencia	%
2.5 meses	18	36%
3 meses	25	50%
3.5 meses	7	14%
4 meses	0	0%
total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 8 PREGUNTA 5.



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Los propietarios de restaurantes de la Provincia del Carchi que demandan cuyes en pie, requieren animales de 3 meses de edad, pueden acceder a aquellos animales que tengan un mínimo de 2.5 meses después de los tres meses exigidos como base.

6.- ¿Cuál es el tamaño que debe poseer el producto que demanda?

Tabla 18 PREGUNTA 6.

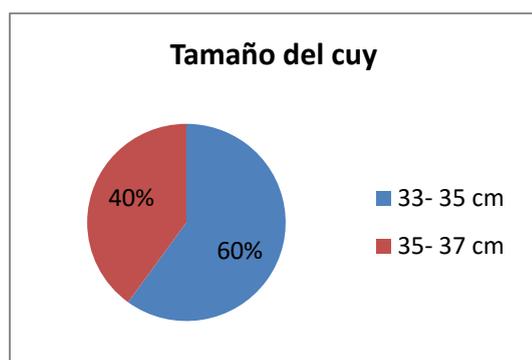
variable	frecuencia	%
33- 35 cm	30	60%
35- 37 cm	20	40%
total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 9 PREGUNTA 6.



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Los dueños de restaurantes menciona que el cuy para la compra debe medir de 33 a 35 cm es decir están listos para el consumo.

7.- ¿Cuál es el precio en dólares, que paga por los cuyes que reúnen las características que usted demanda?

Tabla 19 PREGUNTA 7.

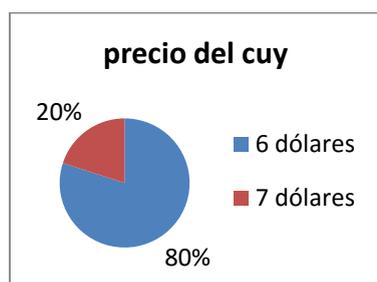
variable	frecuencia	%
6 dólares	40	80%
7 dólares	10	20%
total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 10 PREGUNTA 7.



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

El número de los encuestados indicaron, que el precio que pagan por una unidad que reúna las características que ellos requieren es de 6 usd y el resto paga un valor de 7 usd por unidad.

8.- ¿Con que frecuencia necesita abastecerse del producto?

Tabla 20 PREGUNTA 8.

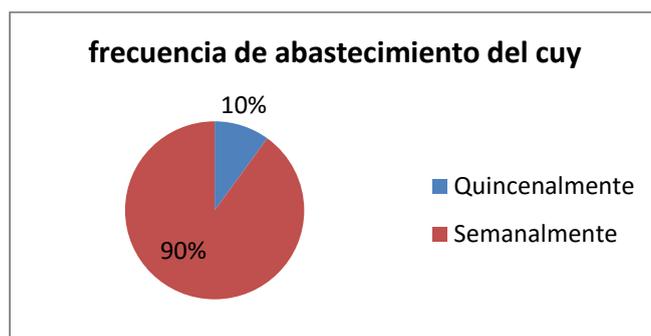
variable	frecuencia	%
Quincenalmente	5	10%
Semanalmente	45	90%
total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 11 PREGUNTA 8.



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Un número de los encuestados señalaron que se abastecen del producto cada semana, y, por lo que se analiza que los restaurantes si demandan cuyes frecuentemente para ofrecer en su negocio.

9.- ¿Cuál es la cantidad de cuyes que usted demanda?

Tabla 21 PREGUNTA 9.

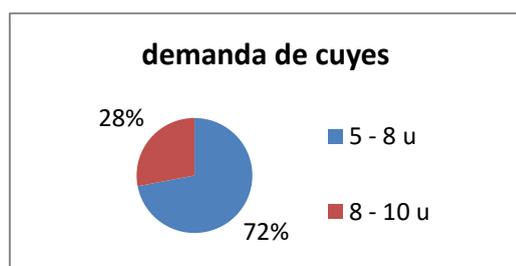
variable	frecuencia	%
5 - 8 u	36	72%
8 - 10 u	14	28%
Total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 12 PREGUNTA 9



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

El 72% de los encuestados, es decir 36 restaurantes indican que necesitan de 5 a 8 unidades de cuyes en pie semanalmente, un 28% requiere de 8 a 10 unidades, la pregunta N: 9 demuestra que los restaurantes se abastecen semanalmente o quincenalmente, por lo que se deduce que semanalmente se requiere un total promedio de 8 cuyes a la semana es decir se estaría obteniendo 32 cuyes al mes para un restaurante.

10.- ¿Cuál es la modalidad de pago en la compra de los animales?

Tabla 22 PREGUNTA 10

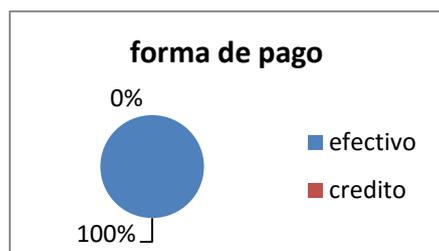
variable	frecuencia	%
efectivo	50	100%
Crédito	0	0%
Total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 13 PREGUNTA 10



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Los demandantes de cuyes realizan la transacción comercial mediante el pago en efectivo.

11.- ¿Usted prefiere que los cuyes que demanda hayan tenido una alimentación a base de?

Tabla 23 PREGUNTA 11

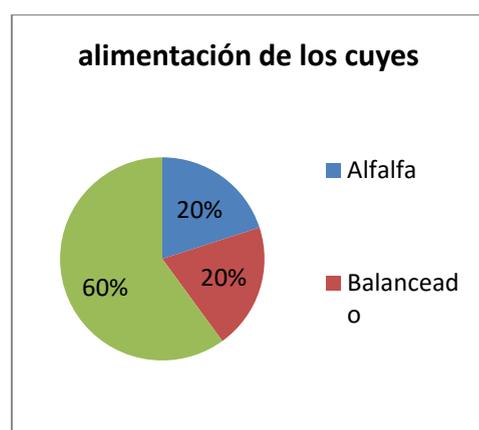
variable	frecuencia	%
Alfalfa	10	20%
Balanceado	10	20%
Alfalfa y balanceado	30	60%
Total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 14 PREGUNTA 11



Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

La mayoría de los encuestados indican que prefieren que los cuyes que demandan sean alimentados con un alimento variado entre alfalfa y balanceado, lo que genera como resultado un producto sin excedente de grasa, con un sabor único de la carne y a costos de producción moderados.

12.- ¿De la siguiente lista de fechas conmemorativas, en cuál es la que usted necesita mayor abastecimiento?

Tabla 24 PREGUNAT 12

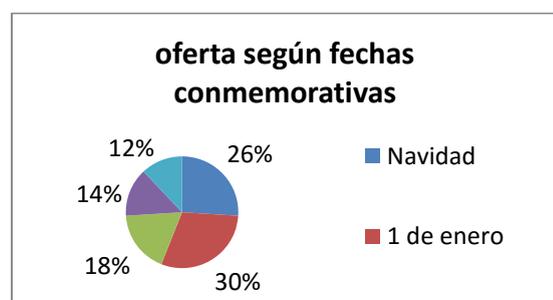
variable	frecuencia	%
Navidad	13	26%
1 de enero	15	30%
Día de la madre	9	18%
Día del padre	7	14%
Día del maestro	6	12%
Total	50	100%

Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 15 PREGUNTA 12



Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

Un número de encuestados señalaron que la fecha en donde requieren mayor abastecimiento es en Navidad, 1 de Enero y el Día de la Madre Por lo que estas fechas aumenta el volumen en ventas.

13.- ¿Cuántos cuyes demanda en esta fecha para su local?

Tabla 25 PREGUNTA 13

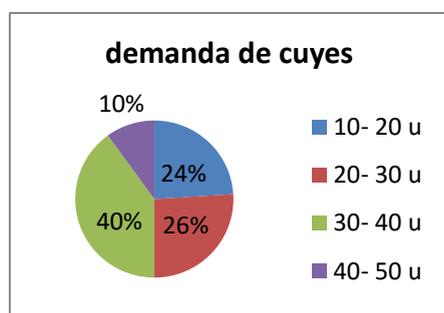
variable	frecuencia	%
10- 20 u	12	24%
20- 30 u	13	26%
30- 40 u	20	40%
40- 50 u	5	10%
Total	50	100%

Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 16 PREGUNTA 13



Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

En este punto las respuestas en base a la cantidad demandada en fechas conmemorativas difieren entre los encuestados, pero si hay que notar que la cantidad demandada es considerable, por lo que los encuestados en Navidad, 1 de Enero Y el Día de la Madre demandan una cantidad de 30 a 40 cuyes, pues nuestro rango va desde un mínimo de 10 unidades hasta 50 unidades por restaurante, una cantidad muy considerable.

14.- ¿Realiza una evaluación cuando ud adquiere este tipo de productos?

Tabla 26 PREGUNTA 14

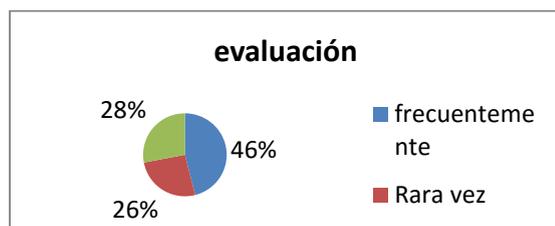
variable	frecuencia	%
frecuentemente	23	46%
Rara vez	13	26%
nunca	14	28%
total	50	100%

Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 17 PREGUNTA 14



Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

La mitad de los encuestados manifiesta que realizan las respectivas evaluaciones de la calidad del producto y del proveedor a quién compra frecuentemente, el resto establece que este tipo de evaluación al producto y al proveedor no lo realiza.

15.- ¿Cómo califica Ud. a la atención que le brinda su actual proveedor?

Tabla 27 PREGUNTA 15

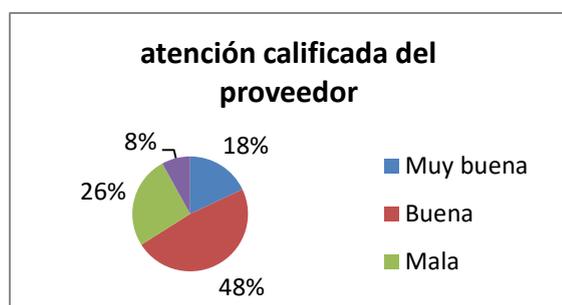
variable	frecuencia	%
Muy buena	9	18%
Buena	24	48%
Mala	13	26%
Muy mala	4	8%
total	50	100%

Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 18 PREGUNTA 15



Fuente: información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Análisis:

En cuanto al servicio que brindan los proveedores; los propietarios de los restaurantes manifiestan la mayoría que la atención es buena, el resto dice que la atención es buena y mala.

3.7. El Mercado Meta

El mercado meta para el producto en referencia son los restaurantes localizados en los diferentes cantones de la provincia del Carchi, considerados como consumidores potenciales, como también la población en general, un aspecto a considerar es que cuando la microempresa adquiriera prestigio en el largo plazo ampliará la cobertura fuera de la provincia si considera necesario.

3.8. Demanda

3.8.1. Determinación de la Demanda

Para determinar la demanda actual se tomó como referencia la investigación de campo, se determinó a través de la pregunta No. 1 la aceptación del producto un 100 % de los restaurantes investigados que ofrecen comidas típicas mencionan si comprar el cuy para su menú diario, también, a través de la pregunta No 8 y 9, se indagó la cantidad y frecuencia de consumo. A continuación los resultados:

Tabla 28 Determinación de la Demanda

Variable	%	Dispuestos a Comprar	Frecuencia en el año	Promedio
Quincenalmente	10%	5	24 ventas	8
Semanalmente	90%	45	48 ventas	7
TOTAL	100%	50		15

Fuente: Información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 29 En relación a la muestra

VARIABLE	RESTAURANTES	PROCENTAJE	QUINCENAL	SEMAMANAL	ANUAL
quincenal	5	10 %	40		960
semanal	45	90 %		315	15.120
TOTAL	50	100 %			16.080

3.8.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se realiza con la tasa de crecimiento poblacional para la Provincia del Carchi que es del 2,60%, consultada en la página web del INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y para el cálculo se utilizó la fórmula de crecimiento exponencial.

Para la proyección de la demanda se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= consumo Futuro

Q₀= población

i= tasa de crecimiento anual promedio

n= años a proyectar

Tabla 30 Proyección de la demanda

Año 2016		Q_n=16 080
Año 2017	Q _n = 16 080 (1 + 0,0260)	Q _n =16 498
Año 2018	Q _n =16 498 (1 + 0,0260)	Q _n =16927
Año 2019	Q _n =16 927 (1 + 0,0260)	Q _n = 17 367
Año 2020	Q _n = 17 367 (1 + 0,0260)	Q _n = 17 819

Fuente: Información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 31 Proyección de la demanda

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2019
CUYES	16.080	16.498	16.927	17.367	17.819
TOTAL	16.080	16.498	16.927	17.367	17.819

Fuente: Información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

3.9. Oferta

3.9.1. Análisis de la oferta

(Andes, 2014) menciona que:

Actualmente en la Provincia del Carchi no existe datos actualizados acerca de cuántos criaderos de cuyes hay en la provincia, pero el sabor de su carne es atractivo para muchos turistas extranjeros y para habitantes de Ecuador y Colombia, país con que la provincia colinda al norte y en donde es también un plato tradicional, sobre todo en el departamento de Nariño.

(comercio) establece:

El Consejo de Comunas Campesinas e Indígenas de Montúfar (CCCM) busca recuperar las prácticas ancestrales de la siembra y cría de animales menores que mantenían los indígenas pastos. La crianza del cuy nativo y el aprovechamiento del estiércol para hacer fertilizantes orgánicos son iniciativas que promueve esta organización en 33 comunidades de los cantones Bolívar y Montúfar, en Carchi. Con la Prefectura del Carchi se suscribió un convenio para apoyar a 130 familias de 25 comunidades de Montúfar. Los beneficiarios reciben capacitación y 13 cobayos para iniciar su emprendimiento chagrero, que intenta mejorar la calidad de vida de estas familias, que alternan la siembra de cultivos orgánicos con cuyes. El proyecto fue presentado en San Francisco de la Línea Roja, en Montúfar. Unas 15 familias se incorporaron

a este programa es decir son 145 las familias beneficiadas con 13 cuyes por cada familia, teniendo un total de 1885 unidades de cuyes a producir en el primer trimestre y al año 7540 cuyes, además cuenta con asistencia técnica. Stalin Camargo, coordinador del proyecto Transfronterizo Ecuador Colombia, explica que las chagras apoyan a las mujeres del sector. El propósito es convertir a las mujeres en entes productivos en sus hogares con la crianza y reproducción de cobayos nativos del sector. El CCCM busca ahora un mercado seguro para garantizar la comercialización. Esta investigación fue coordinada con el Municipio. Se difundirán en el primer trimestre del 2015 en las comunidades beneficiarias.

Otro oferente es La “Asociación de Trabajadoras Agropecuarias de Cuesaca” ubicada en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, legalmente constituida desde el año de 1998 conformada actualmente por 13 mujeres dedicadas a la crianza y venta ocasional del cuy pero que hasta hoy en día carecen de un mercado fijo que demande constantemente sus productos, por lo que su oferta es de 70 cuyes mensuales, 840 anuales, también cada una de las socias busca alternativas de trabajo en condiciones menos favorables que es la crianza de cuyes destinados a la venta local y autoconsumo; mientras que el mayor tiempo de su vida se dedican a los cultivos de las tierras. Estos sectores productivos aun careciendo de apoyo gubernamental, realizan actividades complementarias de trabajo, en la mayoría de casos son las amas de casa de estos sectores de la Provincia quienes lideran estas iniciativas, produciendo mensualmente 50 cuyes y al año 600 unidades.

Tabla 30 Balance de Demanda y Oferta

Variables	Oferta	Demanda muestra
Cuyes		
CCCM	7540	
AMAC	840	16 080
13 Socias Individuales	600	
TOTAL	8980	16 080

Fuente: Información a dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

La demanda se determina a través de la información obtenida por los restaurantes que ofrecen comidas típicas es decir el 10% de los restaurantes dice que compra cuyes quincenalmente la cantidad de 40 y de forma anual 960 cuyes y el 90 % compra cuyes semanalmente 315 cuyes y anual 15120, teniendo un total de 16080 cuyes que demanda la Provincia del Carchi, para los siguientes años se calcula con la tasa de crecimiento poblacional.

