UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÌDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

NIVEL DE PRE-GRADO

CARRERA DE ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS

TEMA:

"Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes (cobayos), con el proceso de ahumado, en la ciudad de Loja."

Tesis previa a la obtención del grado en ingeniería comercial.

DIRECTOR:

Ing. OSCAR GÒMEZ.

AUTORAS:

MEDINA GONZALEZ GUISELA MARITZA.

ORDOÑEZ IZQUIERDO JENNY GABRIELA.

Loja-Ecuador

2010- 2011

Ing.

Oscar Gomez

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICO:

Que el presente trabajo titulado: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÒN Y COMERCIALIZACIÒN DE CUYES (COBAYOS), CON EL PROCESO DE AHUMADO, EN LA CIUDAD DE LOJA."** Realizado por las postulantes: Guisela Maritza Medina González y Jenny Gabriela Ordóñez Izquierdo; cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en los aspectos de fondo y de forma por lo cual autorizo su presentación para fines pertinentes.

Loja, Mayo del 2011

Ing. Oscar Gómez

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Todas las ideas, conceptos, opiniones, procedimientos, resultados, análisis y conclusiones vertidos en el presente trabajo de investigación son de exclusiva responsabilidad de sus autoras.

Guísela Maritza Medina González **Jenny Gabriela Ordóñez Izquierdo**

DEDICATORIA

A Dios por la fortaleza y bendiciones recibidas.

Este trabajo va dedicado con mucho cariño a mi hijito Alejandro y mi esposo Daniel, por el amor y cooperación brindada.

A mis padres, Gerardo y Natividad, tíos y hermanos que gracias a su apoyo incondicional he logrado culminar con éxito mi carrera.

Guísela Maritza Medina González.

A Dios, inspiración en mi vida y por sus bendiciones recibidas.

Con amor para Sebastián y Geovanny, fieles testigos del esfuerzo y sacrificio compartido durante el desarrollo del presente trabajo.

A mis padres Rosa y Manuel y abuelitos Manuel(+), Florinda(+), Carlos(+) y Julia ejemplo de perseverancia y superación.

A mis hermanos, familiares y amigos por su comprensión y cooperación brindada en el trayecto de mi carrera.

Jenny Gabriela Ordoñez Izquierdo.

AGRADECIMIENTO

Al culminar el presente trabajo investigativo, queremos expresar el profundo y sincero agradecimiento a las autoridades, personal docente y administrativo, del Área Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

De igual manera dejamos constancia del agradecimiento especial al Ing. Oscar Gómez Mgs. D.M, Director de tesis y al Honorable Tribunal, que con su responsabilidad, sabiduría y orientación se han convertido en asesores, guías y mediadores para el desarrollo del trabajo investigativo.

El agradecimiento sincero para la más grande Institución de la Educación Superior en el Sur del País, la Gloriosa Universidad Nacional de Loja, por ser la pionera en innovaciones de modelos pedagógicos que han transcendido en nuestro país y Latinoamérica por su alto contenido de concreción y democratización de la Educación Superior.

a) TITULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÒN Y COMERCIALIZACIÒN DE CUYES (COBAYOS), CON EL PROCESO DE AHUMADO, EN LA CIUDAD DE LOJA"

b) RESUMEN EJECUTIVO

b) RESUMEN EJECUTIVO

b.1) Resumen Ejecutivo.

El presente proyecto de factibilidad consiste en la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes ahumados empaquetados en la ciudad de Loja.

En la introducción se realiza una síntesis de la situación actual que vive el país haciendo énfasis en la producción.

En la metodología se exponen los métodos y técnicas que fueron utilizados para el desarrollo de la presente investigación. La muestra a ser estudiada fue de 398 encuestas.

En el estudio de mercado, se pudo establecer la demanda de los cuyes ahumados empaquetados es de: 127.178, la oferta de 66.600 que se realiza en diversos lugares como en los mercados y restaurantes de la urbe, pero cuyo producto es expendido asado y en diferentes platos de comida, llegando a concluir que en la urbe no se expende el producto ahumado y empaquetado.

Así mismo determinamos que la demanda insatisfecha es de 57,419, misma que constituye una motivación para la implementación de la microempresa.

En el estudio técnico, se presenta el proceso productivo, la descripción de las herramientas, materiales y procesos a utilizar para la elaboración del producto, el tamaño y localización de la planta, la microempresa estará ubicado en la Provincia de Loja, Cantón Loja en el sector Las Palmeras Altas por diferentes

factores que favorecen y facilitan la elaboración del producto en mención, como también es recomendable para su rentabilidad; además facilita las labores de implementación y adecuación de la distribución física de la planta.

El estudio financiero muestra el valor de la inversión dada en capital propio y financiado, el flujo de caja y la evaluación financiera que permite determinar la viabilidad económica del proyecto.

El total de la inversión es de: 9.770 dólares americanos, los cuales serán divididos el 50% de 4.885 dólares americanos que a su vez serán aportados por las socias en partes iguales de 2.442,39 dólares americanos y el capital ajeno restante del 50% es decir de 4.885 dólares americanos serán financiados por el Banco Nacional de Fomento.

El Valor Actual Neto (VAN). Está dado por el retorno líquido actualizado durante la vida útil del proyecto; El VAN del proyecto es de 34.165,25; La tasa interna de retorno, representa la tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

La tasa interna de retorno es del 96%; La Relación Beneficio Costo, representa la utilidad percibida por cada dólar invertido; La relación beneficio costo es de 0.31 centavos por cada dólar invertido.

El periodo de Recuperación de Capital, representa el tiempo en que se recupera la inversión misma que será recuperado en 2 años, 10 meses 2 días.

Análisis de Sensibilidad. Sirve para certificar la rentabilidad del proyecto aumentando o disminuyendo los ingresos.

Los costos se incrementan en un 14.00% obteniendo un análisis de sensibilidad de 0.97 lo que quiere decir q el proyecto no es sensible y por lo tanto soportaría los cambios, de igual manera realizamos una disminución del 11,50% y obtuvimos un análisis de sensibilidad de 0.99 siendo el proyecto factible por lo tanto no le afectarían los cambios que se pudieran presentar.

En el estudio administrativo están contemplados los manuales de funciones de todo el personal y la organización legal de la microempresa, culminando el presente proyecto con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

b.2 SUMARY

The present project of feasibility consists on the creation of a micro empress dedicated to the production and commercialization of smoky guinea pigs packed in the city of Loja.

In the introduction he/she is carried out a synthesis of the current situation that the country lives making emphasis in the production.

In the methodology the methods are exposed and technical that was used for the development of the present investigation. The sample to be studied was of 398 surveys.

In the market study, the potential demand of the smoky packed guinea pigs could settle down of: 21,878, the offer of 66.600 that he/she is carried out in diverse places like in the markets and restaurants of the city, but whose product is expended roasted and in different plates of food, ending up concluding that in the city the smoky and packed product is not expended.

Likewise we determine that the unsatisfied demand is of 57419, same that constitutes a motivation for the implementation of the company.

The technical study, shows up the productive process, the description of the tools, materials and processes to use for the elaboration of the product, in the size and localization of the plant the company will be located in the Canton Loja County of Loja in the sector The High Palms for deferential factors that favor and they facilitate the elaboration of the product in mention, as well as it is

advisable for its profitability; it also facilitates the implementation works and adaptation of the physical distribution of the plant.

The financial study shows the value of the investment given in own and financed capital, the box flow and the financial evaluation that it allows to determine the economic viability of the project.

The total of the investment is of: 9.770 American dollars, which 50% will be divided of 4.885 American dollars that in turn will be contributed by the partners in parts similar of 2.442,39 American dollars and the other people's remaining capital of 50% that is to say of 4.885 American dollars will be financed by the National Bank of Development.

The Current Net (Van) Value. It is given by the liquid up-to-date return during the lifespan of the project; VAN of the project is of 34.165,25; The internal rate of return, represents the highest rate that an investor could pay without losing money.

The internal rate of return is of 96%; The Relationship Benefits Cost. It is the utility perceived by each invested dollar; the relationship benefits cost it is of 0.31 cents for each invested dollar.
The period of Recovery of Capital. It represents the time in that he/she recovers the same investment that will be recovered in 2 years, 10 months 2 days.

Analysis of Sensibility. It is good to certify the profitability of the project increasing or diminishing the revenues.

The costs are increased in a 14.00% obtaining an analysis of sensibility of 0.97 what means the project is not sensitive and therefore it would support the changes, in a same way we carry out a decrease of 11,50% and we obtained an analysis of sensibility of 0.99, isn`t sensible and therefore it would support the changes.

c) INTRODUCCION

c.) INTRODUCCION

Debido a la globalización que hoy por hoy nos aqueja, los proyectos de inversión se están generando en los países desarrollados paulatinamente debido a la crisis desencadenada a nivel mundial; es por ello que nosotras debemos presentar propuestas urgentes ante tan devastador modelo económico.

En nuestro país la mayor parte de las empresas industrializadoras y comercializadoras se localizan en las provincias de Guayas, Pichincha y Azuay, generando economías de escala en estos sectores, marcando una brecha económica en el resto del país. Cabe mencionar que el sector productivo en la actualidad se halla en menor crecimiento debido a la falta de apoyo del gobierno y sus políticas rezagadas así mismo porque no existe una cultura de inversión además del escaso e injusto poder adquisitivo que percibe la población económicamente activa.

Sin embargo la principal actividad productiva se encuentra en el sector agropecuario, siendo este amenazado constantemente por la implementación del modelo neoliberal, en donde producimos para exportar e importamos para consumir. De no tomar medidas correctivas las transnacionales manejarían la seguridad alimentaria de los ciudadanos y el país dejaría de decidir soberanamente sobre su apropiada alimentación.

Entre las propuestas que gestiona el gobierno a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social se encuentran los programas de aliméntate Ecuador los cuales van en beneficio de la colectividad con propuestas que guían a una desparasitación natural y alimentación rica en vitaminas,

proteínas, hierro, calcio, entre otros. Sin embargo el actual gobierno debería adoptar políticas para aplicar créditos con mayores facilidades, dar capacitación para la formación de microempresas comunitarias asegurando la alimentación en las diversas regiones de nuestro país.

Tomando en consideración la diversidad cultural, alimenticia, platos típicos y después de haber analizado el plan de desarrollo sectorial, nosotras presentamos nuestro proyecto titulado: **"Proyecto de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes (cobayos), con el proceso de ahumado, en la ciudad de Loja"**

Sustentamos nuestro PROYECTO en el desarrollo pecuario ya que ocupa un lugar importante en nuestro país en lo que respecta a nivel de campo, especialmente con el propósito de obtener de ellas el alimento de la carne, comprometiéndonos a producir un producto nuevo y de excelente calidad teniendo en cuenta que por la falta de conocimientos técnicos en los productores de cuyes caseros, haga que repercute en la calidad y en el índice de producción de los cuyes; generando ineficiencia técnica y altos costos unitarios.

d) REVISIÒN DE LITERATURA

d) REVISIÒN DE LITERATURA

d.) REVISION DE LITERATURA.

d.1.) ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Permite realizar un análisis del proyecto a invertir, demostrando si es factible o no ayudándonos a tomar una decisión.

Para lograr la aprobación de cualquier proyecto es necesario realizar un estudio mínimo de tres factibilidades como son:

d.1.1 Factibilidad Técnica:

"Que determina si es posible física o materialmente hacer el proyecto"[1]

d.1.2 Factibilidad Legal:

Determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto incluyendo normas internas de la microempresa.

[1] Diccionario de Marketing, de Cultural S.A, Pág. 97.

d.1.3 Factibilidad Económica:

Determina la rentabilidad de la inversión de un proyecto.

d.1.4 Etapas del estudio de factibilidad

d.1.4.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la parte más importante a considerar en la elaboración de proyectos. “Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad de los consumidores por el bien o servicio que se pretende producir y/o vender, permitiendo conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado, realizando un análisis profundo, sistemático y ordenado para tomar decisiones con menores riesgos de incertidumbres para la inversión en determinado proyecto”[2]

d.1.4.1.1 Mercado.

Es el lugar donde acuden vendedores y compradores para intercambiar entre ellos una o varias mercancías ya sean bienes o servicios.

[2] CORDOVA PADILLA Marcial. Elaboración y Evaluación de Proyectos. Pág. 122.

d.1.4.1.2 Segmentación de Mercado.

Es el proceso de analizar el mercado con el fin de identificar grupos consumidores que tienen características económicas con respecto a la satisfacción de necesidades específicas.

d.1.4.2 DEMANDA

"Es la existencia de una necesidad a satisfacer con el producto o el servicio a ofrecer a un determinado precio."[3]

d.1.4.2.1 Demanda Potencial.

"Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado."[4]

d.1.4.2.2 Demanda Efectiva.

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones del producto debido a la situación económica, el nivel de ingresos u otros

[3] Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2009
[4] FISHER Laura, ESPEJO Jorge, Mercadotecnia. MC Graw Hill, Pag 240.

factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

d.1.4.2.3 Demanda Real.

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado; Ej. los seres humanos que consumen carne, se descartan los vegetarianos.

d.1.4.2.4 Demanda Insatisfecha.

Es aquella en que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, cantidad o precio.

d.1.4.2.5 Elasticidad de la Demanda.

El coeficiente de la elasticidad precio de la demanda mide el cambio porcentual de la cantidad demandada de un artículo por unidad de tiempo que resulta de un cambio porcentual dado en el precio de un artículo.

d.1.4.3 OFERTA.

"Es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento debido a un precio determinado."[5]

d.1.4.4 PLAN COMERCIAL

Consta de cuatro partes que constituyen la parte esencial de las actividades de mercadotecnia en una organización. "Tradicionalmente se las conoce como las cuatro "P"s y comprende: producto, precio, plaza y promoción."[6]

d.1.4.4.1 Producto.

Se define como una cosa tangible e intangible que sirve para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario destacando sus características principales como: uso, presentación, naturaleza, sustitutos, complementarios y de tipo de bienes.

[5] VELAZQUEZ Masttreta. Administracion de los Sistemas de Produccion. Pag.130.
[6] Gran enciclopedia científico cultural. Mercadotecnia, Pág. 6-8

d.1.4.4.2 Precio.

Es el valor monetario que un individuo u organización paga por un producto o servicio.

Constituye un ente regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección por aranceles e impuestos.

De este estudio depende que la fijación del precio y sus posibles variaciones el producto o servicio a ofrecer tenga éxito.

d.1.4.4.3 Plaza.

Consiste en la distribución para que el producto pase del productor al consumidor final, tomando en cuenta dos aspectos fundamentales que son: la expansión y los canales de distribución.

d.1.4.4.3.1 Canales de distribución.

Cada empresa dependiendo del producto que fabrique o del servicio que preste, debe elegir el sistema más eficaz y más rentable para llegar al consumidor.

Los tres más habituales son:

- Fabricante-consumidor
- Fabricante-minorista-consumidor

- Fabricante-mayorista-minorista-consumidor.

d.1.4.4.4 Publicidad y Promoción.

Es el aspecto de la mezcla que consiste en convencer o persuadir a la audiencia de la calidad o atractivo de los productos o servicios que ofrece una compañía.

Dentro de la promoción tenemos los siguientes aspectos:

- Publicidad
- Ventas personal
- Promoción de Ventas

d.2.) ESTUDIO TECNICO

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para el efecto en determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

d.2.1 Tamaño del proyecto.

"Es el volumen de producción y la infraestructura física instalada, capaz de hacer factible dicha producción."[7]

d.2.2 Capacidad de Producción.

Corresponde al "nivel máximo de producción o prestación de un servicio."[8]

d.2.3 Capacidad Instalada.

"Está representada por la cantidad de máquinas y equipos que la empresa posee y el potencial que estos elementos permiten alcanzar."[9]

d.2.4 Capacidad Utilizada.

Es la parte de la capacidad instalada que se va a utilizar para la producción.

d.2.5 MACRO LOCALIZACION.

Se define como la zona general, ciudad o región donde se a ubicar la unidad de producción. "La ubicación debe ser dada por un mapa del país o región."[10]

[7] SAPAG CHAIN, Nassir, Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 50-55
[8] CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración y Evaluación de Proyectos. Pág. 212
[9] VELAZQUEZ Mastretta. Administración de los Sistemas de Producción. Pag.46
[10] CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración y Evaluación de Proyectos Pág. 226

d.2.6 MICRO LOCALIZACION.

Una vez definido el lugar en forma general, la micro localización es ubicar el lugar exacto donde se va a estar produciendo el bien o servicio.

La ubicación debe ser dada por un plano del sitio donde operara.

d.2.7 INGENIERIA DEL PROYECTO.

Es el conjunto de aplicaciones de ingeniería relacionada con el diseño e instalación de sistemas destinados a conseguir la máxima eficiencia a través de la combinación de elementos de dirección apropiados, y el uso de conocimientos de ingeniería, matemática y estadística.

d.2.7.1 Planta.

Se la define como el establecimiento que produce o distribuye bienes o servicios para satisfacer las necesidades.

Representa la disposición física de los departamentos, estaciones de trabajo y equipos que conforman el proceso productivo.

El impacto económico que la localización de la planta pueda tener sobre el proyecto es definitivo y de un grado significativo”[11]

d.2.7.2 Flujo de Procesos.

Es la representación gráfica del proceso de producción mediante la utilización de símbolos para especificar las funciones, actividades, tiempo y movimientos en la elaboración del artículo. Sirven para describir y mejorar el proceso productivo de un determinado bien y servicio, mejorando la eficiencia y la eficacia del proceso de conversión.

d.2.7.3 Proceso de Producción.

Es la definición de las formas y métodos para cambiar y transformar el conjunto de insumos mediante la utilización de equipos, maquinas e instalaciones adecuadas.

“Tienen que ver directamente con la elaboración de un producto o la prestación de un bien o servicio, desde el momento en que se recibe la orden, hasta que el bien es empacado o el servicio es otorgado.”[12]

[11] VELAZQUEZ Mastretta. Administración de los Sistemas de Producción. Pág. 46.
[12] VELAZQUEZ Mastretta. Administración de los Sistemas de Producción. Pág. 157.

d.3.) ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la entidad como son: la organización, los procedimientos administrativos y los aspectos legales, las cuales deben estar enmarcadas en la constitución y la ley.

d.3.1 Constitución Jurídica.

"Cuando una o varias personas pretenden llevar a cabo una actividad económica en común, se debe tomar la decisión sobre la cual será la forma jurídica que regule la vida de la empresa y las relaciones entre los socios, la misma que debe estar acorde con los intereses de los fundadores y la legislación vigente."[13]

d.3.2 Organización Administrativa.

Se encarga de establecer las actividades de trabajo y dirección a realizarse en una empresa, calificándolas en grupos de deberes o funciones mismas que serán asignadas a determinadas personas, creando relaciones entre ellas para asegurar que sus esfuerzos serán coordinados para el mismo objetivo.

[13] UNL, Documento Guía, Modulo 9, 2004 PAG. 80-85

d.3.2.1 Organigramas.

"Es la representación gráfica que muestra la estructura formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía, puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad."[14]

d.3.2.1.1 Organigrama Estructural.

Representa el esquema básico de una organización, que permite conocer las unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo aprovechar la organización de la empresa.

d.3.2.1.2 Organigrama Funcional.

Consiste en representar gráficamente las funciones básicas de la unidad administrativa.

d.3.2.1.3 Manuales.

"Los manuales son documentos guías, en los cuales se especifica la información necesaria y las funciones que tienen que desempeñar cada

[14] REYES PONCE Agustín. Administración de Empresas. Pag.226

uno de los integrantes de la empresa para un mayor desarrollo de la misma."[15]

Existen varias clases de manuales así tenemos: manual de funciones, de bienvenida, de procedimientos, etc.

d.4.) ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Se refiere a las distintas fuentes de financiamiento tanto internas como externas, que permitan la ejecución de una determinada empresa o proyecto y describir los mecanismos a través de los cuales fluirán los recursos hacia los usos específicos del proyecto.

d.4.1 Inversiones.

"Es la asignación de una cantidad de variados recursos propios y de terceros para la obtención de determinados bienes o servicios, durante un cierto periodo de tiempo, con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro.".[16]

d.4.2 Activos.

Son todos los recursos económicos de propiedad de la empresa, mismos que están orientados al mejor desarrollo operativo de la empresa.

[15] QUILODRAN R. Federico Pág. 123-124
[16] NACIONES UNIDAS, Manuales de Proyectos de Desarrollo Económico Pág. 64

d.4.3 Activo Fijos.

Son los bienes tangibles que posee una empresa que están destinados a la explotación, sin que sean objeto de transacciones comerciales en el transcurso de sus operaciones y que están sujetos a depreciaciones.

d.4.4 Activos Diferidos.

Son los desembolsos que la empresa tiene que hacer con el propósito de obtener resultados positivos, en el futuro, así tenemos: patente, organización, legislación, etc.

d.4.5 Activo Circulante.

Llamado también capital de trabajo, son todos los activos de una empresa que se pueden convertir en efectivo, gozan de gran liquidez y generan actividades de producción y comercialización.

d.4.6 Financiamiento.

Indica las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento y describe los mecanismos mediante los cuales se canalizaran estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

d.4.7 Capital Social.

Es la emisión y venta de acciones de aportes en efectivo o en especies de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

d.4.8 Capital Financiero.

"Son aquellos que se obtienen mediante la banca pública y privada, proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa."[17]

d.4.9 Estado de pérdidas y ganancias.

Muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad y pérdida resultantes de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado.

d.4.10 Presupuesto.

Es el resumen sistemático de las previsiones de los gastos proyectados y de las estimaciones de los ingresos previstos para cubrir dichos gastos.

[17] VAZQUES, Víctor Hugo, Organización Aplicada. Pág. 220

d.4.11 Punto de Equilibrio.

"Es aquel punto de actividad donde los ingresos totales y los gastos totales son iguales, es decir, no existe ni utilidad ni perdida."[18]

El punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

♦ **En Función de las Ventas.-** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que él genera, para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CostosFijos}{1-(CostosVariables / VentasTotales)}$$

♦ **En Función de la Capacidad Instalada.-** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos, para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CostosFijos}{VentasTotales - CostosVariables} x100$$

[18] CHARLES T. Horngren /George Foster, Contabilidad de costos Pág. 54

♦ **En Función de la Producción.-** Se basa en el volumen de producción y determina la capacidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

$$CVu = \frac{Costos Variables}{Num.Unidades \Pr oducidas}$$

d.4.12 Flujo de Caja.

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar las deudas o comprar activos.

Para su cálculo, no se incluyen egresos, depreciaciones y amortizaciones de los activos diferidos, ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

d.4.13 Evaluación Financiera.

Permite cuantificar e identificar los costos y beneficios que se podrán requerir y además los beneficios que se obtendrán como rentabilidad.

d.4.14 Valor Actual Neto.

Representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto, más sus costos de oportunidad.

d.4.15 Tasa Interna de Retorno.

"Es la tasa de interés a la que el valor actual de flujos de entrada de efectivo de un proyecto, es igual al valor actual de los flujos esperados de salida del proyecto."[19]

Como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como eficiencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

d.4.16 Periodos de Recuperación del Capital.

Permite conocer el tiempo en que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no.

[19] CHARLES T. Horngren/George Foster, Contabilidad de costos Pág. 741

d.4.17 Análisis de Sensibilidad.

Adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de una variable, es decir trata de manifestar las variaciones de rentabilidad del proyecto.

d.5.) ANTECEDENTES DEL COBAYO (CUY).

El cuy (Cavia porcellus), es una especie originaria de la zona Andina del Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia, es un producto alimenticio nativo, de alto valor nutritivo y bajo costo de producción, que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos, se cría fundamentalmente con el objeto de aprovechar su carne siendo este el atractivo gastronómico lojano que constituye el plato principal. Se sancocha con aliños como ajo y comino, luego se lo asa a la brasa, bañándolo frecuentemente con manteca de color o achiote. Se sirve acompañado con papa colorada, mote, lechuga y ají de pepa. Este producto es abastecido en nuestra localidad principalmente por personas pertenecientes a la Parroquia de Chuquiribamba quienes se dedican a la crianza de cuyes.

d.5.1 IMPORTANCIA

El cuy reviste, en los hogares rurales, un significado simbólico asociado a la familia y a la condición femenina.

Es signo de comida, también considerado plato típico y es el reforzador de las relaciones sociales se lo puede consumir de diferentes maneras como: el Cuy chactado, el pepián de cuy y estofado de cuy, asado de cuy, horneado de cuy entre otros.

"También por sus buenas características nutritivas y gran potencial como productor de carne se consume como medicina en períodos de recuperación (Parto, enfermedad, etc.), se utiliza para el diagnóstico de enfermedades en ritos mágico-religiosos y como animal experimental en nutrición y salud, sus excrementos (guano) es utilizado como abono y también como insumo en la alimentación de rumiantes como las ovejas, a nivel de los países de habla inglesa tienen a lo cuyes como mascotas." [20]

d.5.2 SINÓNIMOS.

Perú:	Ruku o Rukuta.
Bolivia:	Huango.
Colombia:	Cury.
Ecuador (Norte):	Macabeo.
Ecuador:	Cuy.
EE.UU:	Conejillo de indias.
España:	Utia.
Francia:	Cobayo.
Portugal:	Poarquino de india

[20] Manual para la crianza de cuyes , pág. 5

d.5.3 CLASIFICACIÓN ZOOLÓGICA DEL CUY.

Reino:	Animal.
Subreino:	Metozoos.
Tipo:	Vertebrados.
Clase:	Mamífero.
Subclase:	Placentarios.
Orden:	Roedores.
Suborden:	Histricomorfos.
Familia:	Caviba.
Género:	Caviba.
Especie:	Cabida cutleri, cavia porcellus.

d.5.4 FISIOLOGÍA DEL COBAYO.

d.5.4.1 Tiempo de vida

- Promedio: 6 años.
- Máximo: 8 años

d.5.4.2 Vida reproductiva

- Conveniente: 18 meses.
- Probable: 4 años.

d.5.4.3 Edad Pubertad

- Machos: 3 meses.
- Hembras: 3 meses.

d.5.4.4 Signos vitales

- Temperatura rectal: 38 – 39 grados centígrados.
- Frecuencia respiratoria: 82 – 90 respiración por minuto.
- Frecuencia cardiaca: 230 – 280 pulsación por minuto.

d.5.5 VENTAJAS AL CONSUMIR LA CARNE DE CUY.

"Como alimento, la carne del cuy es una valiosa fuente de proteínas, muy superior a otras carnes, además contiene propiedades afrodisiacas similares o superiores a los mariscos"[21]

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

[21] Ministerio de Agricultura, Manejo de cuyes/ www.magap.com.

"La carne del cuy es altamente nutritivo, altamente digestible, cero colesterol y delicioso; tiene alta presencia de sustancias esenciales para el ser humano el AA y el DHA, cabe resaltar que dichas sustancias son el Acido graso ARAQUIDONICO (AA) y Acido graso DOCOSAHEXAENOICO (DHA) no existe en otras carnes, estas sustancias son importantes para el desarrollo de NEURONAS (especialmente cerebrales), Membranas Celulares (protección contra agentes externos) y forman el Cuerpo de los espermatozoides."[22]

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

d.5.6 VARIEDADES.

d.5.6.1 Salvajes.

Son aquellos que se desarrollan en una forma rudimentaria en los pajonales de la sierra y por lo tanto como no existe un control reproductivo ni manejo alguno son sumamente nerviosos, y por lo regular su piel es de color obscuro.

[22] CAYCEDO V, A., 1983 "Crianza De cuyes", Universidad de Nariño, Pasto Colombia. Pág. 47

d.5.6.2 Criollos.

Los que principalmente se desarrollan a nivel casero rural, son animales que presentan su pelo completamente enrocetado, de ojos rojos o negros no son muy nerviosos, poseen un sinnúmero de dedos, pueden ser de dos a ocho, por lo que reciben el nombre de poli dáctilos, la habilidad materna es baja, considerándolos de bajos parámetros reproductivos y reducido número de crías por camada.

d.5.6.3 Peruanos mejorados.

Este tipo de animales son de tres colores bien definidos; amarillos, rojos y blancos y sus características son las siguientes:

- Poseen pelo completamente claro, fino y pegado al cuerpo del animal.
- Puede o no tener roseta como característica en la frente.
- El número de dedos es cuatro anteriores y tres posteriores
- Rendimiento productivo y reproductivo es superior al criollo.

d.5.7 CLASIFICACION DE LOS CUYES.

d.5.7.1 De acuerdo a su conformación.

d.5.7.1.1 Clase “A”.

Son animales musculosos de buen parámetro, en cuanto a su fertilidad y prolicidad; de cabeza bastante robusta y alargada, en cuanto a parentesco reproductivo son las mejores, ya que dentro de esta clase se involucra el de tipo Peruano.

d.5.7.1.2 Clase “B”.

Son animales cuyos índices productivos están por debajo de la clase “A” y dentro de este grupo se embarcan los criollos.

d.5.7.2 CLASIFICACIÓN POR TIPOS.

d.5.7.2.1 Por la forma del pelaje.

d.5.7.2.1.1 Tipo 1.

"Es de pelo corto, lacio y pegado al cuerpo, es el más difundido y caracteriza al cuy peruano productor de carne.

Puede o no tener remolino en la frente. Se encuentran de colores simples claros, oscuros o combinados.

Es el que tiene el mejor comportamiento como productor de carne"[23].

d.5.7.2.1.2 Tipo 2.

Es de pelo corto, lacio pero forma rosetas o remolinos a lo largo del cuerpo, es menos precoz.

Está presente en poblaciones de cuyes criollos, existen de diversos colores.

[23] CHAUCA , L 1995 "Producción de cuyes (Cavia Porcellus) en los países andinos', revista mundial de Zootecnia 83-95

No es una población dominante, por lo general en cruzamiento con otros tipos se pierde fácilmente.

d.5.7.2.1.3 Tipo 3.

