



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE COBAYOS EN EL CANTÓN SALCEDO,
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

Autora:

Sánchez Manzano Ligia Maricela

Director:

Ing. Msc. Navas Olmedo Walter Humberto

Latacunga - Ecuador
Julio - 2012

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBAYOS EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Sánchez Manzano Ligia Maricela
050327119-9

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBAYOS EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN SALCEDO”**, Sánchez Manzano Ligia Maricela , postulante de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Julio del 2012

El Director

.....

Ing. Msc. Navas Olmedo Walter Humberto



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembro del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante: **Sánchez Manzano Ligia Maricela**; con el título de tesis: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBAYOS EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los meritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 26 de Julio del año 2012

Para constancia firman:

.....
Eco. Fernando Andrade
PRESIDENTE

.....
Ing. Gonzalo Borja
MIEMBRO

.....
Ing. Marcelo Cárdenas
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios por ser mi luz y mostrarme siempre el camino a seguir.

A mis padres; por su apoyo y cariño incondicional, a mis abuelitos a mis tíos y tías por brindarme el cariño amor que con su gran esfuerzo invirtieron en mí pensando en que algún día sea una profesional de éxito.

Al lugar en el que viví una parte muy especial de mi vida la Universidad Técnica de Cotopaxi; porque aquí no solo recibí los conocimientos técnicos, sociales y éticos de mi carrera sino que también conocí personas maravillosas que las llevo en mi corazón.

A mis profesores; que a lo largo de la carrera compartieron conmigo sus conocimientos.

Al Ing. Walter Navas por su colaboración, apoyo y dedicación en la realización del presente proyecto.

Sánchez Manzano Ligia Maricela

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado con todo mi amor a mis Padres por brindarme su apoyo incondicional ya que ellos me enseñaron muchos valores éticos y morales al realizar cualquier actividad y me han ayudado a culminar ésta etapa de mi vida.

A toda mi familia que siempre me han apoyado cuando más lo necesitaba demostrándome el gran cariño y paciencia que sentían por mí.

Sánchez Manzano Ligia Maricela



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBAYOS EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”.

Autora:

Sánchez Manzano Ligia Maricela

RESUMEN

El presente proyecto está orientado a incentivar el desarrollo de la producción de productos no tradicionales como es la crianza de cuyes con el propósito de obtener los volúmenes de exportación de cuyes necesarios para ser comercializados en los diferentes mercados y con ello coadyuvar al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Provincia del Cotopaxi.

Durante el desarrollo del mismo, se pondrá de manifiesto la alta informalidad en la crianza del cuy que está vinculada a la intensa actividad doméstica de las familias rurales y marginadas. Esto ha propiciado una oferta poco diferenciada debido al escaso desarrollo de canales de distribución comercial. Además de la alta barrera para la crianza tecnificada el pequeño criador afronta un riesgo sanitario cuando las enfermedades que puede contraer el cuy no son tratadas oportunamente por la falta de recursos.

En este sentido, se propone un estudio de factibilidad y plan de negocios que se resumirá en recomendaciones para la creación e implementación de una empresa productora y comercializadora de cuy de alta calidad. Cabe destacar que este proyecto es totalmente sostenible en el tiempo, pues es: socialmente justo, económicamente rentable y no afecta al medio ambiente.

Palabras claves: Plan de negocio, manejo tecnificado, empresa productora.

ABSTRACT

The present project is oriented towards making profitable and viable non- traditional products such as guineas pig breeding with the purpose of obtaining the export volumes of these animals necessary to be comercialized in various markets and help so the overall quality of life of the inhabitants of the Cotopaxi Province.

During the development of this project one will be able to utilize this information for guinea pig breeding which is driver by domestic use on the part of rural and marginalizad families. This has caused the supply and demand due to the scarce development of commercial distributron channels. Also on top the barrier of carrying ouf more advanced breeding methods the small le breeder feaces contamination risks when diseases that a guinea pig may potentially contract are not treated appropriately and in a timely manner because of the lack of resources.

In this sence propose a fesibility study and a business plan that will provide a summary of recommendations for the creation and implementation of a productive and comerciabile business of high-quality guinea pigs.

It should pointed out that this project is totally sustainable through time since it carries: social benefit, is profitable and does not affect the environment lucrative.

Key words: business plan, technical managment, productive business.



CERTIFICACIÓN

En mi calidad de docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, **CERTIFICO** haber revisado el resumen con el tema: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBAYOS EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**” de la Srta. Sánchez Manzano Ligia Maricela con C.I.050327119-9 egresada de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Es todo cuanto certifico en honor a la verdad, pueden los interesados dar a la presente certificación el uso que estimen conveniente.

Latacunga, Julio 2012

.....
Lic. Vladimir Sandoval

C.I. 050210421-9

DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ÍNDICE

PORTADA.....	i
AUTORIA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
CERTIFICACIÓN	ix
ÍNDICE.....	x
INTRODUCCIÓN	xviii

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1	Gestión Administrativa	20
1.1.1	Importancia de la Gestión Administrativa	20
1.1.2	Proceso Administrativo	21
1.2	Emprendedor	22
1.2.1	Características del Emprendedor.....	23
1.2.2	Tipos de emprendedores.....	23
1.3	Plan de Negocio	24
1.3.1	Objetivos de un Plan de Negocios.....	24
1.4	Proyecto de Inversión.....	25
1.4.1	Etapas de un Proyecto de Inversión	26
1.5	Estudio de Mercado.....	27
1.5.1	Diagnostico Situacional.....	27
1.5.2	Investigación de Mercado	28
1.5.3	Demanda.....	29
1.5.4	Oferta.....	30
1.5.5	Comercialización.....	33
1.6	Estudio Técnico.....	36

1.6.1	Componentes del Estudio Técnico	37
1.6.2	Factores que determina el tamaño de la empresa	37
1.6.3	Localización del Proyecto	40
1.6.4	Ingeniería del Proyecto.....	42
1.6.5	Distribución de la Planta	43
1.6.6	Estructura Organizacional	44
1.7	Estudio Financiero.....	44
1.7.1	Inversión total inicial.....	45
1.7.2	Depreciación.....	45
1.7.3	Financiamiento	46
1.7.4	Cronograma de Inversiones.....	47
1.7.5	Presupuestos	48
1.7.6	Gastos	49
1.7.7	Determinación de los Costos de Operación	50
1.7.8	Punto de Equilibrio.....	50
1.7.9	Estados financieros.....	51
1.7.10	Razones financieras.....	53
1.7.11	. Capital de trabajo	55
1.7.12	Flujo Nominal	56
1.8	Evaluación Financiera	56
1.8.1	Valor actual neto (VAN).....	57
1.8.2	Tasa interna de retorno (TIR).....	58
1.8.3	Período de Recuperación.....	58
1.8.4	Costo beneficioso	59
1.8.5	Análisis de Sensibilidad	60

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Introducción	61
2.2	Objetivos	61
2.2.1	Objetivo General	61
2.2.2	Objetivos Específicos	62
2.3	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	62

2.3.1	Macro Ambiente.....	62
2.3.2	Micro Ambiente	66
2.4	Segmentación del Mercado	67
2.4.1	Tamaño de la Población	69
2.5	Plan Muestral.....	71
2.5.1	Recopilación de la Información	72
2.5.2	Análisis e interpretación de resultados.....	73
2.5.3	Demanda	85
2.5.4.	Oferta.....	88
2.5.5.	Análisis de la Demanda Insatisfecha.....	89
2.6.	Comercialización.....	91
2.6.1.	Identificación del producto	91
2.6.2	Precio	92
2.6.3	Estrategias	943
2.6.4	Cadena de Valor	95

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1	Introducción	97
3.2	Objetivos	98
3.2.1	Objetivo General	98
3.2.2	Objetivo Específicos	98
3.2.3	Especificaciones Generales de los cuyes.....	98
3.2.4	Usos del Producto.....	102
3.2.5	Productos Sustitutos	102
3.2.6	Factores que determinan el tamaño del proyecto	103
3.2.7	Tamaño Propuesto.....	105
3.2.8	Plan de Producción.....	106
3.2.9	Localización Óptima del Proyecto	107
3.2.10	Ingeniería del Proyecto.....	112
3.2.11	Distribución de la Planta	115
3.2.12	Requerimientos del Proyecto	117
3.2.13	Impacto Ambiental	120

3.2.14 Propuesta Administrativa	124
3.2.15 Estructura Organizacional	128
3.2.16 Constitución Jurídica.....	136
3.3 Estudio Económico	141
3.3.1 Inversión Inicial.....	142
3.3.2 Financiamiento	143
3.3.3 Cronograma de Inversiones.....	145
3.3.4 Determinación de los Costos de Producción.....	146
3.3.5 Punto de Equilibrio.....	148
3.3.6 Estados Financieros.....	150
3.3.7 Razones Financieras	152
3.4 Evaluación Financiera	156
3.4.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	156
3.4.2 Valor Actual Neto (VAN).....	157
3.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	158
3.4.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	159
3.4.5 Relación Costo – Beneficio.....	160
3.4.6 Análisis de Sensibilidad	160
CONCLUSIONES	162
RECOMENDACIONES:.....	164
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	166
ANEXOS	170

INDICE DE TABLAS

TABLA # 1: COMPONENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	37
TABLA # 2: PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	63
TABLA # 3: INFLACIÓN ANUAL.....	64
TABLA # 4: TASA DE INTERES ACTIVA.....	65
TABLA # 5: TASA DE INTERES PASIVA.....	65
TABLA # 6: POBLACIÓN DE COTOPAXI.....	67
TABLA #7: POBLACIÓN DE COTOPAXI, SEGÚN ÁREA GEOGRÁFICA (URBANA Y RURAL).....	68
TABLA # 8: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN SALCEDO.....	68
TABLA #9: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA MAYOR DE 18 AÑOS DEL CANTÓN SALCEDO, SEGÚN GÉNERO	69
TABLA # 10 RESULTADO DE LA PRUEBA PILOTO.....	70
TABLA # 11 DISEÑO MUESTRAL POR GÉNERO.....	72
TABLA # 12 DISEÑO MUESTRAL POR GÉNERO Y PARROQUIAS DEL CANTÓN SALCEDO.....	72
TABLA #13: CONSUMO DE CUY.....	74
TABLA #14: FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CUY.....	75
TABLA #15: CANTIDAD DE CONSUMO DE CUY.....	76
TABLA # 16: MOTIVOS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY.....	77
TABLA # 17: ESTADO DEL CUY AL SER ADQUIRIDO.....	78
TABLA #18: PRECIO PAGADO POR UN CUY EN PIE.....	79
TABLA #19: POSIBILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL PRECIO.....	80
TABLA #20: PESO PREFERIDO DE LOS CUYES.....	81
TABLA #21: PREDISPOSICIÓN PARA COMPRAR CUYES DE RAZA.....	82
TABLA #22: SITIO DE ADQUISICIÓN DE CUYES.....	83
TABLA # 23: MEDIOS DE INFORMACIÓN.....	84
TABLA # 24: DEMANDA ACTUAL POR LIBRAS EN EL AÑO 2011.....	85
TABLA # 25: MINIMIOS CUADRADOS.....	86
TABLA # 26: DEMANDA PROYECTADA LIBRAS /AÑO 2012-2016.....	87

TABLA # 27: OFERTA ACTUAL POR LIBRAS EN EL AÑO 2011.....	88
TABLA # 28: OFERTA PROYECTADA LIBRAS /AÑO 2012-2016.....	89
TABLA # 29: DEMANDA INSATISFECHA POR LIBRAS/AÑO 2012-2016	90
TABLA # 30: PRECIO ACTUAL DE CADA LIBRA DE CUY DEL AÑO 2011.	92
TABLA # 31: PRECIOS PROYECTADOS DE COBAYOS POR LIBRAS/ AÑO 2012-2016	93
TABLA # 32: TAMAÑO PROPUESTO.....	105
TABLA # 33: CAPACIDAD TOTAL DEL PROYECTO.....	106
TABLA # 34: PLAN DE PRODUCCIÓN LIBRAS/AÑO 2012-2016	106
TABLA # 35: PARROQUIAS PERTENECIENTES AL CANTÓN SALCEDO ...	110
TABLA # 36: SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE FLUJO	113
TABLA # 37: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	115
TABLA # 38: REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	117
TABLA # 39: INVERSIÓN INICIAL (EN DÓLARES)	142
TABLA # 40: APOORTE DE INVERSIONISTAS.....	143
TABLA # 41: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.....	144
TABLA # 42: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA (EN DÓLARES)	144
TABLA # 43: CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	145
TABLA # 44: COSTOS DE PRODUCCIÓN (EN DÓLARES)	146
TABLA # 45: COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN (EN DÓLARES).....	147
TABLA # 46: INGRESOS ANUALES PROYECTADOS (EN DÓLARES)	148
TABLA # 47: PUNTO DE EQUILIBRIO (EN DÓLARES)	149
TABLA # 48: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (EN DÓLARES).....	150
TABLA # 49: FLUJO DE CAJA (EN DÓLARES).....	151
TABLA # 50: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (EN DÓLARES).....	152
TABLA # 51: TMAR 1.....	156
TABLA # 52: TMAR 2.....	156
TABLA # 53: VAN 1.....	158
TABLA # 54: VAN 2.....	158
TABLA # 55: INGRESOS Y COSTOS ACTUALIZADOS.....	160
TABLA # 56: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	161

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1: FUNCIONES EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	21
GRÁFICO # 2: ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN.....	26
GRÁFICO # 3: ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS DEL MERCADO	28
GRÁFICO # 4: CONSUMO DE CUY	74
GRÁFICO #5: FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CUY	75
GRÁFICO #6: CANTIDAD DE CONSUMO DE CUY.....	76
GRÁFICO #7: MOTIVOS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY	77
GRÁFICO # 8: ESTADO DEL CUY AL SER ADQUIRIDO.....	78
GRÁFICO # 9: PRECIO PAGADO POR UN CUY EN PIE.....	79
GRÁFICO # 10: POSIBILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL PRECIO.....	80
GRÁFICO #11: PESO PREFERIDO DE LOS CUYES	81
GRÁFICO # 12: PREDISPOSICIÓN PARA COMPRAR CUYES DE RAZA	82
GRÁFICO #13: SITIO DE ADQUISICIÓN DE CUYES.....	83
GRÁFICO #14: MEDIOS DE INFORMACIÓN	84
GRÁFICO # 15: DEMANDA PROYECTADA.....	87
GRÁFICO # 16: OFERTA PROYECTADA LIBRAS /AÑO 2012-2016	89
GRÁFICO # 17: DEMANDA INSATISFECHA POR LIBRAS/AÑO 2012-2016...	90
GRAFICO # 18: EL PRODUCTO CUY	92
GRÁFICO # 19: PRECIOS PROYECTADOS	93
GRÁFICO # 20: COMERCIALIZACIÓN DIRECTA.....	96
GRÁFICO # 21: COMERCIALIZACIÓN INDIRECTA	96
GRÁFICO # 22: TIPO DE JAULAS	99
GRÁFICO # 23: MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN.....	109
GRÁFICO # 24: MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN	111
GRAFICO # 25: FLUJOGRAMA DEL PROCESO Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES.....	114
GRÁFICO # 26: DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS ADMINISTRATIVA, PROCESAMIENTO Y SERVICIO.....	116
GRAFICO # 27: RAZÓN SOCIAL.....	124
GRÁFICO # 28: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL EMPRESA “PROCUY ”..	129

GRÁFICO # 29: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “PROCUY S.A” 130

GRÁFICO # 30: ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “PROCUY S.A” 131

INTRODUCCIÓN

Partiendo del hecho de que el Cantón Salcedo se caracteriza por tener un alto consumo de carne de cobayo más conocido como cuy, debido a que es muy tradicional en el sector sin embargo se ha podido observar que en la explotación de este roedor predomina el sistema tradicional o familiar en donde estos animales son destinados únicamente para el autoconsumo lo que ha ocasionado que se dé una crianza de cuyes notablemente baja para su comercialización es por ello que se ha visto conveniente emprender este proyecto, en el cual se presentan algunos aspectos que son importantes a considerar si se desea iniciar esta actividad con características técnicas que sirven para tener una producción adecuada.

Analizando estas circunstancias el presente proyecto es importante porque a través de dar a conocer ciertos lineamientos básicos se podrá llevar a cabo una crianza técnica del cuy, aprovechando así los recursos que posee la zona con los cuales se conseguirá desarrollar una nueva alternativa de generar ingresos económicos adicionales para el presupuesto familiar.

Este proyecto tiene como finalidad orientar los esfuerzos a aplicar los conocimientos que se han adquirido a lo largo de la vida estudiantil en la incubación de una empresa basándose en los tres pilares fundamentales como son la producción, el marketing y las finanzas, pilares en los que toda empresa debe sostenerse.

En el capítulo I contendrá el aspecto teórico referente a un plan de negocios, el mismo que ayudara a tener un panorama claro de lo que se realizara ya en la aplicación para la verificación de la factibilidad del proyecto.

En el capítulo II que hace referencia al Estudio de Mercado se trata de establecer una comprensión práctica acerca de los parámetros que permiten viabilizar la idea del negocio. Uno de los aspectos claves constituye el análisis de la demanda potencial, su segmentación sus oportunidades y el tamaño del mercado diseñando inclusive diferentes estrategias para llegar a los clientes definidos.

En el capítulo III correspondiente al Estudio Técnico se determina los procesos productivos, la capacidad de instalada y el control de producción a implementar, entre otros aspectos relacionados a la parte operativa de la empresa. En esta parte del trabajo se incluye la forma en la que deberían estar distribuidas las operaciones.

También abarca la parte financiera en la que se evalúa la factibilidad de la incubación de la empresa para el efecto se presenta la forma de especificar las inversiones y sus fuentes de financiamiento a través de la aplicación de ciertos indicadores financieros como el VAN, TIR, punto de equilibrio y la justificación de las proyecciones de ventas que permitan alcanzar las utilidades previstas por el negocio.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Gestión Administrativa

Según **JAMES Stoner**; Administración de Empresas: “Se ha considerado como la técnica capaz de realizar el estudio y análisis de la organización en cada una de las áreas y proporcionar soluciones a las irregularidades halladas, por lo cual se considera que el conocimiento de la misma es indispensable para la formación académica y para el desarrollo profesional de los Administradores”. (Pág.6).

DAF Richard; (2001), Introducción a la administración: “Es el logro de las metas organizacionales en una forma eficaz y eficiente a través de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”. (Pág. 7)

La gestión administrativa es un pilar esencial que se requiere para iniciar un proyecto, el cual permite que el desarrollo de las actividades se realice con normalidad para así alcanzar los objetivos propuestos por la empresa y a su vez para conocer las falencias de la misma que deberán ser corregidas.

1.1.1 Importancia de la Gestión Administrativa

Según la pagina web (www.infomipyme.com;02/11/2011;14h02pm). “La administración es una actividad de máxima importancia dentro del que hacer de cualquier empresa, ya que se refiere al establecimiento, búsqueda y logro de objetivos”.

Expresa **JAMES** Stoner; Administración de Empresas: “Es la acción de confeccionar una sociedad que sea económicamente estable cumpliendo con una mejora en cuanto a las normas sociales y con un gobierno que sea mucho más eficaz”. (Pág.7)

Es de vital importancia que la empresa tome en consideración algunos parámetros que puedan implicar de una forma u otra en el desempeño de sus funciones, así también logrando fortalecer el desarrollo económico y social de la organización; de esta manera se podrá utilizar de forma adecuada los recursos obteniendo buenos resultados de manera eficaz y eficiente cumpliendo a cabalidad con las metas propuestas por la organización.

1.1.2 Proceso Administrativo

El proceso administrativo es un conjunto de actividades que una empresa debe seguir en forma secuencial permitiéndole una mejor consecución de los resultados, en un periodo más corto y con una mayor productividad, esto se logra con la participación del aporte humano e intelectual que posee cada una de las personas que formen parte de la organización.

1.1.2.1 Funciones del proceso administrativo.

Las funciones del proceso administrativo son las siguientes:

GRÁFICO # 1: FUNCIONES EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO



Fuente: Daft, Richard

Elaborado por: Maricela Sánchez

Planificar: Consiste en seleccionar las metas adecuadas para la organización con el fin de llegar a cumplirlas.

Organizar: Se refiere a formar relaciones laborales y de mando para que todos los miembros de la organización ejecuten de manera adecuada sus funciones.

Dirigir: Consiste en motivar, coordinar y fortalecer a los miembros y grupos para llegar a cumplir con las metas de la organización.

Controlar: Formar sistemas apropiados de medición y supervisión para evaluar el grado en que la organización alcanza sus metas.

1.2 Emprendedor

ALCARAZ Rafael; (2006), El emprendedor de éxito: “Identifica a los emprendedores como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.”(pág.1)

Según **HEBERT** como **LINK**; Emprendedor de éxito: “Lo definen como aquel que se especializa en asumir la responsabilidad de las decisiones que tienen que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones; es decir como un ágil captador y aprovechador de información y recursos que tiene la facultad de detectar oportunidades de negocios para aprovecharlas”. (pág.1)

Se denomina emprendedor a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o que encuentra una oportunidad de negocio, o alguien quien empieza un proyecto por su propio entusiasmo.