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2019
DEMANDA	16.080	16.498	16.927	17.367	17.819
(-) OFERTA	8.980	9.213	9.453	9.699	9.951
=DEMANDA INSATISFECH A	7.100	7.285	7.474	7.668	7.868

Tabla 31 Proyección de la oferta Potencial

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2019
DEMANDA INSATISFECHA	7100	7285	7474	7668	7868
PORCENTAJE PARTICIPACIÓN	60%	61.56%	63.16%	64.80%	66.49%
OFERTA POTENCIAL	4260	4484	4721	4969	5231

Una vez levantado la información a los restaurantes que ofrecen comidas típicas en la provincia del Carchi, fue necesario realizar el balance de Oferta y Demanda, y se determinó la demanda insatisfecha y saber lo que se está en capacidad a ofertar al mercado, luego de lo cual se obtuvo una demanda insatisfecha de 7100 cuyes , y se estaría en capacidad de producir el 60 % de la demanda insatisfecha, es decir se va a producir y comercializar 4260 cuyes en el primer año y los demás años como se incrementará un 10% a la producción considerando que el crecimiento del PIB, para los restaurantes y hoteles bordea este porcentaje, al igual el porcentaje de participación se incrementará de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional.

3.10.2. Proyección de la oferta

Para el cálculo de la proyección de la oferta se toma en cuenta los mismos parámetros que la demanda.

Para la proyección de la oferta se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= consumo Futuro

Q₀= población

i= tasa de crecimiento anual promedio

n= años a proyectar

Tabla 32 Proyección de la oferta

Año 2016		Qn=8.980
Año 2017	$Qn=8.980(1 + 0,0260)$	Qn=9.213
Año 2018	$Qn=9.213(1 + 0,0260)$	Qn=9.453
Año 2019	$Qn=9.453(1 + 0,0260)$	Qn= 9.699
Año 2020	$Qn= 9.699(1 + 0,0260)$	Qn= 9.951

Proyección de la oferta

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2019
CUYES	8.980	9.213	9.453	9.699	9.951
TOTAL	8.980	9.213	9.453	9.699	9.951

3.10. Análisis de Precios

Con la finalidad de producir y comercializar el producto en la Provincia del Carchi se considera necesario realizar el presente estudio y conocer lo que manifiestan los propietarios de los restaurantes de la provincia en relación al precio que podrían pagar por este producto; y los resultados de dicho estudio se presentaron de la siguiente manera:

7.- ¿Cuál es el precio en dólares, que paga por los cuyes que reúnen las características que usted demanda?

Tabla 33 PREGUNTA 7.

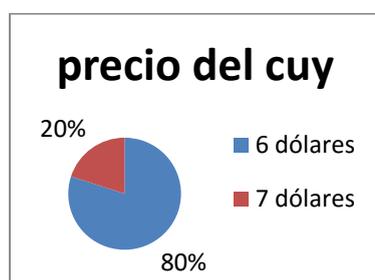
variable	frecuencia	%
6 dólares	40	80%
7 dólares	10	20%
total	50	100%

Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Gráfico 19 PREGUNTA 7.



Fuente: información de dueños de restaurantes del Carchi.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Según lo que determina el Estudio de mercado, el precio referencial según los potenciales consumidores es de 6 dólares cada Cuy.

3.11. Competencia

En el presente estudio se determinó los principales competidores de este producto y se tiene el siguiente detalle:

- Los principales competidores que se constituyen de la carne en general que se

comercializa en la Provincia son los criaderos de pollos, criaderos de chanchos, ganado.

- Otro Competidor directo sería LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGROPECUARIOS CUESACA (AMAC) que reúne a más de 50 familias directas e indirectamente, quienes producen cuyes en la comunidad de Cuesaca.
- De igual manera existe el Consejo de Comunas Campesinas e Indígenas de Montúfar (CCCM) que busca recuperar las prácticas ancestrales de la siembra y cría de animales menores que mantenían los indígenas pastos. La crianza del cuy nativo y el aprovechamiento del estiércol para hacer fertilizantes orgánicos son iniciativas que promueve esta organización en 33 comunidades de los cantones Bolívar y Montúfar, en Carchi. Con la Prefectura del Carchi se suscribió un convenio para apoyar a 130 familias de 25 comunidades de Montúfar. Los beneficiarios reciben capacitación y 13 cobayos para iniciar su emprendimiento chagrero, que intenta mejorar la calidad de vida de estas familias, que alternan la siembra de cultivos orgánicos con cuyes. El proyecto fue presentado en San Francisco de la Línea Roja, en Montúfar. Unas 15 familias se incorporaron a este programa es decir son 145 las familias beneficiadas con 13 cuyes por cada familia, teniendo un total de 1885 unidades de cuyes a producir en el primer trimestre y al año 7540 cuyes, además cuenta con asistencia técnica.

3.12. Comercialización

Las estrategias que a continuación se expone están basadas en la investigación de campo y la opinión de expertos, tomando como referencia las cuatro Ps.

- Producto
- Precio

- Publicidad
- Plaza

3.13. Producto

Las estrategias que se aplicarán para la venta de los Cuyes están diseñadas de acuerdo a las necesidades del mercado al cual va dirigido.

Entre las principales está:

- Se trabajará en la calidad de los cuyes tanto en tamaño, peso, medida, de igual manera con todas las normas de calidad.
- Se incluirá nuevos servicios al cliente, para poder disfrutar del producto, por ejemplo, incluir la entrega a domicilio y facilidades de pago.

3.14. El precio

El precio se establecerá de acuerdo al mercado, antes de definir se aplicó un estudio de mercado en donde existe la oferta del producto para conocer el precio unitario. Para mejor argumentación sobre el precio del producto es importante mencionar estrategias:

- Comercializar el producto con un precio iguales a la competencia de modo que permita la penetración al mercado objetivo.
- Ofrecer descuentos por la cantidad de cuyes que se venda.
- Reducir el precio en fechas de temporada, para atraer clientes y logren la adquisición del cuy.

Tabla 36 COSTO POR CUY

COSTO POR CUY				
Concepto	Presentación	Cantidad	V.Unitario	Total
Cuy	Unidad	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Balanceado	Gr.	10	\$ 0.008	\$ 0.08
Forraje	Bulto	1.5	\$ 0.20	\$ 0.20
Kit Veterinario	Unid.	2	\$ 0.33	\$ 0.33
Costos Operativos	Jornal	1	\$ 0.12	\$ 0.12
Viruta	Gr / Sacos	0.2	\$ 0.10	\$ 0.10
Subtotal				\$ 3.83
5% Imprevistos				\$ 0.19
2% Muerte				\$ 0.08
Total				\$ 4.10
Porcentaje De Utilidad			50%	
Precio De Venta			\$ 6	

Fuente: información de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

3.15. Estrategias de publicidad

La promoción y publicidad para la comercialización de los cuyes consiste en comunicar, informar, dar a conocer las ventajas de consumir el cuy ; por lo que se puede trabajar con las siguientes estrategias:

- Exhibir anuncios en radio (cuñas publicitarias), acerca de la nueva micro-empresa productora y comercializadora de Cuyes.
- Participar en ferias para promocionar el producto e informar sobre la calidad de los cuyes que se produce.

- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de transporte público en donde el consumidor logre identificar el producto.
- Diseñar afiches, carteles, volantes, paneles y folletos publicitarios.
- Toda empresa aplica la estrategia de publicidad, por lo que buscará como los principales aliados a los medios de comunicación ya que son los más garantizados para poder dar a conocer la oferta de este producto, especialmente la radio, internet, trípticos, prensa.

Tabla 37 GASTOS DE PUBLICIDAD

Gastos de Publicidad					
AÑOS RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
Radio Bolívar	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Cantidad(2 cuñas diarias)	\$ 2,25	\$ 2,33	\$ 2,40	\$ 2,49	\$ 2,57
Total	\$ 450,00	\$ 465,21	\$ 480,93	\$ 497,19	\$ 513,99
Flete	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Cantidad unidad	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,05	\$ 11,42
Total	\$ 120,00	\$ 124,06	\$ 128,25	\$ 132,58	\$ 137,07
Tarjetas de presentación	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Cantidad mil	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
Total	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
Hojas volantes					
Cantidad	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Unidad unidad	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02
Total	\$ 20,00	\$ 20,68	\$ 21,37	\$ 22,10	\$ 22,84
Total	\$ 620,00	\$ 640,96	\$ 662,62	\$ 685,02	\$ 708,17

Fuente: información de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

3.16. Plaza

Permite identificar los puntos claves en donde se comercializará el producto y los mecanismos que se deben aplicar para realizarlo correctamente, se trabajará con las siguientes estrategias:

- Ofrecer el producto vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio.
- Ubicar este producto en todos los puntos de ventas habidos y por haber (estrategia de distribución restaurantes, criaderos de cuyes).

3.17. Conclusiones

Después de haber analizado las variables más importantes del estudio de mercado, los hallazgos más significativos son:

- El cuy al ser un producto de gran valor nutricional, resulta ser muy provechoso para las personas que se dedican a esta actividad y por lo tanto al considerar que existe una demanda de 16080 personas que degustan de este producto se fortalece las expectativas de la propuesta de producción y comercialización de cuyes en el Cantón Bolívar.
- La oferta de cuyes en la provincia del Carchi está representada por una organización de la comunidad de Cuesaca, el Consejo de Comunas Campesinas e Indígenas de Montúfar (CCCM) y algunos productores individuales apoyados por el MAGAP que no abastecen el mercado local.
- La oferta y demanda del mercado determinan el precio del Cuy, la fluctuación del precio es muy volátil, ya que va desde los 6 dólares por unidad.
- Por otra parte el tamaño del proyecto captará el 60 % de la demanda insatisfecha existente en el mercado.

- Las estrategias propuestas por el proyecto se encuentran encaminadas a incentivar el consumo de cuyes en los diferentes restaurantes de la provincia del Carchi.

CAPÍTULO IV

4.1. ESTUDIO TÉCNICO

4.2. Objetivo

Efectuar el estudio técnico que permita determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto y las inversiones a realizarse.

4.3. Localización Del Proyecto

Con el desarrollo del presente estudio, se conocerá y aplicará los diferentes procedimientos técnicos e indispensables en el funcionamiento de una microempresa de producción y Comercialización de Cuyes en el Cantón Bolívar, provincia del Carchi.

En este proceso técnico se determinan recursos y procesos que el proyecto requiere para su ejecución, permite analizar y decidir su óptima localización, el tamaño y la distribución física de ésta microempresa, de igual manera define el equipo y materiales de trabajo, mano de obra con la que contará la microempresa para el normal desenvolvimiento de este emprendimiento.

4.3.1. Macro localización

La microempresa especializada en la producción y comercialización de Cuyes en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, estará ubicada en la Parroquia Bolívar, Comunidad de Cuesaca Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

La macro localización se define de la siguiente manera:

- **País:** Ecuador

- **Provincia:** Carchi
- **Cantón:** Bolívar
- **Parroquia:** Bolívar
- **Comunidad:** Cuesaca

Por lo que se trabajó mediante el siguiente procedimiento académico:

La escala utilizada es de 0 a 100.

Matriz De Factores

Tabla 34 Matriz De Factores Macro localización

No	Factores	Lugares		
		Espejo Calif.	Bolívar Calif.	Montúfar Calif.
1	Distancia y acceso a la infraestructura	60	90	70
2	Disponibilidad de insumos	80	80	80
3	Disponibilidad de mano de obra	70	90	80
4	Transporte	80	80	80
5	Políticas de gobierno	70	70	70
6	Servicios básicos	80	90	80
7	Estudio de la comunidad	60	80	70
TOTAL		500	580	530

Fuente: Análisis de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 38 Matriz De Factores Ponderación Macro localización

N°	Factores	Ponderación	Lugares		
			Espejo	Bolívar	Montúfar
		n	Calif. Pond.	Calif. Pond	Calif. Pond
		peso			
		%			
1	Distancia y acceso a la infraestructura	0,3	18	27	1
2	Disponibilidad de insumos	0,1	8	8	8
3	Disponibilidad de mano de obra	0,2	14	18	6
4	Transporte	0,1	8	8	8
5	Políticas de gobierno	0,05	3,5	3,5	3,5
6	Servicios básicos	0,05	4	4,5	4
7	Estudio de la comunidad	0,2	12	16	14
Total		1	67,5	85	74,5

Fuente: Análisis de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Mapa Provincia Del Carchi

Ilustración 5 Macro localización

Macro-Localización Del Proyecto



Fuente: Google Mapa.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Lugar ideal por reunir las siguientes características naturales y ventajas comparativas como:

- Clima desde frío hasta subtropical
- Pluviosidad 1000 a 1800 mm
- Suelo apto para el cultivo de pastos según el MAGAP, tierra arenosa rica en materia orgánica.

La Microempresa se ubica en el Cantón Bolívar localizado al norte del Ecuador y al sur oeste de la provincia del Carchi, a 70 Km. del cantón Tulcán en dirección a la ciudad de Ibarra, integrado por las siguientes parroquias:

- Bolívar
- García Moreno
- Los Ándes
- Monte Olivo
- San Rafael
- San Vicente de Pusir

El Cantón Bolívar posee variedad de climas y suelos aptos para el cultivo de pastos y crianza de animales menores, una actividad tradicional en que sus habitantes en general se dedican a la agricultura y crianza de animales menores; por lo que la producción y comercialización de cuyes constituye una alternativa de desarrollo para sus habitantes. Además el Cantón y la parroquia cuentan con todos los servicios básicos necesarios para las instalaciones de una microempresa con estas características.

4.3.2. Micro localización

Esta importante microempresa se encuentra en la ciudad de Bolívar provincia del Carchi; se ubica en la frontera Norte del Ecuador; la orografía presenta altitudes desde los 1.520m s.n.m. hasta los 3.920m s.n.m., estas condiciones han permitido el aprovechamiento de distintos microclimas, suelos y vegetación lo que ha determinado la conformación de sus propias características culturales, económicas, ambientales y de identidad un distintivo de la sociedad bolivarense.

El principal centro poblado es la cabecera cantonal, la creciente ciudad de Bolívar, se encuentra emplazada junto a la panamericana situación que permite una conectividad eficiente con la capital provincial, la ciudad de Tulcán a 56 km; con Colombia que su frontera se encuentra a solo 64 km; con San Gabriel, una de las ciudades importantes de la provincia y se encuentra muy cerca de 16km; con El Ángel a 20km; así como se úne en vía directa a Quito, la capital nacional a 183km de Bolívar. Esta pequeña, pero pujante ciudad, se transforma en núcleo administrativo y de servicios públicos y privados para el cantón. De sus parroquias rurales con las que tiene mayor cercanía es García Moreno y con Los Ándes parroquia que se encuentran a 10km y 4km, respectivamente. Sin embargo con San Vicente de Pusir, San Rafael y Monte Olivo mantiene una distancia de 35km, 34km y 42km, respectivamente lo que dificulta la gestión territorial adecuada y oportuna en estas localidades.

Para definir la micro localización del proyecto se analizaron previamente a los siguientes sectores ubicados en el Cantón Bolívar:

Aplicando la metodología sugerida para la micro localización se tiene

- Matriz de factores
- Matriz de ponderación

La escala utilizada es de 0 a 100.

Matriz De Factores

Tabla 359 Matriz De Factores Micro localización

N°	Factores	Lugares		
		Los Andes Calif.	Bolívar (Cuesaca) Calif.	García Moreno Calif.
1	Costo de Mano de obra	70	85	70
2	Costo de fuentes de abastecimiento de materia prima	80	80	80
3	Mercado de consumo del producto	80	90	70
4	Capacidad financiera	70	80	70
5	Impuestos	70	70	70
6	Costo de medios de transporte y comunicación	80	90	70
7	Costo de servicios básicos	80	80	80
8	Marco jurídico	80	80	80
9	Terrenos y construcción	60	90	70
	Tamaño de la fábrica	70	80	70
TOTAL		740	825	730

Fuente: Análisis de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Matriz Ponderada

Tabla 40 Matriz De Factores Ponderación Micro localización

N°	Factores	Ponderación Peso %	Lugares		
			Los Andes Calif. Pond	Bolívar (Cuesaca) Calif. Pond	García Moreno Calif. Pond.
1	Costo De Mano De Obra	0,2	14	17	14
2	Costo De Abastecimiento De Materia Prima	0,1	8	8	8
3	Mercado De Consumo Del Producto	0,05	4	4,5	3,5
4	Capacidad Financiera	0,05	3,5	4	3,5
5	Impuestos	0,05	3,5	3,5	3,5
6	Costo De Medios De Transporte Y Comunicación	0,05	4	4,5	3,5
7	Costo De Servicios Básicos	0,05	4	4	4
8	Marco Jurídico	0,05	4	4	4
9	Terrenos Y Construcción	0,25	15	22,5	17,5
10	Tamaño De La Fábrica	0,15	10,5	12	10,5
Tota 1		1	70,5	84	72

Fuente: Análisis de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

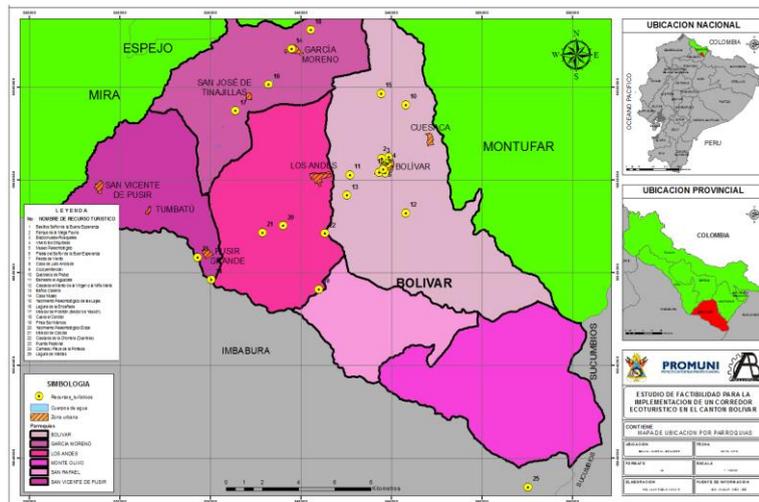
Después de realizados los respectivos análisis de los posibles sectores con este procedimiento técnico, se establece que Bolívar en la comunidad de Cuesaca es el sector

idóneo para llevar a cabo el presente proyecto.