Es de pelo largo y lacio, presenta dos subtipos que corresponden al tipo I y 2 con pelo largo, así tenemos los cuyes del subtipo 3-1 presentan el pelo largo, lacio y pegado al cuerpo, pudiendo presentar un remolino en la frente.

El subtipo 3-2 comprende a aquellos animales que presentan el pelo largo, lacio y en rosetas.

No es buen productor de carne, si bien utilizado como mascota.

d.5.7.2.1.4 Tipo 4.

Es de pelo ensortijado, característica que presenta sobre todo al nacimiento, ya que se va perdiendo a medida que el animal se desarrolla, tornándose en erizado.

Este cambio es más prematuro cuando la humedad relativa es alta. Su forma de cabeza y cuerpo es redondeado, de tamaño medio.

Tiene una buena implantación muscular y con grasa de infiltración, el sabor de su carne destaca a este tipo.

La variabilidad de sus parámetros productivos y reproductivos le da un potencial como productor de carne.

d.5.7.3 Por su conformación.

d.5.7.3.1 Tipo A.

Corresponde a cuyes «mejorados» que tienen una conformación enmarcada dentro de un paralelepípedo, clásico en las razas productores de carne.

La tendencia es producir animales que tengan una buena longitud, profundidad y ancho. Esto expresa el mayor grado de desarrollo muscular, fijado en una buena base ósea. Son de temperamento tranquilo, responden eficientemente a un buen manejo y tienen buena conversión alimenticia.

d.5.7.3.2 Tipo B.

Corresponde a los cuyes de forma angulosa, cuyo cuerpo tiene poca profundidad y desarrollo muscular escaso. La cabeza es triangular y alargada.

Tienen mayor variabilidad en el tamaño de la oreja. Es muy nervioso, lo que hace dificultoso su manejo.

d.5.7.3.3 Por el color del pelaje.

PELAJE COMPUESTO:
Tonalidades formadas por pelos que tienen 2 o más colores

- **Blanco**
  - Blanco mate.
  - Blanco claro
- **Bayo (amarillo)**
  - Bayo claro
  - Bayo ordinario
  - Bayo oscuro.
- **Alazán (Rojizo)**
  - Alazán claro.
  - Alazán dorado
  - Alazán cobrizo.
  - Alazán tostado
- **Violeta**
  - Violeta claro
  - Violeta oscuro
- **Negro**
  - Negro brillante.
  - Negro opaco.

e) MATERIALES Y METODOS

d.) MATERIALES Y METODOS.

e.1) Materiales.

Para proceder a realizar la presente investigación se utilizaron métodos y técnicas que indujeron al éxito de todo proceso investigativo, de ahí la necesidad de definir la forma o camino a seguir para la realización de la misma, la cual sintetiza los siguientes aspectos:

Para la elaboración de la problemática se requirió leer y revisar textos, folletos, archivos y otros documentos inherentes al tema, la misma que se logró con la recopilación bibliográfica y se basó en el método general llamado inductivo-deductivo.

Así mismo para la redacción de la justificación nos basamos en los componentes académico, político, económico y social que definen el por qué y para qué de la investigación.

e.2) Métodos.

La aplicación del método científico nos permitió organizar la información y relacionar los fundamentos teóricos, frente a la veracidad de los hechos que serán estudiados y aplicados, arrojando resultados que constataron la factibilidad del presente proyecto.

El método descriptivo nos facilito la narración de hechos y actividades observadas, como el procedimiento del ahumado de cárnicos (cobayos) un nuevo proceso en cuyes, para la obtención del producto final el cual pretende satisfacer una necesidad en el mercado.

Para el análisis e interpretación de resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el estudio de mercado se utilizó el método analítico para descomponer la totalidad de la información facilitando su análisis basándose en el hecho que para comprender un fenómeno, es necesario conocer las partes que lo componen y finalmente poder tabular y presentar dicha información.

El método sintético permitió resumir la información contenida en un informe final que incluye conclusiones, recomendaciones y demás apreciaciones del proyecto.

Finalmente el método experimental que nos permitió participar del proceso del ahumado en cárnicos mismo que tuvo lugar en la planta industrial del Instituto Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora, del cual definimos el proceso productivo de los cuyes en nuestro proyecto.

Para efectuar los cálculos correspondientes de los diferentes estudios (económico-financiero) se empleó herramientas como la matemática y la estadística mismas que comprobaron la aceptación del proyecto.

e.3) Técnicas

e.3.1 Observación.

Se la utilizó para evidenciar el proceso de ahumado en cárnicos en una planta industrial de la localidad y determinar el procedimiento para el ahumado de cuyes.

e.3.2 La Encuesta.

Consiste en formular un banco de preguntas que nos permite recopilar datos para su posterior análisis. La encuesta fue dirigida a las poblaciones económicamente activas de la ciudad de Loja, mismas que serán los posibles consumidores de nuestro producto en estudio.

También se utilizó programas como el Microsoft Excel el cual nos ayudó a determinar el comportamiento de la demanda y la oferta, permitiéndonos organizar, analizar e interpretar los datos obtenidos. Para poder realizar las encuestas nos hemos valido de la siguiente muestra:

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó en cuenta a la población económicamente activa PEA (62.039) del cantón Loja, según datos obtenidos por el INEC en el último censo 2001, cuyos valores fueron proyectados para el año 2009.

T C= 1,75%/100=0.0175.

MUESTRA A SER ESTUDIADA

CUADRO N° 01

AÑO	PEA
2001	62.039

Fuente: INEC censo 2001 PEA.
Elaboración: Las Autoras

PROYECCCON DE LA PEA

CUADRO N° 02

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	PEA PROYECTADA
2002	1.75%	63.125
2003	1.75%	64.229
2004	1.75%	65.353
2005	1.75%	66.497
2006	1.75%	67.661
2007	1.75%	68.845
2008	1.75%	70.050
2009	1.75%	71.275

Elaboración: Las Autoras

CALCULO DE LA MUESTRA

$$\boldsymbol{n = \frac{N}{1 + N(e)^2}}$$

$$n = \frac{71275}{1 + 71275(0.05)^2}$$

$$n = \frac{71275}{179} = 398//Rta.$$

LEYENDA:

n= Tamaño de la muestra

N= Población total.

e = Margen de error (5%)

Luego de haber aplicado la formula obtenemos una muestra de 398 encuestas, mismas que se aplicaron a la población económicamente activa del cantón Loja por grupos principales de ocupación según sexo y grupos de edad.

f) RESULTADOS

f) RESULTADOS

f.1 Encuesta aplicada a los Consumidores

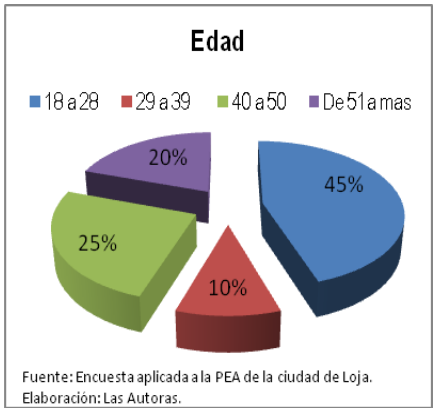
1. DATOS GENERALES.

1.1 Edad.

CUADRO Y GRAFICO N° 01

Edad	F	%
18 a 28	179	44,97
29 a 39	40	10,05
40 a 50	100	25,13
De 51a mas	79	19,85
TOTAL	**398**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



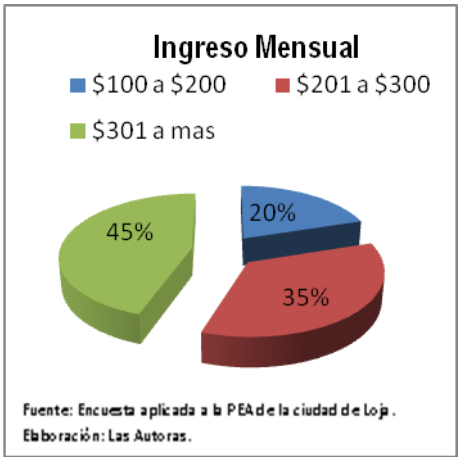
INTERPRETACION: Como podemos observar en la tabla numero 01 de las 398 encuestas aplicadas a los posibles consumidores 179 personas equivalente a un 44,97% tienen un promedio de edad entre 18 y 28 años, 40 encuestados entre 29 a 39 años equivalente al 10.05%, 100 personas entre 40 a 50 años correspondiente al 25.13% y 80 personas de 51 años en adelante correspondiente al 19.85% obteniendo un total del 100%.

1.2 Ingreso Mensual.

CUADRO Y GRAFICO N° 02

Ingreso Mensual	F	%
$100 a $200	80	20,10
$201 a $300	140	35,18
$301 a mas	178	44,72
TOTAL	**398**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



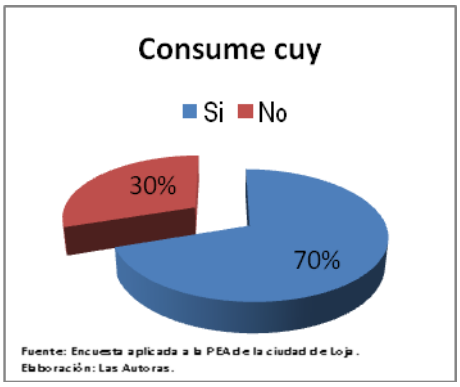
INTERPRETACION: En lo que corresponde al ingreso mensual de nuestros encuestados tenemos que 80 personas correspondiente al 20.10% perciben un sueldo aproximado de 100 a 200 dólares; el 35.18% es decir 140 personas perciben un sueldo aproximado de 201 a 300 dólares y el 44.72% correspondiente a 178 personas perciben un sueldo aproximado de más de 301 dólares dándonos un total de 398 encuestados es decir el 100%.

2. ¿Dentro de su programa alimenticio usted consume cuy?

CUADRO Y GRAFICO N° 03

Variables	F	%
Si	278	69,85
No	120	30,15
TOTAL	**398**	**100,00**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



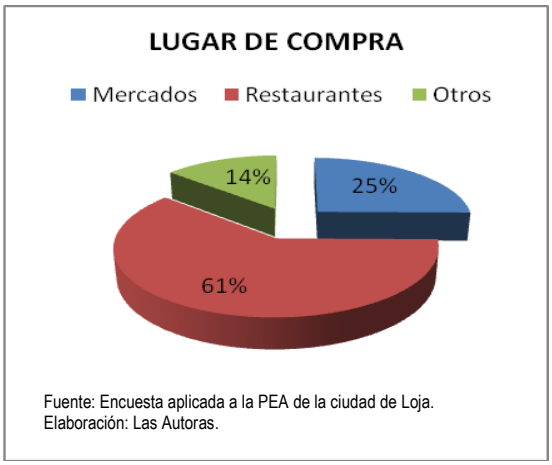
INTERPRETACION: En esta pregunta cómo podemos evidenciar la mayoría de las personas encuestadas si consumen cuy, 278 personas que equivale al 69.85% lo que significa que si tendremos consumidores de nuestro producto y un 30.15% no consumen correspondiente a 120 personas de las cuales nos supieron explicar que no consumían porque no les agradaban, otros porque son vegetarianos y otros porque no han degustado este producto, obteniendo un total de 398 encuestados correspondiente al 100%.

3. ¿Dónde compra el Cuy?

CUADRO Y GRAFICO N° 04

Variables	F	%
Mercados	70	25,18
Restaurantes	170	61,15
Otros	38	13,67
TOTAL	**278**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

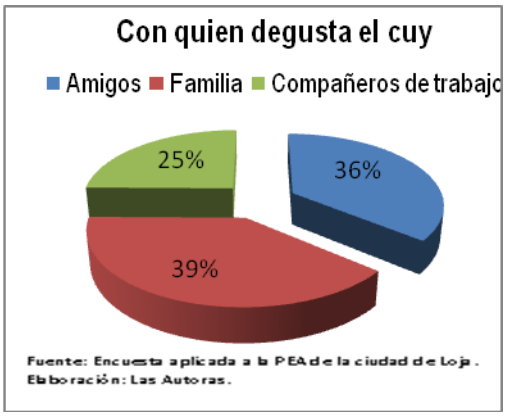
INTERPRETACION: El 10.17% de los encuestados equivalente a 12 personas compran el producto en los mercados de la localidad; el 77.12% equivalente a 91 personas adquieren el cuy en restaurantes de la urbe y 15 personas equivalente al 12.71 % adquieren el producto en otros lugares como son las personas que preparan al gusto del cliente y lo entregan a domicilio, dándonos un total de 118 encuestados es decir el 100%.

4. ¿En compañía de quien degusta Ud. el Cuy?

CUADRO Y GRAFICO N° 05

Variable	**F**	**%**
Amigos	100	35,97
Familia	109	39,21
Compañeros de trabajo	69	24,82
TOTAL	**278**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



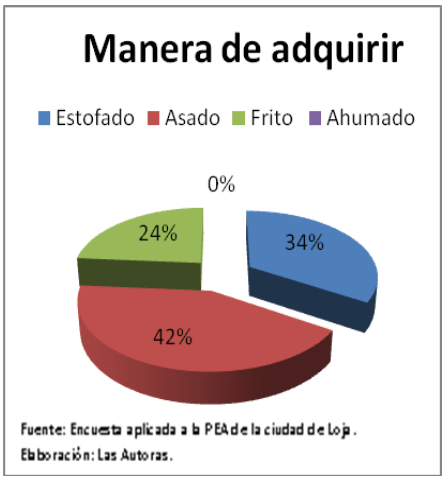
INTERPRETACION: De las 278 personas que si degustan del cuy equivalente al 100%, el 35.97% correspondiente a 100 personas manifiestan que lo hacen en compañía de sus amigos, el 39.21% equivalente a 109 personas lo hacen junto a la familia y el 24.82% perteneciente a 69 personas degustan del cuy junto a sus compañeros de trabajo. Cabe recalcar que para la representación grafica hemos tomado en cuenta solo los porcentajes altos ya que estos son de vital importancia para los cálculos de la demanda y oferta.

5. ¿De qué manera adquiere usted el producto (cuy)?

CUADRO Y GRAFICO N° 06

Variables	F	%
Estofado	94	33,81
Asado	118	42,45
Frito	66	23,74
Ahumado	0	0,00
TOTAL	**278**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

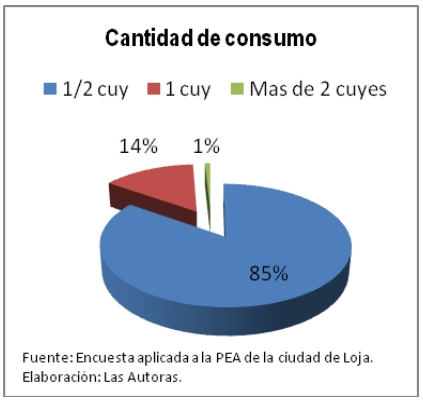
INTERPRETACION: De las 278 personas encuestadas equivalentes al 100%, el 33.09% perteneciente a 94 personas adquieren el cuy en estofado, el 42,45% correspondiente a 118 encuestados adquiere el cuy asado y el 23,74% correspondiente a 66 personas adquieren el cuy frito.

6. ¿Qué cantidad de cuyes consume usted por mes?

CUADRO Y GRAFICO N° 07

Variables	F	%
Medio cuy	100	84,75
1 cuy	17	14,41
Más de 2 cuyes	1	0,85
TOTAL	**118**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



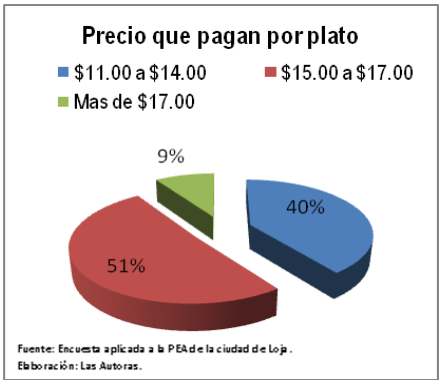
INTERPRETACION: El 84,75% equivalente a 100 personas consumen medio cuy mensualmente, el 14.41% perteneciente a 17 personas consume 1 cuy mensual y el 0.85% es decir una persona consume más de dos cuyes mensualmente, obteniendo un total de 118 encuestados es decir el 100%.

7. ¿Cuánto paga usted por plato entero (Cuy)?

CUADRO Y GRAFICO N° 08

Variables	F	%
$11.00 a $14.00	47	39,83
$15.00 a $17.00	60	50,85
Más de $17.00	11	9,32
TOTAL	**118**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



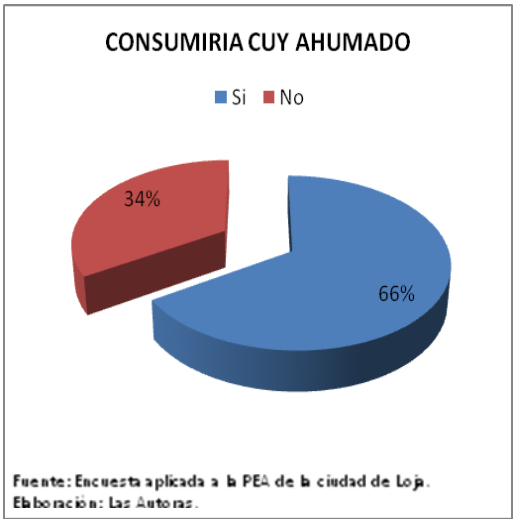
INTERPRETACION: El 39.83% equivalente a 47 encuestados adquieren el plato de cuy a un precio entre 11.00$ a 14.00$, 60 personas correspondiente al 50.85% adquieren el producto a precio entre 15.00$ a 17.00$ y el 9.32% es decir 11 encuestados pagan por el producto más de 17.00, dándonos un total de 118 encuestados obteniendo un total del 100%. Tomando en cuenta que el precio del producto es poco elevado ya que el plato viene acompañado con papas, arroz cocido y ensalada.

8. ¿Le gustaría consumir cuy ahumado?

CUADRO Y GRAFICO N° 09

Variables	F	%
Si	78	66,10
No	40	33,90
TOTAL	**118**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras



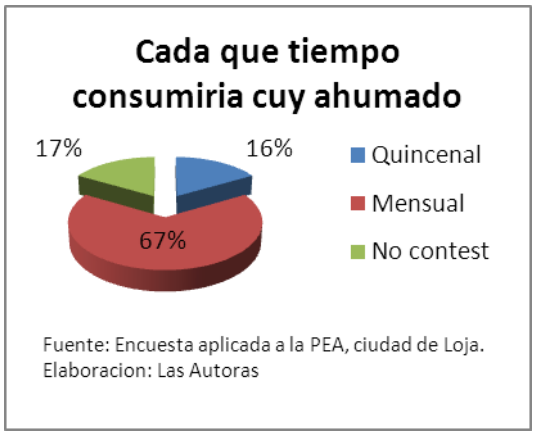
INTERPRETACION: El 54.24% de los encuestados correspondiente a 64 personas si les gustarian consumir cuy ahumado mientras el 45.76% equivalente a 54 personas no desean degustar dicho producto, dandonos un total de 118 encuestados equivalentes al 100%.

9. ¿Cada qué tiempo consumiría usted cuy ahumado?

CUADRO Y GRAFICO N° 10

Variables	**F**	**%**
Quincenal	13	16,67
Mensual	52	66,67
No contestan	13	16,67
TOTAL	**78**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



INTERPRETACION: De los 64 encuestados equivalentes al 100% que estan predispuestos a consumir cuy ahumado, el 7.81% perteneciente a 5 personas adquiririan dicho producto quincenalmente, el 73.44% perteneciente a 47 personas comprarian mensualmente y el 18.75% correspondiente a 12 encuestados no contestan.

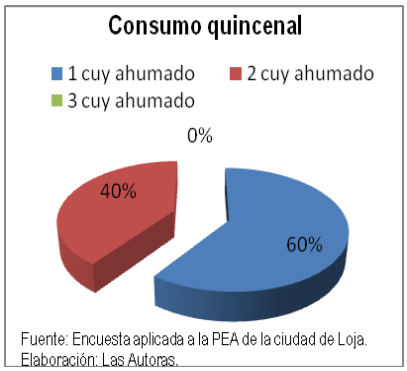
10. ¿Qué cantidad de cuyes ahumados adquiriría usted?

10.1 Quincenalmente

CUADRO Y GRAFICO N° 11

Variables	F	%
1 cuy ahumado	3	60,00
2 cuy ahumado	2	40,00
3 cuy ahumado	0	0,00
TOTAL	**5**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



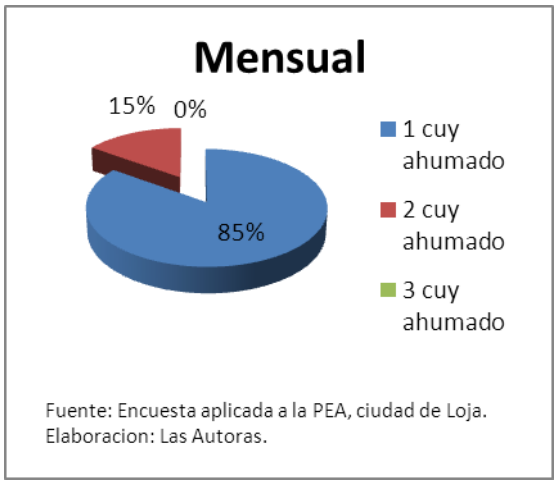
INTERPRETACION: según datos obtenidos quincenalmente de los 5 encuestados equivalente al 100% nos manifestaron que consumirían el cuy ahumado de la siguiente manera: 60% equivalente a 3 personas consumirían un cuy ahumado; el 40% equivalentes a 2 personas adquirirían dos cuyes ahumados.

10.2 Mensualmente

CUADRO Y GRAFICO N° 12

Variables	F	%
1 cuy ahumado	62	84,93
2 cuy ahumado	11	15,07
3 cuy ahumado	0	0,00
TOTAL	**73**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



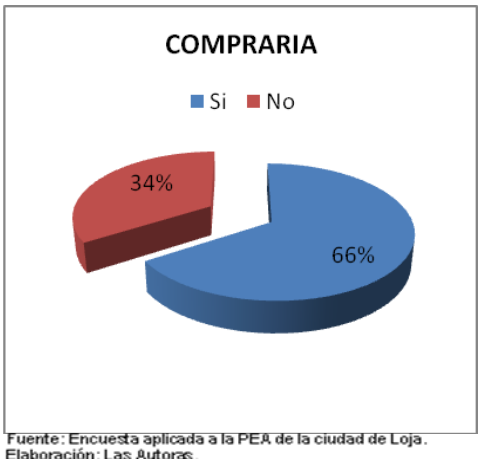
INTERPRETACION: Mensualmente de los 47 encuestados (100%), el 80.85% equivalente a 38 personas consumirían un cuy ahumado; el 19,15% correspondiente a 9 encuestados consumirían 2 cuyes ahumados.

11. Si se incrementara una microempresa lojana dedicada a la producción y comercialización de cuyes ahumados empaquetados, ¿usted compraría?

CUADRO Y GRAFICO N° 13

Variables	F	%
Si	157	65,97
No	81	34,03
TOTAL	**238**	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

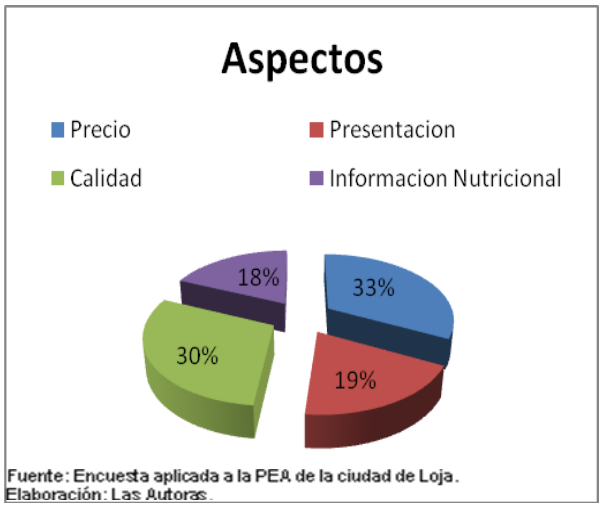
INTERPRETACION: En cuanto a esta pregunta hemos tomado en cuenta a los encuestados que consumen cuy frito y en estofado que son 160 consumidores sumándole 78 encuestados que están dispuestos a consumir cuy ahumado dándonos un total de 238 encuestas de las cuales el 65,97% que equivale a 157 personas apoyarían comprando el producto en caso de que se creara una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes ahumados y el 34,03 correspondiente a 81 encuestados no comprarían este producto.

12. ¿Qué aspectos consideraría más importante al momento de comprar nuestro producto (Cuy Ahumado)?, elija una opción.

CUADRO Y GRAFICO N° 14

Variables	F	%
Precio	51	32,48
Presentación	30	19,11
Calidad	47	29,94
Información Nutricional	29	18,47
TOTAL	**157**	**100,00**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

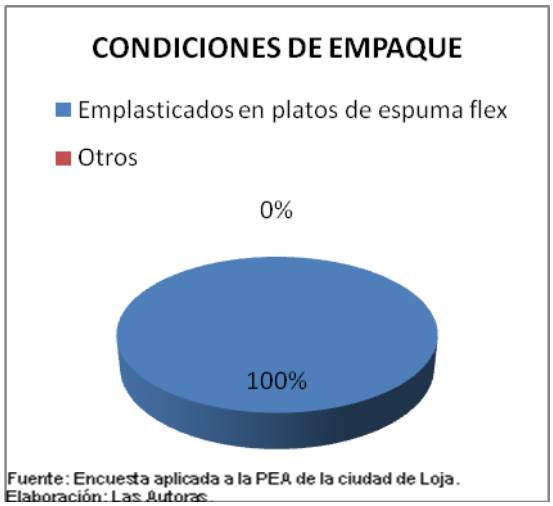
INTERPRETACION: En esta pregunta el 32,48% correspondiente a 51 personas nos manifestaron que el primer aspecto al adquirir el producto es el precio; el 19,11% equivalente a 30 encuestados toman en cuenta la presentación; el 29,94% correspondiente a 47 personas destacan la calidad y el 18,47% equivalente a 29 personas consideran más importante la información nutricional obteniendo un total de 157 encuestados equivalente al 100%, cabe mencionar que en esta pregunta se tomo en cuenta solo a las personas que están de acuerdo en comprar mismo q nos ayudara a obtener datos mas reales.

13. ¿Bajo qué condiciones adquiriría el producto?

CUADRO Y GRAFICO N° 15

Variables	F	%
Emplasticados en platos de espuma flex	157	100
Otros	0	0
TOTAL	**157**	100

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

INTERPRETACION: El 100% correspondiente a 157 encuestados están de acuerdo que la presentación del producto sea empacado en platos de espuma flex Emplasticados, el cual permite una optima e higiénica conservación del producto.

14. ¿Cuál es el medio de comunicación local que usted prefiere?

CUADRO Y GRAFICO N° 16

Variables	F	%
Radio	80	50,96
Televisión	58	36,94
Periódico	19	12,10
TOTAL	**157**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

INTERPRETACION: El medio de comunicación de mayor preferencia es la radio con un 49,15% correspondiente a 58 personas, el 42,37% equivalente a 50 personas prefieren la televisión y el 8.47% perteneciente a 1 persona destaca el periódico obteniendo un total de 118 encuestados es decir el 100%.

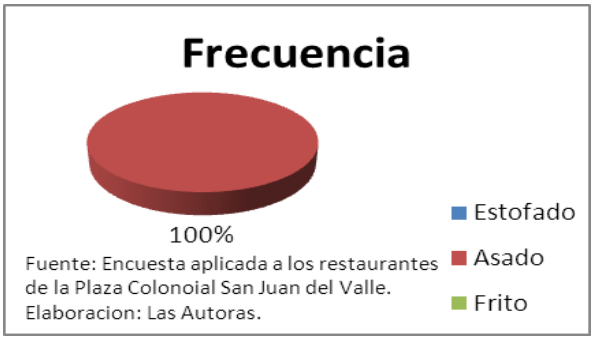
f.2) Encuesta aplicada a Restaurantes.

1. ¿De qué manera vende los cuyes en los restaurantes?

CUADRO Y GRAFICO N° 17

Variable	F	%
Estofado	0	0.00
Asado	6	100.00
Frito	0	0.00
TOTAL	**6**	**100**

Fuente: Restaurantes de la Plaza San Juan del Valle.
Elaboración: Las Autoras.



INTERPRETACIÓN: De los seis restaurantes ubicados en la Plaza San Juan del Valle, cuya totalidad es del 100% mencionan que la única manera en que comercializan los cuyes es asado. Cabe mencionar que la venta del cuy es por unidades acompañada con papas coloradas, arroz y ensaladas.

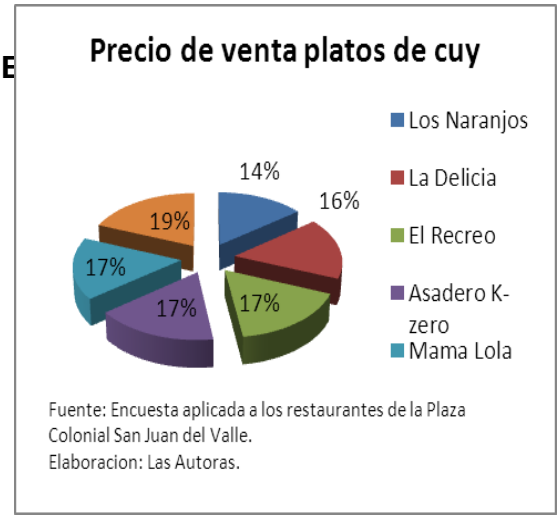
2. *Precio al que venden el plato de cuy:*

CUADRO Y GRAFICO N° 18

Restaurantes	F	%
Los Naranjos	13.00	14.44
La Delicia	15.00	16.67
El Recreo	15.00	16.67
Asadero K-zero	15.00	16.67
Mama Lola	15.00	16.67
Doña Lolita	17.00	18.89
TOTAL	**90**	**100.00**

Fuente: Restaurantes de la Plaza San Juan del Valle.
Elaboración: Las Autoras.