1.2.1 Características del Emprendedor

El emprendedor es una persona con muchas características muy personales, entre ellas tenemos:

- Espíritu emprendedor
- Compromiso total
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Perseverancia en la solución de problemas
- Autoconfianza y trabajo en equipo.
- Altos niveles de energía.
- Tolerancia al cambio.
- Capacidad de iniciativa y decisión
- Visión e imaginación creativa e innovadora.

1.2.2 Tipos de emprendedores

Los emprendedores se pueden dividir en cinco tipos:

El emprendedor administrativo: Hace el uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

El emprendedor oportunista: Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.

El emprendedor adquisitivo: Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.

El emprendedor incubador: En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de alguno ya existente.

El emprendedor imitador: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

1.3 Plan De Negocio

Según **GREG** Balanko; (2010): Como preparar un Plan de Negocios Exitosos: “Señala que esta herramienta es un documento formal elaborado para capturar y comunicar la dirección planteada y las maniobras que se requieren para que el negocio alcance su meta más importante rentabilidad”. (pág.7)

PALAO Jorge y **GÓMEZ** Vicente; (2009): Haga realidad su sueño mediante un Plan de negocio: “Un plan sirve para que un negocio proyecte su futuro, asigne recursos, se concentre en puntos clave y se prepare para las dificultades y las oportunidades.”, (pág.18)

Un plan de negocios, es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos o formas que se van a emplear para alcanzar los objetivos; es en donde se reúne toda la información de tipo comercial, técnico, operativo y financiero, necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

1.3.1 Objetivos de un plan de negocios

- Servir de guía para iniciar un negocio o proyecto y para poder gestionarlo.

- Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.
- Señalar lo interesante del negocio o proyecto a terceras personas.

1.3.1.1 Ventajas:

- La planeación correcta de un negocio ayuda a disminuir los niveles de inseguridad del posicionamiento exitoso del mismo en el mercado.
- Permite la identificación completamente el segmento del mercado que demanda los bienes o servicios del nuevo negocio.
- Planifica, organiza y ejecuta las actividades a desarrollar, para llevar a cabo el negocio.
- Realiza un control y evaluación de manera minuciosa de los resultados para evitar consecuencias graves que afecten la estabilidad de la empresa.

1.4 Proyecto de Inversión

BACA Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos, define como un: “Plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad”. (pág.2)

Según la pagina (www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion;07/11/2011;18h32pm) Proyecto de inversión “es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros”.

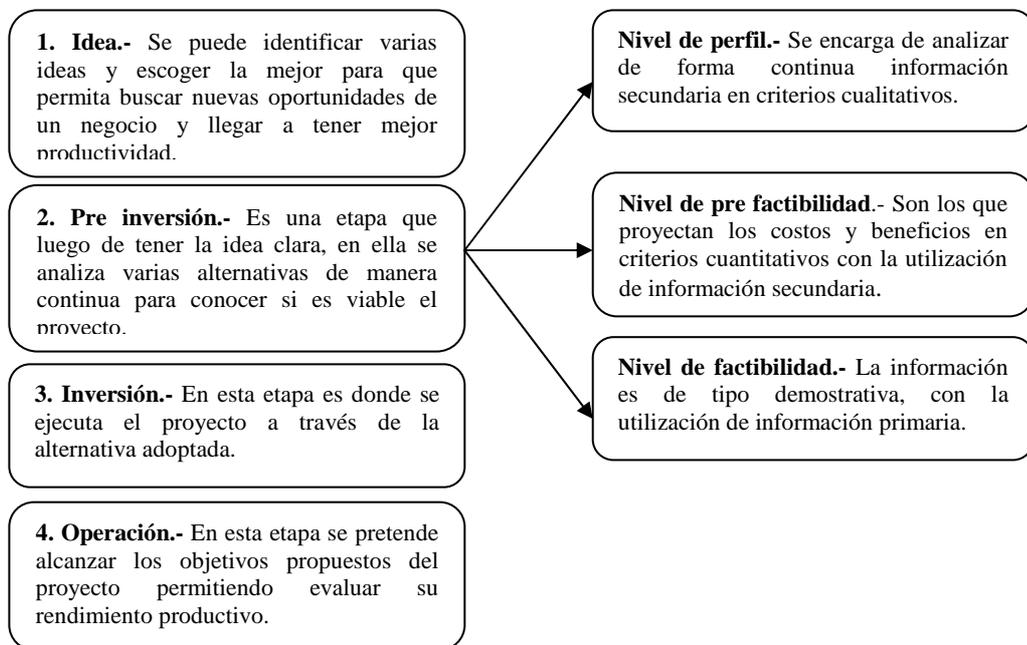
Un Proyecto de inversión debe estar bien estructurado de manera que permita al propietario conocer su rentabilidad económica y social; lo cual ayude a resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable para la empresa,

también este tipo de proyecto son de gran utilidad de manera que se conoce las ventajas y desventajas que producirá al invertir en un negocio para dar inicio a las actividades comerciales, logrando de esta manera a que la empresa se mantenga en el mercado.

1.4.1 Etapas de un Proyecto de Inversión

Las etapas básicas que pertenecen al proyecto de inversión son las siguientes:

GRÁFICO # 2: ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN



Fuente: Baca Gabriel (Evaluación de Proyectos)

Elaborado por: Maricela Sánchez

Para que el proyecto de inversión se lleve a cabo se debe seguir un proceso de manera secuencial para tomar la decisión final de implementar o no la empresa; se deberá realizar un análisis de cada una de las opciones de solución identificadas para cada una de las ideas a través de un estudio de mercado proporcione información sobre el comportamiento del entorno.

1.5 Estudio de Mercado

BACA Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos, define al estudio de mercado como: “A la parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (Pág.7)

KOTLER Philip; 2001), Dirección de Mercadotecnia: “Es el diseño sistemático, recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa”. (Pág.130)

Para poder determinar la demanda existente en el mercado se estima que es necesario efectuar un estudio que involucre el establecer a través de investigaciones realizadas tanto de fuentes primarias como secundarias, el posible nicho de mercado que tenga que cubrir, así como también la capacidad que se disponga para poder producir los cuales, fijar precios de acuerdo a las condiciones del mercado y la competencia existente en él.

1.5.1 Diagnostico situacional

MALHOTRA Naresh;(2008), Investigación de Mercado un Enfoque Aplicado: “Es un mecanismo que permite analizar las variables que se presentan en el entorno sean estas internas o externas”. (Pág.14)

Mediante este elemento se pretende realizar un análisis de los factores que pueden influir de manera directa o indirecta en el diseño de una nueva propuesta; así también permitirá determinar variables que den a conocer las oportunidades y amenazas que se puedan presentar y sobre ellas dar seguimiento y control ante la situación que se verá expuesta la empresa.

1.5.2 Investigación de Mercado

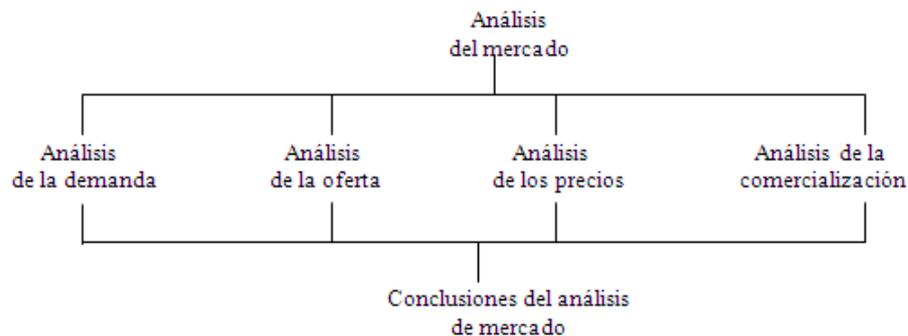
Según **BACA** Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Señala que “proporciona información que sirven de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.”(pág.13)

Deduce **ROSSAM** Kayde; Investigación de Mercados, (pág.http://es.Wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3_de_mercados,07/11/2011). “Es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia como: clientes, competidores en el mercado permitiendo preparar el lanzamiento de un producto”

Esta técnica permite investigar y examinar la situación real de las variables que intervienen en el mercado; este procedimiento se realizara con la aplicación de una encuesta que permitirá conocer gustos y preferencias por el consumidor, al haber obtenido la información será necesario analizar e interpretar los resultados obtenidos en esta etapa para posteriormente tomar decisiones acertadas.

1.5.2.1 Estructura del análisis del mercado

GRÁFICO # 3: ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS DEL MERCADO



Fuente: Baca Gabriel (Evaluación de Proyectos)

Elaborado por: Maricela Sánchez

1.5.3 Demanda

KOTLER Philip; (2001), Dirección de Mercadotecnia: “Las demandas consisten en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos”. (pág.33)

BACA Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (pág.33)

En esta fase se considera el número de posibles consumidores que darían lugar a la implementación de un proyecto dependiendo del tipo de actividad comercial; así también de acuerdo a los gustos y preferencias de los mismos tomando en cuenta los factores que intervienen en la demanda.

1.5.3.1 Análisis de la demanda

BACA Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “El principal propósito es de determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio; así como también determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda”.(pág.18)

Mediante este estudio se pretende efectuar un análisis del grupo de personas que serán tomadas en cuenta para la debida investigación de mercado mediante el empleo de técnicas que permitan obtener información sobre la aceptación que tendrá un producto o servicio por parte de los futuros consumidores.

1.5.3.2 Tipos de Demanda

Para el análisis de la demanda se presenta la siguiente clasificación:

Demanda insatisfecha: Es cuando la cantidad que se ha producido no llega a cubrir lo que los demandantes requieren.

Demanda Satisfecha: Es aquella que llega a cumplir con la cantidad que solicita determinado mercado. Este tipo de demanda a su vez se subdivide en:

Satisfecha saturada: Es cuando hay demasiada producción de un bien o servicio y el cual ya no requiere el mercado.

Satisfecha no saturada: Es cuando aparentemente el mercado esta abastecido de un determinado bien o servicio.

1.5.3.3 Proyección de la demanda

ALEGRE Jenner;(2003), Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: “Para determinar los defectos económicos en un plan de comercialización es necesario hacer proyecciones de la demanda con el objeto de estimar la rentabilidad, necesidades financieras, materias primas y capacidad de producción de la planta”. (Pág.148)

La proyección de la demanda es tener una estimación de la demanda de un bien o servicio de una empresa teniendo como referencia la disponibilidad de los datos históricos del mismo para que estos datos sirvan de base para saber cuántas personas demandan este bien o servicio.

1.5.4 Oferta

BACA Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (pág.58)

PHILIP Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, Marketing, (pág.<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto07/11/2011>). “Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado”.

Es en donde se llevan a cabo actividades productivas, es el número de empresas que se encuentran a disposición del consumidor las cuales para alcanzar posicionamiento y reconocimiento en el mercado deberán aplicar estrategias que les permita ser competitivos para atraer gran parte de clientes.

1.5.4.1 Análisis de la oferta

Según **BACA** Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Determina o mide las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.”(pág. 41)

Expresa **BACA** Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “El propósito que se persigue es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio”. (pág. 49).

Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productos.
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión Fija y número de trabajadores”.

El análisis de la oferta permite que las empresas tengan conocimiento de las variables que hay antes de producir un bien o servicio y saber hacia qué tipo de mercado se dirige los mismos y la vez ayuda a saber en qué entorno económico se manejara la empresa.

1.5.4.2 Tipos de Oferta

Para facilitar el análisis de la oferta hay que conocer los principales tipos de oferta como son:

Oferta competitiva o de mercado libre: Cuando las empresas producen un mismo producto que deben dar un valor agregado para que los diferencie de la competencia y así se mantenga en el mercado.

Oferta oligopólica: Cuando hay pocas empresas que producen estos tipos de productos o servicio ya que es difícil competir en este tipo de mercado.

Oferta monopólica: Cuando hay un solo productor de un bien o servicio y no está amenazado por la competencia porque domina este tipo mercado.

1.5.4.3 Proyección de la oferta

ALEGRE Jenner; (2003), Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: “Se realiza un estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y/o servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, la cantidad que se ofrecerá, así como las circunstancias de precio y calidad”. (pág.130)

La proyección de la oferta ayuda a realizar estimaciones a los oferentes de un bien o servicio a través de la información obtenida de los datos históricos para así saber cuánta cantidad tiene que producir.

1.5.5 Comercialización

Según **BACA** Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos manifiesta que es: “La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, es decir, se coloca al producto en un sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra”. (pág.48)

Según **SAPAG** Reinaldo;(1995), Preparación y Evaluación de Proyectos: “La estrategia deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales: el producto, el precio, la promoción y la distribución. Cada uno de estos elementos estará condicionado, en parte, por los tres restantes.”(pág.63)

La Comercialización permite que la empresa coloque su producto en un momento apropiado y llegue al sitio donde requiere el consumidor facilitándole su compra y llegando a satisfacer sus necesidades y expectativas y ayuda a tener de mejor manera un mejor posicionamiento en el mercado y logrando mantener la lealtad del mismo con la empresa.

1.5.5.1 Producto

BERKOWITZ Kerin; Marketing: “Un producto es un bien, servicio o idea consistente en un conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisfacen al consumidor y se recibe a cambio de dinero o alguna otra unidad de valor.”(pág.298)

STANTON Walter; Fundamentos del Marketing: “Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles, que influye entre otras cosas color, precio, calidad y marca.” (pág.15)

Es un bien elaborado que las empresas exhiben en el mercado dando a conocer las características que contiene y de esta manera el cliente tome la decisión de adquirir o no el producto bajo un determinado precio.

1.5.5.2 Servicio

Según **KOTLER** Philip; (2001), Dirección de Mercadotecnia: “Es cualquier actividad o beneficio fundamental intangible que una parte puede ofrecer a otra y que no conlleva propiedad alguna.”, (pág.361)

Según **STANTON** Walter; Fundamentos del Marketing: “Son actividades identificables e intangibles que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen desempeño y esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, siendo esta el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”. (pág.25)

Es una actividad intangible que una empresa brinda con valor agregado para satisfacer las necesidades de un cliente llegando a cubrir las expectativas cambiantes del mismo.

1.5.5.3 Precio

KOTLER Philip; (2001), Dirección de Mercadotecnia: Manifiesta que es “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios de poseer o utilizar dicho producto o servicio.” (pág.289)

Según **BACA** Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (pág.44)

Se puede definir al precio como la cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios, el precio influye en la apreciación que tiene el consumidor sobre el producto.

1.5.5.4 Promoción

ALEGRE Jenner; (2003), Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: “El mensaje promocional busca que el consumidor se entere de la existencia del producto, crea imagen positiva del producto, estimula a la compra inmediata y promociona un esfuerzo después de la compra”. (pág.121)

Por su parte **JEFFREY** Sussman; El Poder de la Promoción, (pág.<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto07/11/2011>).

“Enfoca a la promoción como los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios”.

La promoción permite que una empresa a través de los medios de comunicación dan a conocer un bien o servicio logrando que se dé a conocer por el cliente para una posible compra.

1.5.5.5 Cadena de Valor

Según **KRAJEWSKI** Manoj; Administración de Operaciones: “Es la serie interrelacionada de procesos que produce un servicio o bien que satisface los clientes.es decir refuerza el vinculo entre procesos u desempeño que incluye los procesos internos de la empresa así como sus clientes y proveedores externos.” (Pág.8-9)

EVERETT Adam; Administración de la Producción y Operaciones: “Describe las actividades internas y externas de una organización y las relaciona con el análisis de las fuerzas competitivas de la empresa (o su capacidad para dar productos o servicios valiosos)”. (pág.143).

Es el que permite estar al tanto de todas las actividades de una empresa sean internas y externas permitiéndole así que sea más competitiva ya que ofrecerá un bien o servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores con la menor utilización de recursos.

1.6 Estudio Técnico

Según **SAPAG Nassir**; (1995), Preparación y Evaluación de Proyectos es: “La función de producción que optimiza la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto”. (pág.19)

CASTRO Raúl & MOKATE Karen; (2004), Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión: “Determina los costos en los que se incurrirá para la implementación de un proyecto donde se incluye: lugar, equipo, instalaciones, tecnología y otros elementos para la producción de un bien o servicio”. (pág.34)

Estudio técnico es aquel que se encarga de analizar el proceso productivo de un bien o la prestación de un servicio de un determinado proyecto que se requiere poner en práctica.

Dentro del estudio técnico se debe tomar en cuenta algunas consideraciones que se detallaran a continuación para lograr una adecuada rentabilidad del negocio.

- **Materias primas e insumos:** Saber la disponibilidad de materia prima que se requiere o se cuenta para la producción de bienes o servicios la misma que para su uso debe ser de calidad y a un precio accesible.
- **Localización:** Consiste en la identificación apropiada que garantice el costo total más bajo para la producción como son los costos de transporte, fuentes de materias primas y la planta de mercado.
- **Tamaño:** Esto depende de acuerdo a la capacidad de producción que hay sido

diseñado durante un tiempo determinado.

- **Mano de obra:** Esto ira de acuerdo a lo que requiere el negocio y dependiendo del grado de sistematización del proceso productivo para saber la especialización del personal que se requiere.

1.6.1 Componentes del Estudio Técnico

Los componentes del estudio técnico se pueden visualizar en la siguiente tabla:

TABLA # 1: COMPONENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO

1. Determinación de un tamaño optimo	Aquí es necesario planear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleara.
2. Determinación de la localización optima del proyecto	Aquí se debe de tomar en cuenta no solo los factores cuantitativos (transporte de materia prima), sino también los factores cualitativos (apoyo fiscales)
3. Ingeniería del proyecto	Existe diversos procesos productivos que son los muy automatizados y los manuales de los cuales deben escoger pero tomando en cuenta la disponibilidad de capital.
4. Análisis organizativo, administrativo y legal	Deben ser considerados dentro de una empresa por su importancia y delicadeza para un mejor funcionamiento de la misma.

Fuente: Castro Raúl (Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión)

Elaborado por: Maricela Sánchez

1.6.2 Factores que determina el tamaño de la empresa

BACA Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos es: “Determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones reciprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las

materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximación sucesivas y las alternativas de tamaño, entre las cuales se puede escoger, se reducen a medida que se examina los factores condicionantes mencionados.”(pág.84)

BACA Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos son: “Aquellos donde se indican y explican los factores que condicionan e influyen de manera predominante en la selección del tamaño de la planta. Es preciso considerar la dimensión del mercado, capacidad financiera de los promotores del proyecto, tecnología, disponibilidad de insumos, eficientes suministro de servicios y políticas económicas”. (pág.104)

Son los que permiten explicar de mejor manera los factores que se relacionan al seleccionar el tamaño de una empresa para determinar cuál será el tamaño de las instalaciones que se necesita para así fijar hasta que capacidad se puede producir con la utilización apropiada de los recursos disponibles, logrando de esta manera tener una adecuada rentabilidad del negocio.

1.6.2.1 El Tamaño del proyecto y la demanda

ALEGRE Jenner; (2003), Formulación y Evaluación de Inversión: “Uno de los elementos de juicio más importantes para determinar la capacidad de producción es generalmente la cuantía de la demanda que ha de atenderse; es decir, la demanda no satisfecha o por satisfacer que es uno de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto”. (pág.193)

BACA Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso”. (pág.84)

Mediante la etapa de la investigación de mercado se pretende conocer la existencia o no de una demanda insatisfecha en relación a un producto y servicio, siendo este un factor principal para el desarrollo de un proyecto que permitirá determinar el tamaño de las instalaciones que tendrá la planta.

1.6.2.2 El Tamaño del proyecto, la tecnología y la demanda

BACA Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos. “Son los factores que influyen en sus relaciones entre tamaño, inversiones y costos de producción dentro de ciertos límites de operación y a mayor escala, dichas relaciones propiciarán un menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada.”(pág.85)

COTRINA Saúl; Evaluación de Proyectos de Inversión: “El tamaño también está en función de maquinaria y equipos, por que el número de unidades que pretende producir el proyecto depende de la disponibilidad y existencias de activos”. (pág.217)

Para establecer la capacidad de una empresa es conveniente realizar un estudio de los procesos que se llevarán a cabo para producir un bien o servicio de tal manera se pueda constituir el número de equipos y tecnología actual que serán necesarios para el funcionamiento y operatividad del área de transformación donde se obtendrá el producto final para ser expuesto al mercado permitiendo obtener un producto o servicio final llegando a cubrir de la mejor manera a los demandantes.