Por lo que se determinó gráficamente de la siguiente manera:

Ubicación .- Ambito de intervención

Ilustración 6 Micro localización



Fuente: Google Localización Geográfica de Bolívar

Autor: Yadira Montenegro.

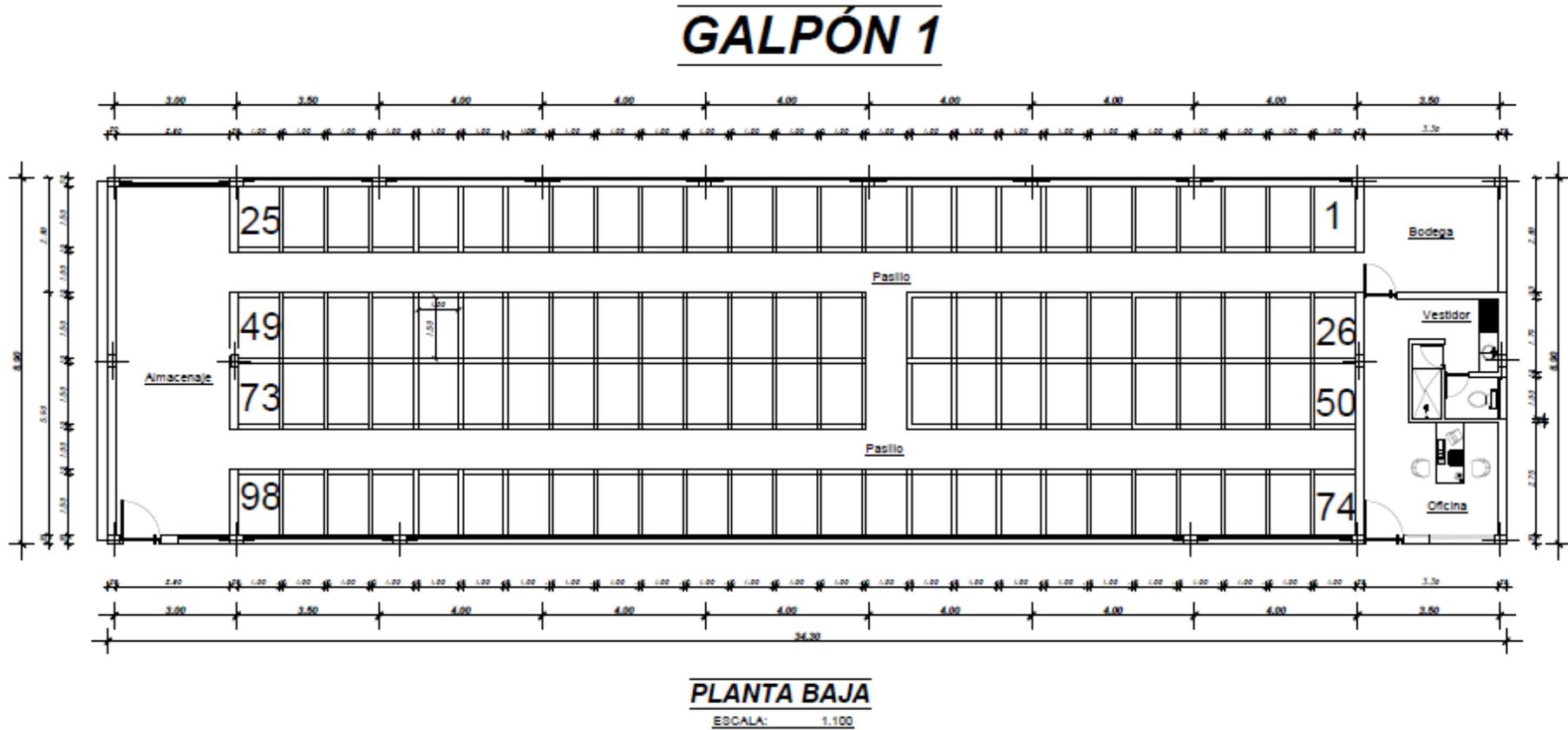
Año: 2015.

4.4. Distribución De La Planta

La distribución en planta corresponde a la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el talento humano, entre otros.

La distribución de la planta para este proyecto estará diseñada para 591.72 m² de hectárea para la infraestructura, estará diseñado por un área para la crianza de cuyes, un área para la oficina, un vestidor, un área para almacenaje de hierba y una bodega, mostrándose de la siguiente manera:

Ilustración 7. Diseño De La Planta

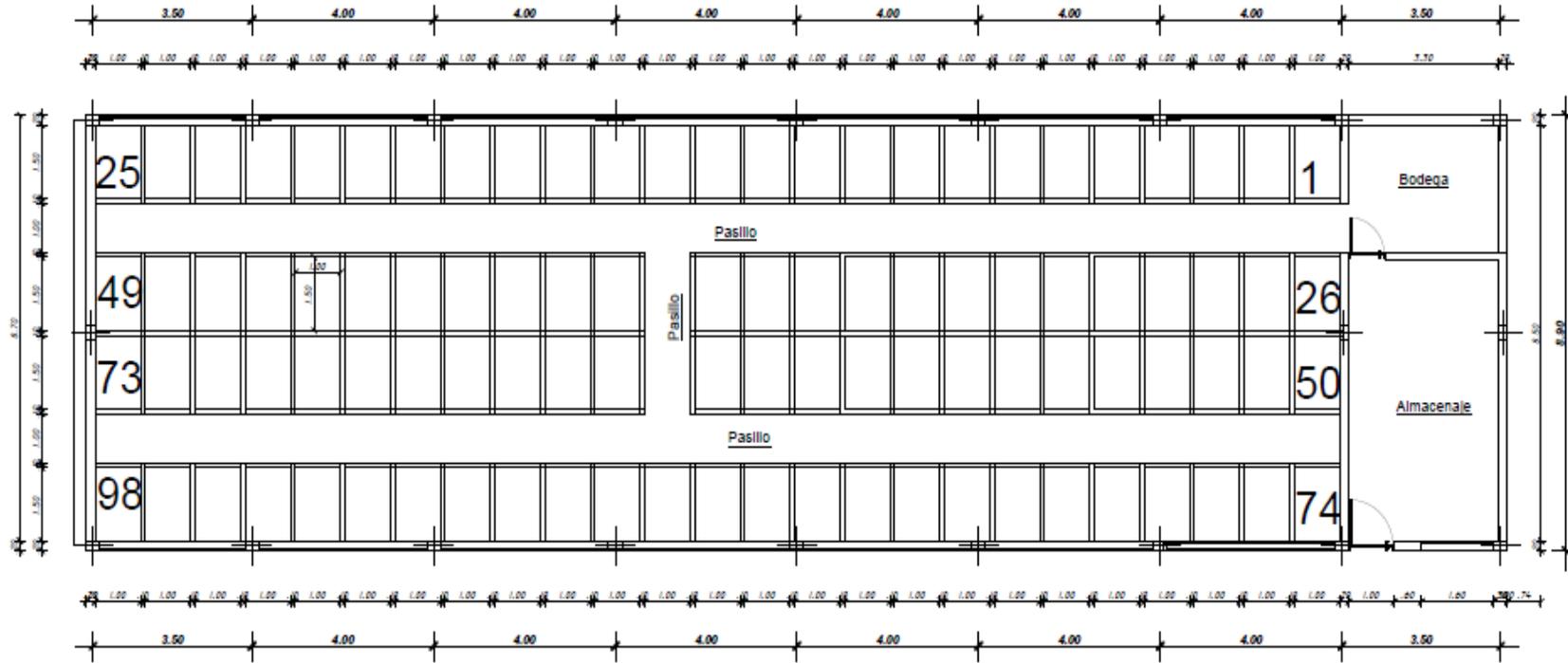


Fuente: Arq. Marlon Escobar.

Autor: Yadira Montenegro

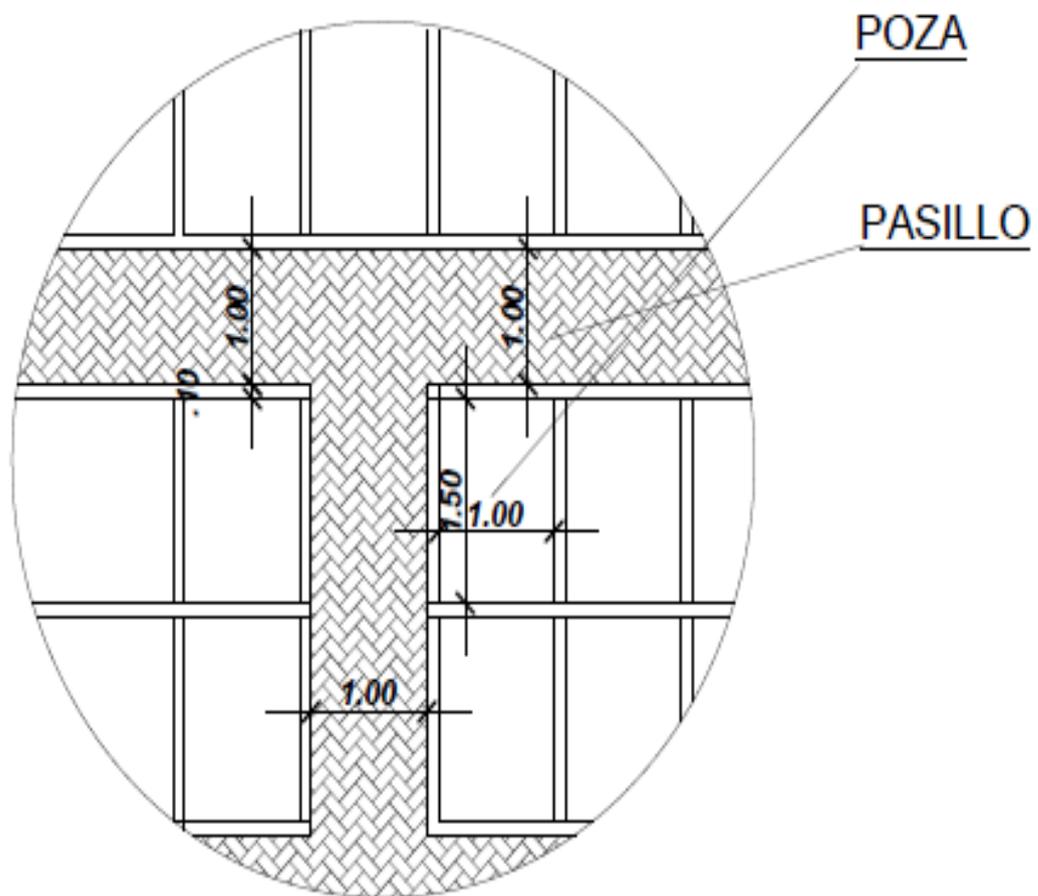
Año: 2015

GALPÓN 2



PLANTA BAJA

ESCALA: 1:100



DETALLE POZAS

ESCALA: 1.50

PROGRAMA ARQUITECTONICO						
CRIADERO DE CUYES						
ZONA	SUB-ZONA	ESPACIO	CANT	AREA EN M2	SUB-TOTAL EN M2	TOTAL AREAS EN M2
GALPONES	GALPON 1	OFICINA	1	11,15	310,31	591,72
		VESTIDOR	1	11,54		
		BODEGA	1	10,84		
		ALMACENAJE	1	29,36		
		AREA DE POZAS	1	247,42		
	GALPON 2	ALMACENAJE	1	23,15	281,41	
		BODEGA	1	10,8		
		AREA DE POZAS	48	247,4		

4.5. Tamaño Del Proyecto

4.5.1. Inventario inicial del cuy

Tabla 361 Producción Inicial

Fuente: Investigación de campo

Producto	Cantidad	Edad	Peso	Tamaño	Precio	inversión
Cuyes	4260	3 meses	200 gr	10 cm	\$ 2,50	\$ 10 125
TOTAL						\$ 10 125

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

CAPACIDAD DE LA PLANTA				
GALPON 1	GALPON 2	TOTAL POZAS	CUYES TRIMESTR.	CUYES ANUAL
74 POZAS	74 POZAS	148	1,480	4,440

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2019
DEMANDA INSATISFECHA	7,100	7,285	7,474	7,668	7,868
PORCENTAJE PARTICIPACIÓN	60%	61.56%	63.16%	64.80%	66.49%
OFERTA POTENCIAL ANUAL	4,260	4,484	4,721	4,969	5,231
OFERTA POTENCIAL TRIMESTRAL	1065	1121	1180	1242	1308

4.5.2. Proceso Productivo

La adquisición de animales para engorde se hará en criaderos técnicados que garanticen la calidad del producto, es decir se comprará a La Asociación de Mujeres Agropecuarias de Cuesaca, Al Consejo de Comunas Canpesinas e indígenas de Montúfar y a las ferias aleñañas ya que se considera intercambiar diferentes razas de calidad. Los animales en pie de cría serán de raza mejorada, por poseer un rápido crecimiento y buen número de crías por parto y por año considerandose ser los mejores para una granja productiva.

Se adquirirá 1350 cuyes de cría cada 3 meses, es decir 450 en el mes de Enero, 450 en

Febrero y 450 en Marzo se considera que ya en tres meses de crianza, el cuy está listo para la venta y por esta razón en el mes de Marzo se tendría los primero 450 cuyes en venta de la Microempresa de Cuyes que se encuentra en la comunidad de Cuesaca. De acuerdo a la planta consta un total de 148 pozas que es la capacidad de la planta se abatecerá trimestralmente 1480 y anualmente 4440 cuyes.

Ciclo Productivo

Ilustración 8 Ciclo Productivo



Fuente: Perucuy

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 42 Ciclo Productivo

Peso promedio al destete	200 g
Peso promedio al desarrollo	550 g
Peso promedio al engorde	900 g

Fuente: Perucuy

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Materia Prima e insumos

Por otra parte, para garantizar el funcionamiento micro empresarial, se cuenta con la disponibilidad de Materia Prima e insumos agrícolas necesarios para la crianza de los cuyes y su comercialización para la producción; en este sentido la familia que se incorpora directamente en el proyecto cuenta con los integrantes suficientes para el mantenimiento de la microempresa, que se necesita para la crianza de cuyes; además tiene destinado el espacio físico para la construcción de las instalaciones dónde se criarán los cuyes, existiéndose lugares cercanos dónde se puede adquirir insumos agrícolas .

Entre la materia prima e insumos a utilizar son:

- Cuy
- Alfalfa
- Balanceado
- Viruta
- Kit veterinario

Producción Anual Ventas y Población de cuyes Número de Unidades

Tabla 43 Producción anual ventas

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	VENTA ANUAL		
año1	0	0	0	450	450	450	450	450	450	450	450	450	4050	0	4050
año2	473	473	473	473	473	473	473	473	473	473	473	473	4253	1418	5670
año3	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	4465	1488	5954
año4	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521	4688	1563	6251
año5	547	547	547	547	547	547	547	547	547	547	547	547	4923	1641	6564

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 36 Producción anual ventas

AÑO	CUYES
2016	4050
2017	5670
2018	5954
2019	6251
2020	6564

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 201

Considerando que la capacidad instalada de la planta cubrirá el 60% de la demanda insatisfecha se producirá 4260 cuyes al año, ya que la planta tiene la capacidad de contar con 148 pozas de 10 cuyes, teniendo una producción trimestral de 1065 cuyes.

Con la finalidad de viabilizar los proceso productivos es importante analizar la demanda como uno de los factores que influyen directamente en la ejecución del proyecto; variable que permite conocer las oportunidades que el producto tiene en el mercado; además de conocer directamente al consumidor y poder ofrecerle un producto de calidad. Es así que la demanda en el primer año y según el estudio de mercado realizado en la provincia del Carchi es la siguiente:

4.5.2.1. Presupuesto técnico

4.5.2.2. Inversión fija y variable del proyecto

4.5.2.3. Inversión Fija

La inversión fija está dividido en tres área, administrativa, ventas y producción, en concordancia donde están ubicados los bienes.