¡E



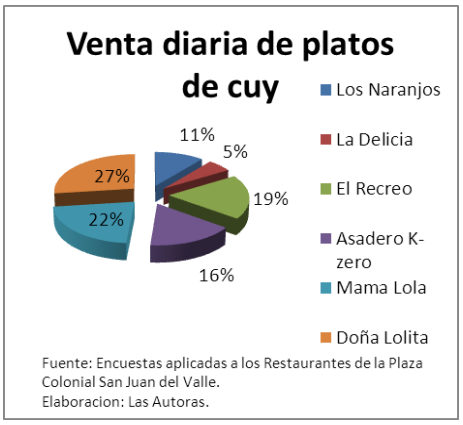
INTERPRETACIÓN: El precio por plato al que expenden estos seis restaurantes equivalente al 100% está distribuido de la siguiente manera: El restaurante Los Naranjos vende el plato de cuy asado a $13.00, La Delicia a $15.00, El Recreo $15.00, Asadero k-Zero a $15.00, Mama Lola presenta tres variedades de platos estos son de $13.00, $15.00 y $17.00 y Doña Lolita presenta también dos variedades de platos de $15.00 y $19.00

3. Cantidad de cuyes (platos) que comercializa diariamente:

C UADRO Y GRAFICO N° 19

Restaurantes	F	%
Los Naranjos	20	10,81
La Delicia	10	5,41
El Recreo	35	18,92
Asadero K-zero	30	16,22
Mama Lola	40	21,62
Doña Lolita	50	27,03
TOTAL	**185**	**100,00**

Fuente: Restaurantes de la Plaza San Juan del Valle.
Elaboración: Las Autoras.



INTERPRETACIÓN: Los platos que venden por día estos seis restaurantes son: Restaurante “Los Naranjos” vende diariamente 20 platos que equivale al 10,81%; Restaurante “La Delicia” 10 platos correspondiente al 5,41%;Restaurante “El Recreo” vende 35 platos por día equivalente a 18,92%; Restaurante Asadero “K-zero” 30 platos correspondiente a 16,22%; El Restaurante “Mama Lola” vende 40 platos diarios que corresponde al 21,62% y el Restaurante “Doña Lolita” vende aproximadamente 50 platos que son equivalente al 27,03% obteniendo el 100%.

4. La materia prima (cuyes) que usted obtiene es mediante:

CUADRO Y GRAFICO N° 20

Variable	F	%
Criaderos propios	0	0
Proveedores	6	100
Mercados y Ferias Libres	0	0
Otros	0	0
TOTAL	**6**	**100**

Fuente: Restaurantes de la Plaza San Juan del Valle.
Elaboración: Las Autoras.

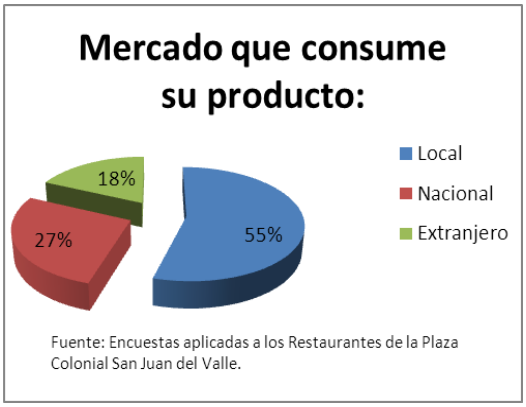
INTERPRETACIÓN: Los seis restaurantes encuestados equivalentes al 100% deducen que la obtención de la materia prima la realizan mediante proveedores, cabe mencionar que solo los restaurantes El Recreo y Asadero K-Zero revelaron la procedencia de estos proveedores pertenecientes a la parroquia rural de Chuquiribamba.

5. Mercado que consume el producto (cuy asado) en su restaurante:

CUADRO Y GRAFICO N° 21

Variable	F	%
Local	6	54,55
Nacional	3	27,27
Extranjero	2	18,18
TOTAL	11	100

Fuente: Restaurantes de la Plaza San Juan del Valle.
Elaboración: Las Autoras.



INTERPRETACIÓN: De las encuestas aplicadas a los seis restaurantes vemos que el 54.55% de los consumidores es local, el 27.27% de consumidores es nacional y el 18.18% de los consumidores es extranjero, dándonos un total del 100%.

g)DISCUSION

DISCUSION.

g.1) ESTUDIO DEL MERCADO

g.1.1 Mercado

Antecedentes: En Ecuador una de las principales actividades económicas especialmente de la población rural, en los sectores más vulnerables, es la crianza de animales menores, entre estos el principal, la crianza del cuy criollo. Ancestralmente este pequeño roedor doméstico se constituye un elemento casi infaltable en el escenario del hogar campesino andino; a más de ser una principal fuente de alimentación familiar, especialmente en festividades domésticas como en las comunitarias, proporciona ingresos económicos a la familia a través de su comercialización.

Su alta popularidad y consumo cultural (la del cuy) le ha convertido en producto muy apetecido fuera de su ámbito natural (crianza rural) extendiéndose hacia los consumidores de áreas urbanas a todo lo largo y ancho del país. No está por demás resaltar que el consumo de este animalito se extiende desde Bolivia en el sur, Perú (principal productor consumidor) hasta el sur de Colombia.

“El consumo de carne de cuy en el Ecuador se calcula está aproximadamente en 13 millones de cabezas anuales, a un peso promedio en pié de 2,1 Kg. Significa alrededor de 26.590 Tm. Anuales. El mayor consumo se calcula está en las zonas rurales especialmente de la región Sierra, donde se presume alcanzan los

2’028.000 las personas consumidores de cuy; en el área urbana se calcula en 1’092.000 los consumidores de cuy. Porcentualmente significa que el 65% de los consumidores se ubican en el área rural y el 35% se ubican en el área urbana.”[24]

A nivel de nuestro país el consumo per/cápita del sector rural está en 1,41 Kg/mes, 16,90 Kg/año equivalente a un promedio de 8 cuyes al año. En el sector urbano, el consumo per/cápita está en 0,710 Kg/mes, 8,52 Kg/año equivalente a 4 cuyes P/C año.

En el siguiente cuadro estadístico se registran el número de UPAS y el número de cuyes existentes en nuestro país:

[24] Telefax: 02-3063-373 E-mail: **soluciona@andinanet.net** **juanrovayo@yahoo.es**

CUADRO N° 03

PRODUCCIÓN DE CUY NÚMERO DE UPAS Y NUMERO DE CUYES		
REGIONES Y PROVINCIAS	**UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS (UPAS)**	**NÚMERO DE CUYES**
TOTAL NACIONAL	**337423**	**5067049**
REGIÓN SIERRA	**318009**	**4804614**
REGIÓN COSTA	**6933**	**71969**
RESTO *	**12481**	**190466**
REGIÓN SIERRA		
AZUAY	68084	1044487
BOLÍVAR	21223	274829
CAÑAR	20146	291662
COTOPAXI	36564	498178
CHIMBORAZO	57340	812943
LOJA	27001	342243
PICHINCHA	19741	266101
TUNGURAHUA	45518	957221
REGIÓN COSTA		
GUAYAS	1519	15479
LOS RIOS	763	7689
MANABÍ	1877	19426
REGIÓN AMZÓNICA		
MORONA SANTIAGO	6369	106873
PASTAZA	549	9853
ZAMORA CHINCHIPE	3575	53278
SUCUMBÍOS	1118	12151
ORELLANA	336	2767
REGIÓN INSULAR		
GALÁPAGOS	4	17

Fuente: INEC-MAC-SICA-III CENSO DE NACIONAL AGROPECUARIO, 2000.
ELABORACION: Las Autoras.

g.1.2 PRINCIPALES MERCADOS MAYORISTAS

Las 5 principales plazas para la transacción de cuyes en pié se ubican en las provincias de: Azuay, Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y Loja.

CUADRO N° 04

PRINCIPALES MERCADOS MAYORISTAS PROVINCIALES A NIVEL DE MERCADOS MAYORISTAS/ FERIAS DE ANIMALES MENORES		
N°	**PROVINCIA**	**N° de unidades tranzadas promedio mensual**
1	AZUAY	87.041
2	TUNGURAHUA	79.768
3	CHIMBORAZO	67.745
4	COTOPAXI	41.515
5	LOJA	28.520
6	CAÑAR	24.305
7	BOLÍVAR	22.902
8	PICHINCHA	22.175
9	IMBABURA	17.680
10	MORONA SANTIAGO	8.906
11	CARCHI	8.732
12	ZAMORA CHINCHIPE	4.440
13	EL ORO	2.320
14	MANABÍ	1.619
15	GUAYAS	1.290

Fuente: INEC-MAC-SICA-III CENSO DE NACIONAL AGROPECUARIO, 2000.
Elaboración: Las Autoras.

g.1.3 Importadores de Estados Unidos

Ecuadorean tropical products, Inc. Distribuye cuyes importados desde Ecuador en cajas de 10 unidades. Cada cuy de una libra de peso. Esta empresa vende localmente cada caja de 10 unidades a 105 dólares.

Ecuafood importers, Inc. Importa cuyes congelados de Ecuador a un precio de US$ 7.00 por unidad, que equivale a aproximadamente US$ 4:00 FOB Ecuador (cuy de una libra como mínimo), el cuy debe estar despellejado, sin viseras, lavado y con huesos, abierto a la mitad y puesto en sus almacenes de Brooklyn. Jorge Moncayo presidente de Ecuafood de Nueva York (EE.UU.), empresa que se dedica a la exportación de carne de cuy congelado desde Ecuador. Al mes esta empresa moviliza 6,000 unidades que compra a productores ecuatorianos y colombianos. También pretende hacerlo desde el Perú. “El empresario afirma que nuestro país está muy bien posicionado afuera, pues una gran cantidad de ecuatorianos (más de un millón) vive en EE.UU sin embargo considera que los criadores deben asociarse para mejorar la producción y la calidad del cuy.”[25]

La preferencia del público estadounidense se debe al gran valor nutricional con un mayor porcentaje de proteínas respecto a otras carnes y su bajo contenido de grasas. El mercado estado unidense prefiere mucho los platillos como: Cuy amortajado, Cuy a la Pachamanca, Cuy ancashino y Cuy oriental, productos innovadores provenientes especialmente de Perú.

Por otro lado la cocina ecuatoriana, es conocida como la "comida criolla" o "comida nacional", que es una gastronomía relativamente nueva. Aunque la cocina ecuatoriana no es conocida internacionalmente, tiene un valor muy

[25] www.acambiode.com. (ecuafoodimporters).

original. Al lado de los diferentes alimentos básicos en las regiones (Sierra, Costa, Amazonas), también presenta influencias europeas (sobre todo españolas) y norteamericanas que tienen un papel importante en la cocina del Ecuador. El cuy, que en la actualidad es bastante caro, ya que se considera un plato fino de la región sur y que además constituye una carne de alto valor proteico, se come generalmente en las regiones campestres de la Sierra.

g.1.4) Segmentación del mercado

El mercado objetivo del presente proyecto es la Población Económicamente Activa PEA por grupos principales de ocupación, según sexo y grupos de edad del cantón Loja, puesto que este segmento de la población puede tener como preferencia el consumo del cuy.

CANTON LOJA

DATOS GENERALES

Cabecera cantonal: Loja

Habitantes: 175.077 habitantes en el cantón Loja (censo 2001)

Altura: 2.100 m.s.n.m.

Extensión: 1.883 Km2. Es el mayor de los 16 cantones de la provincia de Loja seguido de Zapotillo, Paltas y Saraguro.

Clima: Templado Andino.

Temperatura: fluctúa entre los 16 y 21 grados.

Límites del cantón Loja:

Norte: con el cantón Saraguro.

Sur y Este: con la provincia de Zamora Chinchipe.

Oeste: parte de la provincia del Oro y los cantones Catamayo, Gonzanamá, y Quilanga.

División Política:

Parroquias urbanas: El Sagrario, San Sebastián, Sucre y El Valle.

Parroquias rurales: Chuquiribamba, Chantaco, El Cisne, Gualel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, Santiago, San Pedro de Vilcabamba, San Lucas, Taquil, Vilcabamba y Yangana.

Actividades Económicas: En el cantón Loja existen actividades de ocupación y producción como la agricultura, ganadería, comercio, minería y pequeña industria.

En el sector rural la ocupación campesina es combinada, se dedican a la producción de alimentos para el consumo, que incluyen el cultivo de bienes agrícolas, la crianza de animales y obras artesanales.

En los registros de la cámara de comercio de Loja se encuentran inscritos 1.100 diversos establecimientos de comercio dedicados a actividades como importación, exportación, servicios, manufactura, despensas, abarrotes, imprentas, agencias y representaciones entre otros.

Si tomamos en cuenta que la gastronomía forma parte de la entidad de un pueblo, decimos que Loja sí cuenta con este atractivo que brinda a los turistas la satisfacción al degustar esta variedad de platos típicos con los que cuenta nuestra ciudad.

En la Plaza Colonial San Juan del Valle situada en la av. Salvador Bustamante Cèli y Guayaquil, se encuentran los restaurantes con la completa variedad gastronómica típica en Loja, localizamos algunos restaurantes en donde los visitantes de nuestra ciudad y hasta los propios lojanos pueden degustar de nuestra comida típica lojana.

Doña lolita es una lojana que se ha dedicado arduamente a la elaboración de platos típicos lojanos desde hace 35 años y esta tarea la lleva a cabo en el salón Lolita que se encuentra ubicado en la plaza colonial San Juan del Valle, pues gracias a la enseñanza de su abuelita ella ahora tiene esa sazón que satisface los gustos de los lojanos y visitantes de la ciudad.

El salón Lolita es muy destacado en la ciudad de Loja, un restaurante que ha logrado el reconocimiento suficiente para lograr su crecimiento por lo que ahora tiene una capacidad para 300 personas aproximadamente brindando el mejor servicio a sus clientes y sobre todo haciendo que los turistas y nuestros propios lojanos se sientan satisfechos de disfrutar estos exquisitos platos típicos lojanos. Además nos habló de la importancia que tiene la comida típica en Loja, tanto turística como económica. Piensa que la comida típica es algo tradicional que viene desde nuestros antepasados, ellos han sabido preparar muy bien y nos han hecho herederos de sus habilidades.

Dolores destaca que de entre los platos más típicos en Loja se destacan los siguientes: como plato principal el cuy, seguido de la famosa gallina cuyada, destaca la cecina y el aguado de la gallina criolla y la gallina de maíz. Nos cuenta también que al momento de servir cualquiera de sus platos típicos, la bebida favorita del cliente es la fresca y floral horchata la que está preparada con puras hierbas medicinales.

Platos típicos de Loja:

La famosa **cecina**, conocida también como el sello de identidad de los lojanos, es una tradición gastronómica. Se dice que se originó con las costumbres del campo y fue motivada por la falta de energía eléctrica en el sector rural, así se propagó la

necesidad de conservar las carnes y no se le ocurrió nada mejor que alinearla, salarla y secarla en el sol.

Esta carne, en la actualidad, es la cecina". Sus ingredientes son los siguientes: El plato contiene lomo de cerdo en filetes, salsa y mayonesa, ají de pepa de zambo, ensalada de verduras y chicha.

El **cuy**, conocido atractivo gastronómico lojano constituye el plato principal. Se sancocha con aliños como ajo y comino, luego se lo asa a la brasa, bañándolo frecuentemente con manteca de color o achiote. Se sirve acompañado con papa colorada, mote, lechuga y ají de pepa. Este producto es abastecido en nuestra localidad principalmente por personas pertenecientes a la Parroquia de Chuquiribamba quienes se dedican a la crianza de cuyes.

La **gallina asada o cuyada**, llamada cuyada gracias a un mito que surgió en el salón Lolita, un cliente fue quien dijo que esta gallina tenía sabor a cuy diciendo que es preparada con los condimentos de este, pero doña Lolita aclara la duda diciéndonos que no es así, tanto la gallina como el cuy tienen sus propios condimentos, simplemente ambos son asados en la brasa o en carbón. Este nuevo nombre que se le ha dado a la gallina se ha difundido haciendo que llegue hasta fuera de la ciudad lo que además llama la atención de los turistas.

Los deliciosos **tamales lojanos**, producto tradicional con gran reconocimiento en la provincia, se prepara con maíz seco remojado, que luego es molido y revuelto con manteca de chancho y aliños, esta masa se envuelve en hoja de achira y se rellena con condumio de carne, pollo o cerdo.

La apetitosa **arveja con guineo**, Elaborada con arveja seca, guineo verde, quesillo y culantro finamente picado.

El ya conocido **repe lojano**, que nos llama a degustarlo, es crema a base de guineo, leche y quesillo.

La **miel con quesillo**, deliciosos postre para ser saboreado. Es la miel de panela (producto elaborado a base de caña de azúcar) que se sirve caliente acompañada con quesillo muy tierno y fresco.

El delicioso y verde **ají de Pepa**. Preparado con pepa de zambo, tostada, molida y condimentada con ají, culantro y especias. Este ají acompaña a la mayoría de platos típicos del Cantón Loja.

Como bebida favorita tenemos la deliciosa **horchata**, es una infusión hecha con cerca de 22 hierbas y flores medicinales, se sirve endulzada con un chorro de limón. Puede mejorarse sus propiedades medicinales si se le agrega extracto de sábila y linaza.

Las **quesadillas**, elaboradas con agua y harina de trigo, se rellena con una mezcla de chuno (harina) que se extrae de la planta de achira, manteca de cerdo, azúcar, huevos y quesillo, luego se lleva al horno.

Las **humitas**, muy apetecidas, compuestas por choclo tierno se mezclan con manteca de chancho y sal, se envuelve en hoja de maíz, con condumio de queso o quesillo.

Tenemos también los **bizcochuelos**, los roscones, que son deliciosas razones para encantarse con Loja.

El sango, Es una mezcla de harina de maíz seco tostado y molido, revuelta con agua o leche, sofrita en una sartén y aderezada con quesillo y sal.

g.1.5) ANALISIS DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda de cuyes ahumados empaquetados en la ciudad de Loja, se procedió a determinar el tamaño de la muestra de la PEA (población económicamente activa) de esta ciudad que sirvió de objeto de estudio en la presente tesis, y de esta manera hemos realizado encuestas que permitan determinar los gustos y preferencias de los posibles consumidores como también las frecuencias y de consumo, precios, entre otros factores.

g.1.5.1 DISTRIBUCION DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo, es el conjunto de consumidores de un producto determinado. El mercado objetivo es la población económicamente activa del cantón Loja, puesto que este segmento de la población puede tener como preferencia el consumo de cuy.

DISTRUBUCION GEOGRAFICA DEL MERCADO OBJETIVO.

CUADRO N°05

AÑO	POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA CANTON LOJA
2009	71.275

Fuente: INEC; Censo año 2001 (62.039) proyección año 2009.
Elaboración: Las Autoras.

g.1.5.2) Determinación del promedio del consumo anual de cuyes ahumados empaquetados.

Para la determinación de la frecuencia de promedio de consumo anual de la Población Económicamente Activa PEA de la ciudad de Loja, se realizó el siguiente análisis, en base a los datos obtenidos en la pregunta numero 10 de la encuesta aplicada a los posibles consumidores de cuyes ahumados se obtuvo los siguientes resultados.

3. Qué cantidad de cuyes ahumados adquiriría usted?

3.1 Quincenalmente.

CUADRO N° 06

cantidad	frecuencia	quincenal	mes	Anual
1 Cuy	3	3	6	72
2 Cuyes	2	4	8	96
3Cuyes	0	0	0	0
TOTAL				168

FUENTE: Cuadro N 10.1
ELABORACION: Las Autoras.

3.2 Mensualmente

CUADRO N° 07

Cantidad	Frecuencia	Mensual	Anual
1 cuy	62	62	744
1 cuy	11	11	132
2 cuyes	0	0	0
TOTAL			**876**

FUENTE: Cuadro N 10.1
ELABORACION: Las Autoras.

Total de cuyes: 1.044

Clientes: 78

Consumo Promedio por persona: 13 cuyes.

Para calcular el consumo total anual sumamos los totales anuales del primer y segundo cuadro obteniendo un total de 1.044 cuyes, a esto le dividimos por los 78 posibles consumidores de nuestro producto y obtenemos un consumo promedio de 13 cuyes anuales por persona.

g.1.5.3) ANALISIS Y DETERMINACION DE LA DEMANDA POTENCIAL, EFECTIVA Y REAL

CUADRO N° 08

Años	PEA	Consumo de cuy 69,85%	Demanda potencial 42,45%	Demanda Efectiva 66,10%	Demanda Real 65,97%	Consumo Promedio Anual	Total Demanda Real
1	73.792	51543	21878	14462	9540	13	124019
2	75.083	52445	22261	14715	9707	13	126189
3	76.397	53363	22650	14972	9877	13	128397
4	77.734	54297	23047	15234	10050	13	130644
5	79.095	55247	23450	15501	10225	13	132930

FUENTE: Cuadro n°3, 5, 9 y 13.
ELABORACION: Las Autoras.

INICIO PROYECTO: 2010

DURACION PROYECTO: 5 Años

TASA DE CRECIMIENTO: 1.75%.

Demanda Potencial= 51543 *42,45%=21878.

Demanda Efectiva= 21878*66,10%= 14462

Demanda Real: 14462*65,97%= 9540.

Total Demanda Real: 9540*13: 124019.

Para calcular la demanda potencial hemos tomado como referencia la pregunta número 04 de las encuestas aplicadas a los consumidores: De que manera adquiere el cuy, para lo cual se ha tomado en cuenta el porcentaje más alto (42,45%), obteniendo para el primer año una demanda potencial de 21.878.

Para la determinación de la demanda efectiva se utilizo la pregunta número 07 de la encuesta aplicada a los posibles compradores: Le gustaría consumir cuy ahumado, con un porcentaje de 66,10%, obteniendo así una demanda de 14462.

El consumo promedio se la obtuvo de la pregunta número 09: Qué cantidad de cuyes consumiría Ud. Quincenal o mensual obteniendo un consumo promedio anual por persona de 13 cuyes.

El total de la demanda real se la obtuvo multiplicando la demanda real de 9540 por el consumo promedio anual de cuyes por persona: 13 cuyes, dándonos un total de 124019.

Estos resultados serán proyectados para cinco años, obteniendo una demanda aproximada de 132.930 para el año 2015.

g.1.6) ANALISIS DE LA OFERTA

Durante la investigación de campo se pudo evidenciar que en la ciudad de Loja se comercializan cuyes asados en restaurantes que se ubican en la Plaza Colonial San Juan del Valle y que un minúsculo grupo de personas que preparan platos a domicilio a gusto del cliente lo realizan ya sea asado, frito o en estofado esto solamente bajo pedido.

Para poder determinar la oferta de cuyes ahumados tomamos como referencia la pregunta número tres de la encuesta aplicada a los Restaurantes cuyos resultados son los siguientes:

1. **Cantidad de cuyes (platos) se comercializa semanalmente.**

DETERMINACION DE LA OFERTA.

CUADRO N° 09

Restaurantes	Venta semanal	Total venta mensual
Los Naranjos	20	600
La Delicia	10	300
El Recreo	35	1050
Asadero K-Zero	30	900
Mama Lola	40	1200
Doña Lolita	50	1500
TOTAL	**185**	**5550**

Fuente: Cuadro 20.
Elaboración: Las autoras.

Total venta de platos anuales= 5550*12meses=66.600

De la venta total de platos semanales que realizan los restaurantes de nuestra localidad se obtuvo que mensualmente se expenden 5.550 platos dándonos un total de 66.600 platos anuales, determinando de esta forma la oferta anual de cuyes en la ciudad de Loja.

g.1.7) PROYECCION OFERTA.

En la proyección de la oferta se tomo en cuenta a los restaurantes legalmente constituidos mismos que se dedican a la preparación y venta de cuyes asados durante el año 2008 y 2009, lo cual nos permitió calcular la tasa de crecimiento de

los negocios ofertantes de este producto, realizando el cálculo de la siguiente manera:

$$P = Po(1+i)\wedge n$$
$$(1+i)\wedge n = P / Po$$
$$(1+i) = \sqrt{(n \,\&\, P / po}$$

P2009= 6

Po2008= 5

$$i = \sqrt{(P / Po) - 1}$$
$$i = \sqrt{(6/5) - 1}$$
$$i = \sqrt{1.200000000} - 1$$
$$i = 1.09544512 - 1$$
$$i = 0.09544512$$

Luego de haber despejado la formula de proyección se obtuvo una tasa de crecimiento de negocios expendedores del producto cuy asado de 0,09544512, obteniendo siguiente proyección de oferta.

CUADRO N° 10

OFERTA	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA PROYECTADA
		66600
66600	0.09544512	72957
72957	0.09544512	79920
79920	0.09544512	87548
87548	0.09544512	95904

ELABORACION: Las Autoras.

g.1.8) DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se obtuvo restando la oferta de cuyes de la demanda, que se determino en la población económicamente activa del cantón Loja, quedando de la siguiente manera.

CUADRO N °11.

Demanda Real	Oferta	Demanda no satisfecha
124019	66600	57419
126189	72957	53232
128397	79920	48477
130644	87548	43096
132930	95904	37026

ELABORACION: Las Autoras.

Para determinar la demanda insatisfecha se realizo la sustraccion entre la demanda real que es de 124019 empaques de cuyes ahumados, y la oferta actual que es 66.600 cuyes, esto nos da el balance entre la oferta y la demanda insatisfecha que es de 57.419 empaques de cuyes ahumados en el mercado del canton Loja lo que permitira determinar el tamaño de la microempresa que se desea implementar para el primer año.

g.2.) ELABORACION DEL PLAN DE COMERCIALIZACION.

Dentro del plan de comercialización se realizara la combinación de las 4 Ps del mercado (Producto, Precio, Plaza y Promoción), con el objetivo de ingresar al mercado un producto que esté acorde a los gustos y preferencias del usuario o cliente.

g.2.1) PRODUCTO

Definición: El producto que se pretende producir y comercializar son, **cuyes ahumados** empaquetados con un alto porcentaje nutricional, contribuyendo de esta manera a fomentar una alimentación variada y saludable para la sociedad.

DISEÑO DEL PRODUCTO A COMERCIALIZARSE

Objetivo: Lograr que nuestro producto sea Líder en el Mercado Lojano.

Estrategia:

- Ofrecer cuyes de excelente calidad, alto valor nutritivo y bajo en calorías.

- Entregar el producto de acuerdo a las normas de calidad de modo que sea higiénico, saludable y apetitoso.

Meta: Llegar a producir cuyes aptos en cantidad y calidad para satisfacer el mercado.

Presentación: El cuy ahumado (pre cocido) será empaquetado por unidades en platos de espuma flex (desechables) y envueltos con plástico adherente especial para la conservación de los alimentos.

Color: Dorado a rojo jaspeado.

Contenido: 1 kilogramo y será envuelto en platos de espuma flex con plástico adherente especial para el empaquetamiento y conservación de alimentos.

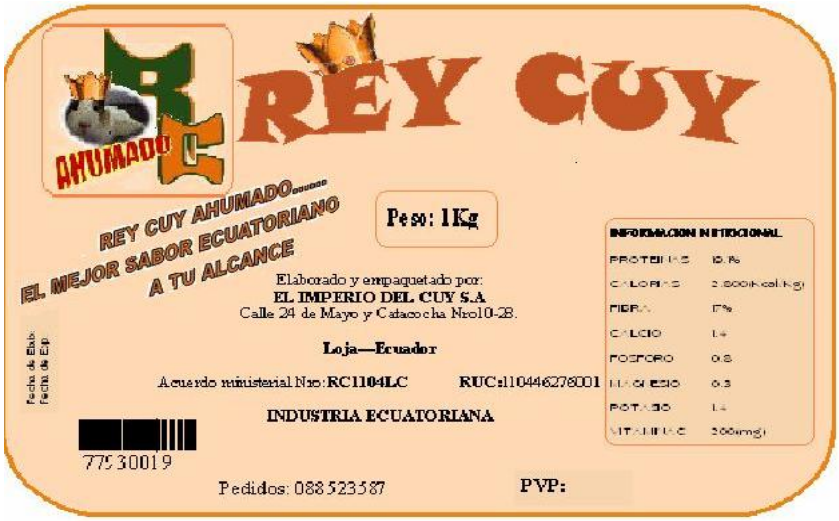
Marca: Es la distinción de nuestro producto, con el cual va a identificarse y diferenciarse de otros productos o para denotar calidad, precio y contenido, en nuestro caso la marca del Producto será: "**REY CUY AHUMADO"**

Logotipo:

Slogan Publicitario:

REY CUY AHUMADO.....
EL MEJOR SABOR ECUATORIANO
A TU ALCANCE

Etiqueta:



g.2.2) PRECIO

Para la determinación del precio de venta del producto **REY CUY AHUMADO,** se consideran parámetros, como los son insumos directos e indirectos, costo de producción y margen de utilidad mismo que será de 15.06 dólares.

Objetivo: Ofrecer al cliente un producto de excelente calidad y a precios accesibles para satisfacer la demanda e incluso la insatisfecha.

Estrategias:

- Asignar un precio promedio a los de la competencia, tomando en cuenta los costos de producción, los gastos directos e indirectos.
- Realizar descuentos en volumen de compras.

Meta: Asignar un precio acorde a la calidad del producto.

Precio de Competencia

Para una mejor comprensión analizaremos los precios a los cuales expenden los ofertantes en los diversos restaurantes de la localidad.