1.6.2.3 El Tamaño del proyecto y el financiamiento

GUERRERO Gustavo;(2007), Proyectos de Inversión: “El tamaño del proyecto tiene que estar en proporción con los recursos financieros disponibles. Si existen dificultades en el financiamiento para un tamaño óptimo de la planta, si el proceso de producción lo permite e iniciando desde un tamaño mínimo que luego se irá ampliando”. (Pág.81-82)

BACA Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico”. (pág.85)

Para que la implementación de la planta sea la adecuada es importante que la empresa esté al tanto de sus recursos económicos que dispone o tenga conocimiento de instituciones financieras que le den créditos bancarios a una tasa de interés accesible para sí financiar con mayor comodidad y seguridad logrando así la realización del proyecto.

1.6.3 Localización del Proyecto

Según lo manifiesta **BACA** Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el macro y micro localización”. (pág.107)

Como indica **ASTUCURI** Venancio; Administración de Proyectos: “Consiste en el análisis de las variables consideradas como factores ocasionales, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo de los costos unitarios y por ende la máxima rentabilidad.”(pág.67)

El estudio y análisis de la localización de los proyectos es muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel

que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

1.6.3.1 Macro localización

Concluye **COTRINA** Saúl; Evaluación de Proyectos de Inversión: “Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, demanda e infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto”. (pág.226)

Según la pagina (<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf;07/11/2011;18h45pm>). “La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”.

Para ubicar la empresa en una zona adecuada debe analizar la situación geográfica del país, también como está la economía y política del mismo ayudando al empresario elegir un lugar adecuado para sus instalaciones y así iniciar sus operaciones de la mejor manera posible.

1.6.3.2 Micro localización

COTRINA Saúl; Evaluación de Proyectos de Inversión: “Abarca la investigación y comparación de los componentes que existen entre varios sectores permitiendo así establecer un punto estratégico. Se debe indicar la ubicación del proyecto en un plano del sitio donde operará”. (pág.226)

Según la pagina (<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf;07/11/2011;18h45pm>). “El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida”.

Para que la ubicación de la empresa sea en una zona apropiada debe conocer si están disponibles los recursos que requiere para la producción de un bien o servicio permitiéndole establecer un punto clave para iniciar sus actividades logrando así un mejor funcionamiento de la empresa.

1.6.4 Ingeniería del proyecto

BACA Gabriel, (2001), Evaluación de Proyectos: “Es el que resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.” (pág. 89)

BACA Gabriel, (2001), Evaluación de Proyectos: “Es la actividad profesional que mediante el uso de la tecnología adecuada basada en el conocimiento científico, transforma de manera económica y optima los recursos. El objetivo de la ingeniería del proyecto es describir los procesos, generación de productos y oferta de servicios”. (pág. 110)

Ingeniería de proyectos es la que permite a la empresa definir de la mejor manera los recursos que se requiere para llevar a cabo un proyecto porque se relaciona con el funcionamiento productivo de un bien o servicio.

1.6.4.1 Diagrama de flujo

GUERRERO Gustavo; (2007), Proyectos de Inversión: “Es la representación grafica del orden de todas las operaciones, transporte, inspección, demora y almacenaje que tiene lugar durante un procesamiento y comprende la información considerada para el análisis del tiempo requerido”. (pág.87)

Es una representación grafica que sirven para describir o para mejorar el proceso productivo o proceso de transformación mejorando de esta forma la eficiencia y efectividad tomando en cuenta los elementos necesarios para el mismo como la materia prima, diseño del producto, diseño de trabajo, proceso productivo que se usa, el control, equipo y herramientas.

1.6.5 Distribución de la planta

Según **BACA Gabriel;** (2001), Evaluación de Proyectos: “Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones optimase de seguridad y bienestar para los trabajadores”. (pág. 94)

COTRINA Saúl; Evaluación de Proyectos de Inversión: “Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarias, se desarrolla un diagrama que especifique el lugar a ubicarse cada equipo e instalación”. (pág.260)

La distribución de la planta es aquella que permite que todas las aéreas de la planta estén ordenadas de la mejor manera logrando a si el ahorro de recursos y evitado el desprecio de los mismos y así utilizar el menor tiempo posible para la realización de las actividades operacionales por parte del equipo de trabajo.

1.6.5.1 Objetivos y principios de la distribución de la planta

Integración total: Es reunir los factores que afecta a la distribución de la planta.

Mínima distancia de recorrido: Se trata de reducir el manejo de materiales para evitar la pérdida de tiempo.

Utilización del espacio cúbico: Es cuando se tiene espacio reducidos en la planta hay que utilizar al máximo los sobrantes.

Seguridad y bienestar para el trabajo: Brindar comodidad al trabajador para que desempeñe al máximo sus funciones.

Flexibilidad: Se trata que la distribución se pueda someter a cambios cuanto se lo requiera.

1.6.6 Estructura organizacional

CASTRO Raúl &**MOKATE** Karen; (2004), Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión: “Define como se agrupan y coordinan formalmente las tareas de trabajo, para lo cual se debe considerar: la especialización laboral, Departamentalización, cadena de mandos”. (pág.35)

La estructura organizacional es la que permite que la empresa mantenga sus áreas de manera ordenada y adecuada logrando de esta manera coordinar las actividades y mejorar el desempeño de una determinada empresa y distinguir los niveles jerárquicos de la misma.

1.6.6.1 Marco Legal

CASTRO Raúl &**MOKATE** Karen;(2004), Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión: “Busca determinar la viabilidad de un proyecto tomando referencia a códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales que repercuten de alguna manera sobre un proyecto ya que actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a un determinado marco jurídico”. (pág.32)

Una empresa al iniciar su actividad económica debe estar en conocimiento de los reglamentos, normas de un país para el cumplimiento de los mismos permitiendo el funcionamiento formal de la empresa y así funcionar de manera legal.

1.7 Estudio Financiero

Según **ROJAS** Miguel;(2007), Evaluación de Proyectos para Ingenieros: “Consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.”(pág.57)

Según **BACA** Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Este estudio se centra en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las

etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica; comienza con la determinación de los costos totales e inversión inicial”. (pág. 8)

El Análisis Financiero es el estudio que permite determinar el potencial económico de la idea de negocio que se está analizando y establecer si efectivamente es una oportunidad en beneficio de la empresa.

1.7.1 Inversión total inicial

NÚÑEZ Rafael;(2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Comprende la compra de todos los activos fijos o tangibles, así como todos los activos diferidos o intangibles que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa”. (pág.82)

- **Activos tangibles o fijos:** Son aquellos que pertenecen a la empresa e indispensables para su funcionamiento como las mercancías, terrenos, edificios, maquinaria y equipo, etc.
- **Activos diferidos o intangibles:** Son de propiedad de la empresa, los mismos que no se pueden percibir como las marcas, patentes y diseños, etc.

Para un plan de negocios en la fase económica se debe establecer los recursos económicos que permitan adquirir bienes materiales y tecnológicos que poseerá una empresa con los que desarrollara sus actividades de operación y producción; así también debe considerar los gastos que han de ser generados para cumplir con los tramites, permisos respectivos que autoricen su legalidad, funcionamiento dependiendo del tipo de empresas a crearse.

1.7.2 Depreciación

EROSSA Victoria;(1997), Proyectos de Inversión: “Define como el desgaste, la

acción de los elementos, el envejecimiento y la falta de adecuación incluyendo en ella los factores impositivos, la estructura del capital de la empresa y las variaciones de los niveles de los precios.”(pág.126)

NÚÑEZ Rafael; (2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Se refieren al uso de equipos y demás activos tangibles y se aplicara exclusivamente a los activos fijos porque con su uso van perdiendo valor monetario; es decir, se van depreciando”. (pág.83)

Para la operación de un negocio se deberá disponer de activos fijos que en un transcurso de tiempo se exponen a sufrir un desgaste por el uso que se efectúan al realizar actividades productivas que conllevaran a obtener un bien, constituyéndose un gasto que el inversionista ira recuperando con paso de los años.

Su fórmula es:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Vida útil en años}}$$

1.7.3 Financiamiento

Según **EROSSA** Victoria;(1997), Proyectos de Inversión: Es el “abastecimiento y uso eficiente del dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa”. (pág. 157)

FINNERTY Johnd; Financiamiento de Proyectos: “Es la aportación de los recursos económicos necesarios, mediante la emisión de valores (o mediante préstamos bancarios), que serán empleados para la creación de una empresa o proyecto; es decir, solventar los gastos de una actividad”. (pág.13)

El financiamiento viene a ser el monto total de inversión para el desarrollo de un

proyecto se necesita de recursos monetarios ya sean estos disponibles por parte del accionista o mediante el financiamiento a instituciones que otorguen créditos que permitan solventar los gastos de una actividad que requiera la empresa.

Su fórmula es:

$$F = P(1+i)^n$$

En donde:

F= Suma que hay que pagar

P= Cantidad prestada en el tiempo cero (o sea, cuando se recibe el préstamo).

i= Tasa de interés

n= Número de años

1.7.3.1 Amortización

GUERRERO Gustavo; (2007), Proyectos de inversión: “Se entiende la provisión contable gradual que se hace del gasto hasta lograr su total cancelación, aplicándose a pagos realizados en un periodo que se contribuyen a lo largo de varios periodos.” (pág.124)

NÚÑEZ Rafael, (2007); Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Reducciones graduales de la deuda a través de pagos periódicos por el capital prestado en préstamo más los intereses correspondientes”. (pág.83)

La amortización se reduce por partes el monto de una deuda a un tiempo determinado que se ha establecido periódicamente permitiendo recuperar lo invertido.

1.7.4 Cronograma de inversiones

NÚÑEZ Rafael; (2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Se refiere a la estimación del tiempo en la que se realizaran las inversiones fijas y

diferidas. En este cronograma se debe señalar claramente su composición y las fechas en que se efectuaran las mismas”. (pág.83)

El cronograma de inversiones es el que permite reunir, registrar los activos y observar a través de fechas las inversiones de manera contable para controlar de mejor manera estos activos.

1.7.5 Presupuestos

Según **WELSCH** Glenn; Presupuesto Planificación y Control de Utilidades: “Presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite conocer información que ha sido generada por las etapas del estudio de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto para establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos”.(pág.323)

El presupuesto es una estimación anticipada al costo de las operaciones y recursos de una empresa permitiendo comparar de manera ordenada los resultados con los datos presupuestados que son orientados hacia el futuro en un tiempo determinado.

1.7.5.1 Presupuesto de compras

Según **WELSCH** Glenn; Presupuesto Planificación y Control de Utilidades: “Este presupuesto se refiere exclusivamente a la compra de suministros con el objeto de determinar cuántas unidades de materiales se requiere para obtener un producto final”. (pág.323)

Para el cálculo de este estado se debe tomar en consideración el porcentaje de demanda a cubrirse; así como también el precio al cual se va adquirir los suministros o materias primas que permitan tener un control en los recursos a utilizarse en las diferentes áreas de elaboración de cuadros analíticos en donde se

registren las existencias de materiales necesarios para la obtención de un producto.

1.7.5.2 Presupuesto de ventas

Según **WELSCH** Glenn; Presupuesto Planificación y Control de Utilidades: “Es la predicción de las ventas esperadas por el producto a un precio estimado, para un mínimo determinado de meses y años”. (pág.324)

Son estimaciones en forma ordenada y coherente mediante la cual se recoge información para determinar el nivel de ventas real y proyectado de una empresa a un periodo de tiempo establecido; bajo las condiciones de precios que estarán fijados en relación a los costos que generen a la empresa elaborar un producto final que serán ofrecidos a los clientes para su adquisición y consumo.

1.7.6 Gastos

COLLAZO Jesús; Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión: “La idea de gasto abarca diferentes connotaciones, alguna de ellas vinculadas con aspectos contables y económicos, los gastos son una categoría importante pues representa los valores de los recursos reales o financieros empleados para la producción”. (pág.187)

Al crear una empresa se genera valores que estarán destinados a emplearse en la parte administrativa que comprende el recurso humano calificado para que efectúe el desempeño de labores asignadas; así también se incluye los recursos monetarios que estarán asignados a mecanismos de publicidad necesarios para que el producto sea conocido e identificado por el mercado.

1.7.6.1 Tipos de gasto

- **Gastos de administración:** Son gastos que específicamente se relacionan con

el área administrativa la que abarca sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, entre otros.

- **Gastos ventas:** Son los gastos que incurren al realizar una venta como la promoción de ventas, comisiones a agentes y sus gastos de transporte entre otros.

1.7.7 Determinación de los costos de operación

Los costos de operación constan de costos fijos y variables de operación, los mismos que se detallaran a continuación:

- **Costos Fijos:** Son aquellos que se mantienen estables independientemente con lo que suceda con el volumen de producción.
- **Costos Variables:** Son aquellos que no permanecen estables, es decir se incrementan o disminuyen de acuerdo al volumen de producción.

1.7.8 Punto de Equilibrio

CASTRO Arturo; Proyecto de inversión: “Es la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa”. (pág. 203)

Según **BACA** Gabriel;(2001), Evaluación de Proyectos: “Es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”. (pág. 180).

El punto de equilibrio es una herramienta que permite conocer el nivel mínimo de ventas mediante los costos fijos y variables para poder saber por anticipado si un producto de una empresa va a generar utilidad o no.

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - (\text{Costo variable total} / \text{Ingresos})}$$

1.7.9 Estados financieros

Dice **GALLARDO** Juan; Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: “Después de haber elaborado los presupuestos requeridos para el proyecto, se procede a la formulación de los estados financieros que mostrarán finalmente la situación futura en la que se encontrara la empresa. Los estados financieros que normalmente se presentan en este tipo de estudios son el estado de resultados, flujo de caja y el balance general”. (pág. 48)

Permite estar al tanto de la situación financiera de la empresa mediante estados contables los mismos que muestran finalmente la situación futura en la que se encontrara la empresa siendo una información necesaria para la toma de decisiones de la misma ya que los datos se registran de manera periódica.

1.7.9.1 Estado de resultados

CASTRO Arturo; Proyecto de Inversión: Señala que es un “estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos”. (pág.164)

ZAPATA Pedro; Contabilidad General: “Es el informe contable que presenta de manera ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos. Se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un periodo determinado”. (pág.114)

Es en el cual se registran los egresos e ingresos de una organización lo cual permite conocer las ganancias o pérdidas que se ha obtenido en un determinado

periodo de tiempo; así también permitirá conocer en qué medida el capital invertido ha rendido utilidades o en su defecto ha generado pérdidas mostrando un resultado final para la respectiva toma de decisiones.

1.7.9.2 Flujo de efectivo

CASTRO Arturo; Proyecto de Inversión: Considera que es la “suma de la utilidad neta mas las amortizaciones y depreciaciones del ejercicio. En toda inversión que se realiza es preciso recuperar el monto de inversión y, en este caso, mediante las utilidades que genera la inversión.” (pág.177)

NÚÑEZ Rafael; (2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Consiste en presentar la información pertinente sobre los cobros y pagos de efectivo de una empresa durante un periodo. Además este estado proporciona información acerca de todas las actividades de operación, inversión y financiamiento de la entidad”. (pág.83)

El flujo de caja proporciona información acerca de los cobros y pagos que realiza una empresa para conocer si ha existido un incremento o disminución del efectivo luego de haber revisado los estados financieros.

1.7.9.3 Balance general

CASTRO Arturo; Proyecto de Inversión: “Es un estado financiero estático que presenta la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. En ellas se muestran las inversiones que realiza y las fuentes de financiamiento que emplea una entidad económica.” (pág.174)

Según **BACA** Gabriel, (2001), Evaluación de Proyectos: “Es un estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de presentar una propuesta financiera futura probable, que contenga activos, pasivos y patrimonio que tendrá la entidad”. (pág. 181)

1.7.10 Razones financieras

CASTRO Arturo; Proyecto de Inversión: “Son la base de los métodos de evaluación que no consideran el valor del dinero con el paso del tiempo. Se trata de técnicas de evaluación que no se relacionan directamente con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.” (pág.104)

SAPAG Nassir; Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa: “Es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formarse una idea del comportamiento y desempeño de la organización con la finalidad de conocer desviaciones sobre las cuales se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso”. (pág.56)

Son herramientas que facilitan el análisis financiero ya que su resultado permite interpretar como se encuentra una empresa y explicar de mejor forma el desempeño de las actividades que se llevan a cabo dentro de la misma para llegar a obtener conclusiones validas para la toma de decisiones.

- ***Razones de Liquidez***

Estos índices indican la cantidad de liquidez que tiene la empresa para cancelar sus deudas de corto plazo dentro de la cuales tenemos:

Razón Corriente: Este índice indica la cantidad de recursos que tiene la empresa para cancelar deudas de corto plazo.

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

Prueba Ácida: Es igual a la razón del corriente, excepto que elimina los inventarios.

$$\text{PRUEBA ÁCIDA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

Capital de trabajo: Indica que la empresa luego de pagar sus deudas de corto plazo cuenta con un capital para poder operar con normalidad.

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE}$$

- ***Razones de Solvencia (Apalancamiento)***

Estos índices dan a conocer la manera de cómo están conformados los recursos de la empresa.

Índice de Endeudamiento: Indica que el capital operativo de la empresa es financiado por terceras personas o acreedores.

$$\text{ÍND. ENDEUDAMIENTO EXTERNO} = \frac{\text{PAS. TOTALES} * 100\%}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

Índice de Propiedad: Indica que el capital con que opera la organización han sido financiada por los accionistas.

$$\text{ÍND. DE PROPIEDAD} = \frac{\text{PATRIMONIO} * 100\%}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

- ***Razones de Rentabilidad***

Estos índices dan a conocer la capacidad de la empresa para generar riqueza o ganancia y son de vital importancia para los accionistas o propietarios.

Margen Neto de Utilidad: Indica el porcentaje que le quedara a la empresa en las ventas realizadas, luego de haber deducido todos los gastos.

$$\text{MARGEN NETO} = \frac{\text{UTILIDAD NETA} * 100\%}{\text{VENTAS NETAS (INGRESOS)}}$$

Margen Bruto de Utilidades: Indica el porcentaje de utilidad que la empresa genera en sus ventas, luego de haber deducido el costo de ventas de los productos vendidos.

$$\text{MARGEN BRUTO} = \frac{\text{UTIL BRUTA EN VENTAS} * 100\%}{\text{VENTAS NETAS (INGRESOS)}}$$

Rentabilidad sobre el Capital: Indica el rendimiento obtenido durante el periodo en relación con los aportes de capital accionario.

$$\text{RENT.SOBRE CAPITAL} = \frac{\text{UTIL.NETA} * 100\%}{\text{CAPITAL}}$$

Rentabilidad sobre el Patrimonio: Este índice se relaciona con la utilidad neta y todos los haberes patrimoniales.

$$\text{RENT.SOBRE PATRIMONIO} = \frac{\text{UTIL.NETA} * 100\%}{\text{PATRIMONIO}}$$

1.7.11. Capital de trabajo

SAPAG Nassir; Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa: “Es considerado como un estado contable de carácter dinámico, explicativo de las variaciones del efectivo en un periodo de tiempo determinado tiene como objetivo principal explicar los movimientos de los fondos del proyecto”.(pág.130)

Es el dinero necesario con el que se cuenta para iniciar el proyecto, ya sea el capital propio o financiado por una institución.

Al capital de trabajo se lo puede clasificar en:

- **Realizable:** Son todas aquellas deudas que los clientes y los deudores de la empresa mantienen con ella.
- **Disponible:** Lo que dispone la Empresa para ser utilizados inmediatamente para hacer frente a sus obligaciones de pago.
- **Exigible:** Deudas contraídas por la empresa que son exigibles a largo o a corto plazo.

1.7.12 Flujo Nominal

SAPAG Nassir; Evaluación de proyectos en la empresa: Define como “un estado contable de carácter dinámico, explicativo de las variaciones del efectivo en un periodo de tiempo determinado tiene como objetivo principal explicar los movimientos de los fondos de los proyectos”. (pág.130)

Es un estado contable que permiten registrar las cantidades de los estados de resultados y balance general explicando de esta manera las variaciones del efectivo en un periodo de tiempo determinado es decir explica los movimientos de los fondos del proyecto.

1.8 Evaluación Financiera

OCAMPO José; Costos y Evaluación de Proyectos: “Determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto, adquisición de activo fijo y gastos preoperativos hasta obtener indicadores financieros de los Estados Financieros como son: Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo, esto permitirá evaluar y visualizar la rentabilidad del proyecto aplicando métodos de valoración financiera.” (pág.167)

Determina el costo de operación del proyecto cuantitativamente y monetariamente los mismos que constituyen la parte final del proceso de elaboración y evaluación de un proyecto de inversión luego de haber realizado el estudio de mercado, técnico y económico de los cuales se obtendrá información que será analizada y representada a través de los mecanismos que arrojarán resultados permitiendo de esta manera conocer la rentabilidad o riesgo del proyecto que se llevara a cabo al mercado hacia donde se dirige.