4.5.2.3.1. Propiedad Planta y Equipo Área Administrativa

Los bienes de Propiedad Planta y Equipo que se requieren para que la microempresa

criadero de cuyes entre en funcionamiento están divididas en tres áreas que son: Administrativa, Ventas y Producción en concordancia al siguiente detalle:

a) Bienes Inmuebles que tendrá una extensión de 500 metros cuadrados, dentro de este rubro está el terreno donde se edificará el criadero de cuyes de 200 metros de construcción.

El terreno está avaluado a \$15,00 el metro cuadrado dando un total de \$ 3.000,00.

Tabla 37 Terreno

DETALLE	TERRENO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	TERRENO 200 M2	3.000,00	\$ 3.000,00
	TOTAL	3.000,00	\$ 3.000,00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

El edificio tendrá una extensión de 168 metros cuadrados de construcción y el valor por metro cuadrado de construcción a \$ 100 cada metro dando un valor de \$ 15 000,00

Tabla 38 Infraestructura

DETALLE	EDIFICIO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	EDIFICIO 168 METROS	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
	TOTAL	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

b) Los bienes muebles que se requieren en el área administrativa donde laborará el gerente y la contadora es de:

Tabla 39: Muebles de Oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	MUEBLE PARA UTENSILIOS	\$ 65.00	\$ 65.00
1	MESA METÁLICA	\$ 100.00	\$ 100.00
1	ESCRITORIO	\$ 100.00	\$ 100.00
5	SILLAS METÁLICAS	\$ 10.00	\$ 50.00
1	MUEBLE ARCHIVADOR	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL			\$ 465.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 40 Equipos de Computación y Software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	COMPUTADORA	\$ 400.00	\$ 800.00
1	IMPRESORA EPSON	\$ 300.00	\$ 300.00
1	TÉLEFONO INALÁMBRICO CON LINEA	\$ 70.00	\$ 70.00
TOTAL			\$ 1,170.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

4.5. Resumen del Área Administrativa

El resumen total del área administrativa es de \$ 19 635,00.

Tabla 41 Resumen del Área Administrativa

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS			
NRO.	DESCRIPCION		v. total
	INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	TERRENO		\$ 3,000.00
1	EDIFICIO		\$ 15,000.00
9	MUEBLES DE OFICINA		\$ 465.00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		\$ 1,170.00
	subtotal		\$ 19,635.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

4.6.1. Propiedad Planta y Equipo de Producción

Para el área de Producción se requieren, maquinaria y equipo, y equipos de seguridad de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 42 Maquinaria y equipo

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Carretilla		\$ 50.00	\$ 50.00
1	Bomba de fumigar		\$ 60.00	\$ 60.00
	Total			\$ 110.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Para sacar el permiso de bomberos se requieren equipos de seguridad de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 43 Equipo de seguridad

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	v . Unitario	v. total
1	EXTINTOR	\$ 55.00	\$ 55.00
2	CÁMARAS DE VIGILANCIA INALAMBRICAS	\$ 220.00	\$ 440.00
1	ALARMA INALAMBRICA	\$ 150.00	\$ 150.00
1	GABINETE PARA EL EQUIPO DE SEGURIDAD	\$ 45.00	\$ 45.00
1	EEQUIPO DE SEGURIDAD CON 10 M. DE MANGUERA	\$ 150.00	\$ 150.00
4	SEÑALETICAS	\$ 20.00	\$ 80.00
Total Equipos de seguridad Producción			\$ 920.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 44 Inversiones Fijas para Producción

	INVERSIONES OPERATIVAS	V.TOTAL
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 110.00
10	EQUIPOS DE SEGURIDAD	\$ 920.00
	Subtotal	\$ 1,030.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

4.6.2. Resumen de Inversiones Fijas

La inversión fija de propiedad Planta y Equipo que se requiere para ejecutar la microempresa es de \$ 20 665,00

Tabla 42 Resumen de Inversiones Fijas

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS			
NRO.	DESCRIPCION		v. total
	INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	TERRENO		\$ 3,000.00
1	EDIFICIO		\$ 15,000.00
9	MUEBLES DE OFICINA		\$ 465.00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		\$ 1,170.00
	subtotal		\$ 19,635.00
	INVERSIONES OPERATIVAS		
2	MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 110.00
10	EQUIPOS DE SEGURIDAD		\$ 920.00
	Subtotal		\$ 1,030.00
	INVERSIONES		\$ 20,665.00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

4.7. Inversión Variable

4.7.1. Capital de Trabajo

La inversión variable es el fondo rotativo requerido para cumplir con las obligaciones financieras, administrativas y económicas como el pago de nómina, fondos de terceros, seguridad social, impuestos, adquisición de materia prima e insumos servicios básicos amortización deuda e intereses que se necesitan mientras ingresan las primeras ventas. Todos los cálculos de proyecciones y explicaciones están en el Estudio Financiero.

Tabla 43 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		
Materia Prima Directa	\$ 843.75	\$ 10.125.00
SUBTOTAL	\$ 843.75	\$ 10.125.00
Mano de Obra Directa	\$ 501.97	\$ 6.023.63
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ -
Materiales e Insumos	\$ 186.19	\$ 2.234.25
Herramientas	\$ 0.75	\$ 9.00
Servicios Básicos producción	\$ 32.70	\$ 392.40
Materiales de protección	\$ 3.25	\$ 39.05
SUBTOTAL	\$ 222.89	\$ 2.674.70
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ -	\$ -
Sueldos Administrativos	\$ 751.27	\$ 9.015.23
Servicios Básicos Administrativos	\$ 31.65	\$ 379.80
Materiales de oficina	\$ 6.72	\$ 80.60
Materiales de aseo	\$ 3.53	\$ 42.40
Gastos de Constitución	\$ 37.50	\$ 450.00
SUBTOTAL	\$ 830.67	\$ 9.968.03
Gastos de Publicidad	\$ 51.67	\$ 620.00
SUBTOTAL	\$ 51.67	\$ 620.00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 39.71	\$ 476.47
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.490.65	\$ 29.887.83

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Resumen de Capital de Trabajo		
DESCRIPCIÓN	ANUAL	MENSUAL
Costos de Producción	\$ 18.823.33	\$ 1.568.61
Gatos Administrativos	\$ 9.968.03	\$ 830.67
Gastos de ventas	\$ 620.00	\$ 51.67
Gastos Financieros	\$ 476.47	\$ 39.71
TOTAL	\$ 29.887.83	\$ 2.490.65

4.7.2. Costos y Gastos

Tabla 377 Costos y Gastos

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
MATERIA PRIMA DIRECTA	
Materia Prima Directa	\$ 843.75
SUBTOTAL	\$ 843.75
Mano de Obra Directa	\$ 501.97
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	\$ -
Materiales e Insumos	\$ 186.19
Herramientas	\$ 0.75
Servicios Básicos producción	\$ 32.70
Materiales de protección	\$ 3.25
SUBTOTAL	\$ 222.89
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ -
Sueldos Administrativos	\$ 751.27
Servicios Básicos Administrativos	\$ 31.65
Materiales de oficina	\$ 6.72
Materiales de aseo	\$ 3.53
Gastos de Constitución	\$ 37.50
SUBTOTAL	\$ 830.67
Gastos de Publicidad	\$ 51.67
SUBTOTAL	\$ 51.67
GASTOS FINANCIEROS	\$ 39.71
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.490.65

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Es necesario explicar que todos los calculos, cantidades, proyecciones estan en el estudio financiero.

4.7.3. Inversión total del proyecto

La inversión total fija y variable que se requiere para poner en marcha el proyecto es de \$ 23 155.65

Tabla 47 Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES			
NRO.	DESCRIPCIÓN		v. total
	INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		
1.00	TERRENO		\$ 3 000.00
2.00	EDIFICIO		\$ 15 000.00
3.00	MUEBLES DE OFICINA		\$ 465.00
5.00	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		\$ 1 170.00
	subtotal		\$ 19 635.00
	INVERSIONES OPERATIVAS		
1.00	MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 110.00
2.00	EQUIPOS DE SEGURIDAD		\$ 920.00
	Subtotal		\$ 1 030.00
	TOTAL		\$ 20 665.00
	CAPITAL DE TRABAJO		\$ 2 490.65
	INVERSIONES		\$ 23 155.65

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

4.7.4. Financiamiento del proyecto

Para que la pequeña empresa entre en ejecución se requiere de \$ 23 155.65 de los cuales 78.41% se financiará con capital propio y el otro 21.59 %, se financiará con un préstamo al Banco Nacional de Fomento por ser Banco de estado los intereses son bajos y a largo plazo al 11%.

Préstamo \$ 5.000,00

Interés: 11% Para la microempresa

Plazo: 3 años.

Tabla 48 Detalle del Capital

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	\$ 18 155,65	78.41%
Préstamo	\$ 5 000,00	21.59 %
TOTAL	\$ 23 155,65	100 %

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 49 Cuadro de Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES		
DESCRIPCIÓN		
1	Inversión Variable	\$ 2.490.65
2	Inversión Fija	\$ 20.665.00
	TOTAL	\$ 23.155.65

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

CAPÍTULO V

5.1. Estudio Financiero

5.2. Objetivo

Realizar el estudio y evaluación financiera que contenga los estados financieros y determine la rentabilidad o no económica del proyecto.

5.3. Introducción

El estudio financiero del proyecto en estudio consta de tres presupuestos que son: Inversiones, Ingresos por ventas cuyes, Costos y Gastos en donde se elaboran los estados financieros proformas que son Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados Integral, Estado de Flujo de Caja, para posteriormente realizar la evaluación financiera mediante indicadores como la Tasa de Rendimiento Medio, TRM, el Valor Actual Neto, VAN, la Tasa Interna de Retorno TIR, el Costo Beneficio C/B, la recuperación del Capital en el Tiempo, Punto de Equilibrio, este proceso sirve para determinar si el proyecto es factible económicamente realizarlo.

5.4. Ingresos

5.4.1. Análisis de Ingresos

El presupuesto de ingresos proyectados está en concordancia a la venta del producto que son los cuyes disponibles para la preparación. Para la proyección en años futuros se calcula con 2,60% en concordancia al crecimiento económico del país del 2015, consultado en la página del INEC., y para el aumento del precio se toma como referencia a la inflación del 2015 que es del 3,38%.

Para el crecimiento del proyecto se considera con el 10 % anual de acuerdo al PIB de crecimiento para restaurantes, por lo que la materia prima también está calculada con este crecimiento.

5.4.2 Proyección De Ingresos

Para proyectar los ingresos que espera recaudar esta microempresa se parte fundamentalmente del volumen de ventas que registre trimestral y durante el año, lo cual se lo realiza dependiendo de la demanda existente en el mercado y la capacidad que tiene la planta para producir.

Las ventas en esta microempresa se dan por la cantidad de cuyes que se vendan en los restaurantes, se determinó considerando los costos de producción y la oferta y demanda del mercado y estos crecen cada año considerando la tasa de inflación de nuestro país que registra un 3,38% en los precios y el 3,50% de crecimiento poblacional para las ventas en el año 2016.

5.5. Proyección del presupuesto de ventas

Para el cálculo de las proyecciones se realiza con la fórmula de crecimiento exponencial explicado en el estudio de mercado, se considera las ventas anuales de los cuyes y ventas de abono orgánico, se venderá por quintales a las personas que se dedican a la agricultura ya que es un producto natural muy bueno para los sembríos.

Se detalla el costo del cuy desde la compra para engorde hasta que ya están listos para la venta y se detalla así:

COSTO POR CUY				
CONCEPTO	presentación	CANTIDAD	V.UNITARIO	Total
Cuy	Unidad	1	3,00	2,80
balanceado	gr.	10	0,75	0,08
Forrage	Bulto	1,50	0,20	0,20
kit veterinario	unid.	2	0,33	0,33
costos operativos	Jornal	1	0,12	0,12
Viruta	gr / sacos	0,20	0,10	0,10
SUBTOTAL				3,83
5% imprevistos				0,19
2% muerte				0,08
TOTAL				4,10
porcentaje de utilidad				50 %
Precio de venta				\$ 6

Tabla 49 Proyección del presupuesto de ventas

DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020
CUYES	4050	5670	5954	6251	6564
Precio	\$ 6.15.	\$ 6.36.	\$ 6.57.	\$ 6.79.	\$ 7.02.
TOTAL	\$ 24901.32.	\$ 36040.18.	\$ 39121.25.	\$ 42465.73.	\$ 46096.12.
ABONO ORGÁNICO					
cantidad	1098	1610	1771	1949	2143
precio	\$ 4.00.	\$ 4.14.	\$ 4.27.	\$ 4.42.	\$ 4.57.
total	\$ 4392.00.	\$ 6659.33.	\$ 7572.85.	\$ 8611.70.	\$ 9793.05.
TOTAL EN DÓLARES	\$ 29293.32.	\$ 42699.50.	\$ 46694.10.	\$ 51077.42.	\$ 55889.17.
TOTAL EN CANTIDAD	5148.00	7280.40	7724.94	8199.76	8707.18

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

AÑO	VENTAS	PORCENTAJE
2.016	\$ 29.293.32	52.41%
2.017	\$ 42.699.50	76.40%
2.018	\$ 46.694.10	83.55%
2.019	\$ 51.077.42	91.39%
2.020	\$ 55.889.17	100 %

5.6. Egresos

5.6.1. Costos de Producción

Los tres elementos del costo de producción están la Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa, y Costos Indirectos de Producción, que son recuperables cuando se vende el producto.

Los costos utilizados en la fabricación son recuperables en el momento de la venta de los cuyes y cuando su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario es pérdida.

5.6.2. Materia Prima Directa

Constituye dentro del proceso productivo el principal elemento para la transformación en productos elaborados o terminados. La empresa requiere de la compra de cuyes de pie de cría.

Tabla 50 Materia Prima Directa

Materia Prima Directa					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
RUBROS					
Cuyes					
Número	4.050	5.670	5.954	6.251	6.564
Precio	\$ 2.50	\$ 2.58	\$ 2.67	\$ 2.76	\$ 2.86
Total	\$ 10.125.00	\$ 14.654.12	\$ 15.906.90	\$ 17.266.78	\$ 18.742.91

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.6.3. Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Directa está compuesta por una persona que tenga conocimientos en la alimentación, crianza de los animales, limpieza de los pozos y custodia de los cuyes, quien trabajará a tiempo completo siendo una persona responsable del cuidado en la alimentación, para lo cual percibirán una remuneración mensual más los componentes salariales como Décimo Tercero Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Vacaciones, Aporte Patronal, Fondos de Reserva con un crecimiento salarial del 6,80, que es el resultado promedio de los 5 últimos salarios básicos decretados por el Gobierno Nacional de acuerdo al cuadro donde se demuestra el cálculo:

Tabla 51 Mano de Obra Directa

		Qn
AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	i = ----- - - 1
		Qo
2011	264	
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
2015	354	0,04
2016	366	0,03
	SUBTOTAL	0,34
	TOTAL	$\sum i = 0,068$

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

La tasa promedio representa el $0.068 = 6.80 \%$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.34}{5} = 0.068 \text{ (i)}$$

Tabla 52 Sueldo Mano de Obra Directa

PERSONAL	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$
Trabajador	366.00	390.89	417.47	445.86	476.17
MENSUAL	\$ 366.00	\$ 390.89	\$ 417.47	\$ 445.86	\$ 476.17
ANUAL	\$ 4.392.00	\$ 4.690.66	\$ 5.009.62	\$ 5.350.27	\$ 5.714.09
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$
Salario Básico Unificado	4.392.00	4.690.66	5.009.62	5.350.27	5.714.09
Vacaciones	\$ 183.00	\$ 195.44	\$ 208.73	\$ 222.93	\$ 238.09
Aporte Patronal	\$ 533.63	\$ 569.91	\$ 608.67	\$ 650.06	\$ 694.26
Fondos de Reserva	\$ -	\$ 390.73	\$ 417.30	\$ 445.68	\$ 475.98
Décimo Tercero	\$ 366.00	\$ 390.89	\$ 417.47	\$ 445.86	\$ 476.17
Décimo Cuarto	\$ 549.00	\$ 586.33	\$ 626.20	\$ 668.78	\$ 714.26
total	\$ 6.023.63	\$ 6.823.97	\$ 7.288.00	\$ 7.783.58	\$ 8.312.86

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

En este asunto están los insumos para la crianza de cuyes y además los materiales e insumos, herramientas, servicios básicos y materiales de protección de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 53 Materiales e insumos