CUADRO N° 12

Restaurantes	Precio de venta	%
Los Naranjos	13.00	14.44
La Delicia	15.00	16.67
El Recreo	15.00	16.67
Asadero K-zero	15.00	16.67
Mama Lola	15.00	16.67
Doña Lolita	17.00	18.89
TOTAL	**6**	**100.00**

FUENTE: CUADRO N
ELABORACION: Las Autoras

De este modo podemos deducir que en el mercado Lojano la mayoría de los restaurantes expenden su producto a un costo de $15.00 representado en un 66.67% correspondiente a 4 de los restaurantes que se aplicó las encuestas a excepción del restaurante los naranjos que vende el producto a 13.00 y el restaurante "Doña Lolita" a 17.00 dólares americanos.

g.2.3) PLAZA.

La producción del cuy ahumado empaquetado **(REYCUY)**, cubrirá el mercado del cantón Loja, para ello se utilizara diferentes canales de distribución, con el fin de que el producto llegue al consumidor final eficazmente y de esta manera lograr una amplia cobertura en el mercado.

Objetivo: El mercado objetivo del producto será la zona urbana del cantón de Loja la cual está compuesta por un grupo de clientes económicamente activos, a los que habrá que dirigir todos los esfuerzos de marketing.
Utilizar un eficaz y eficiente canal de distribución.

Meta: Posesionarnos en un 50% del mercado local.

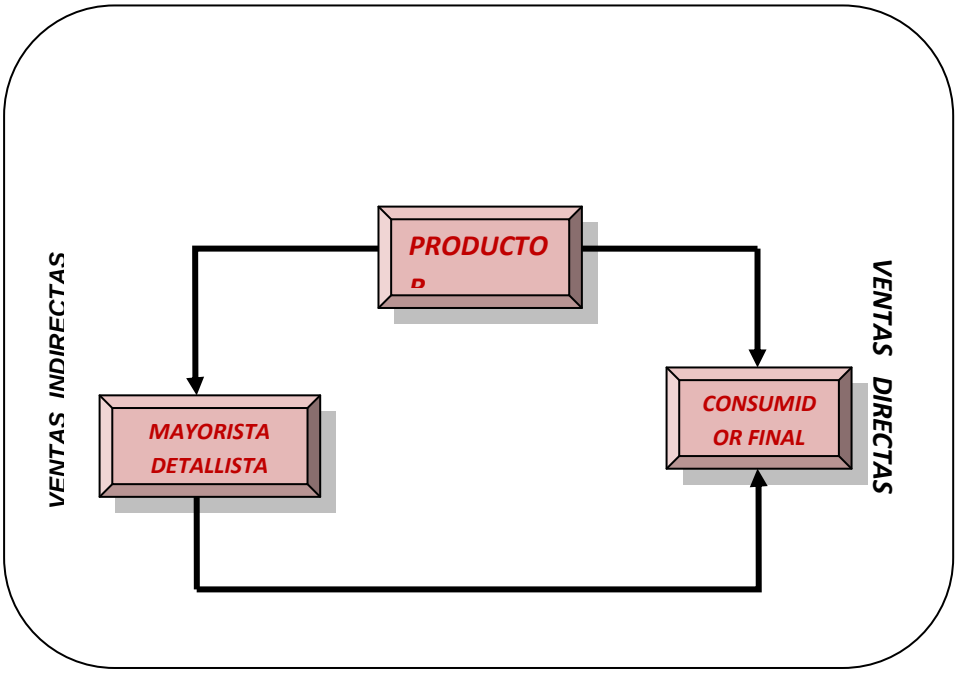
ESTRATEGIA DE LA DISTRIBUCION.

Para ingresar al mercado objeto de estudio será basándose en un análisis minucioso de la oferta y demanda, para utilizar los mejores canales de distribución.

CANAL DE DISTRIBUCION DE LA EMPRESA.

Los canales de distribución a utilizar serán:

Productor – Consumidor: Este canal nos permitirá distribuir nuestro producto de una manera más breve y simple, ya que no incluyen intermediarios, de tal forma que los consumidores lo podrán adquirir directamente desde la microempresa.
Productor – Mayorista detallista – Consumidor final: En este caso existirán intermediarios que obtendrán el producto de nuestra microempresa, para luego comercializarlo hacia el consumidor final.
Los intermediarios serán los supermercados, tiendas y otros centros que expenden productos alimenticios.



g.2.4) PUBLICIDAD Y PROMOCION

Según datos obtenidos de las encuestas aplicadas en lo que respecta a medios de comunicación, se pudo evidenciar la preferencia por la radio, razón por la cual se publicara cuñas radiales mediante este medio, además se dará a conocer nuestro producto por la prensa (Diario la Hora) y mediante la apertura de una página Web en Internet dando a conocer la calidad, durabilidad y beneficios del producto, materia prima utilizada, maquinaria utilizada, diseño y presentación, lugar de ubicación.

Objetivo: Utilizar las estrategias adecuadas con el fin de dar a conocer el producto, su calidad, valor nutricional y la novedad respecto al cuy ahumado (pre cocido).

Estrategias: Para generar móviles de compra a través de los diferentes medios, nuestra empresa pondrá énfasis en los siguientes aspectos:

- Tácticas de Persuasión a la Psicología del usuario mediante la difusión de las características y beneficios del producto.

Meta: Introducir el producto **REY CUY AHUMADO** en la mente del consumidor.

CUÑA RADIAL

GUAO sabía usted que es lo nuevo del CUY, si así como lo oyó, es que ahora en Loja llegó lo nuevo del CUY y no es uno cualquiera es el REY CUY AHUMADO, listo para freír o calentar en el micro ondas, sin pérdida de tiempo pues es pre cocido y lo mejor es que posee un alto valor nutricional, bajo en calorías, a un precio accesible al que usted puede degustar de su inigualable sabor del REY CUY gracias al procesamiento del ahumado mismo que ha sido elaborado con la más alta norma de calidad, adquiéralo ya en los diferentes súper mercados de la localidad o en su distribuidora ubicada en el Barrio las Palmeras km2 via antigua a Zamora, para pedidos comuníquese al: 2550427.

g.2.5) Plan De Acción

Son todas las estrategias que se van a ejecutar en cada elemento de este plan. Para la ejecución de este plan, contamos con el personal adecuado y capacitado para la producción y comercialización de cuyes ahumados en la ciudad de Loja.

Evaluación

Para poder evaluar el plan de comercialización, se requiere que éste se ponga en marcha dentro de la empresa, logrando así controlar cada paso que conlleve a la mejora en el procesamiento y calidad de **REY CUY AHUMADO.**
Control Es una herramienta básica que nos ayudara a prever los posibles errores e imprevistos que se presenten, creando nuevas estrategias que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos.

Al culminar el presente plan de comercialización se analizara cuál es la rentabilidad obtenida, productividad alcanzada y el posicionamiento logrado en ese momento dentro del mercado objetivo, tomando la decisión de continuar o cambiar dicho plan.

g.3) ESTUDIO TECNICO.

g.3.1) TAMAÑO DEL PROYECTO.

Nuestro proyecto tendrá una duración de cinco años mismo que se basara en el estudio de la demanda y oferta del producto a mercadear, para determinar la capacidad de producción y a la vez satisfacer las necesidades de los posibles consumidores de nuestro producto.

g.3.2) CAPACIDAD DE PRODUCCION

La maquinaria con la que contara nuestra microempresa será el horno ahumador artesanal a carbón vegetal, el cual nos permitirá determinar la capacidad de producción, mismo que producirá una cantidad 5.280 cuyes anuales.

g.3.3) CAPACIDAD INSTALADA

Para determinar la capacidad Instalada se procedió hacer el siguiente cálculo: Diariamente se producirán 20 unidades a procesar por 22 días laborables obtendremos 440 unidades mensuales, alcanzando una capacidad Instalada anual de 5.280 cuyes ahumados.

g.3.4) CAPACIDAD UTILIZADA.

Sera dada por el rendimiento de la maquinaria (en este caso el horno ahumador) medida que va en función del trabajo que se realiza en la planta de producción, el cual iniciaremos el primer año con el 90% de la capacidad utilizada, es decir con una producción de 4.752 unidades por año, y cada año se irá elevando el porcentaje de producción hasta llegar al 100 % de la capacidad instalada.

CUADRO N° 13

AÑOS	CAP.INST	Cap. Utilizada	N° de unidades
1	5280	90%	4752
2	5280	90%	4752
3	5280	95%	5016
4	5280	95%	5016
5	5280	100%	5280

ELABORACION: Las Autoras.

g.3.5) LOCALIZACION DE LA PLANTA.

Nuestra microempresa será instalada en el barrio Las Palmeras de la Parroquia el Sagrario de la ciudad de Loja, ubicado en el Km2 vía antigua a Zamora, lugar donde se realizara el Proceso de ahumado de nuestro producto, mismo que dispone de todos los servicios básicos que facilitaran la elaboración del producto y que a su vez cuenta con amplios espacios verdes; como también está provista de forrajes como; kicuyo, alfalfa entre otros.

Factores Localizacionales.

Servicios Básicos.

- **Energía eléctrica:** Factor primordial para la instalación de la empresa, ya que esta se utilizara para el proceso productivo y las actividades administrativas.

- **Agua:** se la utilizara para el proceso de producción, así como para el aseo y utilización del personal que labora en la empresa.

- **Teléfono:** Facilitara la comunicación con proveedores y clientes interesados en nuestro producto.

- **Transporte:** en el sector se encuentra una infraestructura vial de segundo orden, el cuál facilitará la distribución del producto por vehículo.

- **Disponibilidad de mano de obra:** Nuestra empresa contara con mano de obra calificada como (Administrador y Contador), con mano de obra Semicalificada (Técnico en ventas, Técnico en Agroindustrias) y no calificada como los (operarios).

g.3.6) MACROLOCALIZACION.

El área donde estará ubicada nuestra Microempresa será en Ecuador en la provincia de Loja, cantón Loja.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA PROVINCIA DE LOJA DE LA REGION SUR DEL ECUADOR

- **LOCALIZACIÓN:** La provincia de Loja se encuentra ubicada en el extremo medicional del territorio ecuatoriano. Geográficamente se localiza entre los paralelos 3° y 5° de latitud Sur; y, los meridianos 78° 81° de longitud Oeste. Limita al norte con la provincia del Oro y Azuay, al sur y oeste con la república del Perú, al este con Zamora Chinchipe.

- **EXTENSIÓN:** Loja es el mayor de los 16 cantones de la provincia de Loja, seguido de Zapotillo, Paltas y Saraguro. Cubre una extensión de 1883Km$^{2.,}$ que equivale al 17% del territorio provincial.

- **MEDIO FÌSICO:** Por la parte de La Serie Zamora, una formación paleozoica casi totalmente cubierta por volcanismo terciario y cuatro formaciones geológicas:

Formación Loma Blanca (Oligoceno)

Formación Trigal (Mioceno)

Formación San Cayetano (Mio-Pioceno)

- **OROGRAFIA:** Está representada por los tres nudos de la provincia (Guagrahuma - Acacana, Caja Numa y Sabanilla), que se constituyen también en líneas divisorias de agua de las cuencas hidrográficas que vierten al pacifico o al atlántico, y dos de cuatro hoyas de Loja: la hoya Occidental de Zamora y el piso Superior de la Hoya Central occidental de Catamayo.

La Hoya central Oriental De Zamora, limita al norte del sector del nudo de Guagrahuma - Acacana, por el sur por el nudo de caja Numa, al este por el eje principal de la cordillera real de los andes y al oeste por las estivaciones del Villonaco (prolongación del nudo Caja Numa). En su territorio se asientan la ciudad de Loja, y las poblaciones de Solamar, Jimbilla, Las Juntas, San Lucas y Santiago.

La Hoya central de Catamayo, limita al sur con el nudo de sabanilla y comprende las depresiones o valles donde se asientan las poblaciones de Yangana, Quinara, Vilcabamba y Malacatos.
Es una Hoya de contrastes climáticos y paisajísticos, conformada por muchas micro cuencas que presentan variedad de relieves y climas, que cambian desde templado a tropical.

- **CLIMATOLOGIA**

El cantón Loja está afectado por los mismos factores genéticos del clima que inciden en el país y en gran parte de la macro región sudamericana, especialmente andina. Lo que significa que sobre el territorio cantonal actúan la Zona de Convergencia

Intertropical (ZCIT), movilizada por los vientos alisios y caracterizados por el frente intertropical (FIT); el efecto de la interacción océano Pacífico Atmosférico (Fenómeno ENOS y corriente fría de Humboldt).

Uso del Suelo

- Cantón Loja 29.627Has de cultivos (10,6% de la provincia) en 21.852 UPAs
- El 87% en secano y en 17% (4933Has), bajo riego
- Pastos ocupan 81.821Has (17,6% de la provincia), en 13.785UPAs, de los cuales el 97% son pastos naturales y el 22% (17.793Has), son artificiales
- Bosque natural ocupa un 38% de la superficie total, un 34% de bosque degradado.
- La Flora esta representada por coníferas, helechos, orquídeas, sauces, la cascarilla, etc.
- La fauna es muy diversa, existe ganado vacuno, lanar, porcino, equino, etc. en el Podocarpus existen: el oso de anteojos, tigrillo, danta, aves como el tucán, guajalito, colibrí, gavilanes.

ORGANIZACION TERRITORIAL.

La conformación territorial queda establecida de la siguiente manera:

- **ZONA 1:** Corresponden a las parroquias ubicadas al norte del cantón Loja, estas son: San Lucas, Santiago y Jimbilla.
- **ZONA 2:** Corresponden a las parroquias noroccidentales como: Taquil, Chantaco, Chuquiribamba, el Cisne y Gualel.

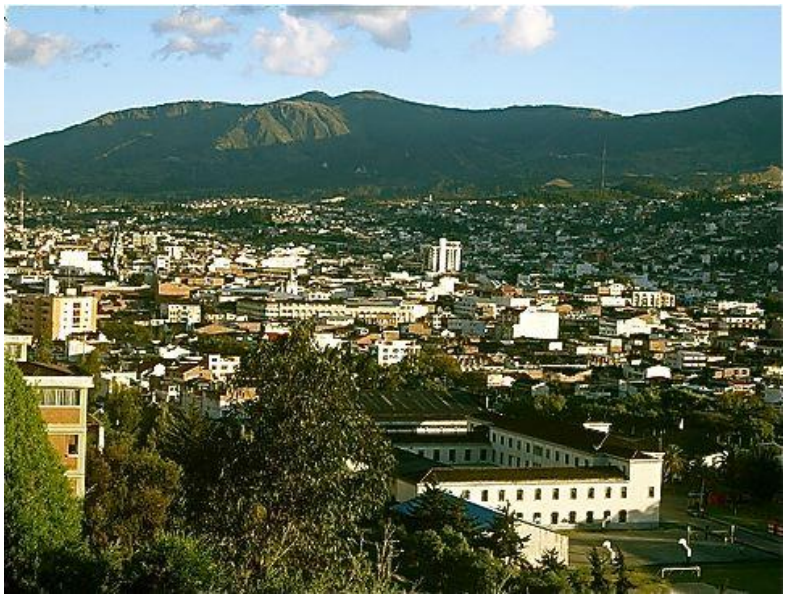
■ **ZONA 3:** Son la parroquias ubicadas en la parte sur son: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana.

■ **ZONA 4:** Corresponde a la parroquia de Loja, y comprende la cabecera cantonal dentro de la cual se encuentran las parroquias urbanas de San Sebastián, Sucre, el Valle y el Sagrario.

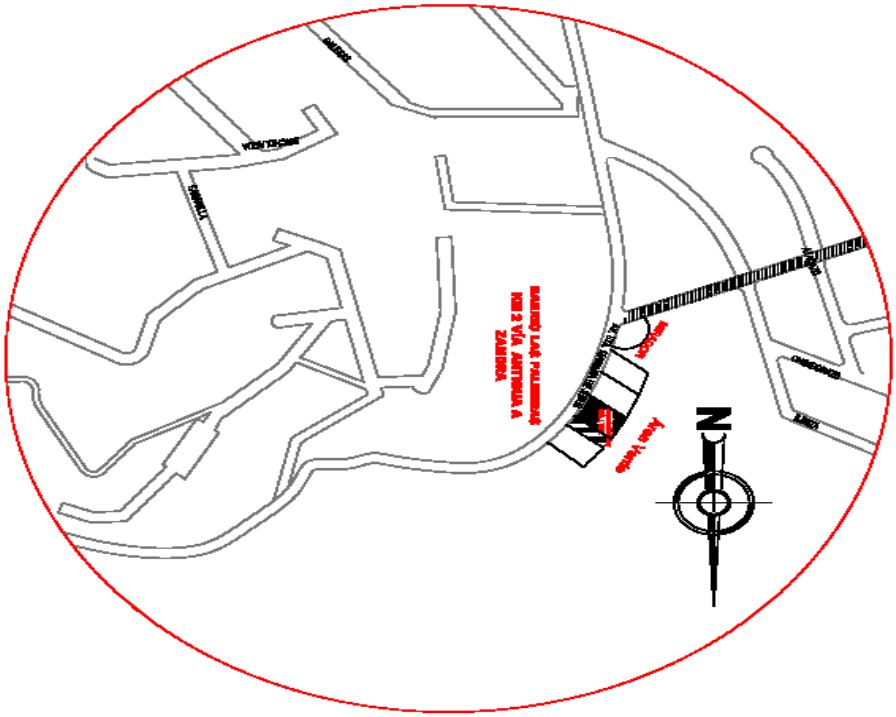
g.3.7) MICROLOCALIZACION

Tomando en cuenta los factores localizacionales, se ha considerado que la micro localización óptima para el presente proyecto sea instalado en la **zona 4** según la organización territorial de la provincia de Loja que corresponde a la parroquia el Sagrario en el barrio Las Palmeras, del cantón Loja, lugar ventajoso porque cuenta con todos los servicios básicos, áreas verdes (forrajes), medios de transporte medios que facilitan la instalación de la microempresa.

VISTA PANORAMICA DEL MIRADOR BARRIO LAS PALMERAS



CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LA PLANTA



Sector: Barrio Las Palmeras Altas

Referencia: Km 2 vía antigua a Zamora.

g.3.8) INGENIERIA DEL PROYECTO.

PRODUCTO: El producto que se pretende producir y comercializar son, **cuyes ahumados** empaquetados, con un alto porcentaje nutricional, contribuyendo de esta manera a fomentar una alimentación variada y saludable para la sociedad.

La etiqueta que llevara el producto contendrá la siguiente información:

Nombre del Producto: REY CUY AHUMADO

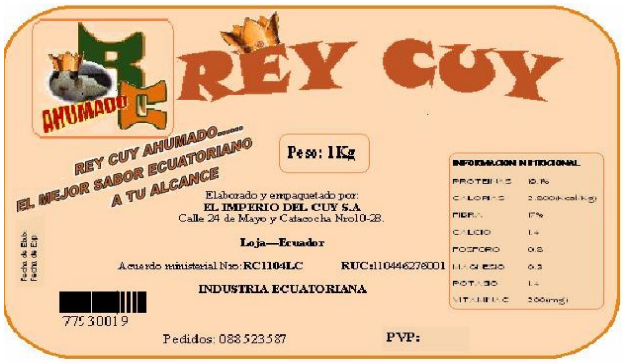
Razón social de la empresa: EL IMPERIO DEL CUY, CIA. LTDA.

Peso en Kilogramos: 1libra y media.

Presentación: El cuy ahumado (pre cocido) será empaquetado por unidades en platos de espuma flex (desechables) y envueltos con plástico adherente especial para la conservación de los alimentos.

Se especificara en la etiqueta del producto aspectos como: Nombre de la microempresa, razón social, fecha de elaboración y expiración, información nutricional, registro sanitario**,** lista de ingredientes, precio de venta al público, logotipo, slogan publicitario y su barra de seguridad:

Etiqueta



g.3.8.1) PROCESO PRODUCTIVO DE LA MICROEMPRESA EL “EL IMPERIO DEL CUY CIA LTDA”.

El proceso productivo del cuy ahumado empaquetado es el siguiente:

1. **Descripción de la materia prima:** Para la realización del proceso productivo es importante seleccionar la materia prima de mejor calidad que se encuentra disponible tiempo a ocupar es de 15 minutos.

2. **Descascarado:** Se procederá a remover el pelaje y las vísceras, con la ayuda de un cuchillo. El tiempo empleado para realizar esta operación será de 102 minutos.

3. **Cocción:** Se cocinara el cobayo en una olla a presión durante 12 minutos.

4. **Aplicación de la sal curante:** La sal **curante** es el líquido que sale de la combinación de sal, nitrito, azúcar y los condimentos (orégano, pimiento, comino, ajo, jengibre, y chimichurri) mismo que será aplicado con una jeringuilla en las extremidades superiores e inferiores del cuy tiempo a utilizar es de 40 minutos.

5. **Dosificado:** Se agregará los aliños y color utilizando medidas exactas de acuerdo al peso del cuy, en un tiempo de 55 minutos.

6. **Ahumado:** Una vez que el cuy este cocinado, adobado y dosificado se procederá a poner en el horno artesanal que funciona a carbón vegetal. El tiempo empleado será de 148 minutos.

7. **Enfriamiento:** Una vez ahumado el cuy se colocara aún caliente, en una fuente plana, dejándolo abierto con el lomo hacia arriba para evitar que se arrugue la piel, y se lo deja enfriar al ambiente por 48 minutos.

8. **Empaquetado:** Se procederá a colocar el cuy ahumado en una bandeja de espuma Flex de 45 cm de largo por 5 cm de alto, cubierto por un plástico adherente para la conservación de alimentos. El tiempo empleado para realizar esta operación será de 20 minutos.

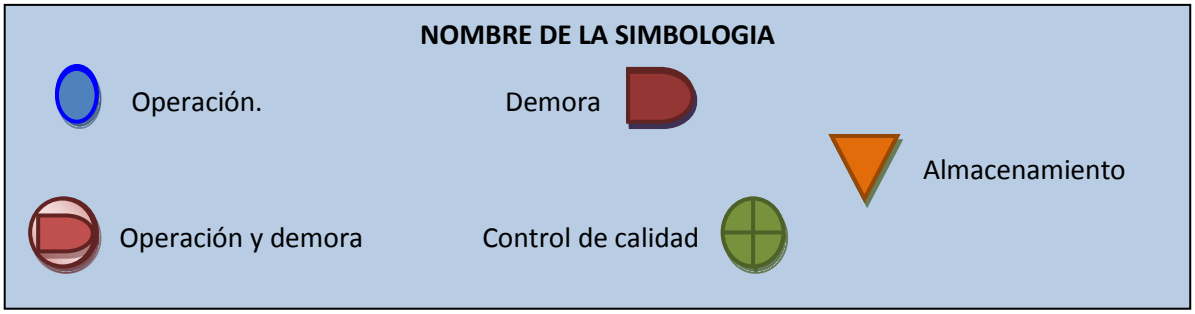
9. **Etiquetado:** Para esta operación se utilizara etiquetas adhesivas full color en donde se indicara la razón social de la empresa, dirección de la empresa, y expiración del producto, registro sanitario, barra de seguridad, logotipo y slogan publicitario. El tiempo empleado será de 20 minutos.

10. **Control de Calidad:** Se realizara la inspección respectiva para conocer si el producto cumple con las características necesarias para ser comercializado. El control de calidad se lo realizará durante todo el proceso dando énfasis a ciertas operaciones, el tiempo aproximado será de 10 minutos.

11. **Almacenamiento:** Al producto terminado se lo almacenara en un refrigerador a una temperatura que oscile entre cuatro y seis grados centígrados. El tiempo necesario para el almacenamiento es de 10 a 11 minutos.

g.3.8.2) DIAGRAMA DE PROCESO DE RECORRIDO PARA EL AHUMADO DE CUYES

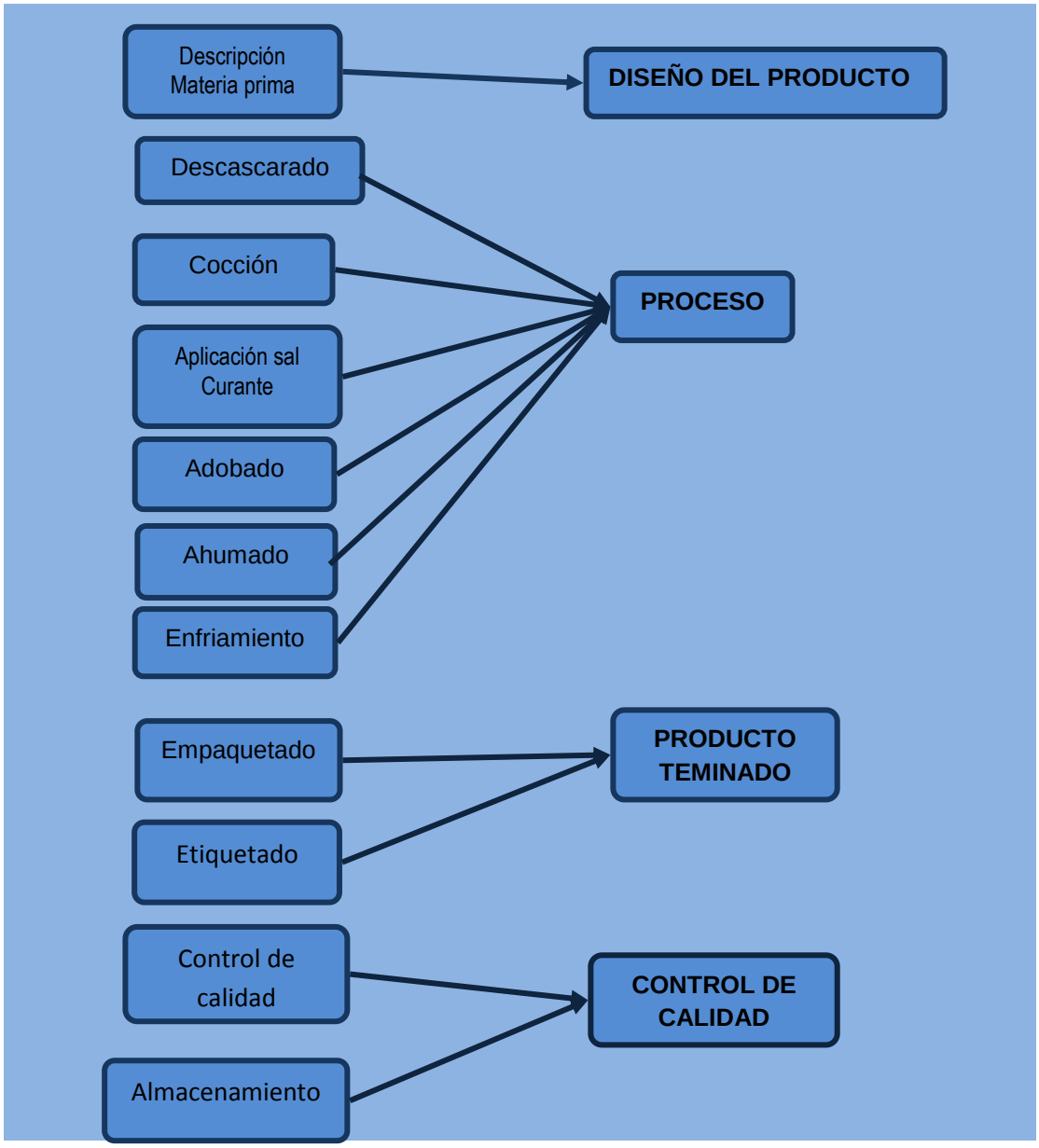
G: Gerente **OP1: Operario 1** **OP2: Operario 2**



FASES	Operación	Operación y Demora.	Demora	Control	Almacenamiento	FUNC.	DESCRIPCION DE RECORRIDO	TIEMPO EN AHUMAR 20 CUYES
N								
1						OP1	Descripción de materia prima	15
2						OP2	Descascarado	102
3						OP1	Cocción	12
4						OP2	Aplicación sal Curante	40
5						OP1	Adobado	55
6						OP2	Ahumado	148
7							Enfriamiento	48
8						OP1	Empaquetado	20
9						OP2	Etiquetado	20
10						G	Control de calidad	10
11						OP1	Almacenamiento	10
TOTAL	6	2	1	1	1			480

g.3.8.3) GRAFICACIÓN DE ENSAMBLAJE DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

DEL PRODUCTO “REYCUY”



g.3.8.4) HOJA DE RUTA DEL PROCESO PRODUCTIVO¨EL IMPERIO DEL CUY CIA LTDA”.