1.8.1 Valor actual neto (VAN)

Según **ASTUCURIT** Venancio; Administración de Proyectos: Es un “indicador usado en la evaluación de proyectos que busca medir el valor presente neto del proyecto a través de la actualización de sus beneficios y sus costos. Este indicador permite seleccionar con exactitud un proyecto óptimo de un grupo de alternativas mutuamente excluyentes”. (pág.126)

NÚNEZ Rafael;(2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Es el valor monetario que resulta de restar, el total de los flujos descontados a la inversión inicial. Una inversión es ejecutable cuando el VAN>0; es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial”. (pág.83)

El Valor Actual Neto es aquel que mide la ganancia del proyecto, al restar la inversión al total de los futuros flujos de dinero; este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \frac{FN_0}{(1+i)^0} + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FN_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

FN=Flujo de Efectivo Neto

n=Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización

1.8.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Según **NUÑEZ** Rafael; (2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Es la tasa de descuento que provoca que el valor presente neto sea igual a cero. Se trata, en efecto, de la tasa que iguala el total de los flujos descontados y la inversión inicial”. (pág.103)

Según **BACA** Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “Es la tasa de descuento por la cual en valor presente neto es igual a cero, o dicho de otro modo, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.(pág. 216)

La tasa interna de retorno es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para ser considerado rentable y a través de su aplicación ayudara a encontrar una tasa de interés que permita medir la rentabilidad como un porcentaje que ha generado un proyecto sobre la inversión realizada.

Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

$$TIR = TASA\ MENOR + DIFERENCIA\ DE\ TASA \left(\frac{VAN\ TASA\ MENOR}{VAN\ MENOR + VAN\ MAYOR} \right)$$

1.8.3 Período de recuperación

CASTRO Arturo; Proyecto de Inversión: “Mediante la aplicación de este método se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir, en cuantos años los flujos de efectivo igualaran el monto de la

inversión inicial.” (pág.182)

CASTRO Raúl & **MOKATE** Karen; (2004), Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión: “Es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos sobre una inversión iguallen el valor de los costos de inversión”. (pág.72)

Es una herramienta que permite determinar cuál va hacer el tiempo necesario para recuperar los montos de las inversiones que ha realizado la empresa, esto se lograra a través de los ingresos de fondos que va generando la organización de manera continua.

1.8.4 Costo beneficioso

Según **BACA** Gabriel; (2001), Evaluación de Proyectos: “Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuenta en criterios sociales”. (pág. 195)

NUÑEZ Rafael; (2007), Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión: “Mide la capacidad que presentan los flujos netos del proyecto para cubrir las inversiones; además indica la rentabilidad promedio que se puede generar por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento”. (pág.107)

Es un indicador financiero que permite medir cuanto se obtendrá en dólares por cada dólar invertido y determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas monetarias que recibe el propietario, en cambio los costos son los gastos anticipados de operación.

La fórmula está dada por: $B / C = \frac{\sum \text{Flujos Netos}}{\text{Inversión Inicial}}$

1.8.5 Análisis de sensibilidad

CASTRO Arturo; Proyecto de Inversión Evaluación y Formulación: “Mide la variación que se produce en el rendimiento del resultado del proyecto de inversión, como consecuencia de la modificación de alguna de las variables que determinan la rentabilidad o los beneficios, considerando que las demás variables no cambian”. (pág.231)

ASTUCURI Adam; Administración de Proyectos: “Es el procedimiento por medio del cual puede determinarse cuanto afectan los cambios en distintas variables del proyecto, que tan sensible es la tasa interna de rendimiento ante dichos cambios”. (pág.23)

El análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se altera la decisión económica se varían algunos factores; por ello se recomienda conocer la tasa interna de retorno del proyecto, establecer los nuevos flujos netos de caja y determinar las nuevas tasas internas de retorno para luego establecer la sensibilidad del proyecto a medida que permite medir con exactitud la rentabilidad de la empresa.

En este caso la fórmula que se usa es:

$$IS = \frac{\text{Porc. de variación en la rentabilidad Inversión Inicia}}{\text{Porc. de variación en el factor que se analiza}}$$

Donde:

IS = Índice de sensibilidad.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Introducción

En el presente trabajo investigativo se puede indicar que los cuyes son originarios de Sudamérica y ha crecido en la zona andina de Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia. Hace por lo menos 3000 años se estableció como la principal fuente de alimentación de los aborígenes que lo domesticaron. En la actualidad el cuy se cría en las zonas rurales y suburbanas de estos países. Desafortunadamente, debido a la crianza tradicional, la raza de los cuyes ha ido desmejorando y su número al nivel de las familias ha bajado considerablemente a tal punto que varias familias campesinas no tienen estos animales.

El presente capítulo analiza los agentes involucrados y las principales características del mercado de comercialización de cuyes en donde se tomara en cuenta aspectos importantes como tamaño, comportamiento y preferencias de mercado que permitirán establecer las estrategias a seguir para la consecución de los objetivos.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la oferta y la demanda de la producción y comercialización de cuyes.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si las personas que se dedican a la producción de cuyes cuentan con los materiales e instalaciones adecuadas.
- Determinar si la producción de cuyes es adecuada y de calidad.
- Determinar la demanda de cuyes en el Cantón Salcedo es atendida satisfactoriamente.

2.3 Análisis Situacional

Para el desarrollo del presente proyecto se realizara con el fin de conocer la situación actual de la empresa identificando los factores externos e internos, problemas y causas que pueden generarse en un futuro a corto o largo plazo, los mismos que pueden afectar o beneficiar en el desarrollo del negocio logrando de esta manera planear objetivos y estrategias de carácter competitivo.

2.3.1 Macro Ambiente

Son aquellos factores que se tomara en cuenta en el presente proyecto de manera que permitirá determinar las amenazas y oportunidades que pueden surgir para la empresa a medida que se debe tener en consideración los diferentes sucesos del entorno de nuestra ciudad, y así también aprender a adaptarse al cambio que incide en el país con el propósito de convertir la situaciones desfavorables en oportunidades que le proporcionen ventajas en el desarrollo eficiente de la empresa para competir.

Entre los principales aspectos del ambiente externo que se tomara en cuenta en el proyecto se encuentran las condiciones económicas, demográficas, socio-cultural, legales y tecnológicas de los cuales permitirá analizar qué elementos de ese entorno le afectara, con qué intensidad, y cómo reaccionar ante ellos.

2.3.1.1 Variable Económico

Esta variable se involucra directamente con la realización de nuestro proyecto ya que por medio de él se podrá determinar el crecimiento de la empresa en cuanto al consumo debido a que si mayor ingreso per cápita se obtiene mayor será el consumo por parte de los clientes dando como resultado beneficioso para el proyecto que se llevará a cabo.

Es por esto que el ambiente económico representa un factor de gran importancia que se refleja en las actividades mercadológicas de cualquier organización los mismos que deben de ser analizados con el propósito de tener un enfoque del impacto que puede tener en la creación de nuevas empresas, entre los cuales tenemos:

2.3.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Este indicador ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, es un reflejo de la competitividad de las empresas.

TABLA # 2: PRODUCTO INTERNO BRUTO

FECHA	VALOR (millones de USD)
Enero-31-2011	65945.00
Enero-31-2010	57978.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maricela Sánchez

Mediante la tabla se puede observar que el PIB se ha incrementado en los dos últimos años en el año 2010 se obtuvo un valor de 57978.00 millones de dólares mientras que el 2011 se alcanzo a los 65945.00 millones de dólares, esto indica que pese a la decadencia en relación a los otros años pasados se mantiene en constante crecimiento lo cual refleja una oportunidad para la empresa. El crecimiento del Producto Interno Bruto representa una fortaleza para el proyecto que se llevara a cabo permitiendo mantener un crecimiento en las fuentes de trabajo así también el progreso de la economía del país.

2.3.1.1.2 Inflación

La inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes, servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.

TABLA # 3: INFLACIÓN ANUAL

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2010	3.33 %
Diciembre-31-2011	5.41 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maricela Sánchez

Según la tabla #3 se puede notar que la inflación del país en comparación de los dos últimos años el 2010 alcanzo un porcentaje del 3.33 % mientras que en el 2011 obtuvo un 5.41% existiendo una diferencia del 2.08 % entre los dos años lo cual representa que el precio de los insumos y materia prima representando una desventaja para la empresa ya que se incrementan los materiales necesarios para la producción por consecuencia el precio final se acrecienta.

2.3.1.1.3 Tasas de Interés

Es el precio del dinero que existe en el mercado financiero en donde el Banco Central del Ecuador proporciona información de las tasas de interés de las instituciones financieras existentes en el país de manera que se pueda conocer detenidamente los porcentajes de cada una de las tasas para tomar la decisión mas acertada en invertir. Existen dos tipos de tasas como:

2.3.1.1.3.1 Tasa de Interés Activa

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

TABLA # 4: TASA DE INTERES ACTIVA

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2010	8.68 %
Diciembre-31-2011	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maricela Sánchez

De acuerdo a la tabla #4 se observa que la tasa de interés en el mes de diciembre del 2011 es de 8,17%, mientras que el año anterior tiene una tasa de 8,68%, lo que significa que ha ido disminuyendo lo que favorece a la empresa al momento de realizar un préstamo.

2.3.1.1.3.2 Tasa de Interés Pasiva

Es aquella que indica el costo de financiamiento de las empresas.

TABLA # 5: TASA DE INTERES PASIVA

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2010	4.28 %
Diciembre-31-2011	4.53 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maricela Sánchez

El ahorro en las instituciones es otra opción que tienen a disposición las personas es así que la tasa de interés pasiva al mes de diciembre del año 2011 fue de 4,53% a comparación del año 2010 con un valor de 4,28% lo que indica que ha incrementado 0,25%, optando en muchos casos en invertir en otras fuentes.

2.3.1.2 Variable Socio-Cultural

Dentro del proyecto se ha tomado en cuenta a esta variable por dos razones: por la cultura y tradiciones ya que son aspectos muy importantes para el desarrollo del proyecto ya que mediante esta variable se puede analizar las temporadas donde existen una mayor demanda de consumo de carne de cuy en el Cantón

Salcedo el mismo que debe ser aprovechado de la mejor manera, tomando en consideración las siguientes fechas festivas como:

- Fiestas de Cantonización
- Fiestas de carnaval
- Pascuas
- Festividades navideñas
- Día de finados

2.3.1.3 Variable Tecnológica

El presente proyecto se desarrollará dentro del marco de la crianza comercial, el mismo que actualmente utiliza un sistema tecnificado con animales mejorados en su mayoría y con parámetros productivos que permiten una rentabilidad económica para su explotación.

2.3.1.4 Variable Legal

Para la creación de la empresa es indispensable tomar en cuenta el factor legal ya que permitirá conocer las normativas y reglamentos que influirán en la ejecución del proyecto.

2.3.2 Micro Ambiente

Al hablar del entorno micro ambiente se refiere a los aspectos que afectan a la empresa de manera directa y que se pueden controlar. Se destacan la competencia, proveedores y clientes.

2.3.2.1 Competencia

Son todas aquellas empresas, familiares o comerciales, que están inmersas en el

mercado de producción de cuy en el país. Se considera como competencia actual a todos los productores y comercializadores informales de cuy en el Cantón Salcedo.

2.3.2.2 Proveedores

Se considera como tales a todos aquellos que proporcionarían alimentos de tipo concentrado y forraje, así como también las vacunas y elementos de control sanitario requeridos durante todo el ciclo productivo.

2.3.2.3 Clientes

Dentro de los posibles clientes se encuentran los habitantes, mercados, supermercados y principales asaderos del Cantón Salcedo y poblaciones aledañas.

También se ha considerado a posibles clientes a los complejos turísticos, hostales en donde llegan gran cantidad de personas que pueden ir degustando de un rico plato típico de la zona.

2.4 Segmentación Del Mercado

Se realiza la segmentación con el propósito de estudiar a los posibles consumidores del producto que se va expender en el mercado objetivo de Salcedo.

TABLA # 6: POBLACIÓN DE COTOPAXI

AÑO 2006-2011 CANTONES	TCA %	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Latacunga	1,9%	161.474	164.542	167.668	170.854	174.100	177.408
La Maná	1,9%	36.017	36.701	37.399	38.109	38.833	39.571
Pangua	1,9%	22.292	22.716	23.147	23.587	24.035	24.492
Pujilí	1,9%	68.107	69.401	70.720	72.063	73.433	74.828
Salcedo	1,9%	57.538	58.631	59.745	60.880	62.037	63.216
Saquisilí	1,9%	23.345	23.788	24.240	24.701	25.170	25.648
Sigchos	1,9%	23.240	23.682	24.132	24.590	25.058	25.534
TOTAL COTOPAXI		392.013	399.461	407.051	414.785	422.666	430.697

Fuente: INEC

Elaborado por: Maricela Sánchez

Se observa el total de la población de la Provincia de Cotopaxi distribuida en sus siete Cantones, para lo cual se considera como objeto de estudio al Cantón Salcedo, el cual representa el mercado meta de la Provincia de Cotopaxi al cual se desea llegar con la elaboración de este proyecto.

**TABLA # 7: POBLACIÓN DE COTOPAXI, SEGÚN ÁREA GEOGRÁFICA
(URBANA Y RURAL)**

AÑO 2011 CANTONES	POBLACIÓN URBANA	%	POBLACIÓN RURAL	%	TOTAL POBLACIÓN AÑO 2011
Latacunga	63.100	55%	114.308	36%	177.408
La Maná	21.090	18%	18.481	6%	39.571
Pangua	1.753	2%	22.739	7%	24.492
Pujilí	8.319	7%	66.509	21%	74.828
Salcedo	12.028	11%	51.187	16%	63.216
Saquisilí	6.389	6%	19.259	6%	25.648
Sigchos	1.552	1%	23.982	8%	25.534
TOTAL	114.231	100%	316.466	100%	430.697

Fuente: INEC

Elaborado por: Maricela Sánchez

Se personifica al total de la población de la Provincia de Cotopaxi, desglosando a los sectores urbanos y rurales de cada uno de los Cantones en el cual nuestro objeto de estudio está representado por el Cantón Salcedo, Sector Urbano y Rural.

**TABLA # 8: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE
ACTIVA DEL CANTÓN SALCEDO**

AÑOS 2006-2010	TOTAL PEA
2007	22.600
2008	22.995
2009	23.369
2010	23.773
2011	24.225

Fuente: INEC

Elaborado por: Maricela Sánchez

La producción y comercialización de cuyes está dirigido a la población

perteneciente a la PEA de los sectores Urbano y Rural del Cantón Salcedo, por ser una población que tiene mayor poder adquisitivo en cuanto a la adquisición de este tipo de alimentos, abarcando un total de 24.225 personas.

TABLA # 9: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA MAYOR DE 18 AÑOS DEL CANTÓN SALCEDO, SEGÚN GÉNERO

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA					
SEXO	2007	2008	2009	2010	2011
	PEA	PEA	PEA	PEA	PEA
Hombre	12876	13001	13314	13.544	13.802
Mujer	9724	9894	10055	10.229	10.423
Total	22.600	22.995	23.369	23.773	24.225

Fuente: INEC

Elaborado por: Maricela Sánchez

Se puede apreciar que la PEA del Cantón Salcedo mayores a 18 años, de los sectores Urbano y Rural, según el género, comprende un total proyectado de 24.225 habitantes, dividido por 13.082 hombres y 10.423 mujeres, población que será empleada para el desarrollo muestral misma que servirá para la obtención de información necesaria sobre el objeto de estudio, mediante la aplicación de encuestas.

2.4.1 Tamaño de la población

Para el estudio se considera a la Población Económicamente Activa del Cantón Salcedo sector urbano y rural que suman un universo de 24.225 según datos del INEC, que servirá para la determinación de la muestra poblacional, en la cual se basará para la obtención de datos relevantes a través de la encuesta.

Prueba Piloto

Para la determinación adecuada del tamaño de la muestra se procedió en primera

instancia a la aplicación de una prueba piloto a 20 personas seleccionadas de manera aleatoria, la aplicación de estas encuestas posibilita la identificación de un porcentaje para el cálculo de la muestra y determinar la probabilidad de éxito (P), y la probabilidad de fracaso (Q), con la finalidad de establecer el grado de aceptación del proyecto y la realización del mismo.

TABLA # 10 RESULTADO DE LA PRUEBA PILOTO

PREGUNTA	SI(P)	NO (Q)	TOTAL
Si se diese el caso de que se cree una empresa encargada a la crianza y comercialización de cuyes en el cantón Salcedo, que cubra las necesidades más inmediatas que usted tiene, ¿Adquiriría el producto?	16	4	20
PORCENTAJE	80%	20%	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

Una vez aplicada la prueba piloto a la PEA del Cantón Salcedo, se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 80% de los encuestados estarían dispuestos en adquirir el producto.
- El 20% restante no lo desea.

Estos resultados han permitido la confirmación de la aceptación del proyecto y la realización del mismo, por consiguiente en el tamaño de la muestra se utilizara una Probabilidad de Éxito (**P**)= 0,80 y la Probabilidad de Fracaso (**Q**)= 0,20.

2.4.1.1 Cálculo de la Muestra

Debido a lo disperso de la población y los altos costos que llevaría ejecutar el análisis al universo se trabajara con una muestra de la PEA del Cantón Salcedo sujeto de estudio, para determinar el tamaño de la muestra se utilizara siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{b^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

En donde:

n = muestra

N= población (24.225)

p= probabilidad de ocurrencia del suceso (0.8)

q = probabilidad de no ocurrencia del suceso (0.2)

Z = nivel de confianza (95% = 1.96)

b = error de estimación (5%)

$$n = \frac{Z^2 N p q}{b^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (24.225)(0.8)(0.2)}{(0.05)^2 (24.225 - 1) + (1.96)^2 (0.8)(0.2)}$$

$$n = \frac{14.890,04}{61,17}$$

$$n = 243$$

El tamaño de la muestra que se aplicará en la recopilación de información será de 243 encuestas.

2.5 Plan Muestral

Para llevar a cabo un adecuado proceso de estudio e investigación de mercado, se ha ejecutado un plan de muestreo, con el objetivo de obtener y recopilar la información de una manera más eficiente, la misma que permita identificar mejor

los resultados, para ello se toma en cuenta la PEA de acuerdo al porcentaje de hombres y mujeres respectivamente.

TABLA # 11 DISEÑO MUESTRAL POR GÉNERO

DISEÑO MUESTRAL			
GENERO	PEA	N° DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
HOMBRES	13.802	138	57%
MUJERES	10.423	105	43%
TOTAL	24.225	243	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: Maricela Sánchez

TABLA # 12 DISEÑO MUESTRAL POR GÉNERO Y PARROQUIAS DEL CANTÓN SALCEDO

DISEÑO MUESTRAL PARA DETERMINACION DE ENCUESTAS					
BARRIOS	N° de Habitantes	N° de Encuestas	Género y Porcentaje		Porcentaje General %
			Masculino	Femenino	
SAN MIGUEL	5482	55	31	24	22,63%
ANTONIO JOSE HOLGUIN	1994	20	11	9	8,23%
CUSUBAMBA	4486	45	26	19	18,52%
MULALILLO	3987	40	23	17	16,46%
MULLIQUINDIL (SANTA ANA)	4986	50	29	22	20,58%
PANSALEO	3290	33	19	14	13,58%
TOTAL	24225	243	139	104	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: Maricela Sánchez

2.5.1 Recopilación de la Información

La técnica de investigación utilizada para la investigación del mercados es la encuesta ya que es una técnica que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados

de interrogación con el fin de conseguir mediciones sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

2.5.2 Análisis e interpretación de resultados

La finalidad de la tabulación, análisis e interpretación de resultados es proporcionar un resumen de los hallazgos que satisfagan los objetivos de la investigación.

Una vez realizadas todas las encuestas a la Población Económicamente Activa del Cantón Salcedo, se procederá a realizar la tabulación, análisis e interpretación de resultados, con el objetivo de conocer los gustos y las preferencias de la población en cuanto al consumo de cuyes, a fin de determinar la factibilidad del proyecto.

Para la tabulación, análisis e interpretación de resultados se ha hecho empleo del programa Microsoft Excel, herramienta que facilita la interpretación puesto que brinda la oportunidad de obtener gráficos y cuadros que harán más sencilla la interpretación de los resultados obtenidos.

A continuación se presenta el resumen de la tabulación de la Investigación de Mercado:

1. ¿Usted suele consumir carne de cuy?

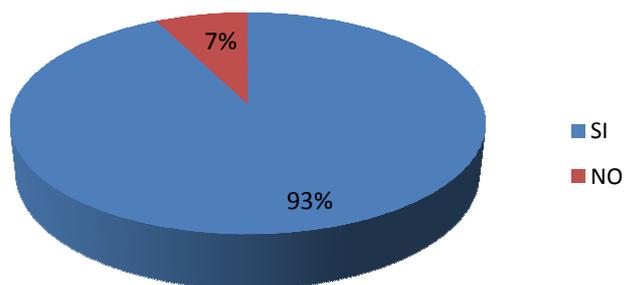
TABLA # 13: CONSUMO DE CUY

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	225	93%
NO	18	7%
TOTAL	243	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 4: CONSUMO DE CUY



Análisis e interpretación

Del 100% de los investigados, el 93% dicen sí; el 7% dicen no; concluyendo así que existe un alto porcentaje de personas que si consumen carne de cuy; obtenido este resultado se pone de manifiesto que un gran número de consumidores ven en la carne de cuy un alimento de sabor exquisito y nutritivo por lo cual se establece que el producto tiene buena aceptación en el mercado, esto puede ser considerado como una oportunidad que ayudará al investigador a determinar los gustos y las preferencias de la población en cuanto a este producto y medir su factibilidad.