Materiales e Insumos					
AÑOS RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
Balanceado					
Cantidad Kilos	40.500.00	56.700.00	59.535.00	62.511.75	65.637.34
Precio	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01
Valor	\$ 303.75	\$ 439.62	\$ 477.21	\$ 518.00	\$ 562.29
Fundas costales					
Cantidad unidad	100	103.80	108	112	116
Precio	\$ 0.25	\$ 0.26	\$ 0.27	\$ 0.28	\$ 0.29
Total	\$ 25.00	\$ 26.83	\$ 28.79	\$ 30.89	\$ 33.15
Forraje					
Cantidad unidad	6.075	6.305.85	6.545.47	6.794.20	7.052.38
Precio	\$ 0.20	\$ 0.21	\$ 0.21	\$ 0.22	\$ 0.23
Total	\$ 1.215.00	\$ 1.303.80	\$ 1.399.08	\$ 1.501.34	\$ 1.611.06
Viruta					
Cantidad unidad	405	567	595	625	656
Precio	\$ 0.10	\$ 0.10	\$ 0.11	\$ 0.11	\$ 0.11
Total	\$ 40.50	\$ 58.62	\$ 63.63	\$ 69.07	\$ 74.97
Kit veterinario (insumos)					
Cantidad unidad	2.025	2.835	2.977	3.126	3.282
Precio	\$ 0.33	\$ 0.34	\$ 0.36	\$ 0.37	\$ 0.38
Total	\$ 675.00	\$ 976.94	\$ 1.060.46	\$ 1.151.12	\$ 1.249.53
ANUAL	\$ 2.234.25	\$ 2.778.98	\$ 3.000.38	\$ 3.239.52	\$ 3.497.85

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 54 Herramientas

Herramientas					
AÑOS RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
Palancón					
Cantidad Unidad	1		1		1
Precio	\$ 4,00	\$ 4,14	\$ 4,27	\$ 4,42	\$ 4,57
TOTAL	\$ 4,00	-	\$ 4,27	-	\$ 4,57
Pala					
Cantidad Unidad	1		1		1
Precio	\$ 5,00	\$ 5,17	\$ 5,34	\$ 5,52	\$ 5,71
TOTAL	\$ 5,00	\$ -	\$ 5,34	\$ -	\$ 5,71
TOTAL	\$ 9,00	\$ -	\$ 9,62	\$ -	\$ 10,28

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 55 Servicios básicos

Servicios Básicos producción					
AÑOS RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
ANUAL	120.00	128.25	137.07	146.49	156.56
Teléfono					
Cantidad (minutos)	160	165.41	171.00	176.78	182.75
Precio	\$ 0.07	\$ 0.07	\$ 0.07	\$ 0.08	\$ 0.08
Valor mensual	\$ 11.20	\$ 11.97	\$ 12.79	\$ 13.67	\$ 14.61
ANUAL	\$ 134.40	\$ 143.64	\$ 153.51	\$ 164.07	\$ 175.34
AGUA					
Cantidad (m3)	10.00	10.38	10.77	11.18	11.61
Precio	\$ 0.15	\$ 0.16	\$ 0.16	\$ 0.17	\$ 0.17
Valor mensual	\$ 1.50	\$ 1.61	\$ 1.73	\$ 1.85	\$ 1.99
ANUAL	\$ 18.00	\$ 19.32	\$ 20.73	\$ 22.24	\$ 23.87
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	50	51.69	53.44	55.24	57.11
Precio	\$ 0.20	\$ 0.21	\$ 0.21	\$ 0.22	\$ 0.23
Valor mensual Internet	\$ 10.00	\$ 10.69	\$ 11.42	\$ 12.21	\$ 13.05
Valor (plan) mensual	\$ 10.00	\$ 10.34	\$ 10.69	\$ 11.05	\$ 11.42
ANUAL	\$ 120.00	\$ 124.06	\$ 128.25	\$ 132.58	\$ 137.07
TOTAL	\$ 392.40	\$ 415.26	\$ 439.55	\$ 465.38	\$ 492.83

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 56 Materiales de protección

Materiales de protección					
AÑOS RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
Overol					
Cantidad	1		1		
Cantidad	\$ 20.00		\$ 21.08		
Total	\$ 20.00	\$ -	\$ 21.08	\$ -	\$ -
Mascarillas					
Cantidad	1	1.00	1.00	1.00	1.00
Precio	\$ 4.50	\$ 4.65	\$ 4.81	\$ 4.97	\$ 5.14
Total	\$ 4.50	\$ 4.65	\$ 4.81	\$ 4.97	\$ 5.14
Botas					
Cantidad	1		1		
Precio	\$ 12.00		\$ 14.00		
Total	\$ 12.00	\$ -	\$ 14.00		
Gorros					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	\$ 4.05	\$ 4.19	\$ 4.33	\$ 4.47	\$ 4.63
Total	\$ 4.05	\$ 4.19	\$ 4.33	\$ 4.47	\$ 4.63
Guantes					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	\$ 3.00	\$ 3.10	\$ 3.21	\$ 3.31	\$ 3.43
Total	\$ 3.00	\$ 3.10	\$ 3.21	\$ 3.31	\$ 3.43
Total	\$ 39.05	\$ 7.29	\$ 42.61	\$ 7.79	\$ 8.05

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 57 Resumen de Costos Indirectos de Producción

Resumen de Costos Indirectos de Producción						
DESCRIPCIÓN		2016	2017	2018	2019	2020
1	Herramientas	\$ 9.00	\$ -	\$ 9.62	\$ -	\$ 10.28
2	Materiales e Insumos	\$ 2.234.25	\$ 2.778.98	\$ 3.000.38	\$ 3.239.52	\$ 3.497.85
3	Servicios Básicos producción	\$ 392.40	\$ 415.26	\$ 439.55	\$ 465.38	\$ 492.83
4	Materiales de protección	\$ 39.05	\$ 7.29	\$ 42.61	\$ 7.79	\$ 8.05
	Total	\$ 2.674.70	\$ 3.201.53	\$ 3.492.17	\$ 3.712.69	\$ 4.009.01

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.6.4. Proyección de Costos de Producción**Tabla 58 Proyección de Costos de Producción**

Proyección Costos Producción					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima Directa	\$ 10.125.00	\$ 14.654.12	\$ 15.906.90	\$ 17.266.78	\$ 18.742.91
Mano de Obra Directa	\$ 6.023.63	\$ 6.823.97	\$ 7.288.00	\$ 7.783.58	\$ 8.312.86
Costos Indirectos de Producción	\$ 2.674.70	\$ 3.201.53	\$ 3.492.17	\$ 3.712.69	\$ 4.009.01
TOTAL	\$ 18.823.33	\$ 24.679.61	\$ 26.687.06	\$ 28.763.05	\$ 31.064.79

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.7. Gastos

5.7.1. Gastos administrativos

Los gastos administrativos están divididos en dos rubros que son remuneraciones administrativas y Gastos Generales Administrativos.

5.7.2. Remuneraciones Área Administrativa

El área administrativa es del correcto manejo de recursos financieros y económicos y responsable del control interno. Los sueldos administrativos anualmente tendrán derecho a pago de vacaciones, aporte patronal, fondos de reserva, décimo tercero y décimo cuarto sueldos y para su proyección se toma en cuenta los mismos parámetros que la mano de obra Directa.

5.7.3. Remuneraciones Administrativas

Tabla 59 Remuneraciones Administrativas

Remuneraciones Administrativas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2016	2017	2018	2019	2020
Administrador Gerencial	366,00	390,89	417,47	445,86	476,17
Contador (medio tiempo)	200,00	213,60	228,12	243,64	260,20
MENSUAL	566,00	604,49	645,59	689,49	736,38
ANUAL	\$ 6.792,00	\$ 7.253,86	\$ 7.747,12	\$ 8.273,92	\$ 8.836,55
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020
Salario Básico Unificado	6.792,00	7.253,86	7.747,12	8.273,92	8.836,55
Vacaciones	283,00	302,24	322,80	344,75	368,19
Aporte Patronal	825,23	881,34	941,27	1.005,28	1.073,64
Fondos de Reserva	-	604,25	645,33	689,22	736,08
Décimo Tercero	566,00	604,49	645,59	689,49	736,38
Décimo Cuarto	549,00	586,33	626,20	668,78	714,26
Total	\$ 9.015,23	\$ 10.232,51	\$ 10.928,32	\$ 11.671,45	\$ 12.465,10

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.7.4. Gastos Generales administrativas

Para poner en marcha el proyecto de crianza de cuyes se requieren de servicios básicos, insumos de aseo, materiales de oficina y gastos de constitución de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 60 Servicios Básicos Administrativos

Servicios Básicos Administrativos					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
RUBROS					
Agua Potable					
Cantidad (m3)	5,00	5,19	5,39	5,59	5,80
Precio	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Valor mensual	0,75	0,80	0,86	0,93	0,99
ANUAL	\$ 9,00	\$ 9,66	\$ 10,36	\$ 11,12	\$ 11,93
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	80	82,70	85,50	88,39	91,38
Precio	0,200	0,21	0,21	0,22	0,23
Valor mensual	16,00	17,10	18,28	19,53	20,87
ANUAL	\$ 192,00	\$ 205,20	\$ 219,30	\$ 234,38	\$ 250,49
Teléfono					
Cantidad (minutos)	70	72,37	74,81	77,34	79,95
Precio	0,07	0,07	0,07	0,08	0,08
Valor mensual	4,90	5,24	5,60	5,98	6,39
ANUAL	\$ 58,80	\$ 62,84	\$ 67,16	\$ 71,78	\$ 76,71
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,34	10,69	11,05	11,42
ANUAL	\$ 120,00	\$ 124,06	\$ 128,25	\$ 132,58	\$ 137,07
TOTAL	\$ 379,80	\$ 401,75	\$ 425,08	\$ 449,86	\$ 476,20

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 61 Materiales de oficina

Materiales de oficina						
AÑOS	RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
	Carpetas archivadoras					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Precio	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
	Valor	\$ 4,00	\$ 4,14	\$ 4,27	\$ 4,42	\$ 4,57
	Factureros					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Precio	11,00	11,37	11,76	12,15	12,56
	Valor	\$ 22,00	\$ 22,74	\$ 23,51	\$ 24,31	\$ 25,13
	Carpetas plásticas tipo sobre					
	Cantidad	4	4	4	4	4
	Precio	0,65	0,67	0,69	0,72	0,74
	Valor	\$ 2,60	\$ 2,69	\$ 2,78	\$ 2,87	\$ 2,97
	Basureros					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Precio	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71
	Valor	\$ 15,00	\$ 15,51	\$ 16,03	\$ 16,57	\$ 17,13
	Boligarfos					
	Cantidad	12	12	12	12	12
	Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
	Valor	\$ 3,00	\$ 3,10	\$ 3,21	\$ 3,31	\$ 3,43
	Papel Bond					
	Cantidad (resmas)	2	2	2	2	2
	Precio	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
	Valor	\$ 9,00	\$ 9,30	\$ 9,62	\$ 9,94	\$ 10,28
	Grapadora					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Precio	7,50	7,75	8,02	8,29	8,57
	Valor	\$ 15,00	\$ 15,51	\$ 16,03	\$ 16,57	\$ 17,13
	Perforadora					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Precio	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71
	Valor	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,05	\$ 11,42
	TOTAL	\$ 80,60	\$ 83,32	\$ 86,14	\$ 89,05	\$ 92,06

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 62 Materiales de aseo

Materiales de aseo						
DESCRIPCION		2016	2017	2018	2019	2020
1	Escobas					
	Cantidad	4	4	4	4	4
	Valor Unitario	1,10	1,14	1,18	1,22	1,26
	Valor anual	4,40	4,55	4,70	4,86	5,03
2	Detergente					
	Cantidad grande	4	4	4	4	4
	Valor Unitario	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71
	Valor anual	20,00	20,68	21,37	22,10	22,84
3	Trapeador					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Valor Unitario	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
	Valor anual	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57
4	Desinfectante					
	Cantidad galones	4	4	4	4	4
	Valor Unitario	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
	Valor anual	8,00	8,27	8,55	8,84	9,14
5	Recogedor de basura					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Valor Unitario	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
	Valor anual	6,00	6,20	6,41	6,63	6,85
	TOTAL	\$ 42,40	\$ 43,83	\$ 45,31	\$ 46,85	\$ 48,43

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.7.5. Gastos de Constitución

Estos gastos serán utilizados en el primer año para la constitución de la micro empresa por lo que se convierten en pre operativos y comprenden capacitación, estudios y diseños, derechos de planificación y permisos sanitarios, patente municipal, permiso bomberos, Registro Único de Contribuyentes y Registro Único Proveedores.

La capacitación se realizará al talento humano con respecto a las competencias que requieren para ejecutar el proyecto.

Tabla 63 Gastos de Constitución

Gastos de Constitución			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de constitución	\$ 150	\$ 150
1	Estudios y diseños	\$ 200	\$ 200
1	Patente	\$ 100	\$ 100
TOTAL			\$ 450,00

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 64 Proyección Gastos Administrativos

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios Básicos Administrativos	379,80	401,75	425,08	449,86	476,20
Materiales de aseo	42,40	43,83	45,31	46,85	48,43
Materiales de oficina	80,60	83,32	86,14	89,05	92,06
Gastos Constitución	450,00				
Sueldos Administrativos	9.015,23	10.232,51	10.928,32	11.671,45	12.465,10
TOTAL	\$ 9.968,03	\$10.761,42	\$11.484,85	\$12.257,21	\$13.081,80

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.7.6. Gastos de ventas

Sirven para cumplir con estrategias empresariales y planes de mercadeo para la correcta comercialización y distribución del producto al consumidor potencial que son los salones y restaurantes que preparan este producto, para esto, ya que la microempresa recién esta funcionando no tendrá un vendedor, pero el gerente cumplirá las obligaciones que le correspondan y a los siguientes años según la necesidad se contratará un vendedor.

5.7.7. Gastos Generales de Ventas

La publicidad y propaganda es necesaria para promover y dar a conocer las bondades del producto de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 66 Gastos de Publicidad

Gastos de Publicidad					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
RUBROS					
Radio SKY	200	200	200	200	200
Cantidad(2 cuñas diarias)	\$ 2,25	\$ 2,33	\$ 2,40	\$ 2,49	\$ 2,57
Total	\$ 450,00	\$ 465,21	\$ 480,93	\$ 497,19	\$ 513,99
Flete	12	12	12	12	12
Cantidad unidad	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,05	\$ 11,42
Total	\$ 120,00	\$ 124,06	\$ 128,25	\$ 132,58	\$ 137,07
Tarjetas de presentación	1	1	1	1	1
Cantidad mil	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
Total	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
Hojas volantes					
Cantidad	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Unidad	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Total	\$ 20,00	\$ 20,68	\$ 21,37	\$ 22,10	\$ 22,84
total	\$ 620,00	\$ 640,96	\$ 662,62	\$ 685,02	\$ 708,17

Fuente: Investigación de campo.
Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.7.8. Proyección de Gastos de Ventas

Dentro de los gastos de ventas se consideran dos rubros como son: Gastos de Publicidad, y sueldos del talento humano de ventas.

Tabla 67 Resumen gastos publicidad.

Proyección Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Publicidad	620,00	640,96	662,62	685,02	708,17
Sueldos Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	\$ 620,00	\$ 640,96	\$ 662,62	\$ 685,02	\$ 708,17

Fuente: Investigación de campo.
Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.8. Gastos de Financieros

Los gastos financieros están en concordancia con los intereses bancarios producto de la amortización de la deuda. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo se realizará en el Banco Nacional de Fomento pues se supone que por ser una entidad estatal los intereses son los más bajos, para este efecto se utilizará la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 5.000 \text{ USD}$

Tasa interés mensual: $i = 0,009333$

Períodos: $n = 36 \text{ meses (3 años)}$

$$V_c = \frac{(10.000) (0,0091666) (1 + 0,0091666)^{36}}{[(1 + 0,093333)^{36} - 1]}$$

$$V_c = 163.69 \text{ USD}$$

La tasa de interés mensual se obtiene a partir del interés anual del 11 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 0,0916666% mensual, siendo una tasa de interés mensual de 0,0091666. Los 36 meses corresponden a los tres años puesto que la deuda se cancela en su totalidad en esa fecha y la ejecución del proyecto en estudio es a 5 años.

La tabla de amortización indica la cuota mensual e intereses, conforme se irá cancelando el capital, donde los primeros meses, se pagará el interés alto e irá rebajando conforme se pague el capital.

Tabla 68 Amortización de la deuda

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO/AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
INTERES	\$ 476.47	\$ 304.30	\$ 112.20	\$ -	\$ -	\$ 892.97
CAPITAL	\$ 1,487.85	\$ 1,660.03	\$ 1,852.12	\$ -	\$ -	\$ 5,000.00
TOTAL	\$ 1,964.32	\$ 1,964.32	\$ 1,964.32	\$ -	\$ -	\$ 5,892.97

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadir Montenegro.

Año: 2015.

Tabla 68 Interés anual de la deuda.