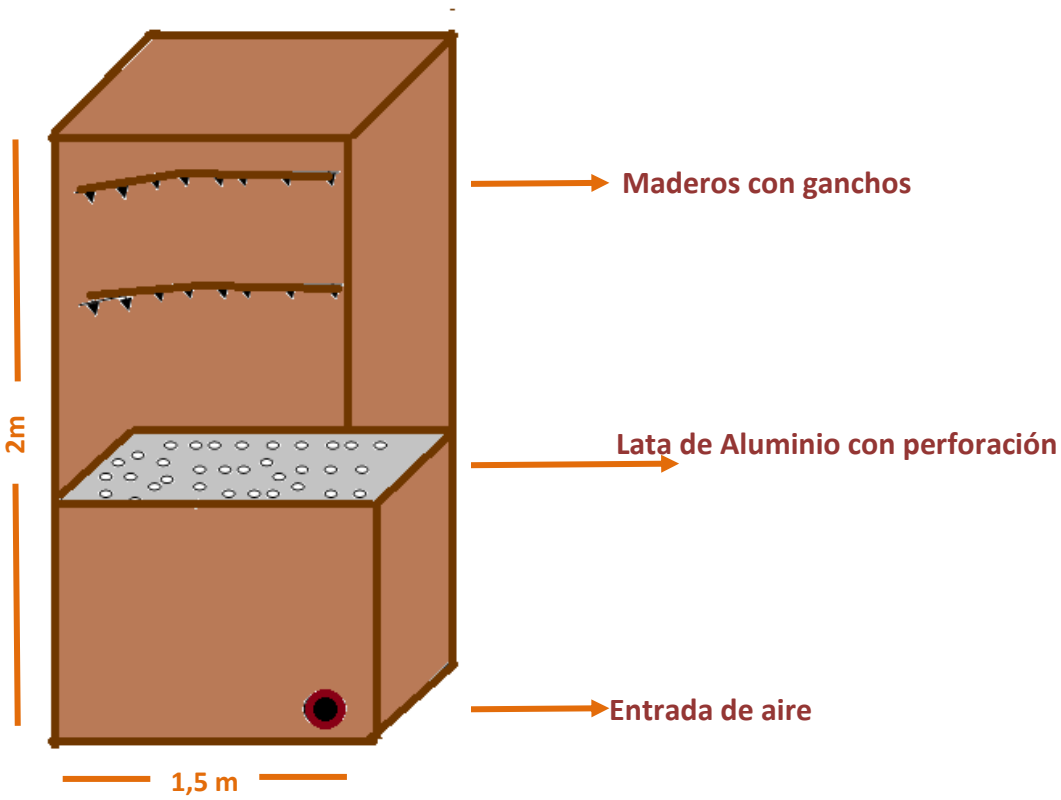
OP.	DESCRIPCION	HERRAMIENTAS	MIN.
1	Descripción de materia prima		15
2	Descascarado	Mesas de acero inoxidable, cuchillos, bandejas	102
3	Cocción	Olla de presión	12
4	Aplicación sal Curante	Inyección especial para la aplicación, balde de acero inoxidable.	40
5	Adobado	Guantes para adobar el producto, fuentes.	55
6	Ahumado	Carbón vegetal.	148
7	Enfriamiento	Al ambiente	48
8	Empaquetado	Platos de espuma Flex, plástico adherente	20
9	Etiquetado	Adhesivos	20
10	Control de calidad	Gavetas.	10
	TOTAL MINUTOS EN UN DIA LABORABLE		**480**

E

DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA

Para la implementación y funcionamiento de la empresa se contará con maquinaria, equipos y herramientas que sirvan para el normal funcionamiento del proceso productivo.

HORNO AHUMADOR A CARBON VEGETAL



Para la construcción del horno ahumador artesanal se lo hará con madera de laurel, debido a que este material no alteraría el sabor del producto al momento de ahumar, su diseño es de 2m de alto por 1,5m de ancho, con un fondo de 0,50 cm, la parte inferior consta de dos pisos:

En el primero piso ira la fuente de humo, mismo que será elaborado con una lata de aluminio, evitando que se queme la Madera donde se colocara el aserrín y el carbón vegetal.

En el Segundo piso se colocaran unos maderos con unos ganchos el cual nos servirá para guindar el producto a ahumar.

En la parte inferior del horno se dispone de una entrada de aire para mantener la combustión del aserrín. Y para evitar la fuga de humo la parte superior del horno debe estar bien sellado.

PROCESO PARA AHUMAR ALIMENTOS EN HORNO ARTESANAL

Es la técnica de exponer un alimento al humo para cocerlo, secarlo o conservarlo. Es un proceso largo, pero permite que los alimentos se mantengan suaves. Se pueden ahumar carnes de cerdo, res, pollo, cordero, alpaca, aves, cuyes e incluso interiores como lengua de res. También pescados, mariscos, frutas y verduras.

La técnica consiste en colocar el alimento, previamente sazonado, guindados de unos maderos a una altura de 25 cm de distancia del carbón vegetal y del aserrín. La temperatura, en nuestro caso en el ahumado de cuyes, debe oscilar entre 70 y 80 ºC. El tiempo para ahumar 20 cuyes es de 148 min.

OLLA A PRESION.

Capacidad: 7 Litros.
Dimensión: 140 x 300 mm.

Usos: recipiente donde se cocinaran los cuyes pelados antes de aliñarlos.
Características: Acero inoxidable.

MESA DE PROCESO

Dimensión: ancho 170 centímetros y largo 2 metros.

Usos: para realizar el descascarado, dosificado, enfriamiento.
Características: acero inoxidable.

CUADRO N° 14

RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES	
Escritorio con sillón	3
Archivador	3
Sillas	6
Computadoras	1
Impresoras	1
Calculadora	1
Línea telefónica y teléfono	1

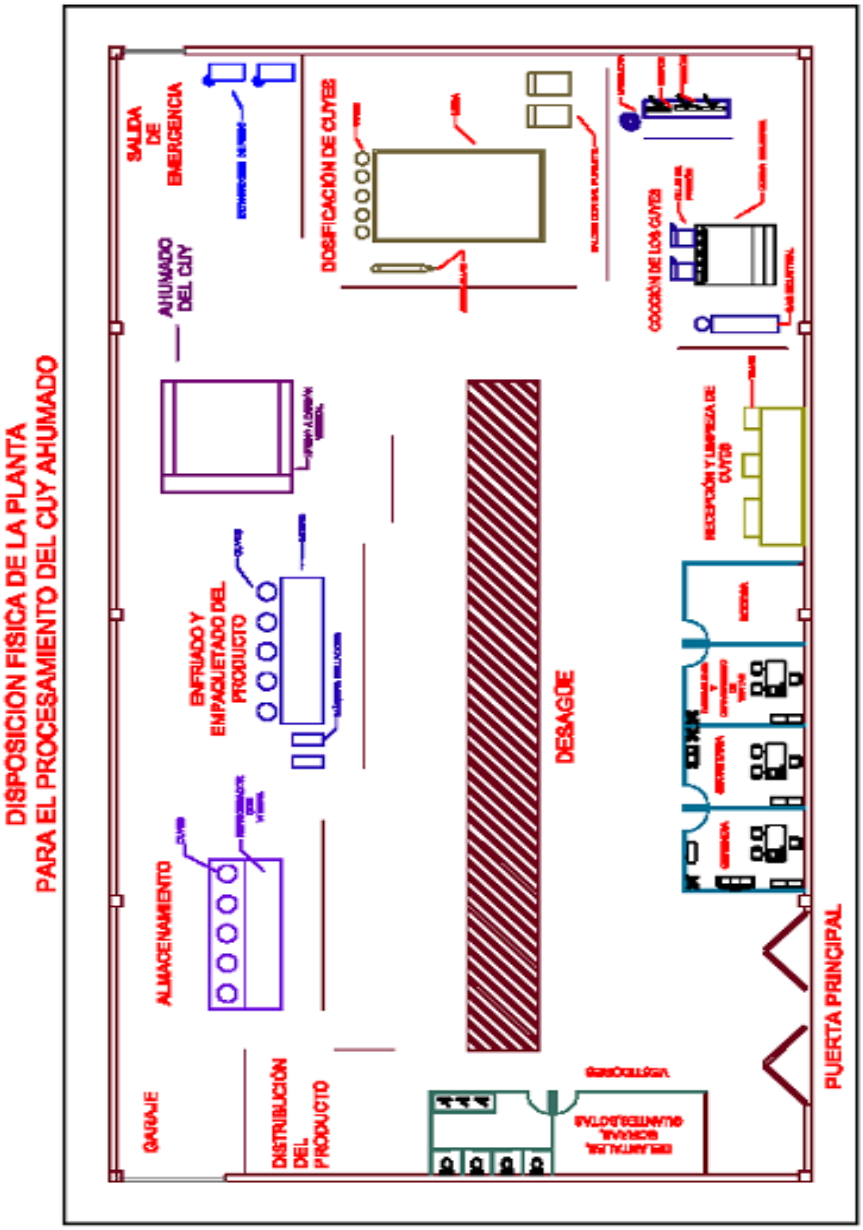
ELABORACION: Las Autoras

CUADRO N° 15

REQUERIMIENTO DEL RECURSO HUMANO	
MANO DE OBRA DIRECTA	Dos operarios.
PERSONAL ADMINISTRATIVO	Un gerente y una secretaria/contadora.
PERSONAL DE VENTAS	Un jefe de ventas.

ELABORACION: Las Autoras

g.3.9) DISTRIBUCION FISICA DE LA PLANTA



Características de la Planta Industrial:

Esta planta fue diseñada de tal modo que permita el óptimo funcionamiento de las actividades a realizarse para obtener el producto final del cuy ahumado y consta de los siguientes departamentos y secciones:

- Departamentos:

- Departamento de Gerencia
- Departamento de Contabilidad
- Departamento de Ventas
- Bodega

- Secciones de la Planta Industrial:

- Sección #1: Recepción y Limpieza de cuyes
- Sección #2: Cocción de cuyes
- Sección #3: Dosificación de Cuyes
- Sección #4: Ahumado del cuy
- Sección #5: Enfriado y empaquetado del producto
- Sección #6: Almacenamiento
- Sección #7: Garaje
- Sección #8: Vestidores
- Salida de emergencia

- Áreas verdes (consta de forrajes como: quicuyo y jaulas para la recepción semanal de los cuyes).

Además se ha previsto la implementación de un botiquín para primeros auxilios, como también de extintores y equipo de seguridad para los trabajadores de tal modo que se pueda reducir los riesgos y accidentes laborales ofreciendo un excelente ambiente laboral, con la finalidad de brindar un producto que cumpla con las más altas normas de calidad.

g.4) ESTUDIO ADMINISTRATIVO

g.4.1) ESTRUCTURA EMPRESARIAL INTERNA.

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA "EL IMPERIO DEL CUY Cía. Ltda. "

ACTA

Señor Notario

En el registro de escrituras públicas a su cargo dígnese insertar una que contenga la constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada Microempresa productora y comercializadora de cuyes ahumados "EL IMPERIO DEL CUY Cía. Ltda.", de acuerdo con las siguientes estipulaciones:

PRIMERA: Otorgantes; concurren al otorgamiento de la escritura de constitución de compañía de responsabilidad limitada las señoras: Jenny Gabriela Ordoñez Izquierdo con CI: 1104462476 y Guísela Maritza Medina González con CI: 1900581834, todos de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, igualmente capaces, con domicilio en la ciudad de Loja, sin prohibición para establecer esta compañía; y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA: Los comparecientes convienen en constituir la compañía" EL IMPERIO DEL CUY" que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA: ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA “EL IMPERIO DEL CUY” CIA LTDA.

CAPITULO PRIMERO.- RAZON SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTICULO UNO.- La compañía llevara la razón social de “EL IMPERIO DEL CUY I” COMPAÑÍA LIMITADA.”

ARTICULO DOS.- El domicilio principal de la compañía es en el Cantón Loja; y, por resolución de la junta general de socios.

ARTICULO TRES.- La compañía tiene como objeto social principal elaborar un producto innovador como son los cuyes ahumados empaquetados con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores.

ARTICULO CUARTO.- El plazo de duración de la compañía es de cinco años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el registro mercantil; pero la junta general de socios podrá disolver en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración en la forma prevista en este estatuto y en la ley de las compañías.

CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL.

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de cuatro mil setecientos setenta y dos dólares americanos.- El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEÍS.- La compañía puede aumentar su capital social por resolución de la junta general de socios.
Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El pago del aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de crédito por capitalización de utilidades, por capitalización de las reservas provenientes de la revalorización del patrimonio o por los demás medios provistos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía puede reducir el capital social por resolución de la junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

ARTICULO NUEVE.- Las aportaciones a esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requerimiento para ello el consentimiento unánime de los socios, que la sesión o venta se celebre por escritura pública, que se margine en la matriz de la escritura constitutiva y se inscrita en el registro Mercantil y se observe las pertinentes disposiciones legales.

Los socios tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios a prorrata de los suyos, salvo resolución en contrario de la junta general de los socios.

ARTICULO DIEZ.- Las resoluciones de aumento y reducción de capital se tomarán con el sentimiento unánime de los socios y las modificaciones correspondientes a la escritura pública constitutiva se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para una fundación de la compañía en nombre de sociedad anónima.

CAPITULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS: OBLIGACIONES Y DERECHOS.

ARTICULO ONCE.- Son obligaciones de los socios: a) tomar a su cargo las funciones que le fueren encomendadas por la junta general de socios, por el gerente general y el presidente administrativo, según sus atribuciones; b) cumplir con las encomiendas y deberes que asignaren la junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente general; c) Cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la ley de compañías; d) y demás que le señale este estatuto.

ARTÍCULO DOCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) intervenir con vos y voto en las sesiones de la junta general de socios y en las deliberaciones de la compañía, personal o mediante mando a un socio o extraño con poder notarial o carta poder.

ARTICULO TRECE.- La responsabilidad de los socios o las obligaciones sociales es la que determina la ley.
No se recomendara a favor de ninguno de los socios beneficios económicos ni intereses a sus aportes.

CAPITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO CATORCE.- El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente general.

SECCIÓN UNO.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

ARTICULO QUINCE.- La Junta General de accionistas es el órgano supremo de la compañía integrado por los accionistas convocados y reunidos en número suficiente para formar un quórum.

ARTICULO DIECISEIS.- Las sesiones ordinarias y extraordinarias serán en el domicilio principal para su validez.

ARTICULO DIECISIETE.- Las juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores del ejercicio económico de la compañía, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueran convocadas.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas Generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía por escrito y personalmente a cada uno de los socios con ocho días de anticipación. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, y hora, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO DIECINUEVE.- El quórum para las sesiones en la primera convocatoria será más de la mitad del número de socios en la segunda sesionara con el número de socios presentes.

ARTICULO VEINTE.- Las resoluciones se tomarán con la mayoría absoluta de votos, los votos blancos se sumarán a la mayoría.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO

ARTICULO VEINTIUNO.- El presidente administrativo será nombrado por la junta general de socios durante dos años pudiendo ser reelegido y percibirá la remuneración que señale la junta.

ARTICULO VEINTIDOS.- Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía: a) representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial b) dirigir la gestión económica-financiera de la compañía. c) gestionar, planificar, coordinar, y poner en marcha las actividades de la compañía d) realizar inversiones y adquisiciones para la compañía e) nombrar al personal administrativo y contratar al personal técnico que se requiere f) inscribir su nombramiento o razón social en el registro mercantil g) manejar cuentas Bancarias de la compañía h) presentar a la junta general el informe administrativo y económico, balances, cuentas de pérdidas y ganancias.

CAPITULO QUINTO.- DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORIA CONTABLE

ARTICULO VEINTITRES.- Los socios de la compañía nombrará entre ellos a un interventor para que vigile, inspeccioné y controle los actos de los administradores y las operaciones sociales, este durará dos años en sus funciones y puede ser reelegido.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Sin perjuicio a lo dispuesto en el artículo anterior, la junta general de socios podrá contratar la accesoria contable o auditoria de cualquier persona natural o jurídica especializada.

CAPITULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

ARTICULO VEINTICINCO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones de la ley de compañías y de ese estatuto. El encargado de la liquidación será el gerente general de la compañía, o en su falta la persona que la junta designa.

ARTIULO VEINTEISEIS.- A la muerte de un socio la compañía continuara con los supervivientes y con los herederos.

ARTICULO VEINTISIETE.- En la liquidación de la compañía el remanente del Patrimonio será distribuido entre los socios una vez cumplida las obligaciones sociales.

ARTICULO VEINTIOCHO.- DISPOSICION GENERAL: Todo lo previsto en este estatuto y en los reglamentos de la compañía será conocido y resuelto por la junta general de socios.

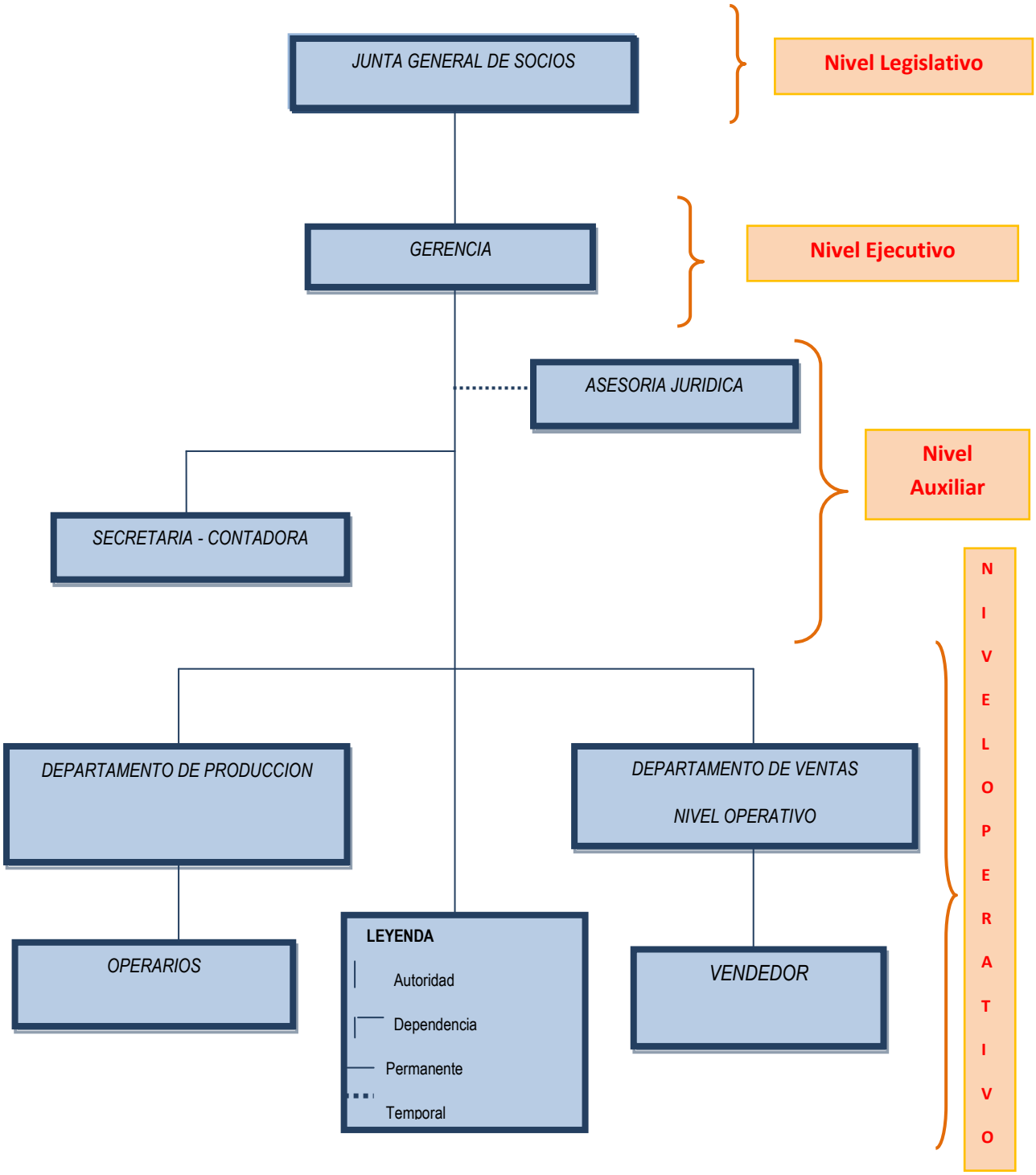
ARTICULO VEINTINUVE.- DECLARACIONES: UNO.- El capital con que se constituye la compañía ha sido suscrito y pagado en su totalidad de la siguiente manera a) la accionista Jenny Gabriela Ordoñez Izquierdo, aporta con la cantidad de dos mil trescientos ochenta y seis dólares americanos con catorce centavos b) la accionista Guísela Maritza Medina González, aporta con la cantidad de dos mil trescientos ochenta y seis dólares americanos con catorce centavos. DOS.- Los Accionistas fundadores por unanimidad nombran al Sra. Guísela Maritza Medina González, Gerente General de la compañía para un periodo determinado en este estatuto y autorizan para que gestione los trámites

necesarios para la legalización y aprobación de la escritura constitutiva de la compañía y su inscripción en el registro mercantil y todos los trámites correspondientes para que pueda operar la compañía.

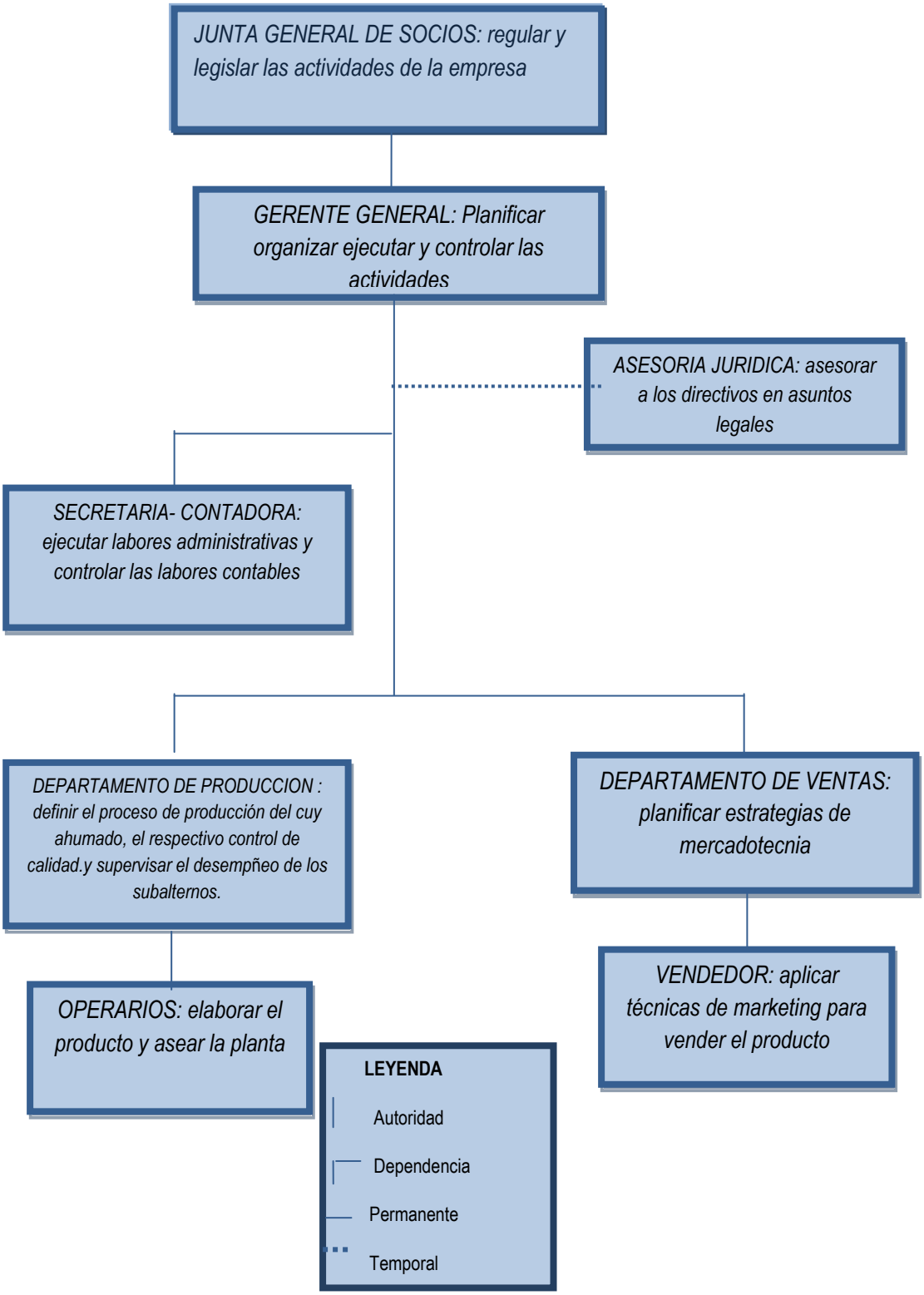
Usted señor notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que asegure la plena validez del contrato de constitución de esta compañía.
Atentamente,

Dr. Manuel Ordoñez.
ABOGADO MAT. 11-2003-1

g.4.2.1) ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA MICROEMPRESA "EL IMPERIO DEL CUY Cía. Ltda."



g.4.2.2) ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA "EL IMPERIO DEL CUY CIA LTDA"



g.4.3) MANUAL DE FUNCIONES DEL PERSONAL DE LA MICRO EMPRESA "EL IMPERIO DEL CUY CIA LTDA"

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

NIVEL JERARQUICO: LEGISLATIVO
SUBALTERNOS: TODOS LOS NIVELES
CODIGO: 001

NATURALEZA DEL TRABAJO: Regular y legislar los aspectos de mayor relevancia para el optimo funcionamiento de la empresa.

FUNCIONES

- Designar al Gerente de la empresa.
- Suscribir los montos de los dividendos de las utilidades que le corresponden a cada accionista.
- Regular procedimientos, dictaminar estatutos, leyes y resoluciones.

RESPONSABILIDAD: Dictar las políticas a seguir en la empresa**.**

TITULO DEL PUESTO: GERENTE

NIVEL JERARQUICO: DIRECTIVO EJECUTIVO
SUPERIOR INMEDIATO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.
SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL.
CODIGO: 0002

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa para logara los objetivos.

Ejecución de planes y programas administrativos y operativos de la empresa.

REQUISITOS: Título en Ingeniería Comercial o afines.

TAREAS TIPICAS DE LA GERENCIA: Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa, Analizar los informes por los departamentos de producción y ventas. Cumplir con las disposiciones emanadas por la Junta General de Socios, Preparar conjuntamente con el área financiera el presupuesto para el ejercicio de cada periodo económico, Conocer las estrategias de mercadotecnia y dirección de recursos humanos, Realizar estudios de mercado en el área de influencia de la empresa. Autorizar con su firma la Presentación de los

ASESOR JURIDICO.

NIVEL JERARQUICO: ASESOR
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE
CODIGO: 0003
NATURALEZA DE TRABAJO: Asesorar a los directivos en asuntos legales de la empresa, Tiene carácter de ocasional.

FUNCIONES

- Representar junto con el Gerente Judicial y extrajudicialmente de la empresa.
- Participar en sesiones de la Junta General de Socios.
- Presentar proyectos de reforma legal de la empresa.

REQUISITOS

Título de Abogado y/o Doctor en Jurisprudencia.

EXPERIENCIA: Dos años en labores similares.

RESPONSABILIDAD: Conservar autoridad funcional más no de mando, por esta razón sugiere y recomienda pero no realiza ni ejecuta disposiciones y su intervención es esporádica.

SECRETARIA/CONTADORA

NIVEL JERARQUICO AUXILIAR
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE
CODIGO: 004
NATURALEZA DEL TRABAJO: Llevará la agenda del gerente, colaboración con la ejecución de labores administrativas variadas, ejecución de las labores contables, control de registros financieros, ejecución de labores de pagaduría, control de registros financieros.

TAREAS TIPICAS DE SECRETARIA/CONTADORA: Prepara documentación para las reuniones que debe asistir el gerente, realizar acciones de personal tanto para permisos como para vacaciones, elaborar actas de las reuniones de la Junta General de Socios y del Gerente, Llevar el libro diario, Llevar la contabilidad diaria en el sistema de información, Realizar el estado de situación inicial y final de cada periodo económico, realizar estados financieros, elaborar cheques para toda clase de pagos.

REQUISITOS:

- Título de Contabilidad y Auditoría.
- Cursos de computación, presupuesto y control financiero.

EXPERIENCIA: Un año en labores similares.

JEFE DE VENTAS

NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO.
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE.
CODIGO: OOO6
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar estrategias de mercadotecnia.

TAREAS TIPICAS DEL JEFE DE VENTAS

- Promocionar el producto.
- Ejecutar campañas de publicidad y propaganda.
- Ejecutar planes de promociones del producto.
- Ejecutar planes de distribución del producto.
- Atender al público.
- Realizar pedidos
- Asesorar a los directivos de la empresa sobre las estrategias de mercadotecnia.
- Presentar informes sobre las actividades realizadas en el departamento de ventas.
-

REQUISITOS

- Titulo: en Ingenierìa Comercial.
- Cursos de Relaciones Humanas, Marketing Estratégico.
-

EXPERIENCIA: Un año de labores similares.

RESPONSABILIDAD: Responsabilidad en la elaboración de estrategias de mercadotecnia.

g.5 ESTUDIO FINANCIERO

g.5.1) INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Maquinaria y Equipo

Aquí se agrupó los valores necesarios para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo. Se ha presupuestado la maquinaria que ayudará al proceso de preparación de los Cuyes ahumados.

DATOS

1 Frigorífico $800,00.

1 Cocina Industrial $150,00.

1 Horno artesanal $125,00.

1 Extractor de olores $50,00.

1 Selladora $40,00.

1 Balanza $19,00.

1 Lata de aluminio para horno $95.00

2 Cilindros de gas $60,00 c/u.

CUADRO N° 16

Presupuesto de Maquinaria y Equipo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Frigorífico	800,00	800,00
1	Cocina Industrial	150,00	150,00
1	Horno artesanal	125,00	125,00
1	Extractor de olores	50,00	50,00
1	Selladora	40,00	40,00
1	Balanza	19,00	19,00
1	Lata de aluminio para horno	95,00	95,00
2	Cilindro de Gas	60,00	120,00
Total			**1399,00**

Fuente: Ochoa Hermanos, Loja Gas, Taller de Carpintería los Cedros.

Elaboración: Las Autoras

Utensilios de Cocina

En el presupuesto de utensilios de cocina se detalló los instrumentos que facilitaran la preparación del producto.