2. ¿Con que frecuencia le gustaría consumir la carne de cuy?

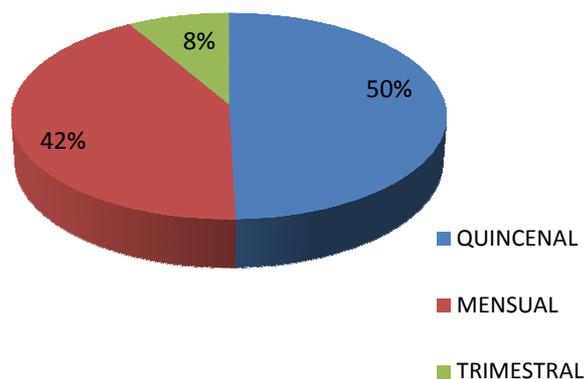
TABLA # 14: FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CUY

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
QUINCENAL	113	50%
MENSUAL	94	42%
TRIMESTRAL	18	8%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 5: FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CUY



Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 50% indica que consume quincenalmente la carne de cuy, el 42% dice que lo hacen mensualmente y el 8% lo hace trimestral; esta respuesta puede ser considerada como una enorme oportunidad para el desarrollo y creación de la empresa destinada a la crianza y comercialización de cuyes, puesto que le permitirá expandirse y expedir su producto de manera permanente pudiendo de esta manera lograr el nivel de satisfacción deseado por los consumidores y ser la pionera en el mercado del cantón Salcedo.

3. ¿Qué cantidad de cuy consume?

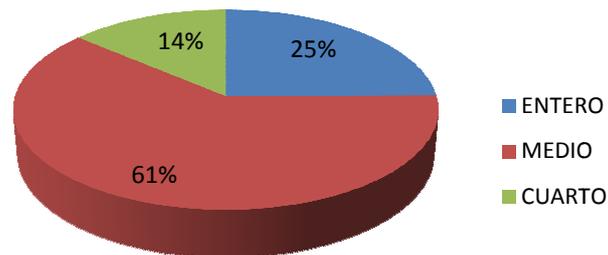
TABLA # 15: CANTIDAD DE CONSUMO DE CUY

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
ENTERO	56	25%
MEDIO	138	61%
CUARTO	31	14%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 6: CANTIDAD DE CONSUMO DE CUY



Análisis e interpretación

Del 100% de la población encuestada el 61% ha manifestado que consume un cuy entero, el 25% consume medio cuy, y el 14% dice consumir un cuarto; ante esta respuesta se ha considerado como una oportunidad en su futuro poder de venta ya que generalmente cuando alguien adquiere cuyes para su consumo, lo hace para toda su familia, entonces esto le brindará a la empresa la posibilidad de vender grandes cantidades de cuy capaz de cubrir los gustos de los consumidores.

4. ¿Por qué motivos consume la carne de cuy?

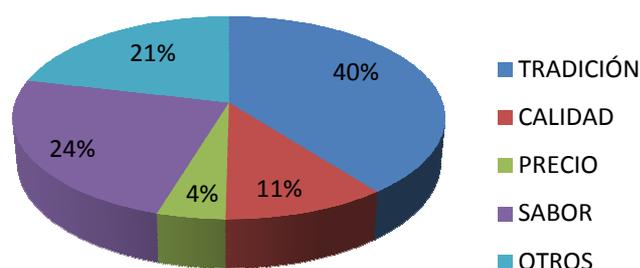
TABLA # 16: MOTIVOS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TRADICIÓN	89	40%
CALIDAD	24	11%
PRECIO	10	4%
SABOR	54	24%
OTROS	48	21%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 7: MOTIVOS DE CONSUMO DE LA CARNE DE CUY



Análisis e interpretación

Del 100% de los investigados, el 40% indica que adquieren el producto por tradición, el 24% dice que lo hacen por su sabor, el 21% lo compran por otros motivos, el 11% lo adquieren por la calidad, y el 4% indica que lo hace por el precio; se puede manifestar que esta tradición alimenticia tan importante de los habitantes del cantón Salcedo puede ser aprovechada para determinar la factibilidad de la creación de una empresa destinada a la crianza y comercialización de cuyes en este sector, determinando con ello que se trata de una gran oportunidad para que se puede poner en marcha este proyecto.

5. ¿Cuándo usted generalmente compra cuy, este se encuentra?

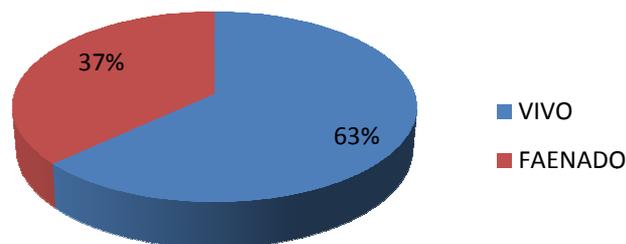
TABLA # 17: ESTADO DEL CUY AL SER ADQUIRIDO

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
VIVO	142	37%
FAENADO	83	63%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 8: ESTADO DEL CUY AL SER ADQUIRIDO



Análisis e interpretación

Del 100% de las encuestadas aplicadas, el 63% prefiere adquirir cuyes en pie, el 37% dice que prefieren comprar faenado; este resultado brinda la posibilidad de que se determine que al crear la empresa de comercialización y distribución de cuyes, la aceptación por parte del mercado meta sea adecuada puesto que el giro del negocio se encuentra bien direccionado, obteniendo con ello una gran oportunidad para el negocio.

6. ¿Cuánto paga regularmente por un cuy en pie?

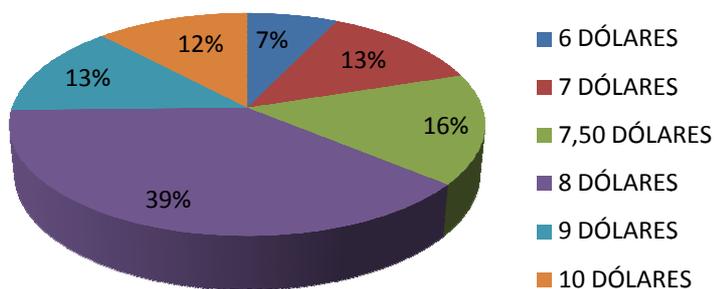
TABLA # 18: PRECIO PAGADO POR UN CUY EN PIE

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
6 DÓLARES	16	7%
7 DÓLARES	29	13%
7,50 DÓLARES	36	16%
8 DÓLARES	87	39%
9 DÓLARES	30	13%
10 DÓLARES	27	12%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 9: PRECIO PAGADO POR UN CUY EN PIE



Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 39% ha manifestado que al adquirir un cuy paga \$8 dólares, el 16% paga \$7,50, el 13% indica que paga \$7 y \$9, el 12% dice pagar \$10, y el 7% optaron por el precio a pagar de \$6; esta respuesta es considerada como una amenaza para la creación de una empresa que se encargue de la crianza y la comercialización de cuyes, puesto que el valor pagado por los clientes es relativamente elevado en relación a la realidad nacional, por lo que es importante desarrollar estrategias que permitan hacer que el cliente pueda considerar que el precio es asequible a su economía.

7. ¿Cree Usted que el precio actual del cuy es accesible para su compra?

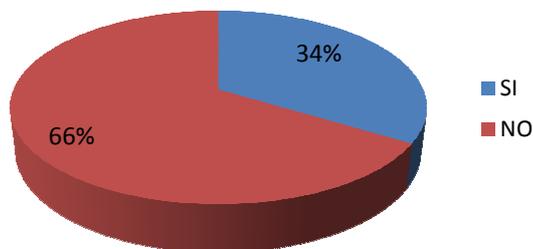
TABLA # 19: POSIBILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL PRECIO

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	76	34%
NO	149	66%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 10: POSIBILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL PRECIO



Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 66% ha considerado que el precio actual del cuy está muy por encima de su economía, el 34% dice estar de acuerdo al precio de venta actual del cuy; con estos datos se considera que esto resulta una amenaza al proyecto de crear una empresa destinada a la crianza y comercialización de cuyes en el mercado del cantón Salcedo, pues esto amenazaría al normal desempeño empresarial, por lo que hay que crear estrategias de comercialización que permitan al cliente acceder a este alimento dándoles a conocer de manera precisa la calidad del producto que estarían adquiriendo.

8. ¿De qué peso prefiere los cuyes?

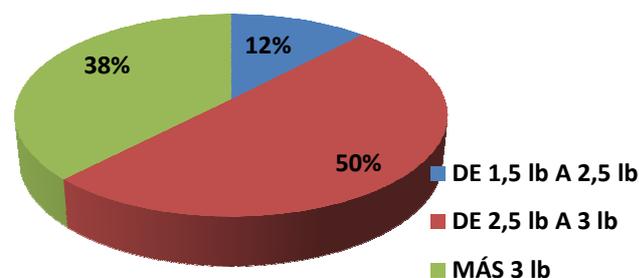
TABLA # 20: PESO PREFERIDO DE LOS CUYES

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DE 1,5 lb A 2 lb	27	12%
DE 2,5 lb A 3 lb	113	50%
MÁS 3 lb	85	38%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 11: PESO PREFERIDO DE LOS CUYES



Análisis e interpretación

Del 100% de los investigados, 50% tienen dentro de su preferencia la adquisición de cuyes de entre 2,5 a 3 libras de peso, es decir, cuyes de un tamaño mediano, el 38% prefieren de más de 3 libras (cuyes grandes), el 12% dice tener preferencia de entre 1,5 a 2 libras de peso (cuyes pequeños); se puede considerar para el desarrollo del proyecto una amplia oportunidad ya que le permitirá a la empresa creada la facilidad de ofrecer cuyes de raza mediana y grande capaz que se pueda cubrir con las expectativas de los consumidores del mercado del cantón Salcedo.

9. Usted estaría dispuesto a comprar cuyes de raza para su consumo.

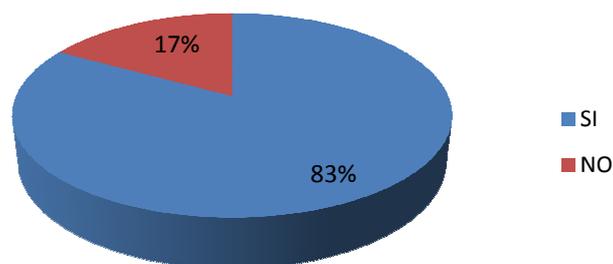
TABLA # 21: PREDISPOSICIÓN PARA COMPRAR CUYES DE RAZA

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	187	83%
NO	38	17%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 12: PREDISPOSICIÓN PARA COMPRAR CUYES DE RAZA



Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 83% respondió que si estaría dispuesto a adquirirlos y el 17% dice no; ante tan contundente respuesta, la crianza de cuyes de raza que es a donde apunta la creación de esta empresa, resulta preciso a la hora de considerar la factibilidad del proyecto, pues brinda la oportunidad para que se lleve a efecto la misma y ser la primera comercializadora del cantón Salcedo con altos índices de calidad en el producto que se expedirá al mercado de este sector.

10. ¿En qué localidad adquiere los cuyes?

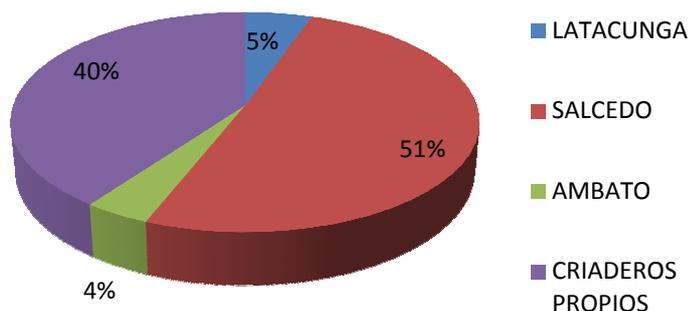
TABLA # 22: SITIO DE ADQUISICIÓN DE CUYES

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
LATACUNGA	12	5%
SALCEDO	114	51%
AMBATO	9	4%
CRIADEROS PROPIOS	90	40%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 13: SITIO DE ADQUISICIÓN DE CUYES



Análisis e interpretación

Del 100% de de las encuestas aplicadas, el 51% respondió que lo hace en los mercados de este mismo cantón (Salcedo), el 40% manifestaron que tienen criaderos propios, el 5% adquiere el producto en Latacunga, el 4% lo compran en Ambato; a esta respuesta hay que aprovechar la confianza de los habitantes del cantón Salcedo por adquirir este alimento en esta misma localidad, así también será preciso trabajar con quienes tienen sus propios criaderos para que de ser el caso adquieran los cuyes para crianza en esta misma empresa a fin de que se genere una mayor oportunidad para el negocio en relación a afianzarse en este mercado.

11. ¿Por qué medio le gustaría conocer el lugar donde usted puede adquirir cuyes?

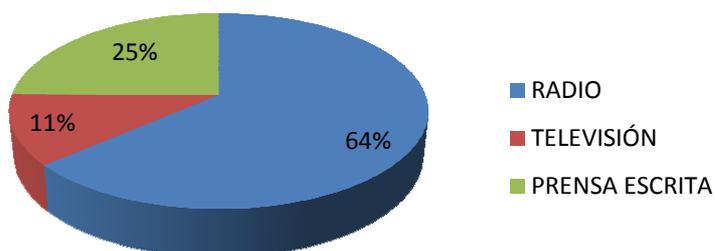
TABLA # 23: MEDIOS DE INFORMACIÓN

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
RADIO	143	64%
TELEVISIÓN	26	12%
PRENSA ESCRITA	56	25%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 14: MEDIOS DE INFORMACIÓN



Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 64% considera que la radio es el mejor medio de comunicación para enterarse del sitio en donde puede adquirir cuyes de alta calidad, el 25% tiene preferencia publicitaria por medio de la prensa escrita, y el 11% prefieren que sea por la televisión; con esta afirmación realizada por parte de los consumidores se considera que hay que poner en marcha de manera conjunta estrategias publicitarias en las radios de la localidad para que las personas que escuchen estas emisoras se enteren de manera adecuada el sitio donde podrían acercarse a adquirir cuyes de raza a precios accesibles.

2.5.3 Demanda

2.5.3.1 Demanda Actual

Para determinar la demanda actual, se emplean los datos procedentes de las encuestas que fueron aplicadas a los habitantes de la PEA del Cantón Salcedo.

TABLA # 24: DEMANDA ACTUAL POR LIBRAS EN EL AÑO 2011

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN SALCEDO,				
MERCADO META	% DE ACEPTACIÓN	POBLACIÓN CONSUMIDORA	CONSUMO (Libras)	DEMANDA ACTUAL (Libras)
24.225	93%	22.557	13	293.241

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Maricela Sánchez

Como se puede observar en el cuadro y a través del proceso de investigación de realizado, se obtuvo como porcentaje de aceptación del producto un 93%, porcentaje que al ser multiplicado por nuestro mercado objetivo se obtiene una población que gusta de este producto de 22.557 habitantes; además se estableció un análisis, sobre la frecuencia y cantidad de consumo de la carne de cuy, que a decir de expertos una persona de una edad no menor a los 5 años en adelante debería consumir la carne de cuy por lo menos 1 vez a la semana en cantidades de 0.25 Lb, es decir una persona tendría que consumir una cantidad de 13 libras de cuy al año.

Una vez desarrollados los cálculos correspondientes, se obtuvo que el total de libras de cuy que el mercado meta demanda es de 293.241 al año, esto confirma que existe una demanda tolerable, lo cual determina la factibilidad para la creación de la nueva empresa.

2.5.3.2. Demanda Proyectada

Definida la demanda actual, se procederá al cálculo de la demanda proyectada,

para lo cual se tiene en consideración una estimación de vida útil del proyecto de 5 años, con una tasa de crecimiento poblacional del 1.75% anual.

TABLA # 25: MINIMIOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	X.Y	X ²
0	1	273.246	273.246	1
1	2	278.113	556.226	4
2	3	283.067	849.201	9
3	4	288.109	1,152.436	16
4	5	293.241	1,466.205	25
TOTAL	15	1,415.776	4,297.314	55

Elaborado por: Maricela Sánchez

Aplicación de Formulas:

$$Y = a + bx$$

$$Y = b_{1X} + b_0$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$b_1 = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n}}{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}$$

$$b_1 = \frac{4,297.314 - \frac{(15)(1,415.776)}{5}}{55 - \frac{(15)^2}{5}}$$

$$b_1 = \frac{4,297.314 - 4,247.328}{55 - 45}$$

$$b_1 = \frac{49.986}{10}$$

$$b_1 = 4.999$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$b_0 = 283.155 - 4.999 (3)$$

$$b_0 = 283.155 - 14.997$$

$$b_0 = 268.159$$

$$Y = b_{1X} + b_0$$

$$Y = 4.999 (X) + 268.159$$

$$Y = 4.999 (6) + 268.159$$

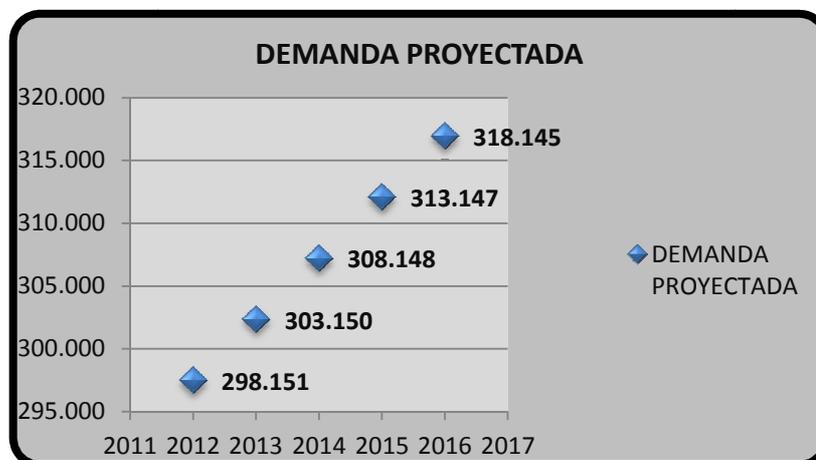
$$Y = 298.151$$

TABLA # 26: DEMANDA PROYECTADA LIBRAS /AÑO 2012-2016

Año	Población	Total Demanda anual Cuyes (libras)
0	24.225	293.241
1	24.601	298.151
2	25.004	303.150
3	25.406	308.148
4	25.809	313.147
5	26.212	318.145

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 15: DEMANDA PROYECTADA



2.5.4. Oferta

2.5.4.1. Oferta Actual

A través de una entrevista informal realizada a los propietarios de los diversos sitios que se encargan de la comercialización de cuyes en el mercado del Cantón Salcedo, se logró obtener datos que han permitido determinar la oferta actual de cuyes la misma que se detalla a continuación:

TABLA # 27: OFERTA ACTUAL POR LIBRAS EN EL AÑO 2011

LUGAR DE VENTA DE CUYES	PRODUCTOS QUE OFERTAN	CANTIDAD (LIBRAS)ANUAL
Mercado del Cantón Salcedo	Cuyes	4.000
Criaderos Propios	Cuyes	4.500
Asaderos	Cuyes	3.000
TOTAL		11.500

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

Se comprobó que en el Cantón Salcedo existe una oferta actual de 11.500 libras de cuyes en el año (3286 cuyes), es decir que cada mes se ofertan 958 libras de la carne de este animal.

2.5.4.2. Oferta Proyectada

Definida la oferta actual, se procederá al cálculo de la oferta proyectada, para lo cual se tiene en consideración una estimación de vida útil del proyecto de 5 años, con una tasa de crecimiento poblacional del 2.1% anual.