NRO	CUOTA FIJA	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	\$ 163.69	\$ 45.83	\$ 117.86	\$ 4,882.14
2	\$ 163.69	\$ 44.75	\$ 118.94	\$ 4,763.20
3	\$ 163.69	\$ 43.66	\$ 120.03	\$ 4,643.17
4	\$ 163.69	\$ 42.56	\$ 121.13	\$ 4,522.04
5	\$ 163.69	\$ 41.45	\$ 122.24	\$ 4,399.80
6	\$ 163.69	\$ 40.33	\$ 123.36	\$ 4,276.43
7	\$ 163.69	\$ 39.20	\$ 124.49	\$ 4,151.94
8	\$ 163.69	\$ 38.06	\$ 125.63	\$ 4,026.31
9	\$ 163.69	\$ 36.91	\$ 126.79	\$ 3,899.52
10	\$ 163.69	\$ 35.75	\$ 127.95	\$ 3,771.57
11	\$ 163.69	\$ 34.57	\$ 129.12	\$ 3,642.45
12	\$ 163.69	\$ 33.39	\$ 130.30	\$ 3,512.15
13	\$ 163.69	\$ 32.19	\$ 131.50	\$ 3,380.65
14	\$ 163.69	\$ 30.99	\$ 132.70	\$ 3,247.94
15	\$ 163.69	\$ 29.77	\$ 133.92	\$ 3,114.02
16	\$ 163.69	\$ 28.55	\$ 135.15	\$ 2,978.87
17	\$ 163.69	\$ 27.31	\$ 136.39	\$ 2,842.49

18	\$ 163.69	\$ 26.06	\$ 137.64	\$ 2,704.85
19	\$ 163.69	\$ 24.79	\$ 138.90	\$ 2,565.95
20	\$ 163.69	\$ 23.52	\$ 140.17	\$ 2,425.78
21	\$ 163.69	\$ 22.24	\$ 141.46	\$ 2,284.32
22	\$ 163.69	\$ 20.94	\$ 142.75	\$ 2,141.57
23	\$ 163.69	\$ 19.63	\$ 144.06	\$ 1,997.50
24	\$ 163.69	\$ 18.31	\$ 145.38	\$ 1,852.12
25	\$ 163.69	\$ 16.98	\$ 146.72	\$ 1,705.41
26	\$ 163.69	\$ 15.63	\$ 148.06	\$ 1,557.35
27	\$ 163.69	\$ 14.28	\$ 149.42	\$ 1,407.93
28	\$ 163.69	\$ 12.91	\$ 150.79	\$ 1,257.14
29	\$ 163.69	\$ 11.52	\$ 152.17	\$ 1,104.97
30	\$ 163.69	\$ 10.13	\$ 153.56	\$ 951.41
31	\$ 163.69	\$ 8.72	\$ 154.97	\$ 796.43
32	\$ 163.69	\$ 7.30	\$ 156.39	\$ 640.04
33	\$ 163.69	\$ 5.87	\$ 157.83	\$ 482.21
34	\$ 163.69	\$ 4.42	\$ 159.27	\$ 322.94
35	\$ 163.69	\$ 2.96	\$ 160.73	\$ 162.21
36	\$ 163.69	\$ 1.49	\$ 162.21	\$ 0.00
TOTALES	\$ 5,892.97	\$ 892.97	\$ 5,000.00	

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Yadira Montenegro.

Año: 2015.

5.9. Depreciaciones

De acuerdo al artículo 28 inciso 6, del Reglamento para la Aplicación del Régimen Tributario Interno los activos de Propiedad Planta y Equipo se deprecian tomando en cuenta los siguientes parámetros. “La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la

naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos”.

Tabla 38 Depreciaciones

Activos Fijos	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares.	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles.	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20%
Equipos de Cómputo y Software.	33%

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: Yadira Montenegro

Año: 2016

Tabla 39 Resumen gasto depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
Nº	DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
	ÁREA ADMINISTRATIVA							
1	TERRENO							\$ 3,000.00
2	EDIFICIO	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 3,750.00	\$ 11,250.00
3	MUEBLES DE OFICINA	\$ 46.50	\$ 46.50	\$ 46.50	\$ 46.50	\$ 46.50	\$ 232.50	\$ 232.50
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	\$ 390.00	\$ 390.00	\$ 390.00			\$ 1,170.00	\$ -
6	Reinversión Equipos de computación				\$ 390.00	\$ 390.00	\$ 780.00	\$ 390.00
	subtotal	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 5,932.50	\$ 14,872.50
	INVERSIONES OPERATIVAS							
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 55.00	\$ 55.00
3	EQUIPOS DE SEGURIDAD	\$ 92.00	\$ 92.00	\$ 92.00	\$ 92.00	\$ 92.00	\$ 460.00	\$ 460.00
	Subtotal	\$ 103.00	\$ 103.00	\$ 103.00	\$ 103.00	\$ 103.00	\$ 515.00	\$ 515.00
	TOTAL USD	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 6,447.50	\$ 15,387.50

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: Yadira Montenegro

Año: 2016

Tabla 40 Bienes

NRO.	BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
	ÁREA ADMINISTRATIVA				
1	TERRENO				\$ 3,000.00
1	EDIFICIO	5%	20 AÑOS		\$ 15,000.00
2	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		\$ 465.00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33.33%	3 AÑOS		\$ 1,170.00
5	Reinversión Equipos de computación	33.33%	3 AÑOS	1,170.00	
	ÁREA DE VENTAS				
	INVERSIONES OPERATIVAS				
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	10%	10 AÑOS		\$ 110.00
3	EQUIPOS DE SEGURIDAD	10%	10 AÑOS		\$ 920.00
	TOTAL USD			1,170.00	\$ 20,665.00

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: Yadira Montenegro

Año:2016

5.10. Presupuesto de egresos

Es necesario consolidar todos los egresos que son los costos y gastos requeridos y el objetivo de esta tabla es calcular el costo beneficio de la microempresa en estudio.

Tabla 41 Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ ANOS	2016	2017	2018	2019	2020
GASTO PERSONAL					
Mano de Obra Directa	\$ 6,023.63	\$ 6,823.97	\$ 7,288.00	\$ 7,783.58	\$ 8,312.86
Remuneraciones Administrativas	\$ 9,015.23	\$ 10,232.51	\$ 10,928.32	\$ 11,671.45	\$ 12,465.10
TOTAL	\$ 15,038.86	\$ 17,056.48	\$ 18,216.32	\$ 19,455.03	\$ 20,777.97
COSTOS Y GASTOS					
Materia Prima Directa	\$ 10,125.00	\$ 14,654.12	\$ 15,906.90	\$ 17,266.78	\$ 18,742.91
Costos Indirectos Producción	\$ 2,674.70	\$ 3,201.53	\$ 3,492.17	\$ 3,712.69	\$ 4,009.01
Gastos Administrativos	\$ 952.80	\$ 528.91	\$ 556.53	\$ 585.76	\$ 616.70
Gastos de ventas	\$ 620.00	\$ 640.96	\$ 662.62	\$ 685.02	\$ 708.17
Gastos Financieros	\$ 476.47	\$ 304.30	\$ 112.20	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 14,848.97	\$ 19,329.81	\$ 20,730.42	\$ 22,250.25	\$ 24,076.79
CAPITAL TRABAJO ANUAL	\$ 4,981.30				
Depreciaciones	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50
Utilidades trabajadores	\$ (267.15)	\$ 769.01	\$ 984.13	\$ 1,227.85	\$ 1,477.19
Impuesto Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PRESUPUESTO	\$ 30,910.18	\$ 38,444.79	\$ 41,220.36	\$ 44,222.62	\$ 47,621.45

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: Yadira Montenegro

Año: 2016

5.11. Estados financieros presupuestados

Los estados financieros proyectados es el resultado de los presupuestos de ingresos, inversiones y costos y gastos que se espera se generan durante la vida útil del proyecto.

5.11.1. Estado de Situación Inicial

El estado de Situación Inicial proforma está enlazado al resumen de inversiones fijas y variables en donde constan los activos como el capital de trabajo que es el equivalente al efectivo y Propiedad Planta y Equipo, y dentro del pasivo está el préstamo bancario y el patrimonio compuesto por el capital propio.

Tabla 42 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>Obligaciones con Instituciones Financieras</u>	
Propiedad del Proyecto			
	\$ 2,490.65		
<u>Efectivo y equivalente del efectivo</u>	\$ 2,490.65		
Bancos (capital de trabajo)	\$ 2,490.65	Obligación Largo Plazo	\$5,000.00
	<hr/>		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 20,665.00		
<u>Administrativos</u>		TOTAL PASIVO	\$ 5,000.00
TERRENO	\$ 3,000.00		
EDIFICIO	\$15,000.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 465.00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	\$ 1,170.00		
-		PATRIMONIO	\$ 18,155.65
		Inversión Propia	<u>\$ 18,155.65</u>
<u>Producción</u>		TOTAL PATRIMONIO	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 110.00		
EQUIPOS DE SEGURIDAD	\$ 920.00		
	<hr/>		
TOTAL ACTIVO	\$ 23,155.65	TOTAL PASIVO + OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 23,155.65

Elaborado por: Yaditra Montenegro
Año:2016

5.11.2. Estados de Resultados Integral

Este estado de resultados refleja los ingresos por la venta del producto que son la venta de cuyes y a la vez la venta de abono orgánico, y todos los costos y gastos, así como las utilidades que va generar en los años futuros siendo la base para realizar la evaluación financiera y económica del proyecto.

Tabla 43 Proyección Costos de Producción

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima Directa	\$ 10,125.00	\$ 14,654.12	\$ 15,906.90	\$ 17,266.78	\$ 18,742.91
Mano de Obra Directa	\$ 6,023.63	\$ 6,823.97	\$ 7,288.00	\$ 7,783.58	\$ 8,312.86
Costos Indirectos de Producción	\$ 2,674.70	\$ 3,201.53	\$ 3,492.17	\$ 3,712.69	\$ 4,009.01
TOTAL	\$ 18,823.33	\$ 24,679.61	\$ 26,687.06	\$ 28,763.05	\$ 31,064.79
ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2,016	2,017	2,018	2,019	2,020
VENTAS PROYECTADAS	\$ 29,293.32	\$ 42,699.50	\$ 46,694.10	\$ 51,077.42	\$ 55,889.17
VENTAS NETAS	\$ 29,293.32	\$ 42,699.50	\$ 46,694.10	\$ 51,077.42	\$ 55,889.17
(-) Costos de Operativo o de producción	\$ 18,823.33	\$ 24,679.61	\$ 26,687.06	\$ 28,763.05	\$ 31,064.79
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 10,469.99	\$ 18,019.89	\$ 20,007.05	\$ 22,314.37	\$ 24,824.38
GASTOS ADMINISTRACION	\$ 11,154.53	\$ 11,947.92	\$ 12,671.35	\$ 13,443.71	\$ 14,268.30
Servicios Básicos Administrativos	\$ 379.80	\$ 401.75	\$ 425.08	\$ 449.86	\$ 476.20
Materiales de aseo	\$ 42.40	\$ 43.83	\$ 45.31	\$ 46.85	\$ 48.43
Materiales de oficina	\$ 80.60	\$ 83.32	\$ 86.14	\$ 89.05	\$ 92.06
Gastos Constitución	\$ 450.00				
Sueldos Administrativos	\$ 9,015.23	\$ 10,232.51	\$ 10,928.32	\$ 11,671.45	\$ 12,465.10
Gastos depreciación	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50	\$ 1,186.50
GASTOS VENTAS	\$ 620.00	\$ 640.96	\$ 662.62	\$ 685.02	\$ 708.17
Gastos Personal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Publicidad	\$ 620.00	\$ 640.96	\$ 662.62	\$ 685.02	\$ 708.17
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ (1,304.54)	\$ 5,431.02	\$ 6,673.07	\$ 8,185.65	\$ 9,847.91
GASTOS FINANCIEROS	\$ 476.47	\$ 304.30	\$ 112.20	\$ -	\$ -
Intereses Pagados	\$ 476.47	\$ 304.30	\$ 112.20	\$ -	\$ -

UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	\$ (1,781.01)	\$ 5,126.72	\$ 6,560.87	\$ 8,185.65	\$ 9,847.91
Participación trabajadores 15 %	\$ (267.15)	\$ 769.01	\$ 984.13	\$ 1,227.85	\$ 1,477.19
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	\$ (1,513.86)	\$ 4,357.71	\$ 5,576.74	\$ 6,957.80	\$ 8,370.72
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD O PERDIDA NETA	\$ (1,513.86)	\$ 4,357.71	\$ 5,576.74	\$ 6,957.80	\$ 8,370.72

Elaborado por: Yadira Montenegro
Año: 2016

Tabla 44 Cálculo Impuesto para el quinto año

Cálculo Impuesto para el quinto año				
	base imponible	fracción básica	excedente	total
\$	8,370.72	\$ -	\$ -	
	valor a pagar	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: Yadira Montenegro
Año: 2016

Tabla 45 Ejercicio 2016

Ejercicio 2016			
Fracción Básica	Exceso sobre la fracción Básica	Impuesto sobre la fracción básica	Impuesto sobre la fracción básica excedente
\$ -	\$11,170.00	-	0%
\$11,170.00	\$14,240.00	-	5%
\$14,240.00	\$17,800.00	\$153.00	10%
\$17,800.00	\$21,370.00	\$509.00	12%
\$21,370.00	\$42,740.00	\$938.00	15%
\$42,740.00	\$64,090.00	\$4,143.00	20%
\$64,090.00	\$85,470.00	\$8,413.00	25%
\$85,470.00	\$113,940.00	\$13,758.00	30%
\$113,940.00	En adelante	\$22,299.00	35%

Elaborado por: SRI
Año: 2016

5.9.3. Estado de Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación del efectivo o activos líquidos en un periodo determinado, por ende, constituye un indicador significativo de liquidez de la micro empresa. El flujo de efectivo se analiza a través del Estado de Flujo de Caja y dentro del proyecto es uno de los principales insumos para la evaluación financiera.

Se obtienen saldos finales positivos de caja en todos los años permitiendo cubrir operaciones normales desde el inicio y cumplir con sus obligaciones financieras con holgura.

Tabla 46 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
Capital propio	\$ (18,155.65)					
Capital Financiado	\$ (5,000.00)					
INVERSION TOTAL	\$ (23,155.65)					
Utilidad del Ejercicio		\$ (1,513.86)	\$ 4,357.71	\$ 5,576.74	\$ 6,957.80	\$ 8,370.72
(+) Depreciaciones		\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50
TOTAL DE INGRESOS		\$ (224.36)	\$ 5,647.21	\$ 6,866.24	\$ 8,247.30	\$ 9,660.22
Egresos						
Pago de deuda		\$ 1,487.85	\$ 1,660.03	\$ 1,852.12	\$ -	\$ -
Reinversión					\$ 1,170.00	
(-) Total de egresos		\$ 1,487.85	\$ 1,660.03	\$ 1,852.12	\$ 1,170.00	\$ -
(+) Recuperación efectivo						\$ 2,490.65
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						\$ 15,387.50
FLUJO NETO	\$ (23,155.65)	\$ (1,712.21)	\$ 3,987.19	\$ 5,014.12	\$ 7,077.30	\$ 27,538.38

Elaborado por: Yadir Montenegro
Año: 2016

RECUPERACION EFECTVA	
O CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2,490.65
RECUPERACION ACTIVOS	
O SALDO EN LIBROS	\$ 15,387.50
TOTAL	\$ 17,878.15

5.12. Evaluación Financiera

La Evaluación Financiera tiene como objetivo calcular y estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa de crianza de cuyes , para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son:

Valor Actual neto, (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo y Período de recuperación, Punto de Equilibrio y Análisis de Sensibilidad.

5.12.1. Tasa de Rendimiento Medio

Viene de dos financiamientos el efectivo perdido en el préstamo y la tasa por el riesgo que el inversionista aporta por el capital propio invertido.

El inversionista para tomar una decisión de ejecutar el proyecto, exigen una tasa mínimo margen de ganancia sobre la inversión que efectúa, conocida como Costo de Oportunidad, esta tasa se espera que sea por lo menos igual al costo promedio ponderado de una institución de crédito que puede pagar por una póliza de acumulación anual.

El costo de oportunidad está constituido por el porcentaje ponderado de interés que produciría el capital propio y financiado en el mercado financiero, si la inversión propia se invertiría a plazo fijo generara un rendimiento financiero del 7.50 % de interés anual que le pagarían sobre inversiones a largo plazo, sumado el interés del crédito bancario realizado en el Banco Nacional de Fomento costará un 11 % de interés anual.

Es el porcentaje de ganancia o rendimiento mínimo que se espera obtener de la inversión en el proyecto, que es mayor o igual a su costo de oportunidad.

Para determinar la tasa de descuento se consideró la inversión total, sus fuentes de financiamiento y la tasa de inflación al 2015 que es del 3,38%.