DATOS

2 Ollas a presión $30,00 c/u.

6 Cuchillos Tramontina $6,00 c/u.

2 Tinas Plásticas$7,00 c/u.

1 Gaveta $25,00.

2 Cucharones $3,50 c/u.

0.5 Cucharas $3,00.

2 Baldes de acero inoxidable $6,00 c/u.

CUADRO N° 17

Presupuesto de Utensilios de Cocina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Ollas a presión	30,00	60,00
6	Cuchillos Tramontina	6,00	36,00
2	Tinas plásticas	7,00	14,00
1	Gaveta	25,00	25,00
2	Cucharones	3,50	7,00
0,5	Docena Cucharas	3,00	1,50
2	Baldes de acero inoxidable	6,00	12,00
Total			**155,50**

Fuente: Mercado mayorista "Gran Colombia"

Elaboración: Las Autoras

Equipo de Oficina

Se incluye en este rubro todos los valores correspondientes a los elementos que harán posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

DATOS

1 Sumadora $34,00.

1 Teléfono Panasonic y línea telefónica $140,00.

CUADRO N° 18

Presupuesto de Equipo de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Sumadora	34,00	34,00
1	Teléfono Panasonic y línea telefónica	140,00	140,00
Total			**174,00**

Fuente: Graficas Santiago y CNT.

Elaboración: Las Autoras.

Equipo de Cómputo

Dentro de este rubro se indican los valores correspondientes al computador e impresora que son necesarios para un mejor desenvolvimiento de las actividades dentro de la empresa.

DATOS

1 Computador de ATOM más complementos (escáner, impresora y mueble.) $500,00

CUADRO N° 19

Presupuesto de Equipo de Cómputo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computador ATOM más complementos	500,00	500,00
Total			**500,00**

Fuente: Tooners

Elaboración: Las Autoras

Muebles y Enseres

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo a la función para lo que fueron diseñados.

DATOS

1 Escritorio estilo ejecutivo $150,00.

2 Escritorios normales $100,00 c/u

3 Sillas giratorias $30,00 c/u

1 Mesa MDF de 1.5x1m. $25,00.

2 Mesa MDF de 2.5x1.5 m $200.00 c/u.

2 Porta papeles $ 25,00 c/u.

2 Archivadores $ 155,00 c/u.

CUADRO N° 20

Presupuesto de Muebles y Enseres Administrativos y de la Planta.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio estilo ejecutivo	150,00	150,00
2	Escritorios normales	100,00	200,00
3	Sillas giratorias	30,00	90,00
1	Mesa MDF de 1,5x1m	25,00	25,00
2	Mesa acero inoxidable 2.5x1,5	200,00	400,00
2	Porta papeles	25,00	50,00
2	Archivadores	155,00	310,00
Total			**1225,00**

Fuente: Mueblería Iñiguez, Ochoa Hermanos.

Elaboración: Las Autoras.

Seguridad Industrial

Aquí se detallan medios para prevenir riesgos en la planta de procesamiento y atender tipos de emergencia leves en caso de accidentes laborales.

DATOS

1 Extintor de 5 libras $15,00.

1 Botiquín $15,00.

CUADRO N° 21

Presupuesto de Seguridad Industrial

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Extintor de 5 libras	15,00	15,00
1	Botiquín	15,00	15,00
Total			**30,00**

Fuente: E.M.S.C.I Empresa de suministros contra incendios.

Elaboración: Las Autoras.

g.5.2) INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagado no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos.

DATOS

1 Estudio y elaboración de Proyecto $400,00

1 Organización y puesta en marcha $600,00

1 Adecuación del Local $200,00.

1 Imprevistos $60,00

CUADRO N° 22

Presupuesto de Activos Diferidos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estudio y elaboración del proyecto	400,00	400,00
1	Organización y puesta en marcha	600,00	600,00
1	Adecuación del Local	200,00	200,00
1	Imprevistos	60,00	60,00
Total			**1260,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Las Autoras.

g.5.3) CAPITAL DE TRABAJO

Se trata del conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo (para una capacidad y tamaño determinados).

Presupuesto de Producción

Materia Prima Directa

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados. Para presupuestar la materia prima que se empleará en la realización del producto, se ha tomado en cuenta la capacidad utilizada, para el primer año que es de 4.752 unidades de cuy con un peso promedio de Kilogramo, así mismo se realizó el cálculo para los siguientes años de vida útil del proyecto, incrementándole cada año el 3,57% (tasa de inflación anual 2009) al precio unitario de $6,00 cuya materia prima será abastecida por la finca del propietario Sr. Don Diego Caraguay ubicada en la parroquia Chuquiribamba.

DATOS

4752 Cobayos (Cuy) $6,00 peso promedio 1 Kilogramo c/u.

CUADRO Nº 23

Presupuesto de Materia Prima Directa

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
4752	Cobayos (Cuy) 1Kg. c/u	6,00	28512
Total Annual			**28512**

Fuente: Finca en Chuquiribamba Sr. Caraguay.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 23.1

Proyección de Materia Prima Directa

Años	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	4752	Cobayos (Cuy) 1Kg. c/u	6,00	28512,00
2	4752	Cobayos (Cuy) 1Kg. c/u	6,21	29529,88
3	5016	Cobayos (Cuy) 1Kg. c/u	6,44	32283,21
4	5016	Cobayos (Cuy) 1Kg. c/u	6,67	33435,72
5	5280	Cobayos (Cuy) 1Kg. c/u	6,90	36451,98

Elaboración: Las Autoras

Materia Prima Indirecta.

Es aquella que no interviene de manera directa en la elaboración del producto, pero es un complemento necesario para obtener el producto terminado. Para determinar la cantidad necesaria en la preparación de los cuyes, se lo realizara de la siguiente manera: una libra de ajo alcanza para 50 cuyes y cuesta $1,00; una libra de comino para 100 cuyes y cuesta $2,25 usd; una libra de achiote para 250 cuyes y su precio es de $4,00; una funda de sal de 2 kilos para 50 cuyes y cuesta $0,60 usd y por ultimo una libra de chimichurry a $1,20.

CUADRO Nº 24

Presupuesto de Materia Prima Indirecta

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
95,04	Libras Ajo molido	1,00	95,04
47,52	Libras Comino	2,25	106,92
19,0	Libras Achiote	4,00	76,03
95,0	Funda Sal 2kl	0,60	57,02
95,04	Libras de chimichurry	1,20	114,05
Total Annual			**449,06**

Fuente: Bodegas Mercado Mayorista.

Elaboración: Las Autoras.

Para proyectar los requerimientos necesarios del proyecto, ya sea en Materia Prima directa, Materiales Indirectos, Gas, Carbón y Mano de Obra Directa, se

realizó una regla de tres y al total de cada presupuesto se proyectó conforme a la tasa de inflación del 2009 de %3,57.

CUADRO 24.1

Proyección de Materia Prima Indirecta

Años	INCREMENTO
1	449
2	465
3	482
4	499
5	517

Elaboración: Las Autoras

Presupuesto de Materiales Indirectos

Son aquellos materiales que no pueden ser cargados directamente a una determinada unidad de producción. Para determinar el costo de los materiales a utilizarse se ha tomado en cuenta que: un metro de mica cubre 4 unidades, cada paquete de bandejas contiene 25 unidades y de la unidad de papel adhesivo se obtiene 4 etiquetas, la resma contiene 500 hojas.

DATOS

3 Rollos Mica de alimentos de 300 mts x 23 cm a $12,00 c/u.

2 Papel Adhesivo (Resmas de 5000 hojas) a $8,00 usd c/u.

135 Paquetes (25 unid) Bandeja desechable B 12; a $2,50 c/u.

2 jeringuillas a $1,00 c/u.

CUADRO Nº 25

Presupuesto de Materiales Indirectos			
CANTIDAD	**DESCRIPCIÓN**	**PRECIO UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
3	Rollo Mica de alimentos 300mts x 23 cm.	12,00	36,00
2	Papel Adhesivo (Resma de 500 hojas)	8,00	16,00
135	Paquetes de (25 unid) Bandeja desechable B 12	2,50	337,50
2	Jeringas grandes	1,00	4,00
Total Annual			**393,50**

Fuente: supermercados de la localidad

Elaboración: Las Autoras

CUADRO 25.1

Proyección de Materiales Indirectos

Años	Incremento
1	394
2	408
3	422
4	437
5	453

Elaboracion: Las Autoras

Presupuesto de Gas y Carbón

Según cálculos realizados la cantidad a utilizarse para la preparación de los cobayos se tiene, que cada saco de carbón alcanza para ahumar 100 cuyes y en cuanto al gas se estaría consumiendo 3 cilindros por mes.

DATOS

24 Cilindros de gas $1,60 c/u.

28 Sacos de carbón $8,00 c/u.

CUADRO N° 26

Presupuesto de Gas y Carbón

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
24	Cilindros gas	1,60	38,40
28	Sacos Carbón	8,00	224,00
Total Annual			**262,40**

Fuente: Lojagas, Mercado "Gran Colombia"

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N°26.1

Proyección de Gas y Carbón

Años	Incremento
1	262
2	272
3	281
4	292
5	302

Elaboración: Las Autoras

Presupuesto de Suministros de Producción

Es toda indumentaria necesaria que garantiza la calidad e higiene del producto y la seguridad de los trabajadores.

DATOS

6 Delantales $3,00 c/u.

6 Gorros a $1, 50 c/u.

3 Pares de botas de caucho $6,00 c/u.

CUADRO Nº 27

Presupuesto de Suministros de Producción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
6	Delantales	3,00	18,00
6	Gorros	1,50	9,00
3	Pares de botas de caucho	6,00	18,00
Total			**45,00**

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las Autoras

CUADRO Nº 27.1

Proyección de Suministros de Producción

Años	Incremento
1	45,00
2	46,61
3	48,27
4	49,99
5	51,78

Elaboración: Las Autoras

Agua

Este presupuesto se lo realizó con una base de consumo de 100 metros cúbicos para cada mes, con un costo mensual de $37,00. Este rubro se lo ubicó dentro del capital de trabajo porque se empleara para el lavado de los cuyes.

CUADRO N° 28

Presupuesto de Agua				
CANTIDAD m^3	**DESCRIPCIÓN**	**PRECIO UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
100	Metros cúbicos de agua	0,37	37,00	444,00
Total			**37,00**	**444,00**
Fuente: UMAPAL				
Elaboración: Las Autoras				

Mano de Obra Directa: Son las personas que intervienen directamente en el proceso de producción, en este caso se inicia con 2 obreros para el primer año y se proyecta el presupuesto de mano de obra para el resto de años de vida del proyecto acorde a la inflación de 3,57%

CUADRO Nº 29

Rol de Pagos

RRUBROS/CARGO	**OBRERO**
Salario	250,00
Décimo tercer sueldo 1/12	20,83
Décimo cuarto sueldo SBU/12 (240.00)	20,00
Vacaciones 1/24	10,42
Aporte patronal 11,15%	27,88
Aporte IECE 0,50%	1,25
Aporte SECAP 0,50%	1,25
Fondos de reserva 1/12	20,83
COSTO REAL DEL TRABAJO	**352,46**
Aporte IESS 9.35%	32,95
LIQUIDO PAGAR	**319,50**
Nº de Empleados	2
Total Mensual	**704,92**
Total Anual	**8459,00**

Fuente: Ministerio del trabajo, IESS

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 29.1

Proyección de Rol de Pagos

Años	Incremento
1	8459,00
2	8760,99
3	9073,75
4	9397,69
5	9733,18

Elaboración: Las Autoras

Para la proyección de los Presupuestos de Producción que conforman el Capital de Trabajo se pasó a proyectar los valores anuales con la tasa de inflación de 3,57% del 2009 y así obtener los valores para el resto de años de vida útil del proyecto.

g.5.4) DEPRECIACIONES

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. El método a utilizar es el Legal o de coeficiente, que consiste en aplicar los porcentajes de depreciación que establece el régimen o Ley de Régimen Tributario Interno. Para lo cual se emplea la siguiente fórmula:

$$Dp = (VA - VR)\% \cdot N^{o}\ AÑOS$$

CUADRO N° 30

BIENES A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Maquinaria y Equipos	10 años	10,00%
Utensilios de Cocina	5 años	20,00%
Muebles y Enseres	10 años	10,00%
Equipo de Oficina	10 años	10,00%
Equipo de Cómputo	3 años	33,33%
Vehículo	5 años	20,00%

NOTA: Debido a que la maquinaria y equipo, muebles y enseres, y equipo de oficina tienen 10 años de vida útil; se ha previsto realizar una depreciación acelerada de los bienes para cubrir con los 5 años de vida del proyecto.

CUADRO N° 31

Deprecación de Maquinaria y Equipo

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1399,00
1	279,80	279,80	1119,20
2	279,80	559,60	839,40
3	279,80	839,40	559,60
4	279,80	1119,20	279,80
5	279,80	1399,0	0,00

Fuente: Cuadro N° 16

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 32

Depreciación de Utensilios de Cocina

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			155,50
1	31,10	31,10	124,40
2	31,10	62,20	93,30
3	31,10	93,30	62,20
4	31,10	124,40	31,10
5	31,10	155,50	0,00

Fuente: Cuadro N° 17

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 33

Depreciación de Muebles y Enseres

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1225,00
1	245,00	245,00	980,00
2	245,00	490,00	735,00
3	245,00	735,00	490,00
4	245,00	980,00	245,00
5	245,00	1225,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 20

Elaboración: La Autoras.

CUADRO N° 34

Depreciación de Equipo de Oficina

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			174,00
1	34,80	34,80	139,20
2	34,80	69,60	104,40
3	34,80	104,40	69,60
4	34,80	139,20	34,80
5	34,80	174,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 18

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 35

Depreciación Equipo de Cómputo.

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			500,00
1	166,65	166,65	333,35
2	166,65	333,30	166,70
3	166,65	499,95	0,05

Fuente: Cuadro N° 19

Elaboración: Las Autoras

g.5.5) GASTOS DE OPERACIÓN

g.5.5.1) Gastos Administrativos

Son todos los gastos relacionados con la administración de la empresa, por ejemplo la planilla de empleados que corresponda, gastos de energía eléctrica, gastos telefónicos y otros insumos de administración.

Energía Eléctrica

Se calcula sobre la base de los gastos de iluminación requerida para las oficinas y producción de la empresa. El precio es de $ 0.09 por cada Kw/h según la Empresa Eléctrica Regional del Sur de Loja; se estima un promedio de consumo de 2400 Kw/h, para obtener el valor final a pagar se le incrementa el impuesto de comercialización que es de $ 1.47.

CUADRO N° 36

Presupuesto de Energía Eléctrica

CANTIDAD kw./h	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
2400	Consumo de Energía Eléctrica	0,09	223,20
1	Impuesto de Comercialización	1,41	1,41
Total Mensual			**224,61**

Fuente: EERSA

Elaboración: Las Autoras.

Servicio Telefónico

Se lo calcula en base de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa.

DATOS

Consumo de Teléfono 3000 minutos.

CUADRO N° 37

Presupuesto de Servicio Telefónico

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNIT	BASE IMPONIBLE	VALOR MENSUAL(250)	V.ANUAL (3000)
250/3000	Consumo de Teléfono	0,02	6,00	11,00	132,00
Total Mensual/Anual		**0,02**	**6,00**	**11,00**	138,00

Fuente: Planilla de pago
Elaboración: Las Autoras

Útiles de Oficina

En este rubro se ha presupuestado tomando en cuenta los materiales que se requiere dentro de las actividades administrativas, los mismos que se detallan:

DATOS

2 Resma de Papel Boom a $3,00 c/u.
2 Cartuchos Negros a $3,00 c/u.
10 Block de Facturas a 6,00 c/u.
10 Block de Notas de Venta a 3,00 c/u.
6 Esferos a $0,25 c/u
2 Correctores a $1,00 c/u.

2 Grapadoras a $2,50 c/u.

2 Perforadorasa$2,00 c/u.

3 Carpetas Archivadoras $5,00 c/u.

12 Rollos de papel para sumadora a $2, 00 c/u.

CUADRO N° 38

Presupuesto de Útiles de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Resma de Papel Boom	3,00	6,00
2	Cartuchos Negros	3,00	6,00
10	Block de Facturas	6,00	60,00
10	Block de Notas de Venta	3,00	30,00
6	Esferos	0,25	1,50
2	Correctores	1,00	2,00
2	Grapadoras	2,50	5,00
2	Perforadoras	2,00	4,00
3	Carpetas Archivadoras	5,00	15,00
12	Rollos de papel para sumadora	2,00	24,00
Total Annual			**153,50**

Fuente: La Reforma

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 38.1

Proyección de Útiles de Oficina

Años	Incremento
1	153,50
2	158,98
3	164,66
4	170,53
5	176,62

Elaboración: Las Autoras

Útiles de Aseo

Es necesario realizar un presupuesto de útiles de aseo, los mismos que son necesarios para el bienestar de los trabajadores y de la empresa.

DATOS

4 Escobas a $1,50 c/u.

3 Recogedores a $1,50 c/u.

4 Cestos para Basura $3,00 c/u.

2 Trapeadores $2,50 c/u.

2 Desinfectantes de 2 Litros a $2,75 c/u.

2 Papel higiénico (resma) a $10,00 c/u.

6 Franelas a $1,00 c/u.

4 Detergente a $3,50 c/u.

12 Jabón de tocador a $0,50 c/u.

12 Toallas a $2,00 c/u.

CUADRO N°39

Presupuesto de Útiles de Aseo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Escobas	1,50	6,00
3	Recogedores	1,50	4,50
4	Cestos para Basura	3,00	12,00
2	Trapeadores	2,50	5,00
2	Desinfectantes de 2 Litros	2,75	5,50
2	Papel higiénico(resma)	10,00	20,00
6	Franelas	1,00	6,00
4	Detergente	3,50	14,00
12	Jabón de tocador	0,50	6,00
12	Toallas	2,00	24,00
Total Annual			**103,00**

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 39.1

Proyección de Útiles de Aseo

Años	Incremento
1	103,00
2	106,68
3	110,49
4	114,43
5	118,51

Elaboración: Las Autora

Presupuestos de Sueldos y Salarios

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajara en la parte administrativa de la empresa, los mismos que se ubicaran en los puestos que se indican.

CUADRO N° 40

Presupuesto de Sueldos Administrativos

RUBROS/CARGO	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	JEFE DE VENTAS
Salario	450,00	290,00	310,00
Décimo tercer sueldo 1/12	37,50	24,17	25,83
Décimo cuarto sueldo SBU/12	20,00	20,00	20,00
Vacaciones 1/24	18,75	12,08	12,92
Aporte patronal 11,15%	50,18	32,34	34,57
Aporte IECE 0,50%	2,25	1,45	1,55
Aporte SECAP 0,50%	2,25	1,45	1,55
Fondos de reserva 1/12	37,50	24,17	25,83
COSTO REAL DEL TRABAJO	618,43	405,65	432,25
Aporte IESS 9.35%	57,82	37,93	40,42
LIQUIDO PAGAR	560,60	367,72	391,83
Nº de Empleados	1	1	1
Total Mensual	**618,43**	**405,65**	**432,25**
Total Anual	**7421,10**	**4867,82**	**5186,98**

Fuente: Ministerio Trabajo, IESS

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 40.1

Proyección de Sueldos Administrativos

Años	Incremento
1	17475,90
2	18099,79
3	18745,95
4	19415,18
5	20108,30

Elaboración: Las Autoras

Presupuesto de Arriendo

Para la instalación y adecuación de la microempresa con su respectiva planta de procesamiento para el ahumado del cuy se procederá a arrendar una casa de una planta con área verde en el sector de Las Palmeras Altas Km1 Vía Antigua a Zamora, que a su vez cuenta con todos los servicios básicos e indispensables para las labores a realizar.

CUADRO N˚ 41

Presupuesto de Arriendo.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO MENSUAL	VALOR ANUAL
12	Arriendo de Local	140,00	1680,00
Total		**140,00**	**1680,00**

Fuente: Observación directa

CUADRO Nº 41.1

Proyección de Arriendo

Años	Incremento
1	1680,00
2	1739,98
3	1802,09
4	1866,43
5	1933,06

Elaboración: Las Autoras.

g.5.6) Amortización de Activos Diferidos

Para establecer el valor de la amortización de activos diferidos de cada año se divide el valor total del activo diferido para los cinco años de vida útil del proyecto obteniendo el resultado de la amortización.

CUADRO Nº 42

Amortización de Activos Diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Estudio y elaboración del proyecto	400,00	5	80,00
Organización y puesta en marcha	600,00	5	120,00
Adecuación del Local	200,00	5	40,00
Imprevistos	60,00	5	12,00
Total Anual			**252,00**

Elaboración: Las Autoras

Gastos de Venta

Son todos los gastos relacionados con la promoción y publicidad que se la toman del estudio de mercado y otros insumos de ventas.

Promoción y Publicidad

Se basa en las cuñas publicitarias que se realizara en medios de comunicación de preferencia de nuestros posibles consumidores. En cuanto a la promoción por introducción del producto al mercado, se hará la entrega de un instructivo a cerca de la gastronomía lojana por la adquisición de cada producto.

DATOS

12 Cuñas publicitarias en Radio Sociedad a $2,00 c/u.

12 Publicaciones en el Diario la Hora a $3,70 c/u.

12 Spots publicitarios en Ecotel TV a $8,00 c/u.

Presupuesto de Publicidad

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	Valor Anual
12	Cuñas publicitarias en Radio Sociedad	2,00	24,00	288
12	Publicaciones en Diario la Hora	3,70	44,40	532,8
12	spots publicitarios en Ecotel TV	8,00	96,00	1152
Total			**164,40**	1972,8

Fuente: Radio Sociedad, Diario la Hora, Ecotel TV

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO Nº 44

Proyección de Publicidad

Años	Incremento
1	1972,80
2	2043,23
3	2116,17
4	2191,72
5	2269,96

Elaboración: Las Autoras

CUADRO Nº 45

CUADROS DE RESUMEN DE LA INVERSION

RUBROS	VALOR TOTAL
Activos Fijos (Anual)	
Maquinaria y Equipo	1399,00
Utensilios de Cocina	155,50
Equipo de Oficina	174,00
Equipo de Computo	500,00
Muebles y Enseres	1225,00
Seguridad Industrial	30,00
Total de Activos Fijos	**3483,50**
Activos Diferidos (Anual)	
Estudio Preliminar	400,00
Organización y puesta en marcha de la empresa	600,00
Adecuación del Local	200,00
Imprevistos	60,00
Total de Activos Diferidos	**1260,00**
Capital de Trabajo (Mensual)	
Materia Prima Directa	2376,00
Mano de Obra Directa	704,92
Materia Prima Indirecta	37,42
Materiales Indirectos	32,79
Gas y Carbón	21,87
Suministros de Producción	3,75

Agua	37,00
Gastos Administrativos	1215,67
Gastos de Ventas	596,65
Total Capital de Trabajo	**5026,06**
Total de la Inversión	**9770**

Fuente: Cuadros N 16 al 34

Elaboración: Las Autoras

Para determinar el monto requerido como capital de operación o capital de trabajo no se toma en consideración los valores correspondientes de depreciaciones y amortizaciones de activos diferidos, ya que estos valores se los considera y contabiliza para el ejercicio económico anual, por otro lado los valores correspondientes de dichos rubros no significan desembolsos monetarios para la empresa.

g.5.7) FINANCIAMIENTO

Objetivo: Identificar las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto, y asegurar los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los usos específicos.

Para financiar el monto de la inversión se estima conveniente acceder a un crédito de $4.772,00 en el Banco Nacional de Fomento.

CUADRO Nº 46

Financiamiento

DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	4885	50,00
Capital Externo	4885	50,00
Total	**9770**	**100,00**

Tasas de Interés

Tasa de interés Activa	10	10/12=0,83
Tasa de interés Pasiva	6,06	

PORCENTAJES

Amortización del crédito

PERIODO	SALDO ANTERIOR	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0					4885
1	4884,78	40,71	135,69	176,39	4749,09
2	4749,09	39,58	135,69	175,26	4613,41
3	4613,41	38,45	135,69	174,13	4477,72
4	4477,72	37,31	135,69	173,00	4342,03
5	4342,03	36,18	135,69	171,87	4206,34
6	4206,34	35,05	135,69	170,74	4070,65
7	4070,65	33,92	135,69	169,61	3934,96
8	3934,96	32,79	135,69	168,48	3799,28
9	3799,28	31,66	135,69	167,35	3663,59
10	3663,59	30,53	135,69	166,22	3527,90
11	3527,90	29,40	135,69	165,09	3392,21
12	3392,21	28,27	135,69	163,96	3256,52
13	3256,52	27,14	135,69	162,83	3120,83
14	3120,83	26,01	135,69	161,70	2985,14
15	2985,14	24,88	135,69	160,56	2849,46
16	2849,46	23,75	135,69	159,43	2713,77
17	2713,77	22,61	135,69	158,30	2578,08
18	2578,08	21,48	135,69	157,17	2442,39
19	2442,39	20,35	135,69	156,04	2306,70
20	2306,70	19,22	135,69	154,91	2171,01
21	2171,01	18,09	135,69	153,78	2035,33
22	2035,33	16,96	135,69	152,65	1899,64
23	1899,64	15,83	135,69	151,52	1763,95
24	1763,95	14,70	135,69	150,39	1628,26
25	1628,26	13,57	135,69	149,26	1492,57
26	1492,57	12,44	135,69	148,13	1356,88
27	1356,88	11,31	135,69	147,00	1221,20
28	1221,20	10,18	135,69	145,87	1085,51
29	1085,51	9,05	135,69	144,73	949,82
30	949,82	7,92	135,69	143,60	814,13
31	814,13	6,78	135,69	142,47	678,44
32	678,44	5,65	135,69	141,34	542,75
33	542,75	4,52	135,69	140,21	407,07
34	407,07	3,39	135,69	139,08	271,38
35	271,38	2,26	135,69	137,95	135,69
36	135,69	1,13	135,69	136,82	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento, Cuadro N° 46

Elaboración: Las Autoras

Para realizar amortización del crédito se tomó en cuenta la tasa de interés activa según el Banco Nacional de Fomento, a un plazo de 3 años los pagos será mensual mediante el método de amortización de cuota variable. Obteniendo letras de pago para el primer año de 172,23 USD.

g.5.8) ANÁLISIS DE COSTOS

g.5.8.1) Presupuestos Proformados, de Operación o Proyectados.

Es un instrumento financiero para la toma de decisiones en el cual se estiman los costos en que se incurrirá en un periodo de tiempo determinado, sirve para planear y controlar.

CUADRO N° 48

Presupuesto de Operación.					
DESCRIPCIÓN	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
*** Costo Primo**					
Materia Prima Directa	28512,00	29529,88	32283,21	33435,72	36451,98
Mano de Obra Directa	8459,00	8760,99	9073,75	493,27	510,88
***Costos Generales de Fabricación**					
Materia Prima Indirecta	449,06	465,10	481,70	498,90	516,71
Materiales Indirectos	393,50	407,55	422,10	437,17	452,77
Gas y Carbón	262,40	271,77	281,47	291,52	301,93
Suministros de Producción	45,00	46,61	48,27	49,99	51,78
Agua	444,00	459,85	476,27	493,27	510,88
Depreciación de maquinaria y equipo	279,80	279,80	279,80	279,80	279,80
Depreciación de utensilios de cocina	31,10	31,10	31,10	31,10	31,10
Total Costos de Fabricación	**38875,86**	**40252,63**	**43377,67**	**36010,74**	**39107,82**
*** Costos de Operación**					
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios (Gerente y secretaria)	12288,92	12727,63	13182,01	13652,61	14140,01
Energía Eléctrica	224,61	232,63	240,93	249,53	258,44
Teléfono	138,00	142,93	148,03	153,31	158,79
Arriendo	1680,00	1739,98	1802,09	1866,43	1933,06
Útiles de Oficina	153,50	158,98	164,66	170,53	176,62
Útiles de Aseo	103,00	106,68	110,49	114,43	118,51
Amortización de Activos Diferidos	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00
Depreciación de Muebles y Enseres	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00
Depreciación de Equipo de Computo	166,65	166,65	166,65		
Depreciación de Equipo de Oficina	34,80	34,80	34,80	34,80	34,80
Total Gastos Administrativos	**15286,48**	**15807,27**	**16346,66**	**16738,65**	**17317,23**
Gastos de Venta					
Publicidad	1972,80	2043,23	2116,17	2191,72	2269,96
Sueldos y Salarios (jefe de ventas)	5186,98	5372,16	5563,94	5762,57	5968,30
Total Gastos de Ventas	**7159,78**	**7415,38**	**7680,11**	**7954,29**	**8238,26**
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	413,85	251,02	88,20	0,00	0,00
Total Gastos Financieros	**413,85**	**251,02**	**88,20**	**0,00**	**0,00**
Total Gastos de Operación	**22860,11**	**23473,68**	**24114,97**	**24692,94**	**25555,49**
Costo Total de Producción	**61735,97**	**63726,31**	**67492,64**	**60703,68**	**64663,31**

Fuente: Cuadros Nº 45

Elaboración: Las Autoras

g.5.9) Costo Unitario de Producción

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el período.

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

CUADRO Nº 49

Costo unitario de producción

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	61736	4752	12,99
2	63726	4752	13,41
3	67493	5016	13,46
4	60704	5016	12,10
5	64663	5280	12,25

Fuente: Cuadro N° 48

Elaboración: Las Autoras

g.5.10) Precio de Venta al Público.

Para establecer el precio de venta se debe considerar como base el costo unitario de producción, sobre el cual le agregamos un margen de utilidad, en este caso existe variación en el precio de venta al público, debido a la elevada inflación por la que atraviesa el país, es por ello que el producto no tiene el mismo precio para todos los años de vida útil del proyecto, para determinar este cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PVP = CUP + MU$$

CUADRO Nº 50

Precio de Venta al Público

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA PÚBLICO
1	12,99	16,00%	15,07
2	13,41	20,00%	16,09
3	13,46	22,00%	16,42
4	12,10	38,00%	16,70
5	12,25	40,00%	17,15

Fuente: Cuadro N° 49

Elaboración: Las Autoras

g.5.11) Ingreso por Venta.