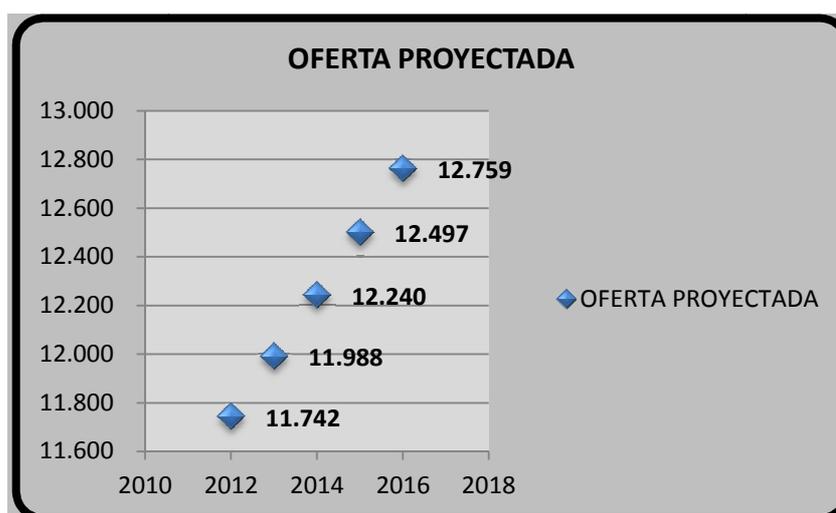
TABLA # 28: OFERTA PROYECTADA LIBRAS /AÑO 2012-2016

Año	Oferta Carne De Cuy (libras)	Porcentaje de crecimiento	Total Oferta Cuyes Anual (libras)
0			11.500
1	11.500	2.1%	11.742
2	11.742	2.1%	11.988
3	11.988	2.1%	12.240
4	12.240	2.1%	12.497
5	12.497	2.1%	12.759

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 16: OFERTA PROYECTADA LIBRAS /AÑO 2012-2016



2.5.5. Análisis de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia entre demanda proyectada y oferta proyectada, siempre y cuando la demanda sea mayor que la oferta lo cual quiere decir que aquel porcentaje de consumidores que no han sido cubiertos se constituirán en nuestro nicho de mercado al cual pretendemos abarcar.

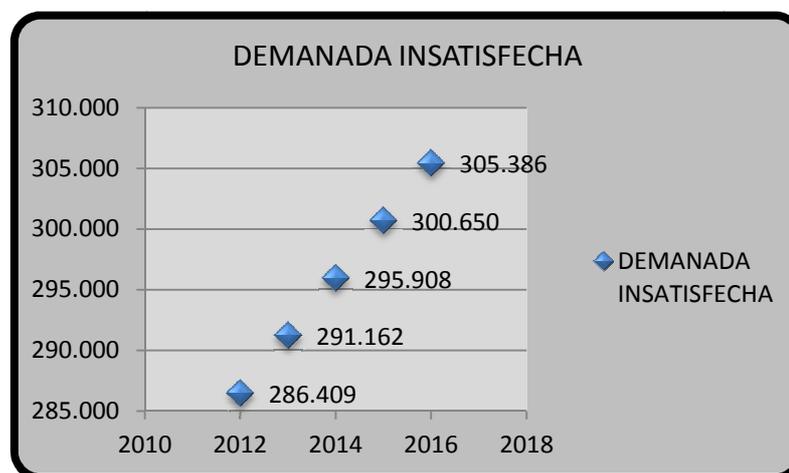
TABLA # 29: DEMANDA INSATISFECHA POR LIBRAS/AÑO 2012-2016

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANADA INSATISFECHA
2012	298.151	11.742	286.409
2013	303.150	11.988	291.162
2014	308.148	12.240	295.908
2015	313.147	12.497	300.650
2016	318.145	12.759	305.386

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 17: DEMANDA INSATISFECHA POR LIBRAS/AÑO 2012-2016



En base a los resultados obtenidos se pudo determinar que existe demanda insatisfecha en cuanto al consumo de cuy se refiere, la misma que se pretende cubrir en un futuro para poder satisfacer las diferentes necesidades y expectativas del cliente, debido a que en el Cantón Salcedo los oferentes no cubren con los requerimientos de la población.

2.6. Comercialización

El proceso de comercialización consiste en planificar y organizar un conjunto de actividades oportunas que permitan ubicar en el sitio adecuado y en el momento exacto un producto o servicio, posibilitando con ello que los clientes que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

2.6.1. Identificación del producto

Para comercializar el cuy se deberá tomar en cuenta: el producto, el precio, la promoción y la distribución, y plantear una estrategia que conlleve a la ejecución de los objetivos planteados.

En la actualidad el cuy se comercializa en pie, se lo realiza a través de intermediarios ya que en el Cantón Salcedo no existe el suficiente abastecimiento; lo cual provoca que el precio se incremente por la reventa.

2.6.1.1. Producto

El producto que se ofertará serán cuyes criados bajo controles de calidad, manteniendo los registros respectivos desde el momento de compra de los reproductores hasta la venta de sus crías, tendrá una infraestructura apropiada, con pozas que sirvan para separar a los cuyes en las etapas de su vida. (Ver anexo 2)

Se ofertará cuyes pertenecientes a:

Tipo A.- Corresponde a cuyes mejorados con gran desarrollo muscular en buena conversión alimenticia y de temperamento tranquilo por lo que es considerado un clásico productor de carne.

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

GRAFICO # 18: EL PRODUCTO CUY



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

2.6.2. Precios

2.6.2.1. Precio Actual

Según los datos obtenidos a través de la investigación de campo en los sitios donde se comercializan los cuyes del Cantón Salcedo, se pudo definir el precio actual de los cuyes por unidad.

TABLA # 30: PRECIO ACTUAL DEL CUY AÑO 2011

Unidad de medida	Precio (dólares)
Cuy	6,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Maricela Sánchez

A partir de este precio se determinarán los precios que se manejarán en el nuevo negocio, considerando para ello los costos de producción que serán analizados en el estudio técnico.

2.6.2.2. Precios proyectados

Para el desarrollo de la proyección de los precios, se ha considerado una vida útil del proyecto de 5 años, con una tasa de inflación para el año 2011 del 5,41%, dato obtenido a través de la página del Banco Central del Ecuador.

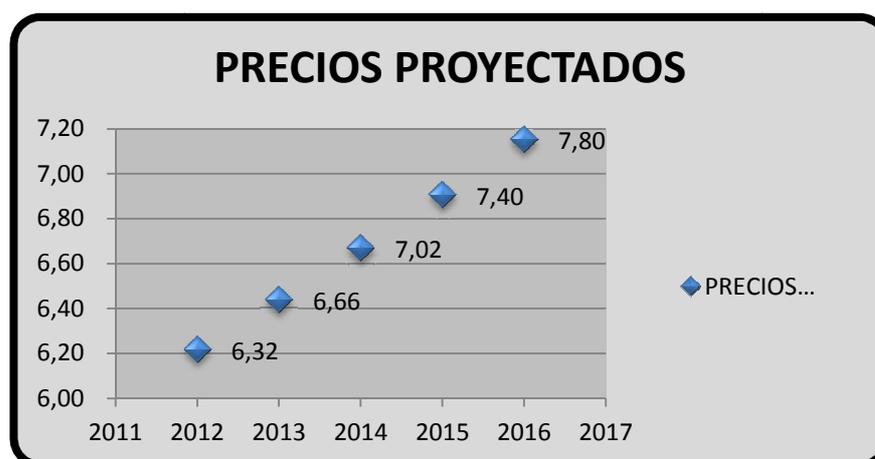
TABLA # 31: PRECIOS PROYECTADOS DE CUYES / AÑO 2012-2016

PRODUCTO	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
CUYES	6,32	6,66	7,02	7,40	7,80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 19: PRECIOS PROYECTADOS



Se puede apreciar que los precios de cuyes en los años de vida útil del proyecto se incrementarán de manera sistemática, permitiendo obtener con ello beneficios significativos tanto para el productor, así como para el consumidor.

2.6.3 Estrategias de Comercialización

Estrategias de Producto

- El producto dispondrá de una adecuada presentación, esto mediante un adecuado control durante su etapa de crecimiento y engorde, lo cual le brindará una vez que salga al mercado la posibilidad de ser reconocido por parte de los consumidores, pues verán en él un animal sano, con un pelaje brillante y con una carne en buen estado, dándole con ello el valor agregado con lo que este se colocará por encima de los demás.

- El cuy es un alimento que resulta como un producto satisfactorio de necesidades que no son creadas o diseñadas por la empresa, sino que ya existen en el mercado, la misión de la empresa, será descubrir las necesidades y satisfacerlas.
- Aumentar la calidad del producto, para captar mercado y poder entrar en un ámbito de competencia con los demás criaderos de la zona.

Estrategias de Precio

- Establecer un precio que lo equipare al de la competencia, para de este modo, poder penetrar rápidamente en el mercado, consiguiendo así un rápido reconocimiento en el mercado. Una vez que se conciba ser acreedores a una buena demanda, es posible entonces ir aumentando los precios de manera paulatina. Esta estrategia se aplicará siempre y cuando se cuente con un mercado objetivo lo suficientemente amplio, y que nuestros costos puedan bajar a medida que se incremente el volumen de ventas.
- Para la fijación del precio se tomara muy en cuenta el margen de utilidad esperado, para de esta manera poder ofrecer un precio acorde a los requerimientos del mercado.
- Se generarán descuentos especiales por volumen de ventas y forma de pago.

Estrategias de Plaza (comercialización)

La plaza o canal de distribución, constituye en colocar nuestro producto, de la manera más eficiente posible, al alcance de los nuestros consumidores, para los cual se utilizarán dos canales de comercialización del producto:

- Comercialización Directa (Productor–Consumidor Final): Los cuyes se comercializaran directamente entre el productor y consumidor final, también

se distribuirá bajo pedidos especiales, esto con el objetivo de ofrecer un producto y servicio de calidad, siempre buscando brindar la mejor comodidad de nuestros clientes.

- Comercialización Indirecta (Productor – Intermediario - Consumidor Final): El productor distribuirá los cuyes a los intermediarios en este caso serán los mercados del sector y ferias, para que el cuy llegue a las manos del consumidor final y pueda ser adquirido con facilidad en distintos puntos de venta del mercado local del Cantón Salcedo.

Estrategias de Promoción

- Implantar un buen spot de publicidad en radio, ya que el 64% del mercado meta prefiere que se publique y promocióne los cuyes en este medio informativo, para lo cual se realizara cuatro cuñas publicitarias mensualmente.
- Implantar descuento por cantidad; a mayor cantidad, se puede ofrecer un mayor descuento. Esta estrategia permitirá incentivar al cliente para que la empresa sea su punto fijo de compra.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, y en vehículos de transporte público.

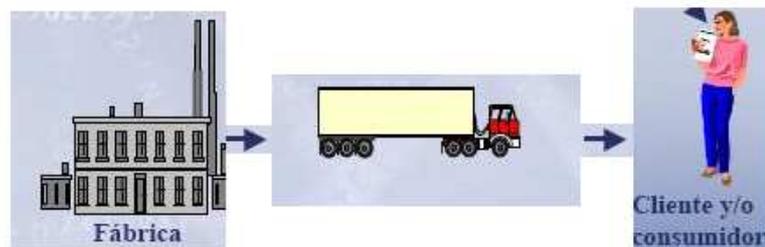
2.6.4. Cadena de valor

Los canales de distribución, son los cauces que la empresa necesita para facilitar una distribución más completa, eficiente y económica de su producto, de manera que el consumidor pueda adquirirlo empleando un mínimo esfuerzo; dentro de los canales de distribución más apropiados para su canalización se considera los siguientes:

2.6.4.1. Comercialización Directa (Productor-Consumidor Final)

Los cuyes se comercializarán de manera directa entre el productor y el consumidor final; también se brindará la posibilidad al cliente de trabajar con ellos en una distribución de pedidos a domicilio, esto con el objetivo de ofrecer a nuestros consumidores un producto y servicio de calidad, siempre buscando la satisfacción de nuestros clientes y de mantener su fidelidad para con la empresa.

GRÁFICO # 20: COMERCIALIZACIÓN DIRECTA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

2.6.4.2. Comercialización Indirecta (Productor-Intermediario-Consumidor Final)

El productor distribuirá los cuyes a los mediadores (intermediarios) que para este caso en particular se lo hará a través de mercados, tiendas, supermercados, frigoríficos, entre otros, para que el producto llegue con facilidad al consumidor final y pueda ser adquirido sin mucha premura en distintos puntos de venta del Cantón Salcedo.

GRÁFICO # 21: COMERCIALIZACIÓN INDIRECTA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Introducción

Para el correcto diseño de un Plan de Negocios, destinado a la creación de una Empresa de Crianza y Comercialización de Cuyes en el Cantón Salcedo, se continuará con el Estudio Técnico, en el que se analizarán mecanismos que tienen que ver directamente con el tamaño, localización, ingeniería y propuesta administrativa del proyecto.

En este plan de negocios se manifestará durante el estudio técnico, las diferentes alternativas para la producción del producto, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende el requerimiento de poder contar con equipo propio para la producción, mano de obra calificada para alcanzar los objetivos de operación del producto, la organización de la capacidad física para su implementación, la identificación de los proveedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para el desarrollo del producto de manera óptima, así como implantar estrategias a seguir para administrar la capacidad del proceso que permita llegar a un nivel de satisfacción la demanda.

Basados en estos aspectos se tiene una base para determinar costos tanto de producción, de maquinaria y de la mano de obra. Finalmente todos estos elementos constituyen el estudio técnico, en función de ello se elaborará un análisis de la inversión para que a continuación se pueda conocer la viabilidad del mismo.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

- Determinar la función óptima de producción, la utilización y distribución de forma eficiente y eficaz de los recursos necesarios para la creación de la empresa.

3.2.2 Objetivo Específicos

- Determinar las condiciones de tamaño y localización ideal de la planta, ingeniería del proceso, costos y gastos implícitos durante la vida útil del proyecto.
- Establecer un sistema de crianza idóneo con el fin de optimizar la producción de cuyes.
- Organizar las funciones y actividades de las diferentes áreas que la empresa tendrá para un mejor manejo.

3.2.3 Especificaciones Generales de los cuyes

Es importante marcar que en los diferentes mercados y criaderos del Cantón al expender los cuyes dicho producto no cuenta con una adecuada presentación, es decir no tienen estos animales ni el tamaño ni el peso ideal para atraer a los clientes, sino muy por el contrario ellos son presentados en condiciones muy poco confiables, dando como resultado de ello que muchas personas no opten por comprar los cuyes en pie, pues en muchos casos consideran que esta manera tan poco adecuada de criar a estos animales les podría traer consigo algún tipo de enfermedad afectando con ello a su salud.

Mediante la investigación de campo realizada con anterioridad, se logro identificar que un alto porcentaje del mercado objetivo entre sus gustos y preferencias determinó que el cuy debería tener una presentación de manera adecuada y fácilmente visible para los consumidores, para lo cual a continuación se definen las siguientes características que tendrán estos animales:

Jaulas

Las jaulas en las que estos animales sean presentados a los consumidores tienen mucho que ver con la higiene y por ende le dará aquel estado preferencial lo que servirá para que este criadero sea altamente reconocido y cuente con un alto nivel de confianza por parte de los consumidores. (Ver anexo 2)

Tipo de Jaula a utilizarse

Para definir el tipo de jaula más apropiada y segura que se ajuste a las propiedades físicas del cuy y a los gustos y preferencias de nuestros futuros consumidores se ha elegido jaulas metálicas con rejas que no limite el oxígeno de los cuyes al momento de estar listos para su comercialización, mismas que representan la manera más idónea de conservar los cuyes en condiciones apropiadas e higiénicas.

Los cuyes listos para ser expandidos y bajo estos cuidados podrán mantenerse en buenas condiciones sin sufrir ningún tipo de daño en su pelaje ni en su piel.

GRÁFICO # 22: TIPO DE JAULAS



Fuente: <http://www.machupicchucuy.com>

Elaborado por: Maricela Sánchez

Principales Funciones de la jaula:

- Protege y conserva los cuyes en estado óptimo e higiénico.
- Se adapta a las propiedades físicas del cuy.
- Resistente a factores ambientales externos que dañe la jaula y por ende afecte a las condiciones de los cuyes, manteniendo ilesas las propiedades del cuyes, lo que certifica la higiene, seguridad y aceptación por parte del consumidor.
- Maximiza las ventas.
- Brinda las condiciones apropiadas que evita el exceso de manipulación de los cuyes hasta llegar al consumidor final.
- Es reciclable, que permite su utilización en otras actividades y mediante ello contribuir a la protección del medio ambiente.

Características del Nuevo Empaque:

- Piso y techo metálico adaptado a una fuente de luz para mantener la temperatura adecuada para la supervivencia de los cuyes.
- Malla metálica alrededor de una estructura de aluminio.

Marca

La marca es una parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para la empresa.

Marca de la empresa:

Que la empresa se identifique contando con su propia marca constituye en un aspecto fundamental en la imagen del producto y por consecuencia en su aceptación y confianza por parte del consumidor; por tal motivo mediante la investigación de campo se pudo determinar que un elevado número de clientes prefieren que a la hora de optar por un producto determinado este cuente con una marca propia es decir que se encuentre respaldado por una empresa en firme y que le brinde garantías de consumo por ende la marca de la empresa será diseñada adoptando las sugerencias realizadas por parte de los consumidores.

Principales Funciones de la Marca:

- Brinda al consumidor la garantía de contar con una empresa dedicada exclusivamente a la crianza de los cobayos en condiciones salubres adecuadas.
- Innovador, por su contenido, forma, colores, con el fin de captar la atención del cliente y ser el pionero en el mercado.
- Su diseño está adecuado acorde a las sugerencias y expectativas del cliente.

Características de la Marca:

- **Logotipo**

El logotipo constituye una parte importante para el nuevo negocio, ya que constituye el símbolo o emblema que identifica a la empresa y al producto diferenciándola de la competencia, es decir que la hace única en el mercado.

El ser único y exclusivo lo hace diferente a la competencia, ya que se caracteriza por sus innovadores colores, formas, figuras y slogan; en síntesis el propósito del logotipo es penetrar en la mente del consumidor, para que la empresa logre posicionarse en el mercado.

- **Slogan**

El slogan tiene que ver con aquel mensaje que deseamos dejar en la mente del consumidor, es decir, este debe ser fácil de leer, entender y recordar, para que el cliente se vea atraído y cuente con la confianza de adquirir este tipo de animal bajo la estricta responsabilidad de una empresa dedicada exclusivamente a esta labor.

El slogan a más de ellos tiene que estar estrictamente relacionado al logotipo para no causar confusión en la mente del consumidor.

3.2.4 Usos del Producto

La carne de cuyes es utilizada en el Ecuador en lo siguiente:

3.2.4.1 Gastronómicos

El cuy es empleado en la cocina como un producto especial, para prepara diversas recetas culinarias, relacionadas a nuestras costumbres, culturas, religiones, que son parte de nuestra gastronomía Ecuatoriana.

Los mejores chefs recomiendan que el cuyes sea preparado de manera natural es decir puede ser al carbón o al vapor, ya que dichas preparaciones conservan los nutrientes naturales del cuy y ayuda a que los consumidores degusten de una carne deliciosa, nutritiva y saludable.

3.2.5 Productos Sustitutos

Son aquellos productos que pueden servir como sustitutos unos de otros; cuando sube el precio de uno, aumenta la demanda del otro.

Pollo

En la actualidad el pollo es la carne fresca más demandada en nuestro país y en el mundo. Debido a su gran versatilidad en la cocina y a su precio económico, es un alimento muy común en todos los hogares. Se caracteriza por ser un producto saludable y nutritivo, ya que posee un sin fin de cualidades altamente beneficiosas para nuestro organismo en especial en temas tan importantes en la actualidad como las grasas y el colesterol. Aparece en el mercado en un sin número de presentaciones y se lo expende en todo el año.

Res - Pescado – Cerdo

También entre los productos sustitutos se encuentra la carne de res, pescado y cerdo; principalmente por su mayor comercialización y precios bajos. Sin embargo los consumidores expresaron que el sabor de la carne de cuy es inigualable y que el precio más accesible la consumiría con mayor frecuencia.

3.2.6 Factores que determinan el tamaño del proyecto

Es una tarea destinada a definir el tamaño de una nueva unidad productiva, ya que existen relaciones recíprocas entre factores del tamaño, demanda, disponibilidad de materia prima, disponibilidad de mano de obra, recursos financieros. Estos factores contribuyen a determinar el tamaño óptimo del proyecto.

3.2.6.1 Tamaño y mercado

Este factor está condicionado al tamaño del mercado consumidor, es decir, al número de consumidores o lo que es lo mismo, la capacidad de producción del proyecto debe estar relacionada con la demanda insatisfecha.

El tamaño propuesto por el proyecto, se justifica en la medida que la demanda existente sea superior a dicho tamaño. Por lo general el proyecto solo tiene que cubrir una pequeña parte de esa demanda. La información sobre la demanda

insatisfecha se obtiene del balance de la oferta y demanda proyectada obtenida en el estudio de mercado.

El presente proyecto pretende cubrir el 25% de la demanda insatisfecha en sus 5 años de vida útil, tomando en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional se encuentra en el 1.75% y que el porcentaje de aceptación del proyecto es el 93%.

Por lo cual se estima que la nueva empresa tendrá una capacidad de producción para el año 2016 de 65.360 libras de carne de cuy, en una superficie de 800m²: con 7 galpones criaderos, obteniendo cuyes de aproximadamente 3,5 libras.