Tabla 47 Cálculo del costo oportunidad y tasa de rendimiento medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO		
INV. PROPIA	\$ 18,155.65	78.41	7.5	\$ 588.05		
INV. FINANCIERA	\$ 5,000.00	21.59	11.00	\$ 237.52		
TOTAL	\$ 23,155.65	100%		\$ 825.58	8.26	0.0826
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0338)(1+0.0833)-1$		0.1191	11.91	BASE INFLACIÓN	3.38%

Elaborado por: Yadira Montenegro

Año: 2016

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

Datos:

CK (Costo de oportunidad)= 8,84%

IF (Inflación) = 3, 38%

Formula:TRM= $(1+CK) (1+IF)-1$ TRM= $(1+0.0338) (1+0.0338)-1$

TRM=0.1191

TRM=11.91%**5.12.2. Valor Actual Neto**

Al valor presente se le considera que es el valor presente de ingresos menos el valor presente de egresos dando como saldo un valor presente.

VPN > 0, recomendable

VPN = 0, indiferente

VPN < 0, no recomendable

Es el valor efectivo que resulta de restar la suma de los flujos actualizados descontados a la inversión inicial.

Tabla 48 Flujos netos actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	FCA
1	\$ (1,712.21)	0.89	\$ (1,529.92)
2	\$ 3,987.19	0.80	\$ 3,183.40
3	\$ 5,014.12	0.71	\$ 3,577.11
4	\$ 7,077.30	0.64	\$ 4,511.47
5	\$ 27,538.38	0.57	\$ 15,685.58
	\$ 41,904.77		\$ 25,427.64

Elaborado por: Yadira Montenegro
Año: 2016

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN			
VAN =	25,427.64	-23,155.65	2,271.98
			VAN

$$VAN = -23155.65 \text{ USD} + \left[\frac{-1712.21}{(1+0,1191)^1} + \frac{3987.19}{(1+0,1191)^2} + \frac{5014.12}{(1+0,1191)^3} + \frac{7077.30}{(1+0,1191)^4} + \frac{27538.38}{(1+0,1191)^5} \right]$$

VAN= \$ 2 271.98

5.12.3. Tasa Interna de Retorno

Con la Tasa Interna de Retorno se mide si el proyecto es suficiente para compensar la tasa de desgaste que es la Tasa de Rendimiento Medio considerando que para que sea rentable debe tener más de un 10% de diferencia.

La TIR representa la rentabilidad promedio por período esperada que genere el proyecto de inversión. También es la tasa de descuento pretendida para que el Valor Actual Neto sea

igual a cero.

Tabla 49 Flujos netos actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 27 %	VAN NEGATIVO 29 %
0	\$ (23,155.65)	\$ (23,155.65)	\$ (23,155.65)
1	\$ (1,712.21)	\$ (1,348.20)	\$ (1,327.29)
2	\$ 3,987.19	\$ 2,472.06	\$ 2,396.00
3	\$ 5,014.12	\$ 2,447.84	\$ 2,335.74
4	\$ 7,077.30	\$ 2,720.53	\$ 2,555.69
5	\$ 27,538.38	\$ 8,335.27	\$ 7,708.85
	\$ 18,749.12	\$ (8,528.15)	\$ (9,486.65)

Elaborado por: Yadira Montenegro
Año: 2016

Una vez obtenido el VAN positivo y negativo, se calcula la TIR, mediante la siguiente fórmula:

DATOS:

Tasa inferior: 27 %

Tasa superior: 29 %

VAN inferior: \$ (8 528.15)

VAN superior: \$ (9 486.65)

FÓRMULA:

$$TIR = Tasainf. + (Tasasup. - Tasainf.) \left(\frac{VAN_{TasaInferior}}{VAN_{TasaInf.} - VAN_{TasaSup.}} \right)$$

$$TIR = 27 + (29 - 27) \left(\frac{-8\,528.15}{-8\,528.15 + 9\,486.65} \right)$$

$$TIR = 27 - 17.79478352$$

$$TIR = 14.34 \%$$

El TIR calculada es del 14.34 % y es mayor a la tasa del costo de rendimiento medio es

del 11.91 %, afirmando la factibilidad económica del proyecto en estudio.

5.12.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

El plazo de recuperación de una inversión o período de repago señala el número de años necesarios para recuperar la Inversión Inicial Neta del proyecto en estudio, sobre las entradas de efectivo que genere cada período de su vida útil. La recuperación se la realizará en los 4 años 10 meses.

Tabla 50 Flujos netos actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERAC.
1	\$ (1,712.21)	\$ (1,529.92)	\$ (1,529.92)	\$ (1,529.92)
2	\$ 3,987.19	\$ 3,183.40	\$ 3,183.40	\$ 1,653.48
3	\$ 5,014.12	\$ 3,577.11	\$ 3,577.11	\$ 5,230.59
4	\$ 7,077.30	\$ 4,511.47	\$ 4,511.47	\$ 9,742.05
5	\$ 27,538.38	\$ 15,685.58	\$ 15,685.58	\$ 25,427.64
	\$ 41,904.77	\$ 25,427.64	\$ 25,427.64	

5.12.5. Costo Beneficio

Esta relación muestra el valor que tiene el proyecto en correspondencia a los ingresos y egresos actualizados. En el siguiente cuadro los ingresos y los egresos actualizados fueron calculados con la tasa de rendimiento del 11.91 %.

Será el indicador que señalará que utilidad se tiene con el costo que representa la inversión y se responde fundamentalmente a por cada dólar invertido, en el caso del presente proyecto el Costo Beneficio está dado que por cada dólar invertido retorna un dólar con diez centavos, gana 10 centavos extras.

Tabla 51 Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 29,293.32	\$ 30,910.18	\$ 26,174.66	\$ 27,619.38
2	\$ 42,699.50	\$ 38,444.79	\$ 34,091.63	\$ 30,694.63
3	\$ 46,694.10	\$ 41,220.36	\$ 33,311.91	\$ 29,406.90
4	\$ 51,077.42	\$ 44,222.62	\$ 32,559.59	\$ 28,189.96
5	\$ 55,889.17	\$ 47,621.45	\$ 31,833.92	\$ 27,124.70
TOTAL	\$ 225,653.52	\$ 202,419.40	\$ 157,971.70	\$ 143,035.57

BENEFICIO	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	$\frac{157,971.70}{143,035.57}$	=	1.10	COSTO BENEFICIO
COSTO					
POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,10 ES DECIR GANA 0,10					

5.12.6. Punto de Equilibrio

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Costos Fijos

Punto de Equilibrio = -----

Costos Variables

1 - -----

Ingresos

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= **18,377.63** USD

Costos variables: CV= **12,799.70** USD

Ingresos por ventas: IV= **32,639.39** USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

$$PEq = \frac{18\,377.63 \text{ USD}}{1 - (12\,799.70 \text{ USD} / 32\,639.39 \text{ USD})} = \$ \mathbf{32\,639.39}$$

Tabla 52 Proyección para el punto de equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
VENTAS	\$ 29,293.32	\$ 42,699.50	\$ 46,694.10	\$ 51,077.42	\$ 55,889.17
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones Administrativas	\$ 9,015.23	\$ 10,232.51	\$ 10,928.32	\$ 11,671.45	\$ 12,465.10
Mano de Obra Directa	\$ 6,023.63	\$ 6,823.97	\$ 7,288.00	\$ 7,783.58	\$ 8,312.86
Gastos de ventas	\$ 620.00	\$ 640.96	\$ 662.62	\$ 685.02	\$ 708.17
Gastos Administrativos	\$ 952.80	\$ 528.91	\$ 556.53	\$ 585.76	\$ 616.70
Gastos financieros	\$ 476.47	\$ 304.30	\$ 112.20	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50	\$ 1,289.50
TOTAL COSTO FIJO	\$ 18,377.63	\$ 19,820.14	\$ 20,837.17	\$ 22,015.31	\$ 23,392.33
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	\$ 10,125.00	\$ 14,654.12	\$ 15,906.90	\$ 17,266.78	\$ 18,742.91
Costos Indirectos Producción	\$ 2,674.70	\$ 3,201.53	\$ 3,492.17	\$ 3,712.69	\$ 4,009.01
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 12,799.70	\$ 17,855.64	\$ 19,399.06	\$ 20,979.47	\$ 22,751.93
PE DOLARES	\$ 32,639.39	\$ 34,065.16	\$ 35,646.51	\$ 37,360.85	\$ 39,453.44

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	\$ 29,293.32	\$ 42,699.50	\$ 46,694.10	\$ 51,077.42	\$ 55,889.17
COSTOS FIJOS	\$ 18,377.63	\$ 19,820.14	\$ 20,837.17	\$ 22,015.31	\$ 23,392.33
COSTOS VARIABLES	\$ 12,799.70	\$ 17,855.64	\$ 19,399.06	\$ 20,979.47	\$ 22,751.93
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 32,639.39	\$ 34,065.16	\$ 35,646.51	\$ 37,360.85	\$ 39,453.44

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2016	
$\text{PE (\$)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{18377.63}{0.56} = \mathbf{32,639.39 \text{ USD}}$	

DESCRIPCION	PRODUCTO	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	P.E CANTIDAD
CUYES PARA LA VENTA	\$ 4.050,00	79%	\$ 6,15	\$ 24.901,32	79%	\$ 25.785,12	4.194
ABONO ORGANICO	\$ 1.098,00	21%	\$ 4,00	\$ 4.392,00	21%	\$ 6.854,27	1.714
TOTAL	\$ 5.148,00	100%		\$ 24.901,32	100%	\$ 32.639,39	5.907

PUNTO EQUILIBRIO EN SERVICIOS Y DOLARES		
DESCRIPCION	PRODUCTO	DOLARES
CUYES PARA LA VENTA	4.194	\$ 25.785,12
ABONO ORGANICO	1.714	\$ 6.854,27
TOTAL	5.907	\$ 32.639,39

5.12.7. Resumen de la evaluación

Como resultado de la evaluación financiera se determina que el proyecto es rentable en todos sus indicadores.

Tabla 53 Análisis de sensibilidad

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	11,91%	Rendimiento del proyecto
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	14,34%	Se ejecuta el proyecto
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	\$ 2.271,98	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 4 AÑOS 10 MES	PROYECTO PRODUCTIVO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,10	POR CADA DÓLAR GANA 0,10
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 25.785,12	PARA NO GANAR NI PERDER
			5907	CUYES
7	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 6.854,27	PARA NO GANAR NI PERDER
			1714	ABONO ORGÁNICO

CAPÍTULO VI

6.1. Propuesta Administrativa

Una microempresa se estructura de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de esta organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

En la actualidad, el mejoramiento de las prácticas administrativas busca obtener resultados productivos de la más alta calidad, no sólo con el fin de ofrecer el mejor producto sino también brinda el mejor servicio integral a sus clientes, considerando que la empresa será evaluada fundamentalmente por la atención y servicio que proporcione, acompañado del producto vendido.

En esta parte del proyecto se detalla todos los aspectos que tienen relación con la estructura de la organización funcional de la microempresa.

6.2. Objetivo

Realizar la propuesta administrativa de la micro empresa con la finalidad de administrar recursos humanos, financieros y económicos a fin de manejar eficiente y económicamente el cumplimiento de los objetivos empresariales.

6.3. Conformación De La Micro-Empresa

Para iniciar con el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de Cuyes en la Comunidad de Cuesaca, se prevee cumplir con ciertos requisitos es decir presentar ciertos documentos y además cumplir con una serie de requisitos

que garantizan su funcionamiento legal.

6.3.1. Constitución legal

La microempresa se llama: “Empresa productora y comercializador de Cuyes S.A”, ya que es Unipersonal tiene una sola propietaria denominado micro empresario, el cual es responsable del manejo de la empresa y el financiamiento es propio y financiado.

Es una microempresa porque cumple con las siguientes características:

- La propietaria de la microempresa laboran en la misma institución.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias

6.3.2. Permisos de funcionamiento

- **El registro único de contribuyente (RUC)**

Requisitos

Cédula de representante legal

Copia de certificado de votación

Recibo de pago de agua, luz, teléfono

- **Patente municipal**

Requisitos

Recibo del último pago del impuesto predial

Copia del RUC

Documentos personales del representante legal

- **Otros Requisitos**

Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.

Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.

Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.

Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

6.4. Misión

Promover y fortalecer en el norte del Ecuador, la producción y comercialización de cuyes, entregando cuyes de alta calidad, satisfaciendo las necesidades del consumidor; con lo cual contribuye positivamente a la economía del país.

6.5. Visión

En los próximos 5 años la microempresa alcanzará el liderazgo en la producción y comercialización de cuyes en la región norte del País, ofertando cuyes de calidad garantizada y con oportunidad de abastecimiento del mercado.

6.6. Políticas De La Microempresa

En la microempresa, se define algunas políticas que sus integrantes cumplir y lograr un óptimo funcionamiento micro-empresarial.

- Trabajo en equipo

- Toma de decisiones consensuada
- Estimular la capacitación de los integrantes para lograr mejores niveles de productividad
- Generar una buena imagen por la calidez y la atención al cliente

6.7. Principios Y Valores

Liderazgo.- Cada uno de los integrantes de la organización; tanto los trabajadores como los directivos tendrán que asumir un liderazgo positivo a fin de alcanzar los objetivos microempresariales

Responsabilidad.- Tomar su cargo con responsabilidad y desarrollar un trabajo de calidad.

Compromiso.- Comprometerse totalmente con la microempresa dando todo por alcanzar la visión que llevara al éxito

Excelencia.- Demostrar en su trabajo la eficiencia y efectividad con la que realiza sus actividades.

Integridad y justicia.- Dar una estimulación o reconocimiento justo a los empleados para incentivar a que se superen cada día.

Ética.- Práctica de valores humanos.

6.8. Valores

- Calidad
- Puntualidad

- Responsabilidad Social
- Respeto
- Compromiso con la Organización

6.9. Estructura Orgánica

La estructura organizacional, el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con este proceso las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización.

La estructura organizacional es la disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de la estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de la microempresa para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación de la producción de la empresa.

6.9.1 Organigrama Estructural

Gráfico 20 Organigrama estructural



Fuente: Información de campo.
Autor: Yadira Montenegro
Año: 2015

6.9.2. Manual De Funciones

Administración Gerencial

Cargo: GERENTE

Funciones Principales

- Ser el representante legal de la microempresa.
- Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias de los trabajadores de la micro-empresa.
- Dirigir la elaboración del plan estratégico de la microempresa.
- Conocer la situación financiera de la microempresa y aprobar el informe anual presentado por el contador.
- Controlar y despedir al personal de las diferentes áreas de la microempresa.
- Aplicar y supervisar el cumplimiento de leyes, reglamentos, y normas de control interno.
- Planificar y ejecutar cronogramas de actividades de producción.
- Solucionar problemas de producción.
- Controlar detalladamente el consumo de materia prima, uso de mano de obra, cantidad de producto terminado, pérdidas en tiempo de operación, consumos de energía.
- Entrenar a los obreros.
- Presentar reportes a gerencia de análisis y sugerencias para mejorar y corregir el sistema productivo.
- Programar las ventas para el cumplimiento de objetivos planteados.
- Convencer al cliente para que adquiera el producto.
- Establecer estrategias de ventas.

Area de Contabilidad

Cargo: Jefe de Contabilidad

Funciones Principales

Naturaleza del Cargo: Manejo económico financiero de la empresa, encargado de programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las operaciones contables.

Funciones Principales.

- Planificar la ejecución de las labores contables de la micro empresa, y supervisar el adecuado registro de las transacciones económicas financieras en forma oportuna.
- Presentar informes oportunos de la situación económica financiera de la microempresa.
- Desarrollar la contabilidad de acuerdo al sistema contable de la microempresa.
- Revisar y legalizar facturas, roles de pago y demás documentos que requieran un registro contable.
- Realizar el pago oportuno de impuestos y tributos.
- Revisar y legalizar los estados financieros.
- Presentar estados financieros anuales al Gerente para su aprobación.
- Realizar toma física de inventarios cada seis meses, y a fin de año para el cierre del ejercicio.

Operarios

Cargo : Nivel Operativo

Naturaleza del cargo: recurso humano responsable de realizar labores de crianza de cuyes. Clasificar la materia prima, mantener limpio el área de crianza, y otras actividades relacionadas

a su cargo.

Funciones Principales

- Desarrollar las diferentes labores de crianza de cuyes
- Limpiar y alimentar
- Y demás disposiciones que asigne el jefe de producción.

CAPÍTULO VII

7.1. Objetivo

Identificar los principales impactos que generarán en la implementación de este proyecto en los ambitos económico, social, empresarial.

7.2. Impactos

En el desarrollo de una microempresa, se prevee alcanzar impactos tanto positivos como negativos en su entorno de incidencia; por lo que para contrarrestar los posibles efectos negativos que se presenten en el desarrollo del proyecto se ha provisto un plan de contingencia.

Por ello para medir los impactos generados en este proceso de producción y comercialización de cuyes en la comunidad de Cuesaca se trabajó con la siguiente matriz académica.

Tabla 54 Matriz De Valoración De Impactos

POSITIVO	NIVEL
1	Impacto a bajo positivo
2	Impacto Medio positivo
3	Impacto Alto positivo
NEGATIVO	NIVEL
-1	Impacto Bajo negativo
-2	Impacto Medio negativo
-3	Impacto Alto negativo

Fuente: Información de campo.