Para este cálculo se multiplicó el precio de venta al público por el número de unidades producidas para cada año de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 51

Ingreso por Ventas

AÑOS	PRECIO DE VENTA PÚBLICO	NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESO POR VENTAS
1	15,07	4752	71613,73
2	16,09	4752	76471,58
3	16,42	5016	82341,02
4	16,70	5016	83771,08
5	17,15	5280	90528,64

Fuente: Cuadros N° 49 y 50

Elaboración: Las Autoras

g.5.12) Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado.

CUADRO N° 52

Estado de Pérdidas y Ganancias					
DESCRIPCIÓN	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
1. Ingresos					
Ventas	71613,73	76471,58	82341,02	83771,08	90528,64
Total de Ingresos	**71613,73**	**76471,58**	**82341,02**	**83771,08**	**90528,64**
2. Egresos					
Total Costos de Fabricación	38875,86	40252,63	43377,67	36010,74	39107,82
Costos de Operación	22860,11	23473,68	24114,97	24692,94	25555,49
Total Egresos	**61735,97**	**63726,31**	**67492,64**	**60703,68**	**64663,31**
(1-2) utilidad bruta en ventas	**9877,76**	**12745,26**	**14848,38**	**23067,40**	**25865,33**
(-) 15% para Trabajadores	1481,66	1911,79	2227,26	3460,11	3879,80
(=) Utilidad antes de impuestos	**8396,09**	**10833,47**	**12621,12**	**19607,29**	**21985,53**
(-25%) Impuesto a la Renta	2099,02	2708,37	3155,28	4901,82	5496,38
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	**6297,07**	**8125,10**	**9465,84**	**14705,47**	**16489,15**
(-) 10% de Reservas	629,71	812,51	946,58	1470,55	1648,91
(=) Utilidad Líquida	**5667,36**	**7312,59**	**8519,26**	**13234,92**	**14840,23**

Fuente: Cuadros 50 y 51

g Elaboración: Las Autoras

g.5.13) Clasificación de los Costos.

Los costos se subdividen en fijos y variables:

Costos Fijos.- Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción.

Costos Variables.- son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren a la actividad de la empresa.

CUADRO N° 53

Clasificación de los costos para el primer año

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
*** Costo Primo**			
Materia Prima Directa	28512,00		28512,00
Mano de Obra Directa	8459,00		8459,00
***Costos Generales de Fabricación**			
Materia Prima Indirecta	449,06		449,06
Materiales Indirectos	393,50		393,50
Gas y Carbón	262,40		262,40
Suministros de Producción	45,00	45,00	

Agua	444,00		444,00
Depreciación de Maquinaria y equipo	279,80	279,80	
Depreciación de Utensilios de Cocina	31,10	31,10	
Total Costos de Fabricación	**38875,86**	**355,90**	**38519,96**
*** Costos de Operación**			
Gastos Administrativos			
Sueldos y salarios (Gerente y secretaria)	12288,92	12288,92	
Energía Eléctrica	224,61	224,61	
Teléfono	138,00	138,00	
Arriendo	1680,00	1680,00	
Útiles de Oficina	153,50	153,50	
Útiles de Aseo	103,00	103,00	
Amortización de Activos Diferidos	252,00	252,00	
Depreciación de Muebles y Enseres	245,00	245,00	
Depreciación de Equipo de Computo	166,65	166,65	
Depreciación de Equipo de Oficina	34,80	34,80	
Total Gastos Administrativos	**15286,48**	**15286,48**	
Gastos de Venta			
Publicidad	1972,80	1972,80	
Sueldos y Salarios (jefe de ventas)	5186,98	5186,98	
Total Gastos de Ventas	**7159,78**	**7159,78**	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	413,85	413,85	
Total Gastos Financieros	**413,85**	**413,85**	

Total Gastos de Operación	**22860,11**	**22860,11**	
Costo Total de Producción	**61735,97**	**23216,01**	**38519,96**

Fuente: Cuadro N° 48

Elaboración: Las Autoras

CUADRO Nº 54

Clasificación de los costos para el año 3

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
*** Costo Primo**			
Materia Prima Directa	32283,21		32283,21
Mano de Obra Directa	9073,75		9073,75
***Costos Generales de Fabricación**			
Materia Prima Indirecta	481,70		481,70
Materiales Indirectos	422,10		422,10
Gas y Carbón	281,47		281,47
Suministros de Producción	48,27	48,27	
Agua	476,27		476,27
Depreciación de Maquinaria y Equipo	279,80	279,80	
Depreciación de Utensilios de cocina	31,10	31,10	
Total Costos de Fabricación	**43377,67**	**359,17**	**43018,50**
*** Costos de Operación**			
Gastos Administrativos			
Sueldos y salarios (Gerente y secretaria)	13182,01	13182,01	
Energía Eléctrica	240,93	240,93	
Teléfono	148,03	148,03	

Arriendo	1802,09	1802,09	
Útiles de Oficina	164,66	164,66	
Útiles de Aseo	110,49	110,49	
Amortización de Activos Diferidos	252,00	252,00	
Depreciación de Muebles y Enseres	245,00	245,00	
Depreciación de Equipo de Computo	166,65	166,65	
Depreciación de Equipo de Oficina	34,80	34,80	
Total Gastos Administrativos	**16346,66**	**16346,66**	
Gastos de Venta			
Publicidad	2116,17	2116,17	
Sueldos y Salarios (jefe de ventas)	5563,94	5563,94	
Total Gastos de Ventas	**7680,11**	**7680,11**	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	88,20	88,20	
Total Gastos Financieros	88,20	88,20	
Total Gastos de Operación	**24114,97**	**24114,97**	
Costo Total de Producción	**67492,64**	**24474,14**	**43018,50**

Fuente: Cuadro N° 48

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 55

Clasificación de los costos para el año 5

DESCRIPCIÓN	AÑO 5	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
*** Costo Primo**			
Materia Prima Directa	36451,98		36451,98
Mano de Obra Directa	510,88		510,88
***Costos Generales de Fabricación**			
Materia Prima Indirecta	516,71		516,71
Materiales Indirectos	452,77		452,77
Gas y Carbón	301,93		301,93
Suministros de Producción	51,78	51,78	
Agua	510,88		510,88
Depreciación de Maquinaria y Equipo	279,80	279,80	
Depreciación de Utensilios de cocina	31,10	31,10	
Total Costos de Fabricación	**39107,82**	**362,68**	**38745,14**
*** Costos de Operación**			
Gastos Administrativos			
Sueldos y salarios (Gerente y secretaria)	14140,01	14140,01	
Energía Eléctrica	258,44	258,44	
Teléfono	158,79	158,79	
Arriendo	1933,06	1933,06	
Útiles de Oficina	176,62	176,62	
Útiles de Aseo	118,51	118,51	
Amortización de Activos Diferidos	252,00	252,00	

Depreciación de Muebles y Enseres	245,00	245,00	
Depreciación de Equipo de Computo	0,00	0,00	
Depreciación de Equipo de Oficina	34,80	34,80	
Total Gastos Administrativos	**17317,23**	**17317,23**	
Gastos de Venta			
Publicidad	2269,96	2269,96	
Sueldos y Salarios (jefe de ventas)	5968,30	5968,30	
Total Gastos de Ventas	**8238,26**	**8238,26**	**0,00**
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	0,00	0,00	
Total Gastos Financieros	0,00	0,00	
Total Gastos de Operación	**25555,49**	**25555,49**	**0,00**
Costo Total de Producción	**64663,31**	**25918,17**	**38745,14**

Fuente: Cuadro N° 48

Elaboración: Las Autoras

g.5.14) PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO

Costos Fijos: 23216.01 **Costos Variables:** 38519.96

Ventas Totales: 71613.73

Producción Anual: 4752

Valor de Cada Cuy Pre cocido: 15,07

1. En Función de las Ventas:

$$PE = \frac{CostosFijos}{1-(CostosVariables\ /\ VentasTotales)}$$

$$PE = \frac{23216{,}01}{1-(38519{,}96\ /\ 71613{,}73)}$$

$$PE = 50238{,}62$$

$$PE = \frac{CostosFijos}{PrecioVentaUnitario - CostoVentaUnitario}$$

$$PE = \frac{23216{,}01}{15{,}07-8{,}11}$$

$$PE = 1532{,}43$$

2. En Función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{CostosFijos}{VentasTotales - CostosVariables}\ x100$$

$$PE = \frac{23216{,}01}{71613{,}73-38519{,}96}\ x100$$

$$PE = 70{,}15\%$$

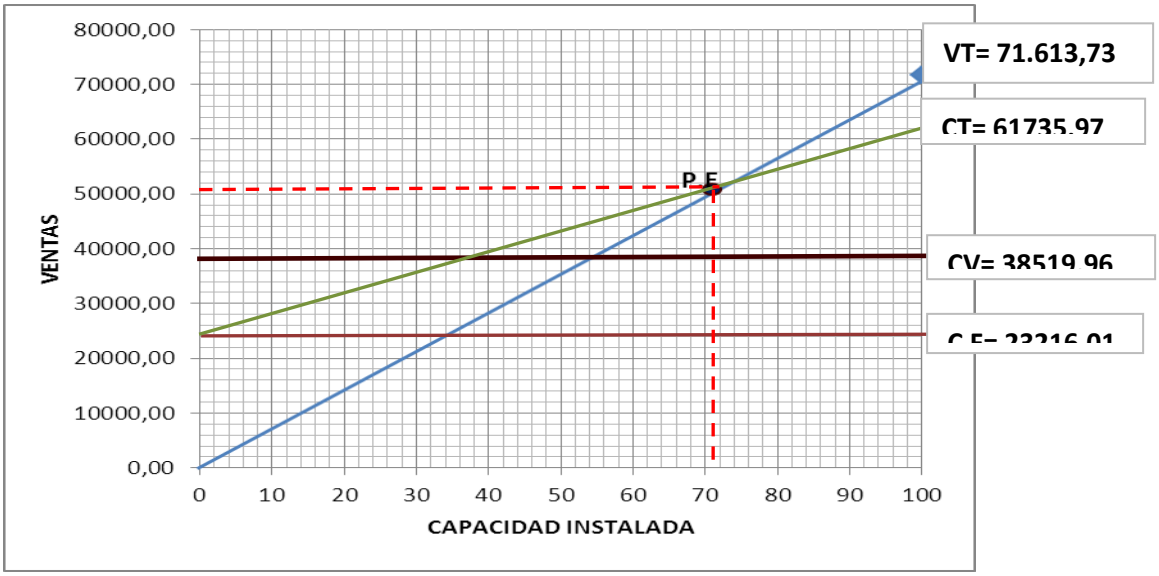
3. En Función de la Producción:

$$CVu = \frac{CostosVariables}{Num.Unidades\ Producidas}$$

$$CVu = \frac{38519{,}96}{4752}$$

$$CVu = 8{,}11$$

GRAFICACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



Costos Fijos: 24474,14

Costos Variables: 430

Ventas Totales: 82341,02

Producción Anual: 5016

Valor de Cada Cuy Pre cocido: $16,42

1. En Función de las Ventas:

$$PE = \frac{CostosFijos}{1-(CostosVariables/VentasTotales)}$$

$$PE = \frac{24474,14}{1-(43018,50/82341,02)}$$

$$PE = 51248,64$$

2. En Función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{CostosFijos}{VentasTotales - CostosVariables} x100$$

$$PE = \frac{24474,14}{82341,02 - 443018,50}$$

$$PE = 62,24\%$$

3. En Función de la Producción:

$$CVu = \frac{CostosVariables}{Num.Unidades\ Producidas}$$

$$CVu = \frac{43018,50}{5016}$$

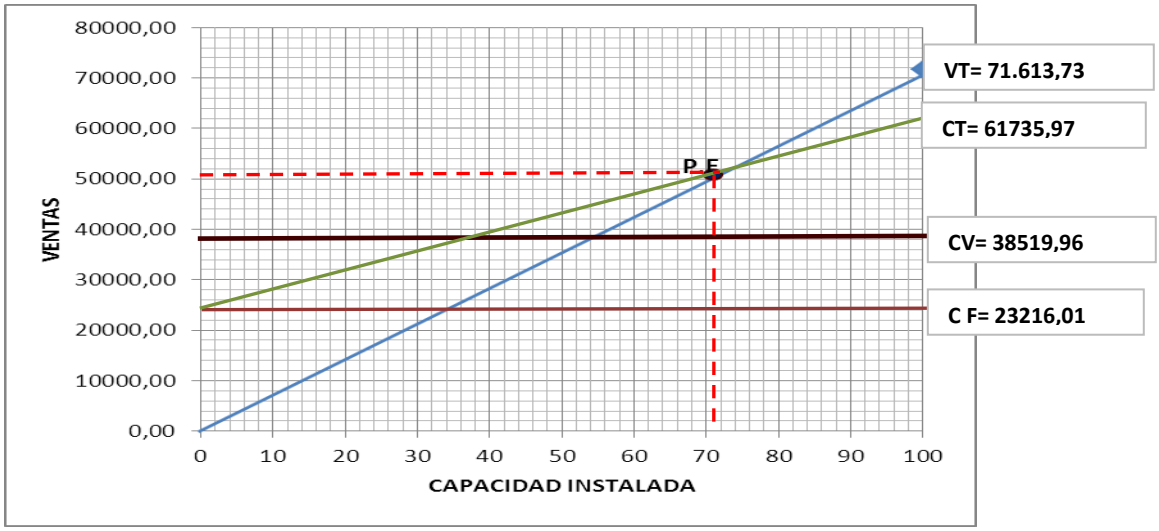
$$CVu = 8,58$$

$$PE = \frac{CostosFijos}{PrecioVentaUnitario - CostoVentaUnitario}$$

$$PE = \frac{24474,14}{16,42 - 8,58}$$

$$PE = 1481,93$$

GRAFICACION DE PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



GRAFICACION PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO CINCO

Costos Fijos: 25918,17 **Costos Variables:** $38745,14

Ventas Totales: $ 90528,64 **Capacidad de Producción Anual:** 5280

Valor de Cada Cuy Pre cocido: 17,15

1. **En Función de las Ventas:**

$$PE = \frac{CostosFijos}{VentasTotales - CostosVariables} x100$$

$$PE = \frac{25918,17}{90528,64 - 38745,14}$$

$$PE = 45310,51$$

2. **En Función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{CostosFijos}{1 - (CostosVariables / VentasTotales)}$$

$$PE = \frac{25918,17}{1 - (38745,14 / 90528,64)}$$

$$PE = 50,05\%$$

3. **En Función de la Producción:**

$$CVu = \frac{CostosVariables}{Num.Unidades\ Producidas}$$

$$CVu = \frac{38745,14}{5280}$$

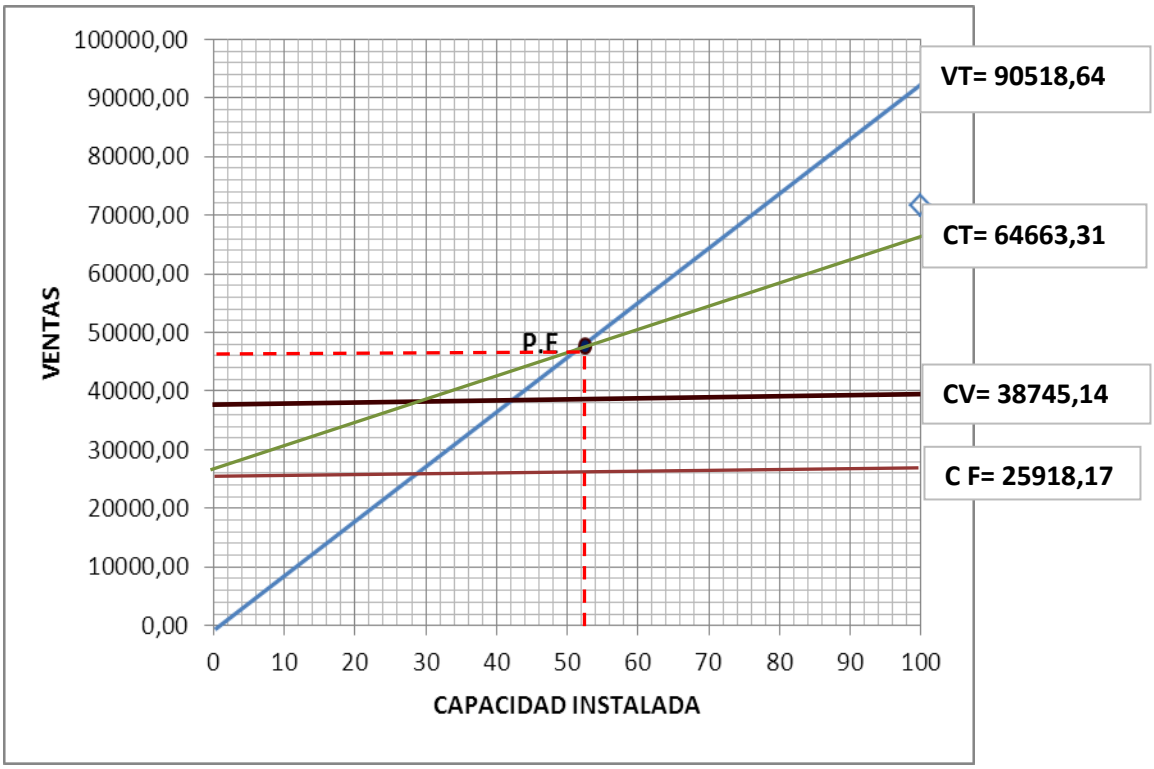
$$CVu = 7,34$$

$$PE = \frac{CostosFijos}{PrecioVentaUnitario - CostoVentaUnitario}$$

$$PE = \frac{25918,17}{17,15 - 7,34}$$

$$PE = 1503,92$$

GRAFICACION DEL PUNTO DE EQUILBRIO AÑO 5



g.5.15) Flujo de Caja

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo, no se incluyen como egresos, depreciaciones y las amortizaciones de los activos diferidos, ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

CUADRO N° 56

Flujo de Caja					
DESCRIPCIÓN	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
1. Ingresos					
Ventas	71613,73	76471,58	82341,02	83771,08	90528,64
Valor residual			166,67		590,70
Total de Ingresos	**71613,73**	**76471,58**	**82507,68**	**83771,08**	**91119,34**
2. Egresos					
Presupuesto de operación	61735,97	63726,31	67492,64	60703,68	64663,31
15% impuesto trabajadores	1481,66	1911,79	2227,26	3460,11	3879,80
25% impuesto renta	2099,02	2708,37	3155,28	4901,82	5496,38
(-) Depreciaciones	-757,35	-757,35	-757,35	-590,70	-590,70
(-) Amortización de Activos Diferidos	-252,00	-252,00	-252,00	-252,00	-252,00
Total de egresos	**64307,31**	**67337,12**	**71865,83**	**68222,91**	**73196,80**
Flujo de Caja	**7306,42**	**9134,45**	**10641,86**	**15548,17**	**17922,55**

Fuente: Cuadro N° 50

Elaboración: Las Autoras

g.6) EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto es un instrumento o herramienta que genera información, permitiendo emitir un juicio sobre la conveniencia y confiabilidad de la estimación preliminar del beneficio que genera el proyecto en estudio.

g.6.1) Valor Actual Neto (VAN)

Representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto, más sus costos de oportunidad.

CUADRON° 57

Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	9769,56	0,1000	
1	7306,42	0,909090909	6642,20
2	9134,45	0,826446281	7549,14
3	10641,86	0,751314801	7995,39
4	15548,17	0,683013455	10619,61
5	17922,55	0,620921323	11128,49
		VALOR ACTUALIZADO	43934,82
		INVERSION	9769,56
		VAN	**34165,25**

$$VAN = \sum Valor.Actualizado - Inversión$$

$$VAN = \frac{43934,82}{9769,56}$$

$$VAN = 34165,25$$

El Valor Actual Neto del proyecto, de los Cobayos ahumados (Cuyes) es de 34.161,79 valor positivo por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente, ya que los inversionistas tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.

g.6.2) Periodo de Recuperación de Capital

Permite conocer el tiempo en que va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión, es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro.

El tiempo en que se va a recuperar la inversión será en 2 años, 10 meses y 2días.

CUADRO N° 58

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

AÑO	INVERSIÒN	FLUJO NETO
0	9769,56	
1		7306,42
2		9134,45
3		10641,86
4		15548,17
5		17922,55
Total		**60553,44**

Elaboración: Las Autoras.

$$PRC = \frac{\sum flujo - Inversion}{flujodelul\,timoaño}$$

g.6.3) Relación Beneficio Costo

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no, en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingreso sobre egreso es igual a uno el proyecto es indiferente.
- Si la relación es mayor que uno el proyecto es rentable.
- Si la inversión es menor que uno el proyecto no es rentable.

CUADRO N° 59

Relación Beneficio Costo

AÑOS	INGRESO ORIGINAL	EGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	71613,73	61735,97	7306,419307944	523239935,09	451068909,56
2	76471,58	63726,31	9134,454979422	698526170,71	582105142,26
3	82507,68	67492,64	10641,859137806	878035161,07	718247145,80
4	83771,08	60703,68	15548,166219450	1302486628,27	943830890,05
5	91119,34	64663,31	17922,545243776	1633090503,66	1158931182,99
TOTAL	**405483,41**	**318321,92**	**60553,444888397**	**5035378398,79**	**3854183270,66**

$$RBC = \frac{\sum Ingresos.Actualizados}{\sum Egresos.Actualizados}$$

$$RBC = \frac{5035378398,79}{3854183270,66}$$

$$RBC = 1,31$$

Para el presente proyecto la Relación Beneficio Costo, se escoge el proyecto porque es mayor a uno, además por cada dólar que invierta se ganaría 0,31 centavos.

g.6.4) Tasa Interna de Retorno

Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión. Utilizando la tasa interna TIR.

$$TIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

DT	=	Diferencia de Tasa
TIR	=	Tasa Interna de Retorno
VAN	=	Valor Actual Neto
		Tasa Menor de Descuento
Tm	=	para la Actualización
TM	=	Tasa Mayor

CUADRO N° 60

Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJOS NETOS	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	9769,56	88,00%		92,00%	
1	7306,42	0,531914894	3886,39	0,52083333	3805,43
2	9134,45	0,282933454	2584,44	0,27126736	2477,88
3	10641,86	0,150496518	1601,56	0,14128508	1503,54
4	15548,17	0,080051339	1244,65	0,07358598	1144,13
5	17922,55	0,042580500	763,15	0,03832603	686,90
			10080,20		9617,87
			9769,56		9769,56
			310,64		**-151,70**

Fuente: Cuadro N° 58

Elaboración: Las Autoras

$$TIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$TIR = 88{,}00\% + 4\%\left(\frac{310{,}64}{310{,}64 - (-151{,}70)}\right)$$

$$TIR = 0{,}96$$

La Tasa Interna de Retorno del presente proyecto es de 96% valor resultante mayor a la tasa activa para el financiamiento del proyecto, por lo cual se acepta el mismo.

g.6.5) Análisis de Sensibilidad

Cualquier tipo de análisis requiere de estimaciones sobre las variables que interviene en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento en los costos o disminución de los ingresos. La finalidad del análisis de sensibilidad, es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad (los cambios le afectan).

- Si el coeficiente es menor a uno, el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad, (soporta los cambios).
- Si el coeficiente es igual a uno, no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferente a los cambios.

- **CUADRO N° 61**

Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 14% en los Costos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	9769,56	14,00%			30,00%		49,00%	
1	61735,97	70379,01	71613,73	1234,72	0,7692307692308	949,78	0,6711409395973	828,67
2	63726,31	72648,00	76471,58	3823,58	0,5917159763314	2262,47	0,4504301608036	1722,26
3	67492,64	76941,61	82507,68	5566,08	0,4551661356395	2533,49	0,3023021213447	1682,64
4	60703,68	69202,19	83771,08	14568,88	0,3501277966458	5100,97	0,2028873297615	2955,84
5	64663,31	73716,18	91119,34	17403,16	0,2693290743429	4687,18	0,1361659931285	2369,72
						15533,90		**9559,12**
						9769,56		9769,56
						5764,33		**-210,44**

Fuente: Cuadro N° 60

Elaboración: Las Autoras

1. Nueva Tasa Interna de Retorno

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$NTIR = 34 + 19\left(\frac{5764{,}33}{5764{,}33 - (-210{,}44)}\right) = 0{,}50\,X\,100 = 50\%$$

2. Tasa Interna de Retorno Resultante

$$TIRR = TIRA - NTIR$$

$$TIRR = 96\% - 49\% = 50\% : 46\%$$

3. Porcentaje de Variación

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRA}\right)X\,100$$

$$\%V = \left(\frac{96\%}{46\%}\right)X\,100 = 48\%$$

4. Valor de Sensibilidad

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR}\right) = \left(\frac{48\%}{50}\right) = 0{,}97$$

- **CUADRO N° 62**

Análisis de Sensibilidad con la disminución del 11,50% en los ingresos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	9769,56		11,50%		40%		60%	
1	61735,97	71613,73	63378,15	1642,18	0,714285714	1172,983499	0,6250000	1026,360561
2	63726,31	76471,58	67677,35	3951,03	0,510204082	2015,832368	0,3906250	1543,371657
3	67492,64	82507,68	73019,30	5526,66	0,364431487	2014,090103	0,2441406	1349,283019
4	60703,68	83771,08	74137,40	13433,72	0,260308205	3496,908618	0,1525879	2049,823631
5	64663,31	91119,34	80640,62	15977,30	0,185934432	2970,730519	0,0953674	1523,714229
						11670,55		**7492,55**
						9769,56		9769,56
						1900,98		**-2277,01**

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: Las Autoras

1. Nueva Tasa Interna de Retorno

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$NTIR = 37\% + 18\left(\frac{1900{,}98}{1900{,}98 - (-2277{,}01)}\right) = 49\%$$

2. Tasa Interna de Retorno Resultante

$$TIRR = TIRA - NTIR$$

$$TIRR = 96 - 49 = 47\%$$

3. Porcentaje de Variación

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRA}\right)X100 = \left(\frac{47}{96}\right)X100 = 48{,}76\%$$

4. Valor de Sensibilidad

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR}\right) = \left(\frac{48{,}76}{49{,}10}\right) = 0.99$$

Interpretación: El análisis de sensibilidad con el incremento del 14,00% es menor a uno exactamente de 0,97 por lo que el proyecto no es sensible y soporta los cambios realizados por ello no afecta la rentabilidad de la empresa, y el análisis de sensibilidad con la disminución del 11,50% igualmente es menor de a uno de 0, 99 por lo cual el proyecto es factible y viable.

h) CONCLUSIONES

h). CONCLUSIONES

Luego del análisis y discusión de resultados de esta investigación se creyó pertinente concluir con lo siguiente:

1.- Los resultados del estudio de mercado determinaron que existe una demanda la cual será cubierta con la creación de una microempresa procesadora y comercializadora de cuyes ahumados empaquetados.

2.- De acuerdo a la información procesada la demanda de cuyes ahumados empaquetados es de 127.178, la oferta de 66.600 equivalentes y la demanda insatisfecha de 60.578

3.- En el proceso de investigación se pudo constatar que en la ciudad de Loja que no existen lugares donde se procesen y/o se comercialicen cuyes ahumados empaquetados.

5.- Para la instalación de la empresa se requiere una inversión de $9770 dólares americanos, los cuales serán divididos el 50% con capital propio de $4.885 cuyo valor será aportado en partes iguales por las socias, es decir de $2.442,39y el otro 50% de $4.885 financiado por el Banco Nacional del Fomento.

6.- La evaluación financiera presento resultados convenientes para la implementación del proyecto que se los señala a continuación
- Valor Actual Neto: 34125,65
- Periodo de Recuperación de Capital: 2 años, 10 meses 2 días.

- Tasa Interna de Retorno: 96%
- Relación Beneficio Costo: 1.31
- Análisis de Sensibilidad:

Incremento en los costos 14,00% resultado 0.97

Decremento en los ingresos 11,50% resultado 0.99.

i) RECOMENDACIONES

i). RECOMENDACIONES

Luego de haber culminado el trabajo investigativo, es conveniente proponer las siguientes recomendaciones:

1.- En el presente proyecto se demostró la viabilidad técnica y financiera por lo cual debería implementárselo dado a los beneficios sociales y económicos que brindaría tanto al inversionista como a la sociedad.

2.- La puesta en marcha del proyecto significaría la creación de fuentes de trabajo, contribuyendo a disminuir el desempleo presentado en la ciudad de Loja.

3.- El gobierno debe dotar importancia al sector industrial en especial a los pequeños emprendedores, a través del fortalecimiento a la microempresa.

4.-Solicitamos a las diferentes entidades que nos apoyen con créditos para la puesta en marcha del presente proyecto.

j) BIBLIOGRAFIA

j) BIBLIOGRAFIA.

j.1 Bibliografía.

1. BEKER. Víctor. Economía. Elementos de Micro y macroeconomía. Segunda edición.2001.

2. Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2003 Microsoft Corporación. Reservados todos los derechos.

3. Guía de estudio UNL, Ciencias y Decisiones Empresariales, 2004, Pág. 102, 112.

4. IZQUIERDO. Enrique. Investigación científica. Métodos y diseños de investigación. Décima edición

5. Elaboración y Evaluación de proyectos de inversión, modulo X UNL.

6. BACA GABRIEL. Elaboración y evaluación de proyectos de Investigación. Editorial MeGraw Bill.

7. RONALD M. Weiers **Investigación de mercados,** México 1986.

8. CAYCEDO V,A., 1983 “Crianza De cuyes”, Universidad de Nariño , Pasto Colombia . Pag 47.

9. CHAUCA , L 1995 “Producción de cuyes (Cavia Porcellus) en los países andinos’, revista mundial de Zootecnia 83 95-2 Pág. 9-19.

j.2 Bibliografía Internet.

1. Internet. www.geogle.com.
2. Internet. www.monografías.com.
3. Internet. www.yahoo.Com

k) ANEXOS

k) ANEXOS

ANEXO 01

Ficha de Resumen Anteproyecto

1. TITULO

“Proyecto de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes (cobayos), con el proceso de ahumado en la ciudad de Loja.”