PRODUCTO: Cuyes

PESO COMERCIAL: 3,5 libras

CAPACIDAD DEL PROYECTO: 65.360 libras/año

SUPERFICIE: 800m²

NÚMERO DE GALPONES CRIADEROS: 7

3.2.6.2 Tamaño y materia prima

Se refiere a la provisión de materias primas insumos suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del producto durante los años de vida del mismo. La fluidez de la materia prima, su calidad y cantidad son vitales para el desarrollo del proyecto. Para el presente estudio se ha considerado importante que las materias primas deben ser las más idóneas en cuanto a cantidad y calidad. Para el proyecto se requiere de abastecimiento oportuno de balanceado según se demande.

El proveedor de balanceado será Nutril que se encuentra ubicado en la Avenida Amazonas en Latacunga, dicha empresa se caracteriza por contar con balanceados que contienen alto nivel de proteínas, minerales, grasas, entre otros agentes, que

son necesarios para las diferentes etapas de crecimiento de los cuyes.

3.2.6.3 Tamaño y financiamiento

Al momento de decidir sobre el tamaño que tendrá la nueva empresa, se deberá analizar la disponibilidad de recursos financieros. Entonces es importante recalcar que el 60% de la Inversión Inicial requerida, será contribuida por los accionistas del proyecto, y el restante 40% será obtenido a través de un financiamiento en una institución financiera, escogiendo la mejor alternativa dentro del sector bancario, tomando en cuenta la seguridad y seriedad de la institución que se opte.

3.2.7 Tamaño Propuesto

Una vez estudiados todos y cada uno de los puntos anteriores, se determina el tamaño del proyecto considerando para ello el volumen de producción, cuyo componente se encuentra dentro los márgenes de la demanda insatisfecha del mercado.

TABLA # 32: TAMAÑO PROPUESTO

AÑOS	DEMANADA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE CAPTACIÓN	OFERTA ESTIMADA
2012	286.409	21%	60.146
2013	291.162	22%	61.409
2014	295.908	23%	62.699
2015	300.650	24%	64.015
2016	305.386	25%	65.360

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

El tamaño propuesto para la Empresa de Crianza y Comercialización de Cuyes es poder llegar a cubrir una oferta estimada de 65.360 libras de carne de cuy (18.674 cuyes) para el año 2016, el cual representa el 25% de captación de la demanda insatisfecha.

TABLA # 33: CAPACIDAD TOTAL DEL PROYECTO

PEODUCTO	PESO COMERCIAL	CAPACIDAD DEL PROYECTO	SUPERFICIE	NUMERO DE GALPONES CRIADEROS
Cuyes	3,5 LIBRAS	65.360 Libras	1.800 m2	7

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

Por lo propuesto anteriormente el presente proyecto requiere contar con un espacio físico de 800 m², área en la cual se instalarán 7 galpones criaderos en los que se distribuirá para las diferentes razas de cuyes y de acuerdo a su crecimiento, los que contarán con un delicado manejo y control en el proceso productivo, para obtener cuyes de un peso comercial 3,5 libras o más para llegar al objetivo propuesto de cubrir la demanda insatisfecha.

3.2.8 Plan de Producción

La nueva empresa considera necesario establecer un plan productivo, el cual consiste en cubrir la oferta estimada de los 5 años de vida útil del proyecto, es decir cubriendo el 25% total de la demanda insatisfecha.

Mediante este estudio previo la nueva empresa implanta el siguiente plan productivo:

TABLA # 34: PLAN DE PRODUCCIÓN LIBRAS/AÑO 2012-2016

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	PRODUCCIÓN MENSUAL
2012	60.146	5.012
2013	61.409	5.117
2014	62.699	5.225
2015	64.015	5.335
2016	65.360	5.447

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

Se debe considerar que el tiempo de producción de los cuyes desde que son recién nacidos hasta su periodo en el que están aptos para la venta es de cuatro a cinco meses.

3.2.9 Localización Óptima del Proyecto

El presente estudio tiene como propósito encontrar la ubicación más apropiada; es decir, teniendo en cuenta las exigencias del proyecto, contribuyendo con ello a minimizar los costos de inversión, así como, los costos y gastos durante el periodo productivo.

En la práctica, es frecuente que la elección de la localidad y el lugar específico formen parte de la misma decisión de localización, por lo que es común dividir el estudio de localización en:

- Macro Localización, y;
- Micro Localización.

3.2.9.1 Macro Localización

La Empresa se ubicará en el Ecuador, Región Sierra, Provincia de Cotopaxi, Cantón Salcedo.

Esta localización se basa en lo siguiente:

- **Cercanía al mercado**

Es importante que el presente proyecto se encuentre ubicado en una zona cercana al mercado, esto posibilitará una adecuada y pronta distribución del producto, beneficiando a los clientes puesto que podrán adquirir el producto en el lugar y momento indicado con el menor esfuerzo posible.

- **Disponibilidad de terreno**

Para la ubicación de los criaderos de cuyes es necesario que la zona en la que se

pretende ubicar los mismos cuente con una diversidad climática e hidrográfica, estos factores contribuyen al crecimiento óptimo de los cuyes, también se analizara que en la zona no exista empresas florícolas o de otro tipo que puedan afectar aspectos importantes para la producción y crecimiento de los cuyes como el agua puesto que este tipo de empresas provocan elevados niveles de contaminación en esta sustancia tan importante.

Una vez considerados estos factores se procederá a la adquisición del espacio físico requerido, para llevar a cabo la construcción y adecuamiento de los galpones criaderos, y demás áreas que constituyen parte del proyecto.

- **Disponibilidad de calidad y cantidad de agua**

Es uno de los aspectos más importantes dentro del proyecto de crianza de cuyes puesto que contribuye a que estos animales cuenten con adecuada y bien llevada fuente de hidratación, aspecto vital para el buen crecimiento y que se logren alcanzar los pesos adecuados para su venta posterior.

- **Disponibilidad de servicios básicos**

Se debe tomar en cuenta que para la instalación de la empresa esta debe contar con los principales servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, medios de transporte y comunicación, estos servicios permitirán llevar con normalidad el buen funcionamiento y desarrollo de la empresa.

- **Disponibilidad de materia prima**

Es trascendental que la nueva organización cuente con una proximidad en la adquisición de materias primas, especialmente en la adquisición del balanceado que es indispensable durante la etapa de crecimiento de los cuyes, esto con el objeto de mantener un normal desenvolvimiento en la producción.

El procedimiento adecuado y más eficaz para calificar las opciones es:

3.2.9.2.1 Método cualitativo por puntos

La aplicación de este método posibilita identificar la localización óptima del nuevo proyecto, ponderando los principales factores que se requiere, con el propósito de que la organización prospere en el ámbito social, económico, laboral y productivo.

Para lo cual se establece el siguiente procedimiento:

- Determinación de las variables de impacto.
- Puntuación en escala de 1 a 10.
- Cuantificación de variables de impacto.
- Selección de la mejor opción.

TABLA # 35: PARROQUIAS PERTENECIENTES AL CANTÓN SALCEDO

VARIABLES		PROXIMIDAD AL MERCADO	DISPONIBILIDAD DE TERRENO	DISPONIBILIDAD DE CALIDAD Y CANTIDAD DE AGUA	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BASICOS	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	DISPONIBILIDAD DE VIAS DE ACCESO	TOTAL
PESO ASIGNADO		10%	15%	15%	20%	25%	15%	100%
SAN MIGUEL	CALIF.	8	7	9	9	6	9	
	POND.	0,80%	1,05%	1,35%	1,80%	1,50%	1,35%	7,85%
A. J. HOLGUIN	CALIF.	5	5	7	8	4	4	
	POND.	0,50%	0,75%	1,05%	1,60%	1,00%	0,60%	5,50%
CUSUBAMBA	CALIF.	4	5	7	7	6	5	
	POND.	0,40%	0,75%	1,05%	1,40%	1,50%	0,75%	5,85%
MULALILLO	CALIF.	4	6	6	8	7	6	
	POND.	0,40%	0,90%	0,90%	1,60%	1,75%	0,90%	6,45%
STA. ANA	CALIF.	5	6	8	8	5	7	
	POND.	0,50%	0,90%	1,20%	1,60%	1,25%	1,05%	6,50%
PANSALEO	CALIF.	4	5	5	8	5	8	
	POND.	0,40%	0,75%	0,75%	1,60%	1,25%	1,20%	5,95%

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

Se ha determinado que la localización óptima del proyecto, de acuerdo a la ponderación más alta, está ubicado en la parroquia San Miguel de manera concreta en el Barrio La Argentina que es parte del Cantón Salcedo.

Dicha zona ha sido escogida por contar todos aquellos recursos necesarios para la implementación de la planta productiva de cuyes, su variedad climática e hidrográfica la hacen favorable para el crecimiento de este tipo de animales comestibles, además de ello dispone de todos los servicios básicos como, medios de transporte, sus vías de acceso se encuentra en buen estado, permitiendo con esto que el distribuidor pueda llegar al mercado local en un tiempo estimado de 10 minutos.

En síntesis la empresa de Crianza y Comercialización de Cuyes se encontrará ubicada en:

PAÍS: Ecuador

REGIÓN: Sierra

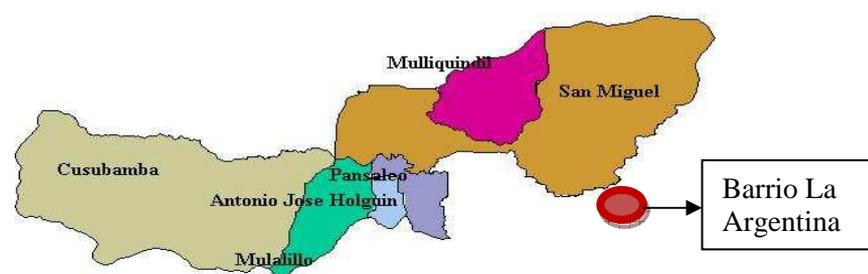
PROVINCIA: Cotopaxi

CANTÓN: Salcedo

PARROQUIA: San Miguel

BARRIO: La Argentina

GRÁFICO # 24: MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: <http://www.pueblos20.net/ecuador/mapa1.php?id=7239>

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.2.10 Ingeniería del Proyecto

3.2.10.1 Proceso Productivo

Para la crianza de cuyes se describe el siguiente proceso productivo:

Compra de cuyes: Los cuyes van a ser adquiridos de los criaderos de la localidad en los que no se cuenta con el espacio adecuada para su crianza.

Transporte de cuyes: Generalmente el sistema de transporte en jaulas es apto para transportar este tipo de animales a lugares ya sean distantes o cercanos, siendo posible mantener a los cuyes en buenas condiciones.

Ingreso del cuy a los galpones criaderos: Cuando los cuyes llegan a los galpones son ubicados en jaulas diseñadas acorde a cada raza y tipo de cuy teniendo en cuenta los cuidados respectivos.

Alimentación: En la etapa de crianza la alimentación debe ser de 4 a 5 veces diarias con un balanceado rico en proteínas, si se encuentran en etapa de gestación la alimentación será más continua para que las crías nazcan sin ningún tipo de problema.

Prevención de enfermedades: Hay que prevenir las enfermedades mediante la aplicación de medidas sanitarias que dificulten el ingreso de algún agente extraño que pueda causar algún tipo de enfermedad entre estos animales y así evitar cualquier inconveniente en su periodo de crianza.

Control de enfermedades: Consiste en que un Veterinario o Zootecnista supervise a los cuy para detectar algún tipo de enfermedad que pueda afectar a su salud y su buen estado.

Enfermedades: En caso de ser detectado alguna enfermedad inmediatamente se

procede al retiro de los cuyes enfermos aislándolos para realizarles un tratamiento curativo y así evitar que la enfermedad se propague en el resto de cuy.

Cuyes de engorde: Este periodo va desde que los cuyes alcanzan una edad media y su peso oscila entre una libra y una libra y media hasta cuando llegan al peso comercial de tres y media libras en adelante.

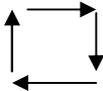
Pesado: Se procede a pesar al cuy para su posterior enjaulamiento y salida a la venta, ya sea en los mercados o para ser expedidos directamente en el Criadero.

Comercialización: Los cuyes son transportados a los distintos lugares de destino, mediante el empleo de camiones equipados adecuadamente para que su llegada sea en óptimas condiciones y sin ningún tipo de anomalía en su estado físico para que no se afecte a su presentación al cliente.

3.2.10.2 Diagrama de flujo del proceso productivo

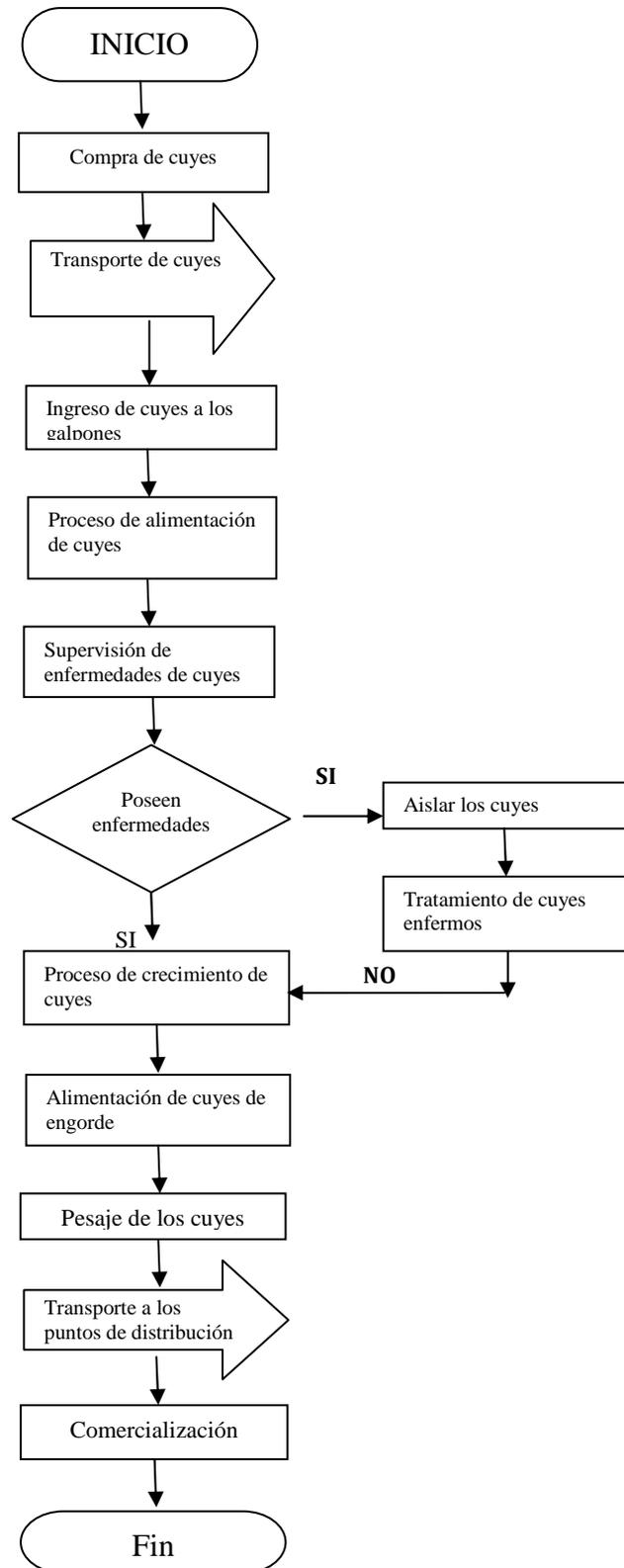
A continuación se detalla el significado de los símbolos empleados en la representación gráfica del proceso productivo del proyecto:

TABLA # 36: SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE FLUJO

NOMBRE	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
INICIO O FIN		En su interior se ubica información o acciones para comenzar el proceso o para mostrar el resultado en el final del mismo.
OPERACION		Representa la realización de una operación o actividad relativas a un proceso.
TRANSPORTE		Indica el traslado de la mercadería de un sitio a otro.
DECISION		Indica un punto dentro del flujo en que se debe decidir si sigue un proceso u otro.
DIRECCION DEL FLUJO		Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRAFICO # 25: FLUJOGRAMA DEL PROCESO Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES.



Elaborado por: Maricela Sánchez

3.2.11 Distribución de la Planta

La estructura de los galpones criaderos deberán ser grandes para acomodar las líneas de proceso fácilmente sin dificultar los procedimientos de aseo y desinfección. Además, es absolutamente conveniente disponer de espacio libre para posteriores aumentos y para la separación de procesos en los que haya una posibilidad de contaminación del producto.

Dado esto, se procede a la descripción de las siguientes áreas:

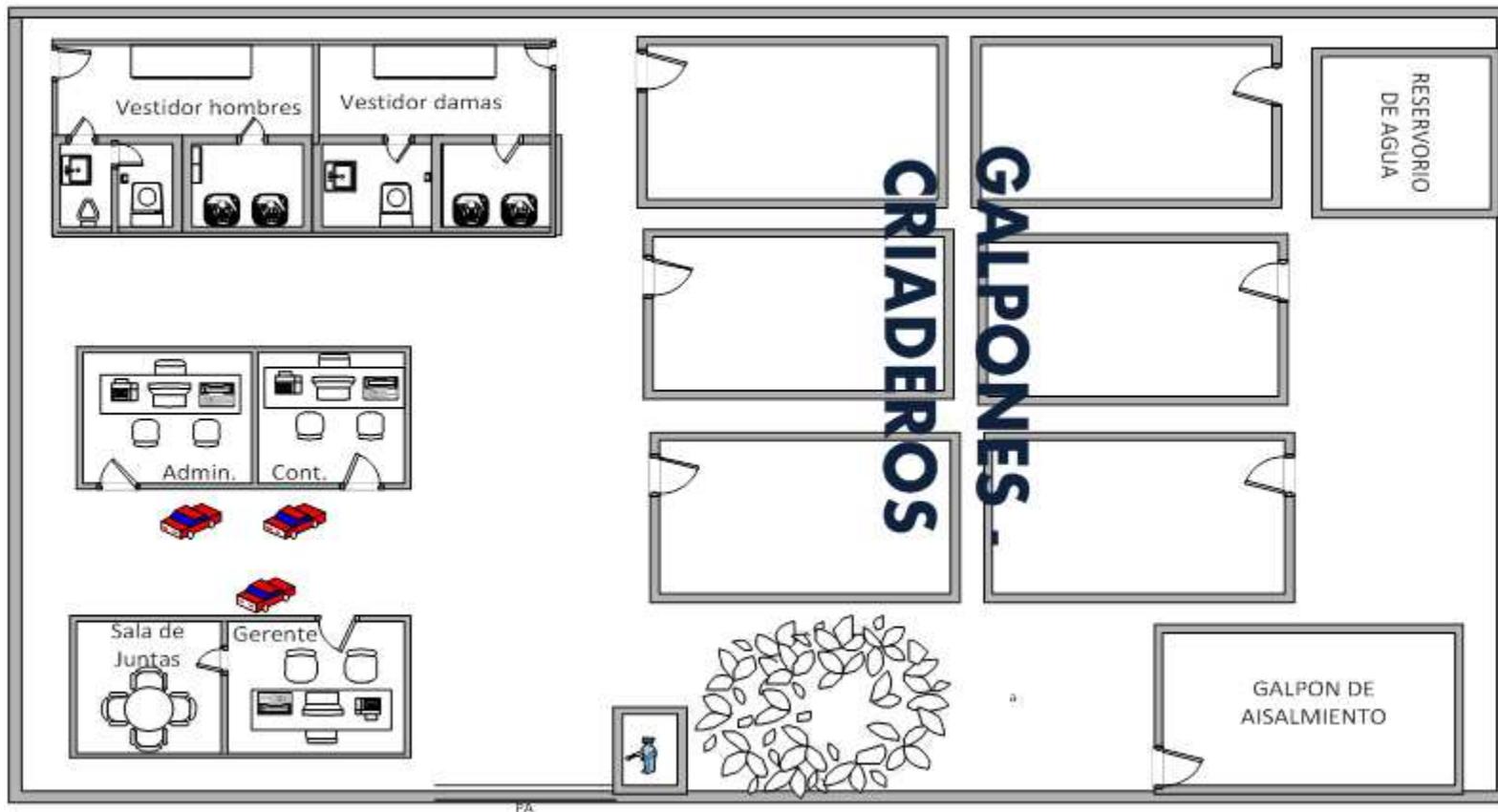
TABLA # 37: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

ÁREAS	UNIDAD	SUPERFICIE m ²
1.- ÁREA ADMINISTRATIVA		
Oficina del Gerente General	1	35
Oficina del Contador	1	15
Oficina de la Secretaria	1	15
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA		65
2.- ÁREA DE SERVICIOS		
Baños	2	10
Duchas	2	8
Áreas Verdes	1	75
Parqueadero	1	50
SUBTOTAL ÁREA DE SERVICIO		143
3.- GALPONES-CRIADEROS		
Galpón de crecimiento	1	100
Galpón de gestación	1	100
Galpón de engorde	1	100
Galpón de cuyes machos	1	50
Galpón de cuyes hembras	1	100
Galpón de aislamiento	1	50
Galpón de cruce por razas	1	100
Canales de agua	7	200
SUBTOTAL ÁREA GALPONES		800
TOTAL PLANTA		1008