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Tabla 55 Impacto Económico

FACTORES	-	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Inversión							X	3
Ingresos							X	3
Producción							X	3
Efecto						X		2
TOTAL						2	9	11

Fuente: Información de campo.

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Análisis:

Inversión

Se estima un efecto positivo alto en la inversión ya que al invertir un capital para el proyecto, permite que con esto se logre obtener mejor provecho y obtener aprovechamiento de los recursos financieros invertidos.

Ingresos

El funcionamiento de esta microempresa, generará un impacto positivo alto en el nivel de ingresos que percibirán los integrantes de la familia involucra en el proyecto; ya que con la crianza y comercialización de los cuyes no solo se beneficia la familia dueña de la microempresa, sino que también la comunidad en general se sentirá atraída por invertir en este importante sector.

Producción

Con la puesta en marcha del presente proyecto y mientras funcione esta iniciativa, se prevee

obtener un alto nivel de la producción, lo que significa que genera un impacto positivo alto para el sector; porque la microempresa constantemente pondrá en funcionamiento estrategias de producción de alto nivel.

Efecto multiplicador.

Al promover el funcionamiento del proyecto se genera un efecto positivo porque al generar mayores índices de producción e ingresos, teniendo en cuenta un direccionamiento efectivo a mejorar los niveles de vida a las familias que involucran el desarrollo del proyecto.

Tabla 56 Impacto social

Factores	-	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuentes de trabajo						X		2
Consumo						X		2
Mejor calidad de vida						X		2
Total						6		6

Fuente: Información de campo.

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Análisis:

Fuentes de trabajo

La actividad micro-empresarial, generará nuevas fuentes de trabajo para los integrantes de la familia involucrada en el proyecto y la comunidad por lo que producirá un impacto medio

positivo para el sector, permite a las personas tener una fuente de trabajo que le permita cubrir sus necesidades.

Consumo

Una vez generado el proyecto traerá consigo impacto positivo porque abastecerá a la demanda insatisfecha de la provincia del Carchi.

Mejor calidad de vida

Con la creación de una micro-empresa en la comunidad de Cuesaca, se estaría fortaleciendo la economía local y por ende se tiene una mejor calidad de vida para los involucrados en el proyecto y los que forman parte del efecto multiplicador del proyecto, por lo que se tiene un impacto medio positivo.

Tabla 57 Impacto empresarial

Factores	-	-2	-1	0	1	2	3	Total
Comercialización							X	3
Estrategias de mercado						X		2
competencia							X	3
Total						2	6	8

Fuente: Información de campo.

Autor: Yadira Montenegro

Año: 2015

Comercialización

La ejecución de este proyecto permitirá el desarrollo de una nueva empresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes.

Estrategias de mercado

La constitución de cualquier organización establece la elaboración de estrategias que permiten permanecer y posicionarse en el mercado.

Competencia

Las empresas deben estar preparadas a enfrentar la competencia que se presente, convirtiéndose en una oportunidad para aprender, y ser cada día mejores, para lo cual es importante mantener un producto de calidad acorde a las exigencias del mercado, y la satisfacción del cliente.

CONCLUSIONES

- Se concluyó que la situación actual de la producción y comercialización de cuyes se lo realiza de forma casera, no existe criadero de cuyes tecnificados, por tal razón el proyecto es factible para su ejecución identificando condiciones óptimas para la implementación de la empresa de producción de cuyes, así como también la escasa competencia local, hacen que la propuesta de creación de la empresa sea muy atractiva y recomendable.
- El desarrollo del estudio de mercado proporcionó valiosa información relacionada a la demanda y oferta del producto en la ciudad de Bolívar, Comunidad de Cuesaca y permitió hacer un análisis preliminar de la demanda potencial insatisfecha de cuyes, que puede ser captada por la nueva empresa a constituirse.
- El estudio técnico permite conocer y aplicar los recursos que el proyecto necesita para su ejecución permitiendo también analizar y decidir una óptima localización, el tamaño y la distribución física de ésta microempresa, de igual manera se define el equipo y materiales de trabajo, mano de obra con la que contará la microempresa para el normal desenvolvimiento micro empresarial.
- El estudio financiero permite elaborar los presupuestos de ingresos, y presupuestos de costos y gastos con los cuales se elaborarán los estados financieros de Situación Inicial, de Resultados, y de Flujo de Caja con los que se elaboró la evaluación financiera determinando la rentabilidad económica del proyecto.
- En lo referente a la estructura organizacional, ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa según los fines y objetivos de la empresa a instalarse, se desprenden todos

los aspectos administrativos estratégicos, para conseguir el éxito organizacional y funcional de la nueva organización productiva.

- El nivel de impactos que generará el proyecto representan un valor positivo, en el ámbito económico, social, y empresarial. Esto representa una ventaja para la empresa..

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar el proyecto en el lugar establecido pues tiene todos los servicios básicos y materia prima a disposición.
- Aprovechar la demanda por satisfacer, mediante una producción de calidad, optimizando al máximo los recursos de los que dispone, alcanzando eficiencia, efectividad y eficacia en las áreas. Empleando canales de distribución y publicidad adecuados, de manera que se logre el posicionamiento del producto en el mercado, tomando en cuenta que el cuy tiene gran valor nutricional para el ser humano.
- La crianza de cuyes se debe realizar con buenas normas de calidad para obtener un producto competitivo en el mercado y llevar un registro para su ciclo de vida, y así mantener un producto saludable y evitar la mortalidad de los mismos.
- Implementar controles internos y evaluaciones económicas y financieras periódicas que permitan conocer el rendimiento organizacional y tomar decisiones oportunas, a fin de cumplir con los indicadores programados además la actividad productiva propuesta garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto, con esto se lograría mejorar un crecimiento empresarial.
- Trabajar en equipo e implementar un plan de capacitación anual para que el talento humano este actualizado y motivado, además difundir al talento humano la filosofía, plan estratégico.
- Se deberá minimizar los impactos negativos y generar impactos positivos, procurando que sean de utilidad para la microempresa y por ende para la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, E. C. (2009). *Diseño y gestión de Microempresas*. CODEU.
- Andes, A. d. (2014). *www.andes.info.ec*. Recuperado el 7 de 01 de 2016, de www.andes.info.ec: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/crianza-cuyes-mueve-economia-turismo-norte-ecuador.html>
- Angel, G. E. (2014). Manejo de cuyes. *Manual de manejo de animales menores*, 18, 19, 20, 22,23, 24.
- Anzola Rojas, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. McGraw Hill.
- Bolívar, G. (01 de 01 de 2015). *www.municipiobolivar.gob.ec/*. Recuperado el 08 de 03 de 2015
- Bustamante, E. S. (2009). *La empresa*. El Cid Editor apuntes.
- comercio, d. e. (s.f.). <http://www.elcomercio.com/actualidad/descendientes-pastos-promueven-crianza-cuyes.html>. Recuperado el 08 de 01 de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/descendientes-pastos-promueven-crianza-cuyes.html>.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Cueva, R. A. (2010). *marketing: enfoque américa latina: prentice hall*.
- Días, A. (2008). Iniciaciación del Proyecto. En A. Días, *Iniciaciación del Proyecto*. Grupo editorial Alfa Omega México .
- Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.
- Fermini, L. A. (2014). *Administración y Organización*. Perú.
- Fernandez Luna, G. M. (2010). *Formulación y evalaución de proyectos de inversión*. Instituto Politecnico Nacional.

- FINANZAS, E. (01 de 01 de 2015). (http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_INSATISFECHA.htm). Recuperado el 7 de 07 de 2014
- Fleitman, J. (2009). *Evaluación integral para implantar modelos de calidad, Mexico: pax Mexico*. Mexico.
- Jairo Murcia, F. N. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Alfaomega Grupo Editor.
- Jaramillo, M. P. (2009). *Costos I*. Ecuador: Segunda Edición.
- Jorge, E. C., & Fischer de la Vega, L. E. (2011). *mercadotecnia*.
- Lerner, J. J. (2011). *Introducción a la administración y organización de empresas*. McGraw - Hill Interamericana.
- marcial, c. p. (2011). *formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Meza Orozco, J. J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Meza, J. d. (2013). *evaluación financiera de proyectos (sil) (3era. ed)*. ecoe ediciones.
- Orozco, J. d. (2010). *evaluación financiera de proyectos*. Colombia: ecoe ediciones.
- Ruiz, C. J. (2011). *formulación y evaluación de planes de negocios*. ediciones de la U.
- Santesmases Mestre, M. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. Larousse-grupo editorial patria.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*. McGraw-Will.
- Usca, J. (1998). Chimborazo.
- Valdivieso, M. B. (2013). *Contabilidad General*. Quito.
- Vergara Cortina, N. (2012). *marketing y comercialización internacional*. Ecoe Ediciones.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General: con base en las normas internacionales de información financiera*. España: Séptima Edición.

TRABAJOS CITADOS

- (http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_INSATISFECHA.htm).
(s.f.). Recuperado el 7 de JULIO de 2014
- Aguirre, E. C. (2009). Diseño y gestión de Microempresas. CODEU.
- Andes, A. d. (2014). www.andes.info.ec. Recuperado el 7 de 01 de 2016, de www.andes.info.ec: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/crianza-cuyes-mueve-economia-turismo-norte-ecuador.html>
- Angel, G. E. (2014). Manejo de cuyes. Manual de manejo de animales menores, 18, 19, 20, 22,23, 24.
- Anzola Rojas, S. (2010). Administración de Pequeñas Empresas. McGraw Hill.
- Bustamante, E. S. (2009). La empresa. El Cid Editor apuntes.
- comercio, d. e. (s.f.). <http://www.elcomercio.com/actualidad/descendientes-pastos-promueven-crianza-cuyes.html>. Recuperado el 08 de 01 de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/descendientes-pastos-promueven-crianza-cuyes.html>.
- Córdoba Padilla, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe Ediciones.
- Cueva, R. A. (2010). marketing: enfoque américa latina: prentice hall.
- Días, A. (2008). Iniciaciación del Proyecto. En A. Días, Iniciaciación del Proyecto. Grupo editorial Alfa Omega México .
- Fermi, L. A. (2014). Administración y Organización. Perú.
- Fernandez Luna, G. M. (2010). Formulación y evalaución de proyectos de inversión. Instituto Politecnico Nacional.
- Fleitman, J. (2009). Evalauciónintegral para implantarmodelos de calidad, mexico: pax mexico. mexico.

- Jairo Murcia, F. N. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Alfaomega Grupo Editor.
- Jaramillo, M. P. (2009). *Costos 1*. Ecuador: Segunda Edición.
- Jorge, E. C., & Fischer de la Vega, L. E. (2011). *mercadotecnia*.
- Lerner, J. J. (2011). *Introducción a la administración y organización de empresas*. McGraw - Hill Interamericana.
- marcial, c. p. (2011). *formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Meza Orozco, J. J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia: Ecoe Edicione.
- Meza, J. d. (2013). *evaluación financiera de proyectos (sil) (3era. ed)*. ecoe ediciones.
- Orozco, J. d. (2010). *evaluación financiera de proyectos*. colombia: ecoe ediciones.
- Ruiz, C. J. (2011). *formulación y evaluación de planes de negocios*. ediciones de la U.
- Santesmases Mestre, M. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. Larousse-grupo editorial patria.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación* . Pearson Educación.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*. McGraw-Will.
- Usca, J. (1998). *Chimborazo*.
- Valdivieso, M. B. (2013). *Contabilidad General* . Quito.
- Vergara Cortina, N. (2012). *marketing y comercialización internacional*. Ecoe Ediciones.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General: con base en las normas internacionales de información financiera*. España: Séptima Edición.

LINKOGRAFÍA

<http://www.inec.gob.ec>

<http://www.es.wikipedia.org>

<http://www.buenastareas.com>

<http://www.monografias.com>

<http://www.iniap.gob.ec>

<http://www.redmascotas.com>

<http://www.crecemype.ec>

<http://www.crianzadecuyes.blogcindario.com>

<http://www.agronegocioecuador.ning.com>

<http://www.guiadenegocioecuador.com>

ANEXOS

Anexo N° 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
FACAE

Encuesta dirigida: A dueños de restaurantes de comidas típicas de la Provincia del Carchi.

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto conocer la aceptabilidad de los restaurantes que demandan el cuy como producto de platos típicos a ofrecer en la Provincia del Carchi.

1.- ¿Está dispuesto a adquirir el cuy para ofrecer comidas típicas para su negocio?

Si ()

No ()

2.- ¿En dónde se realiza la adquisición de los cuyes?

Mercados locales ()

Criaderos ()

3.- ¿Sus actuales oferentes de cuyes en pie son?

Fijos ()

Ocasionales ()

4.- ¿Cuál es el peso que deben poseer los cuyes que usted demanda?

800- 900 gr. ()

900- 1000 gr. ()

5.- ¿Qué edad deben tener los cuyes a la hora de la compra?

2.5 mese ()

3 meses ()

3.5 meses ()

4 meses

6.- ¿Cuál es el tamaño que debe poseer el producto que demanda?

33- 35 cm

35- 37 cm

7.- ¿Cuál es el precio en dólares, que paga por los cuyes que reúnen las características que usted demanda?

6 dólares

7 dólares

8.- ¿Con que frecuencia necesita abastecerse del producto?

Quincenalmente

Semanalmente

9.- ¿Cuál es la cantidad de cuyes que usted demanda?

5 -8

8- 10

10.- ¿Cuál es la modalidad de pago en la compra de los animales?

Efectivo

Crédito

11.- ¿Usted prefiere que los cuyes que demanda hayan tenido una alimentación a base de?

Alfalfa

Balanceado

Alfalfa y balanceado

12.- ¿De la siguiente lista de fechas conmemorativas, en cuál es la que usted necesita mayor abastecimiento?

Navidad

1 de enero

Día de la madre

Día del padre

Día del maestro

13.- ¿Cuántos cuyes demanda en esta fecha para su local?

10- 20 ()

20- 30 ()

30- 40 ()

40- 50 ()

14. ¿Realiza una evaluación cuando Ud. adquiere este tipo de productos?

15. ¿Cómo califica Ud. a la atención que le brinda su actual proveedor?

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Anexo N° 2





FINANCIAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA CFN	
DESTINO	Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente. Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc. Asistencia técnica.
BENEFICIARIO	Personas naturales. Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada, mixta o pública); bajo el control de la Superintendencia de Compañías. Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con personería jurídica.
MONTO	Hasta el 70%; para proyectos nuevos. Hasta el 100% para proyectos de ampliación. Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta. Desde US\$ 100,000* Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total): *El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
PLAZO	Activo Fijo: hasta 10 años. Capital de Trabajo: hasta; 4 años. Asistencia Técnica: hasta; 4 años.
PERÍODO DE GRACIA	Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.
TASAS DE INTERÉS	Capital de trabajo: 11%; Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años... 11% hasta 10 años.
GARANTÍA	Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema

	<p>Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.</p> <p>La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.</p>
DESEMBOLSOS	<p>De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.</p>
SITUACIONES ESPECIALES DE FINANCIAMIENTO	<p>Aporte del cliente en:</p> <p>Construcción: Hasta el 40% del costo del proyecto, conforme a normativa vigente de la CFN (incluye valor de terreno).</p> <p>Se financia:</p> <p>Terreno: Solamente en proyectos de reubicación o ampliación, conforme a normativa vigente de la CFN.</p>
REQUISITOS	<p>Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación.</p> <p>Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.</p> <p>Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.</p> <p>Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.</p> <p>Carta de pago de los impuestos.</p> <p>Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.</p> <p>Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.</p> <p>Proformas de la maquinaria a adquirir.</p> <p>Proformas de materia prima e insumos a adquirir.</p>

Tasa de PIB

Producto Interno Bruto por clase de Actividad Económica			
	2014	2015	%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,497,878	4,524,478	0.59%
Pesca y Acuicultura	738,094	780,454	5.74%
Explotación de minas, canteras, petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas	5,943,445	6,033,135	1.51%
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	7,204,954	7,452,506	3.25
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	959,240	1,000,295	4.28%
Suministro de electricidad y agua	909,500	949,973	4.45%
Construcción	5,964,491	6,537,062	9.60%
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	6,681,137	6,938,361	3.85%
Transporte, almacenamiento, correo y telecomunicaciones	5,763,794	5,968,901	3.56%
Actividades de servicios financieros y Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	1,673,635	1,782,634	6.50%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,124,777	3,546,622	13.60%
Otros elementos del PIB	2,931,389	3,044,694	3.87%
Hogares privados con servicio doméstico	145,485	146,940	1.00%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,052,160	4,266,924	5.30%
Otros servicios	9,371,499	9,949,201	6.16%
Hoteles y Restaurantes	1,159,780	1,263,928	8.98%
PIB Total	61,121,458	64,186,129	5.01%

Fuente: Previsiones 2012, Banco Central del Ecuador BCE
Elaboración: Poderes