2. PROBLEMÁTICA

El sistema global de la producción y la implementación de economías de escala dirigidas a la reducción de costos, ha convertido al mundo moderno en extremadamente competitivo, por lo que los gobiernos regionales y locales, deben asumir el reto de nuevos desafíos, entre ellos: crear o mejorar capacidades competitivas e ir innovando día a día los sistemas productivos, para enfrentar la actual crisis económica que atraviesa el mundo entero.

En nuestro país se han visto muchas irregularidades que afectan el crecimiento y adelanto de las micros, medianas y grandes empresas, como: la falta de apoyo económico gubernamental en el sector productivo, el mismo que limita e induce al desinterés del productor obligándoles a emigrar y ser participes de un modelo

consumista, ya que producimos para exportar e importamos para consumir, ocasionando el abandono de sus terrenos y por ende la producción agropecuaria.

La restricción del acceso de nuevas tecnologías, han sido también un obstáculo que limita el desarrollo de las PYMES debido a la gran inversión que demanda la adquisición de las mismas y más aún cuando se hace necesaria su importación que pese a la "exoneración del ciento por ciento de impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, herramientas, equipos y repuestos," [i26]resulta difícil lograr este fin, debido a que se requiere un sinnúmero de requisitos muchas veces complejos de obtenerlos.

En el cantón de Loja se puede evidenciar la crianza de animales menores como cuyes y conejos los cuales han sido comercializados de esta manera: tanto a los cuyes como a los conejos se los expende vivos y en las diferentes plazas comerciales principalmente en el mercado Mayorista, Las Pitas y Centro Comercial, a diferencia de los conejos a los cuyes también se los comercializa asados y acompañados de arroz y papas y ensaladas el mismo que forma parte de la gastronomía lojana siendo este uno de los platos típicos de nuestro cantón, mismos que se pueden degustar en los diferentes restaurantes de la localidad, principalmente en la parroquia El Valle.

[26] Codificación de la Ley de Fomento a la Pequeña Industria ART. 17 Numeral 7.

“En cuanto al número de unidades producidas por hectáreas (UPAS) en esta ciudad de animales menores como los cuyes es de 9.833 Has y en cuanto a la cantidad es de aproximadamente 148.076”[27] de los cuales se distribuyen de la siguiente manera: el 90% se basa a nivel casero y el 10% a nivel de industria, según datos obtenidos en el plan participativo de fortalecimiento de la democracia y el desarrollo del cantón Loja, realizado por el Ilustre Municipalidad de Loja conjuntamente con el Consejo Cantonal.

Por esta razón nosotras hemos creído oportuno implementar una microempresa productora de cuyes ahumados y su comercialización en la ciudad de Loja, debido al alto porcentaje de contenido proteico que tiene el mismo siendo considerado como la primera carne de calidad y a la vez dar a conocer este producto innovador al consumidor final.

Oportunidad que al ser emprendida, genera fuentes de trabajo a la mano de obra calificada, dinamizando la economía en este cantón y de esta manera lograr satisfacer una necesidad más vigente en el mercado.

[27] PLAN DE DESARROLLO, Diagnostico económico, Consejo Provincial. Pag. 52.

3. JUSTIFICACION

3.1 Justificación Académica

La Universidad Nacional de Loja como Institución encargada de velar por el adelanto de la educación ha optado por un nuevo modelo pedagógico que es el sistema modular por objetos de transformación, que es un proyecto global que se sustenta en una nueva concepción de la relación Universidad-Sociedad, que posibilite una real unidad dialéctica entre la teoría y la práctica, esto a través de la vinculación permanente de la docencia, investigación y extensión. Este sistema de enseñanza se implanta con el fin de que los docentes, estudiantes y sociedad participen activamente de este proceso.

Nuestra Universidad proporciona a la sociedad lojana alternativas pedagógicas conducentes a la formación de un nuevo hombre y un nuevo profesional que oriente su práctica profesional hacia campos que procuren el desarrollo socio-económico y administración de la Región Sur del Ecuador.

3.1 Justificación Social

Con la puesta en marcha de este proyecto estaremos contribuyendo de alguna forma al despegue industrial y a la vez estimular el comercio en nuestra ciudad y provincia de Loja, creando fuentes de trabajo, para aprovechar mano de obra

desocupada. Y de esta manera obtener un producto de buena calidad que esté acorte a las necesidades más exigentes del consumidor.

3.2 Justificación Económica

Justificamos económicamente el desarrollo del presente proyecto ya que su producción y proceso del cobayo no demanda de una alta inversión, además de su producción y proceso del cobayo no demanda de una alta inversión, además su alimentación es económica debido a que se utiliza forrajes y desperdicios domésticos y pueden ser criados a nivel casero y familiar; razón por la cual sus costos de producción son bajos, además favorecerá a los consumidores ya que este animal proporciona carne con un alto valor proteico y bajo porcentaje de grasas y calorías; asimismo al utilizar la mano de obra local, materia prima e insumos a bajo costo lograremos que al producto final obtenga un precio módico y por ende sea accesible a todos los demandantes.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de cuyes ahumados y su comercialización en la ciudad de Loja.

4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico y estudio de mercado en la ciudad de Loja para determinar la demanda de nuestro producto.
- Efectuar el estudio técnico del proyecto.
- Establecer la organización legal y administrativa de la empresa.
- Evaluar financieramente el proyecto mediante los siguientes indicadores: Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias, Flujo de Caja, VAN, TIR, Periodo de Recuperación de Capital y finalmente el Análisis de Sensibilidad, a fin de conocer la factibilidad de implementación.

ANEXO 02

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

Distinguido Señor (a), muy respetuosamente nos dirigimos a usted, para solicitarle de la manera más comedida se digne contestar la presente encuesta, cuya información servirá para la obtención del título en Ingeniería Comercial.

1. **En su restaurante de qué manera vende el cuy:**

1.1 Estofado ( )
1.2 Asado ( )
1.3 Frito ( )

2. **¿Cuál es el precio de venta por el plato entero de cuy?**

2.1 De $10,00 a $14,00 ( )
2.2 De $14,01 a $18,00 ( )
2.3 Más de $18,01 ( )

3. **¿Qué cantidad promedio de platos vende usted en su restaurante mensualmente?**

3.1 Menos de 20 platos ( )
3.2 De 20 a 31 platos ( )
3.3 Más de 32 platos ( )

4. **¿La materia prima (cuyes) que usted obtiene es mediante?**

4.1 Criaderos propios ( )
4.2 Proveedores ( )
4.3 Mercados y Ferias libres ( )

4.4 Otros ( ) **4.4.1** Especifique……

5. ¿Qué mercado consume el producto (cuy) que usted expende en su restaurante?

5.1 Local ( )
5.2 Nacional ( )
5.3 Extranjero ( )

GRACIAS POR SU COLABORACION.

ANEXO 03

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POSIBLES CONSUMIDORES

Distinguido Señor (a), muy respetuosamente nos dirigimos a usted, para solicitarle de la manera más comedida se digne contestar la presente encuesta, cuya información servirá para la obtención del título en Ingeniería Comercial.

1. **DATOS GENERALES**

1.1 Edad :

1.1.1 De 18 a 28 años ( )
1.1.2 De 29 a 39 años ( )
1.1.3 De 40 a 50 años ( )
1.1.4 De 51 años a mas ( )

1.2 Ingresos Mensuales:

1.2.1 De $100,00 a $200,00 ( )
1.2.2 De $201,00 a $300,00 ( )
1.2.3 Más de $ 301,00 ( )

2. **¿Usted consume cuy?**

2.1 Si ( )
2.2 No ( )

3. **¿Dónde compra el cuy?**

3.1 Mercados ( )
3.2 Restaurantes ( )

3.3 Otros ( )

4. ¿En compañía de quien degusta el cuy?

4.1 Amigos ( )
4.2 Familia ( )
4.3 Compañeros ( )

5. ¿De qué manera adquiere el cuy?

5.1 Estofado ( )
5.2 Asado ( )
5.3 Frito ( )
5.4 Ahumado ( )

Nota: si su respuesta es la opción Estofado o frito pase a la pregunta 11.

6. ¿Qué cantidad de cuyes consume usted por mes?

5.1 ½ cuy ( )
5.2 1 cuy ( )
5.3 Más de 2 cuyes ( )

7. ¿Cuánto paga usted por un plato entero de cuy?

7.1 De $11,00 a $14,00 ( )
7.2 De $15,00 a $17,00 ( )
7.3 Más de $17,00 ( )

8. **¿Le gustaría consumir cuy ahumado?**

8.1 Si ( )
8.2 No ( )

9. **¿Cada qué tiempo consumiría usted cuy ahumado?**

9.1 Quincenal ( )
9.2 Mensual ( )

10. **¿Qué cantidad de cuyes adquiriría usted?**

10.1 Quincenal ( ) 10.1.2 Especifique cuantos cuyes…….
10.2 Mensual ( ) 10.2.1 Especifique cuantos cuyes……

11. **Si se implementara una microempresa Lojana, dedicada a la producción y comercialización de cuyes ahumados empaquetados, ¿usted compraría?**

11.1 Si ( )
11.2 No ( )

12. **¿ Qué aspecto considera más importante al momento de comprar el cuy ahumado? (elija una opción)**

12.1 Precio ( )
12.2 Presentación ( )
12.3 Calidad ( )
12.4 Información Nutricional ( )

13. Bajo qué condiciones adquiriría usted el cuy ahumado:

13.1 Emplasticados en platos de espuma flex ( )

13.2 Otros ( ) **13.2.1** Especifique……

14. ¿Cuál es el medio de comunicación local de su preferencia?

14.1 Radio ( )

14.2 Televisión ( )

14.3 Periódico ( )

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO 04

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
"BEATRIZ CUEVA DE AYORA"

PLANTA DE PROCESAMIENTO DE FRUTAS Y VERDURAS

Loja, 08 de Mayo del 2011

Ing. Yolanda Villamarín
DOCENTE GERENTE DE PLANTA DE FRUTAS Y VERDURAS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "BEATRIZ CUEVA DE AYORA"

CERTIFICA:

Tengo a bien certificar que las Srtas. Medina Gonzalez Guisela Maritza y Ordoñez Izquierdo Jenny Gabriela; realizaron prácticas, en la planta de Procesamiento de Frutas y verduras del Instituto Superior Tecnológico "Beatriz Cueva de Ayora", los días 06, 07 y 08 de mayo del 2009, realizando una investigación directa en la elaboración de pollos ahumados, demostrando capacidad y cumplimiento en las funciones a ellas encomendadas.

Lo certifico en honor a la verdad.

Ing. Yolanda Villamarín C.
DOCENTE GERENTE DE PLANTA

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BEATRIZ CUEVA DE AYORA
PLANTA PROCESADORA DE FRUTAS Y VERDURAS
LOJA

ANEXO 05

TALLER DE CARPINTERIA LOS CEDROS

Fabricamos toda clase de muebles en la mejor madera

Dir.: Av. Pío Jaramillo Alvarado E/. Cuba y Brasil

Telf.: Taller 2572 514 Domic 2581478 Loja - Ecuador

Arturo Augusto Contento Correa

RUC.: 110037082001

PROFORMA

001-001

Sr.: Jenny Gabriela Ordonez Izquierdo

RUC.: _____ Guía de remisión: _____

Dirección: _____ Fecha: _____

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Costrucción de un horno		
	de madera de laurel		
	alto 2.m		
	ancho 1.50		
	fondo 050		
	la parte inferior costa		
	de dos pisos	125.00	125.00

PROFORMA

TALLER DE CARPINTERIA LOS CEDROS De: Arturo Contento C. RUC. 1100037082001 LOJA - ECUADOR

Arturo Contento

F) AUTORIZADA

SUBTOTAL $	125.00
DESCUENTO $	—
I.V.A. 12 % $	—
I.V.A. 0% $	—
TOTAL $	125.00

ANEXO 06

RESTAURANTES LEGALMENTE CONSTITUIDOS AÑO 2008

1101500466	KFC
1101500790	MAR ROJO
1101500663	STEAK HOUSE
1101500716	BARBACOA PARRILLADAS
1101500774	BIG CHICKEN
1101500672	BRAZZUKA GRILL
1101500148	200 MILLAS
1101500625	LAS CANOAS
1101500605	EL CARBONERO
1101500535	CASASOL
1101500141	LA CASCADA
1101500798	CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI
1101500553	CH FARINA
1101500700	CHIFA ZHANG´S
1101500586	EL CHINITO
1101500718	LA COMIDILLA
1101500730	ECUATORIANÍSIMA
1101500686	FOGÓN GRILL
1101500383	FORNO DI FANGO
1101500786	FORNO DI FANGO SUC.
1101500153	GUSY PRINCIPAL
1101500779	MANGGIATA
1101500699	MAR AZUL
1101500542	MAR Y CUBA

1101500661	MAY WOK
1101500522	PARRILLADAS DE CHALO
1101500155	PARRILLADAS EL FOGON
1101500156	PARRILLADAS URUGUAYAS
1101500157	PIO PIO
1101500531	PIZZERIA ROMA SUC. I
1101500757	POLLOS DE LA PÍO
1101500158	LAS REDES
1101500211	RICKY
1101500159	RINCON DE BORGOÑA
1101500735	RISCOMAR
1101500801	SABORES DE COSTA Y SIERRA
1101500160	SANDY
1101500161	SANDY CENTRO
1101500482	TACO MACHO
1101500834	LOS NARANJOS
1101500164	CECINAS LA " Y "
1101500459	APETITTO CAFÉ
1101500651	ARENA Y MAR
1101500780	ASADOS EL SAFARI
1101500149	ASADOS MI CASA
1101500546	ASADOS MI CASA SUC.
1101500705	BIG MAC'S
1101500805	BOCADILLOS TINIZARAY
1101500704	BON APPETIT A VOUS
1101500170	LA BRASA
1101500594	LA BRASA SUC. 1
1101500659	LA BRASA SUC. 2

1101500520	CAMINO REAL
1101500762	LA CECINA
1101500822	COMIDAS CRIOLLITAS (Matriz)
1101500823	COMIDAS CRIOLLITAS (Sucursal)
1101500624	CHIFA XUAN
1101500503	CUEVA DEL CANGREJO LA
1101500756	CHIFA LI
1101500178	DON PEPE
1101500181	FAISAN EL (Suc.)
1101500182	FAISAN PRINCIPAL
1101500743	FAISAN BURGUER
1101500816	FOGATA LA
1101500720	EL GUABO
1101500799	HAMZA SHAWARMA Y PIPA
1101500451	HAPPY CHICKEN
1101500596	HONG KONG
1101500701	EL ÍDOLO
1101500185	JANDRY
1101500691	JHANCRIS
1101500144	JOSE ANTONIOS
1101500806	EL KRUSTÁCEO
1101500187	MAGICO SABOR
1101500809	EL REY MAGO
1101500633	MAGNUS
1101500429	MAR AZUL SUCURSAL 2
1101500475	MARIO´S
1101500666	MI CASITA
1101500674	MI CUCHITO

1101500600	NIÑO JEREMMY
1101500193	PAVI POLLO N° 2
1101500194	PAVI POLLO N° 3
1101500195	PAVI POLLO PRINCIPAL
1101500196	PERLA DEL PACIFICO
1101500203	PIZZERIA ROMA (PRINC.)
1101500749	PIZZERIA ROMA SUC. SUR
1101500551	POLLOS EL JEFE
1101500204	POLLOS HOT
1101500206	PUYANGO
1101500208	EL RECREO
1101500787	RINCÓN DEL ÁNGEL
1101500804	EL RINCÓN ZARUMEÑO
1102500388	RIZZOTO
1101500737	SABOR SABOR
1101500639	SAN FRANCISCO
1101500629	SANDY SUR
1101500744	LA SAZÓN
1101500653	SAZÓN DE LA TOCHA LA SUC.
1101500727	SAZÓN PAISA
1101500673	EL SECRETO DEL SABOR
1101500825	TAZA DE ORO LA
1101500162	LOS TAYOS
1101500812	EL TIEZ'TO
1101500703	LA TULLPA
1101500217	EL ASADERO-Kzero
1101500219	VEGETARIANO PARAISO
1101500676	CANDY

1101500472	CHIFA ORIENTAL
1101500820	COMIDAS CRIOLLAS
1101500186	LOLITA
1101500725	MANANTIAL
1101500190	MANILA
1101500221	A LO MERO MERO MERO
1101500710	MI POLLITO
1101500815	PLAZA BOLÍVAR
1101500690	EL PIRATA
1101500714	EL PIRATA CORDOVEZ
1101500635	MAMA LOLA
1101500615	LOXA
1115006555	PARRILLADAS EL FLACO
1101500468	HORNILLA ORGANICOS RESTAURANT
1101500500	MI TIERRA
1110500712	GULA PARRILLA
1101500557	CHARME ENCANTO FRANCES

ANEXO 07

RESTAURANTES LEGALMENTE CONSTITUIDOS AÑO 2009

1101500466	KFC
1101500790	MAR ROJO
1101500663	STEAK HOUSE
1101500716	BARBACOA PARRILLADAS
1101500774	BIG CHICKEN
1101500672	BRAZZUKA GRILL
1101500148	200 MILLAS
1101500625	LAS CANOAS
1101500605	EL CARBONERO
1101500535	CASASOL
1101500141	LA CASCADA
1101500798	CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI
1101500553	CH FARINA
1101500700	CHIFA ZHANG´ S
1101500586	EL CHINITO
1101500718	LA COMIDILLA
1101500730	ECUATORIANÍSIMA
1101500686	FOGÓN GRILL
1101500383	FORNO DI FANGO
1101500786	FORNO DI FANGO SUC.
1101500153	GUSY PRINCIPAL
1101500779	MANGGIATA
1101500699	MAR AZUL
1101500542	MAR Y CUBA
1101500661	MAY WOK

1101500522	PARRILLADAS DE CHALO
1101500155	PARRILLADAS EL FOGON
1101500156	PARRILLADAS URUGUAYAS
1101500157	PIO PIO
1101500531	PIZZERIA ROMA SUC. I
1101500757	POLLOS DE LA PÍO
1101500158	LAS REDES
1101500211	RICKY
1101500159	RINCON DE BORGOÑA
1101500735	RISCOMAR
1101500801	SABORES DE COSTA Y SIERRA
1101500160	SANDY
1101500161	SANDY CENTRO
1101500482	TACO MACHO
1101500834	LOS NARANJOS
1101500164	CECINAS LA " Y "
1101500459	APETITTO CAFÉ
1101500651	ARENA Y MAR
1101500780	ASADOS EL SAFARI
1101500149	ASADOS MI CASA
1101500546	ASADOS MI CASA SUC.
1101500705	BIG MAC'S
1101500805	BOCADILLOS TINIZARAY
1101500704	BON APPETIT A VOUS
1101500170	LA BRASA
1101500594	LA BRASA SUC. 1
1101500659	LA BRASA SUC. 2

1101500520	CAMINO REAL
1101500762	LA CECINA
1101500822	COMIDAS CRIOLLITAS (Matriz)
1101500823	COMIDAS CRIOLLITAS (Sucursal)
1101500624	CHIFA XUAN
1101500503	CUEVA DEL CANGREJO LA
1101500756	CHIFA LI
1101500178	DON PEPE
1101500181	FAISAN EL (Suc.)
1101500182	FAISAN PRINCIPAL
1101500743	FAISAN BURGUER
1101500816	FOGATA LA
1101500720	EL GUABO
1101500799	HAMZA SHAWARMA Y PIPA
1101500451	HAPPY CHICKEN
1101500596	HONG KONG
1101500701	EL ÍDOLO
1101500185	JANDRY
1101500691	JHANCRIS
1101500144	JOSE ANTONIOS
1101500806	EL KRUSTÁCEO
1101500187	MAGICO SABOR
1101500809	EL REY MAGO
1101500633	MAGNUS
1101500429	MAR AZUL SUCURSAL 2
1101500475	MARIO´S
1101500666	MI CASITA
1101500674	MI CUCHITO

1101500600	NIÑO JEREMMY
1101500193	PAVI POLLO N° 2
1101500194	PAVI POLLO N° 3
1101500195	PAVI POLLO PRINCIPAL
1101500196	PERLA DEL PACIFICO
1101500203	PIZZERIA ROMA (PRINC.)
1101500749	PIZZERIA ROMA SUC. SUR
1101500551	POLLOS EL JEFE
1101500204	POLLOS HOT
1101500206	PUYANGO
1101500208	EL RECREO
1101500787	RINCÓN DEL ÁNGEL
1101500804	EL RINCÓN ZARUMEÑO
1102500388	RIZZOTO
1101500737	SABOR SABOR
1101500639	SAN FRANCISCO
1101500629	SANDY SUR
1101500744	LA SAZÓN
1101500653	SAZÓN DE LA TOCHA LA SUC.
1101500727	SAZÓN PAISA
1101500673	EL SECRETO DEL SABOR
1101500825	TAZA DE ORO LA
1101500162	LOS TAYOS
1101500812	EL TIEZ'TO
1101500703	LA TULLPA
1101500217	EL ASADERO-Kzero
1101500219	VEGETARIANO PARAISO
1101500676	CANDY

1101500472	CHIFA ORIENTAL
1101500820	COMIDAS CRIOLLAS
1101500186	LOLITA
1101500725	MANANTIAL
1101500190	MANILA
1101500221	A LO MERO MERO MERO
1101500710	MI POLLITO
1101500815	PLAZA BOLÍVAR
1101500690	EL PIRATA
1101500714	EL PIRATA CORDOVEZ
1101500635	MAMA LOLA
1101500615	LOXA
1115006555	PARRILLADAS EL FLACO
1101500468	HORNILLA ORGANICOS RESTAURANT
1101500500	MI TIERRA
1110500712	GULA PARRILLA
1101500557	CHARME ENCANTO FRANCES
1101500467	LA DELICIA

NOTA: Los restaurantes resaltados en la nómina, son aquellos que se dedican a la preparación y venta de platos como: cuyes asados, gallinas cuyadas, gallina criolla y gallina de maíz; analizando detenidamente observamos que en el año 2008 existían cinco restaurantes que comercializan los cuyes asados y para el año 2009 se incrementa un restaurante más, de esta forma los restaurantes que sirvieron de objeto de estudio son: Los Naranjos, El Recreo, Asadero K-Zero, Mamá Lola, Doña Lolita y La Delicia, estos se encuentran ubicados en la Plaza Colonial San Juan del Valle, y son aquellos están legalmente constituidos y poseen a su vez todos los permisos de funcionamiento; cuyos datos fueron proporcionados por el MINISTERIO

DE TURISMO que constan en la nómina de catastros del cantón Loja, mismos que sirvieron para determinar la tasa de crecimiento en negocios que contienen dentro de su menú al cuy asado y que por lo tanto constituyen nuestra competencia.

I) INDICE GENERAL

i) INDICE GENERAL

a. TITULO

b) RESUMEN

b.1) Resumen en Español.

b.2) Resumen en Ingles.

c) INTRODUCCION

d) REVISION LITERARIA.

d.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

d.1.1 Factibilidad Técnica.

d.1.2 Factibilidad Legal.

d.1.3 Factibilidad Económica.

d.1.4 Etapas del estudio de factibilidad

d.1.4.1 ESTUDIO DE MERCADO

d.1.4.1.1 Mercado.

d.1.4.1.2 Segmentación de Mercado

d.1.4.2 DEMANDA

d.1.4.2.1 Demanda Potencial

d.1.4.2.2 Demanda Efectiva

d.1.4.2.3 Demanda Real

d.1.4.2.4 Demanda Insatisfecha

d.1.4.2.5 Elasticidad de la Demanda

d.1.4.3 OFERTA

d.1.4.4 PLAN COMERCIAL

d.1.4.4.1 Producto

d.1.4.4.2 Precio

d.1.4.4.3 Plaza

d.1.4.4.3.1 Canales de distribución

d.1.4.4.4 Promoción y Publicidad

d.2 ESTUDIO TECNICO

d.2.1 Tamaño

d.2.2 Capacidad Diseñada.-

d.2.3 Capacidad Instalada

d.2.4 Capacidad Utilizada.

d.2.5 Macrolocalizacion

d.2.6 Microlocalizacion

d.2.7 INGENIERIA DEL PROYECTO

d.2.7.1 Planta

d.2.7.2 Flujo de Procesos.

d.2.7.3 Proceso de Producción

d.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

d.3.1 Constitución Jurídica

d.3.2 Organización Administrativa

d.3.2.1 Organigramas

d.3.2.1.1 Organigrama Estructural

d.3.2.1.2 Organigrama Funcional

d.3.2.1.3 Manuales.

d.4 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

d.4.1 Inversiones.

d.4.2 Activos

d.4.3 Activo Fijos

d.4.4 Activos Diferidos

d.4.5 Activo Circulante

d.4.6 Financiamiento

d.4.7 Capital Social

d.4.8 Capital Financiero

d.4.9 Estado de pérdidas y ganancias

d.4.10 Presupuesto

d.4.11 Punto de Equilibrio

d.4.12 Flujo de Caja

d.4.13 Evaluación Financiera

d.4.14 Valor Actual Neto

d.4.15 Tasa Interna de Retorno

d.4.16 Periodos de Recuperación del Capital

d.4.17 Análisis de Sensibilidad

d.5 ANTECEDENTES DEL COBAYO (CUY).

d.5.1 IMPORTANCIA

d.5.2 SINÓNIMOS.

d.5.3 CLASIFICACIÓN ZOOLÓGICA DEL CUY.

d.5.4 FISIOLOGÍA DEL COBAYO.

d.5.4.1 Tiempo de vida

d.5.4.2 Vida reproductiva

d.5.4.3 Edad Pubertad

d.5.4.4 Signos vitales

d.5.5 VENTAJAS AL CONSUMIR LA CARNE DE CUY.

d.5.6 VARIEDADES.

d.5.6.1 Salvajes

d.5.6.2 Criollos

d.5.6.3 Peruanos mejorados

d.5.7 CLASIFICACION DE LOS CUYES.

d.5.7.1 De acuerdo a su conformación.

d.5.7.1.1 Clase “A”.

d.5.7.1.2 Clase “B”.

d.5.7.2 Clasificación por tipos.

d.5.7.2.1 Por la forma del pelaje.

d.5.7.2.1.1 Tipo 1.

d.5.7.2.1.2 Tipo 2

d.5.7.2.1.3 Tipo 3.

d.5.7.2.1.4 Tipo4.

d.5.7.3 Por su conformación.

d.5.7.3.1 Tipo A

d.5.7.3.2 Tipo B

d.5.7.3.3 Por el color del pelaje.

e) MATERIALES Y METODOS.

e.1) Materiales.

e.2) Métodos.

e.3) Técnicas

e.3.1 Observación

e.3.2 La Encuesta

f) RESULTADOS

f.1 Encuesta aplicada a los Consumidores

f.2 Encuesta aplicada a Restaurantes.

g) DISCUSION.

g.1 ESTUDIO DEL MERCADO

g.1.1 Mercado

g.1.2 Principales mercados Mayoristas

g.1.3 Importadores de Estados Unidos

g.1.4 Segmentación del mercado

g.1.5ANALISIS DE LA DEMANDA

g.1.5.1 Distribución del Mercado Objetivo.

g.1.5.2 Determinación del promedio de consumo anual de cuyes empaquetados.

g.1.5.3 Análisis y determinación de la Demanda Potencial, Efectiva y Real.

g.1.6 ANALISIS DE LA OFERTA

g.1.7 Proyección oferta

g.1.8 Demanda Insatisfecha

g.2 ESTUDIO TECNICO.

g.2.1 Tamaño del Proyecto.

g.2.2 Capacidad de Producción

g.2.3 Capacidad Instalada

g.2.4 Capacidad Utilizada.

g.2.5 Localización de La Planta.

g.2.6 Macro localización.

g.2.7 Micro localización

g.2.8 Ingeniería del Proyecto.

g.2.8.1 Proceso productivo de la microempresa el "el imperio del cuy Cía. Ltda"

g.2.8.2 Diagrama de proceso de recorrido para el ahumado de cuyes

g.2.8.3 Graficación de ensamblaje del proceso de producción del producto

g.2.8.4 Hoja de ruta del proceso productivo el IMPERIO DEL CUY CIA LTDA"

g.2.9 Distribución física de la Planta

g.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

g.3.1 Estructura empresarial Interna.

g.3.2 Organigrama posicional de la microempresa "EL IMPERIO DEL CUY Cía. Ltda."

g.3.3 Organigrama funcional de la microempresa "EL IMPERIO DEL CUY CIA LTDA"

g.3.4 Manual de funciones del personal de la micro empresa "EL IMPERIO DEL CUY CIA LTDA"

g.4 ESTUDIO FINANCIERO.

g.4.1 Inversiones en activos fijos

g.4.2 Inversiones en activos diferidos

g.4.3 Capital de Trabajo

g.4.4 Depreciaciones

g.4.5 Gastos de Operación

g.4.5.1 Gastos Administrativos

g.4.6 Amortización de Activos Diferidos
g.4.7 Financiamiento
g.4.8 Análisis de Costos
g.4.8.1 Presupuestos Proformados, de Operación o Proyectados
g.4.9 Costo Unitario de Producción
g.4.10 Precio de Venta al Público
g.4.11 Ingreso por Venta
g.4.12 Estado de Pérdidas y Ganancias
g.4.13 Clasificación de Costos
g.4.14 Flujo de Caja

g.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

g.5.1 Valor Actual Neto (VAN)
g.5.2 Periodo de Recuperación de Capital
g.5.3 Relación Beneficio Costo
g.5.4 Tasa Interna de Retorno
g.5.5 Análisis de Sensibilidad

h) CONCLUSIONES
i) RECOMENDACIONES
j) BIBLIOGRAFIA.
j.1 Bibliografía.
j.2 Bibliografía Internet
k) Anexos
i) Índice General