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 26: DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS ADMINISTRATIVA, PROCESAMIENTO Y SERVICIO



Elaborado por: Maricela Sánchez

3.2.12 Requerimientos del Proyecto

Para la adquisición de materiales y equipos necesarios para la empresa se ha establecido cotizaciones realizadas a febrero del 2012, se detalla las siguientes:

TABLA # 38: REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

TERRENO			
DESCRIPCIÓN	ÁREA m2	VAL. UNITARIO	VAL. TOTAL
Terreno	1008	\$ 20,00	\$ 20.160,00
TOTAL	1008		\$ 20.160,00
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	ÁREA m2	VAL. UNITARIO	VAL. TOTAL
Área Administrativa	65	\$ 150,00	\$ 9.750,00
Área de Servicios	18	\$ 150,00	\$ 2.700,00
Parqueadero	50	\$ 30,00	\$ 1.500,00
Áreas Verdes	75	\$ 30,00	\$ 2.250,00
Área de Galpones	800	\$ 150,00	\$ 120.000,00
TOTAL	1008		\$ 136.200,00
EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CANT.	VAL. UNITARIO	VAL. TOTAL
Equipo de Computo	3	\$ 930,00	\$ 2.790,00
TOTAL	3		\$ 2.790,00
MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANT.	VAL. UNITARIO	VAL. TOTAL
Escritorios	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Archivadores de tres gavetas	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Sillón Ejecutivo	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Sillas	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Sofá	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL	15		\$ 1.100,00

LENCERIA			
DESCRIPCIÓN	CANT.	VAL. UNITARIO	VAL. TOTAL
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN			
Alfombras	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Basureros	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Roda pies	3	\$ 6,00	\$ 18,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRACIÓN			\$ 168,00
ÁREA DE SERVICIO			
Basureros	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Roda pies	3	\$ 6,00	\$ 18,00
SUBTOTAL ÁREA DE SERVICIO			\$ 33,00
TOTAL			\$ 201,00
MENAJE			
DESCRIPCIÓN	CANT.	VAL. UNITARIO	VAL. TOTAL
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN			
Dispensador de agua	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Botellón de agua	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Juego de Café	1	\$ 15,00	\$ 15,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRACIÓN			\$ 42,00
ÁREA DE SERVICIO			
Dispensador de agua	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Botellón de agua	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Juego de Café	1	\$ 15,00	\$ 15,00
SUBTOTAL ÁREA DE SERVICIO			\$ 42,00
TOTAL			\$ 84,00
MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANT.	VAL. UNITARIO	VAL. MENSUAL
Cuyes	300	\$ 5,00	\$ 125,00
Balanceado crecimiento (Kg)	600	\$ 2,50	\$ 1.500,00
balanceado engorde (Kg)	1500	\$ 3,35	\$ 5.025,00
TOTAL			\$ 6.650,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANT.	VAL. UNITARIO	VAL- MENSUAL
Mallas de alambre (m)	75	\$ 5,00	\$ 375,00
Planchas de Triple (unid.)	10	\$ 17,00	\$ 170,00
Bloques (unid.)	250	\$ 1,50	\$ 375,00
TOTAL			

MANO DE OBRA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Encargado de crianza	2	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Encargado de proceso de engorde	2	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Vendedor	1	\$ 420,00	\$ 5.040,00
TOTAL		\$ 1.120,00	\$ 13.440,00
MANO DE OBRA INDIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Guardia	2	\$ 425,00	\$ 5.100,00
Limpieza	3	\$ 294,00	\$ 3.528,00
TOTAL		\$ 719,00	\$ 8.628,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS			
DESCRIPCIÓN	CANT.	GASTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Gerente General	1	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Contador	1	\$ 625,00	\$ 7.500,00
Secretaria	1	\$ 475,00	\$ 5.700,00
SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN		\$ 2.300,00	\$ 27.600,00
GASTOS VENTAS			
Fletes y transporte	2	\$ 70,00	\$ 840,00
Publicidad en Televisión	12	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Publicidad en Radio	24	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Publicidad en Internet	1	\$ 16,67	\$ 16,67
Hojas volantes	1000	\$ 4,50	\$ 54,00
SUBTOTAL VENTAS		\$ 511,17	\$ 5.950,67
TOTAL		\$ 2.811,17	\$ 33.550,67
SERVICIOS BÁSICOS			
DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO UNIT	COSTO MENS.
Teléfono (minutos)	550	\$ 0,06	\$ 33,00
Agua Potable (m3)	1200	\$ 0,08	\$ 96,00
Energía Eléctrica (Kw/h)	850	\$ 0,08	\$ 68,00
TOTAL			\$ 197,00

GASTOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de Instalación	\$ 1.050,00
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 2.250,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.2.13 Impacto Ambiental

El suelo

Para el establecimiento del proyecto se procederá a hacer el respectivo estudio y análisis del suelo, es decir, se observará que el sitio designado se encuentre despejado y no exista un gran hábitat de flora y fauna.

Las características del suelo donde se asentará el proyecto no se verá alterado en forma significativa por las obras de construcción y operación del criadero de cuyes.

En el proceso de construcción de las obras pertinentes para efectuar el proyecto, se acudirá a una empresa externa, misma que estará encargada de gestionar adecuadamente los residuos generados por efectos de construcción y domiciliarios generados durante esta etapa.

Dentro de la etapa de crianza o proceso productivo de cuyes puede suscitarse una etapa de un alto índice de mortalidad por lo cual se tomara medidas de protección ambientales como es recoger todos los cobayos muertos y enviarlos a una fosa común capaz de generar humus y procesarlo para que sea un abono natural.

También se realizara una desinfección de los galpones-criaderos de manera rutinaria, para minimizar los olores y mantener un ambiente de alta salubridad a fin de no causar efectos en el ambiente ni en el entorno que rodea a esta empresa.

Los residuos domésticos serán almacenados en contenedores plásticos, los que se mantendrán cerrados y aislados con el fin de evitar cualquier propagación de factores de infección.

Los residuos a disponer en el relleno domiciliario comprenden la basura doméstica como son restos de alimentos, papeles, fundas plásticas, envases vacíos, etc. y otros insumos empleados, tales como cloro, sal y fármacos en pequeñas cantidades.

El agua

El agua se constituye en uno de principales factores que intervienen en la creación del proyecto de crianza de cobayos de raza, por cual se ha dispuesto realizar una serie de estudios con el propósito de salvaguardar dicho recurso, entre ellos está el identificar si en la zona geográfica del Barrio Argentina cuenta con abundante agua para no perturbar a su producción agrícola y ganadera, y con esto asegurar la creación del proyecto sin que el resto de los habitantes se vean afectados dentro su diario vivir.

El análisis de la calidad del agua se llevará a cabo en un laboratorio de investigación química, con la intención de identificar si este recurso es apto para el consumo de los cuyes y dar marcha a la creación del proyecto en el cual no se vea afectado el ambiente, la humanidad y la fauna.

En el desarrollo del proyecto no se buscara la explotación de recursos hídricos en áreas o zonas que pudieren verse afectados por el ascenso o descenso de los niveles de aguas subterráneas o superficiales.

El aire

En el curso de construcción del proyecto, incluidas sus obras y/o acciones asociadas, se generaran emisiones de gas a la atmosfera. Las principales emisiones

a la atmósfera se producirán en la etapa de construcción de manera principal por causa del polvo de tránsito vehicular o maquinaria, además se producirá emanaciones de CO₂ causados por la combustión de los vehículos implicados en el transporte de material.

Flora y fauna

Para la creación del proyecto es preciso no incurrir en la explotación, alteración o manejo de especies de flora y fauna que se encuentre en alguna de las siguientes categorías de conservación: en peligros de extinción, vulnerables o insuficientemente conocidos.

El proyecto no afectará a la vegetación nativa. Los árboles y arbustos propios de la zona permanecerán intactos, lo que mantendrá la belleza escénica del sitio de localización.

3.2.13.1 Medidas para atenuar los impactos negativos del proyecto

La empresa deberá poner en práctica las siguientes medidas de mitigación en el impacto ambiental:

- En los galpones-criaderos se utilizará como factor principal el trabajo manual de limpieza que no afectará ni contribuirá a la contaminación del suelo, el agua o el aire, lo cual contribuye a mantener un ambiente saludable y natural para el normal crecimiento y producción de los cuyes.
- Con el propósito de llevar a cabo un control adecuado de la mortalidad y prevenir incidentes inesperados e intensivos de infección de los cuyes, se dispondrá de un establecimiento de planes preventivos en el manejo sanitario, que consistirá en la aplicación de medicamentos. De esta manera se busca también aminorar el impacto negativo que puede traer una gran carga de estos productos por la propagación de enfermedades.

- Quienes ingresen a la planta deberán hacerlo bajo estrictas normas de seguridad e higiene, con el fin de evitar cualquier tipo de contaminación en los canales de agua y para prevenir algún tipo de agente externo que pudiera afectar la salud de los cuyes.
- Manejar correctamente los desechos que se producen en el proceso de crianza, tales como las heces fecales de los cuyes para lo cual se contará con un espacio destinado a dar el tratamiento adecuado para la elaboración de abono orgánico, luego se procederá a la venta de los desechos a empresas o personas que requieran de este tipo de sustancia.
- Los trabajadores de la planta deberán utilizar los instrumentos y uniformes adecuados para el control y manipulación de los cuyes, de tal manera que este se encuentre en óptimas condiciones para su posterior comercialización.
- Los trabajadores a la hora de ingreso y salida de la planta deberán ducharse, esto con la finalidad de no producir agentes patógenos en las distintas áreas de la piscifactoría.
- Durante la etapa de construcción de las instalaciones, se contratará a una empresa externa que se encargará de la recolección de todos los residuos generados en esta etapa.
- En la etapa de construcción los vehículos y maquinaria pesada que ingresen a descargar los materiales en la zona, deberán estar en perfectas condiciones, con la finalidad de atenuar las emanaciones de CO₂, además se procederá a humedecer los caminos del tránsito vehicular cercanos a la planta, para no emanar polvo.
- En las áreas de administración, galponeras, servicio, espacios verdes y parqueaderos se colocarán recolectores de basura, para mantener limpia la planta y por ende el medio ambiente.
- La empresa se encargará de conservar, preservar y de ser el caso de reforestar, para contar con un hermoso paisaje natural, con el objetivo de que las

personas se encuentren en contacto con la naturaleza.

- La empresa se compromete en preservar y proteger la naturaleza, ya que el ser humano tiene derecho a vivir en un ambiente sano y natural.

3.2.14 Propuesta Administrativa

3.2.14.1 Razón Social

La empresa a crearse tendrá la siguiente denominación: “PROCUY” S.A.

GRAFICO # 27: RAZÓN SOCIAL.



Fuente: <http://www.machupicchucuy.com>

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.2.14.2 Base filosófica de la Empresa

3.2.14.2.1 Misión

La empresa “**PROCUY S.A**” de Salcedo, tiene como misión producir y comercializar cuyes de las mejores razas y bajo estrictas normas de higiene para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con atención permanente en la

crianza de los cuyes, contribuyendo al bienestar de los empleados y la comunidad, con mayor rentabilidad y eficiencia.

3.2.14.2.2 *Visión*

En el año 2016 “**PROCUY S.A**” será una empresa productora de las mejores razas de cuyes y del mejor peso, además de generar fuentes de empleo para las personas de la zona, buscando solucionar problemas o necesidades que la sociedad requiere frente a un mercado creciente y de constante cambio en su gusto alimenticio.

3.2.14.2.3 *Objetivos Estratégicos*

- Ofertar un producto cien por ciento sano y bajo estrictas normas de higiene. Con el propósito de mejorar la nutrición de las personas y minimizar el mal manejo de sus hábitos alimenticios.
- Procurar que en los cinco años posteriores al inicio de las actividades productivas y comerciales de la empresa encargada de la crianza de cuyes de raza, la participación en el mercado no sea menor al 25% de su totalidad.
- Recuperar el capital invertido en la organización en un tiempo apropiado y obtener réditos, de por lo menos del 45%.
- Capacitar a los empleados mediante un mercado interno, orientado hacia el conocimiento de los empleados, involucrando la visión, misión, objetivos, metas y proyectos que tiene la empresa; con lo que se pretende estimular la capacidad de responsabilidad con las tareas que ejerce cada uno, lo cual facilitara la creación de un adecuado clima laboral basado en derechos y responsabilidades recíprocas.
- Incrementar la gestión administrativa a través del control de indicadores de imagen corporativa, imagen interna, dinámica organizacional, clima organizacional y calidad de desempeño de los funcionarios.

- Implementar la imagen de atención y satisfacción del cliente, entorno al mejoramiento de los servicios, eficiencia empresarial y fortalecimiento del sentido de la pertenencia para con la empresa.

3.2.14.2.4 Valores – Principios

A continuación se detallan los principios y valores de la nueva empresa:

Morales y Éticos

- Respeto
- Honestidad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Creatividad
- Sana competencia, y
- Dignidad

Económicos

- Rentabilidad justa y equitativa
- Expansión y crecimiento
- Generación de empleo y
- Desarrollo profesional

Administrativos

- Calidad
- Productividad
- Servicio al cliente.

3.2.14.2.5 Políticas

Las políticas para el nuevo negocio están diseñadas a partir de la misión y los objetivos institucionales, con responsabilidad y compromiso en su estructuración por parte de los directores de la empresa, para las siguientes áreas:

Clientes

- Brindar trato adecuado a todos los clientes, en sus requerimientos e inquietudes considerando que el fin de la empresa es el dar un buen servicio al cliente.
- Buscar la satisfacción del cliente es responsabilidad de todos los miembros de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.

Organización

- Efectuar una reunión quincenal documentada de trabajo de cada unidad, a fin de regular y valorar planes y programas, definir prioridades y plantear posibles soluciones.
- Conservar el ecosistema y la seguridad de la colectividad en todo trabajo.
- Mantener en la empresa un sistema de comunicación sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes.

- Difundir constantemente la gestión de la empresa tanto en forma interna como en forma externa.

Personal

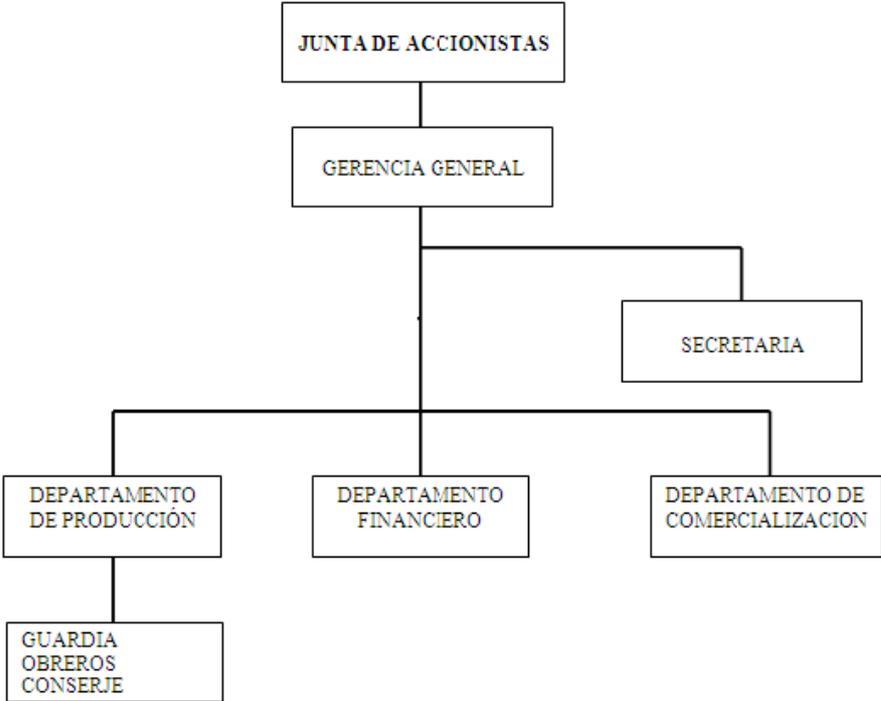
- Realizar todo trabajo con la mayor eficiencia.
- Todos los integrantes de la empresa deben llevar consigo un amplio conocimiento de la ética profesional.
- El trabajo dentro de la empresa es de carácter poli funcional, es decir ningún trabajador podrá abstenerse a cumplir una actividad para la que él sea considerado debidamente capacitado.

3.2.15 Estructura Organizacional

Todos los puestos de trabajo dentro de la organización deben definirse claramente, estableciendo que actividades van a desempeñar y quien debe ocuparse de ellas. Así mismo, es necesario que todos los integrantes de la empresa comprendan la estructura de su organización, para que esta funcione.

Se ha considerado necesario crear una gerencia general que se encargue de controlar las ramas de producción, comercialización y finanzas, el número a elegir no va en función del tamaño de la empresa, el factor influyente fue la complejidad de la estructura organizacional.

GRÁFICO # 28: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL EMPRESA “PROCUY S.A”

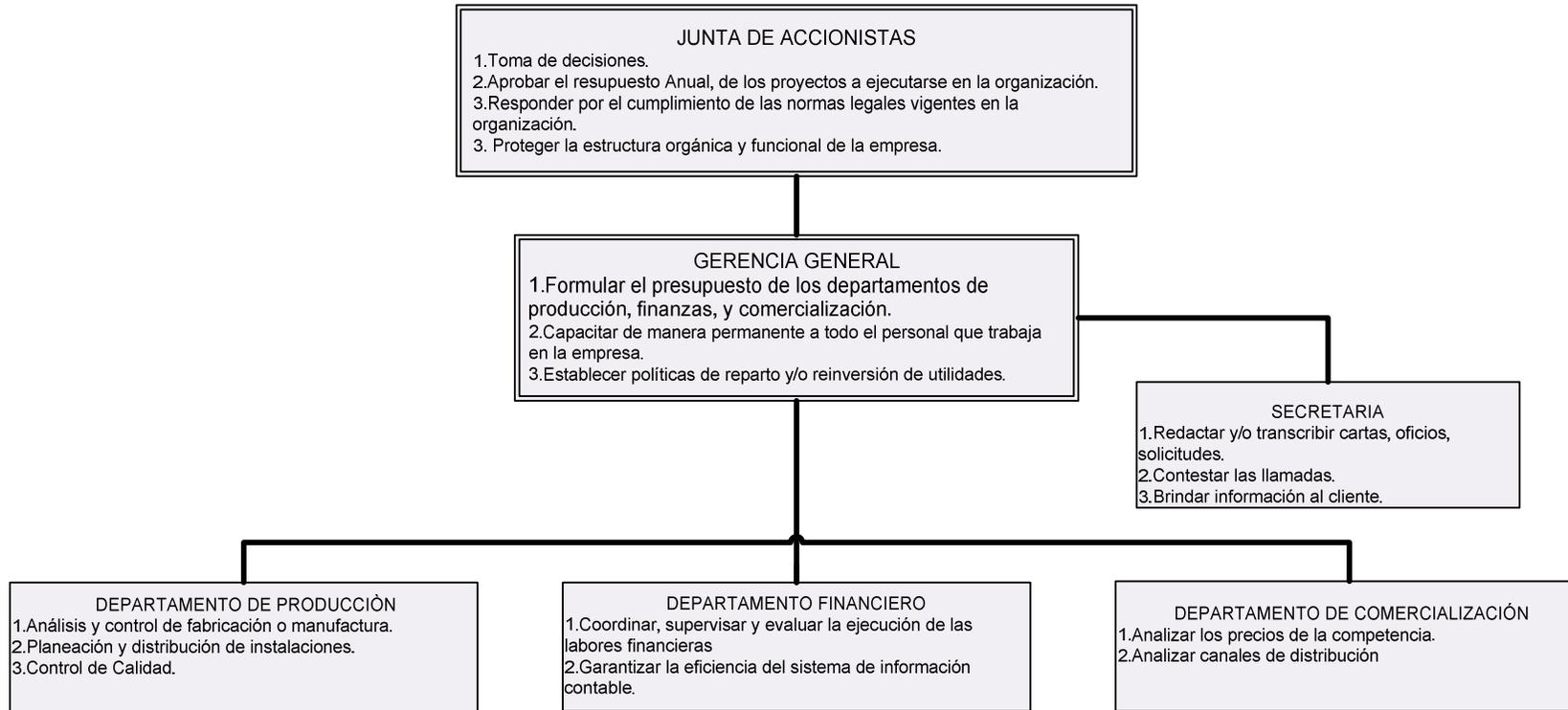


Fuente: Idalberto Chiavenato

Elaborado por: Maricela Sánchez

	NOMBRE	SÍMBOLO
Elaborado por: Maricela Sánchez	Unidad Administrativa	
Firma.....	Autoridad	
Aprobado por:	Canal de Mando	
Ing. Walter Navas	Auxiliar	
Firma.....	Asesor	
Fecha de Aprobación: 22/02/2012	Subordinacion	

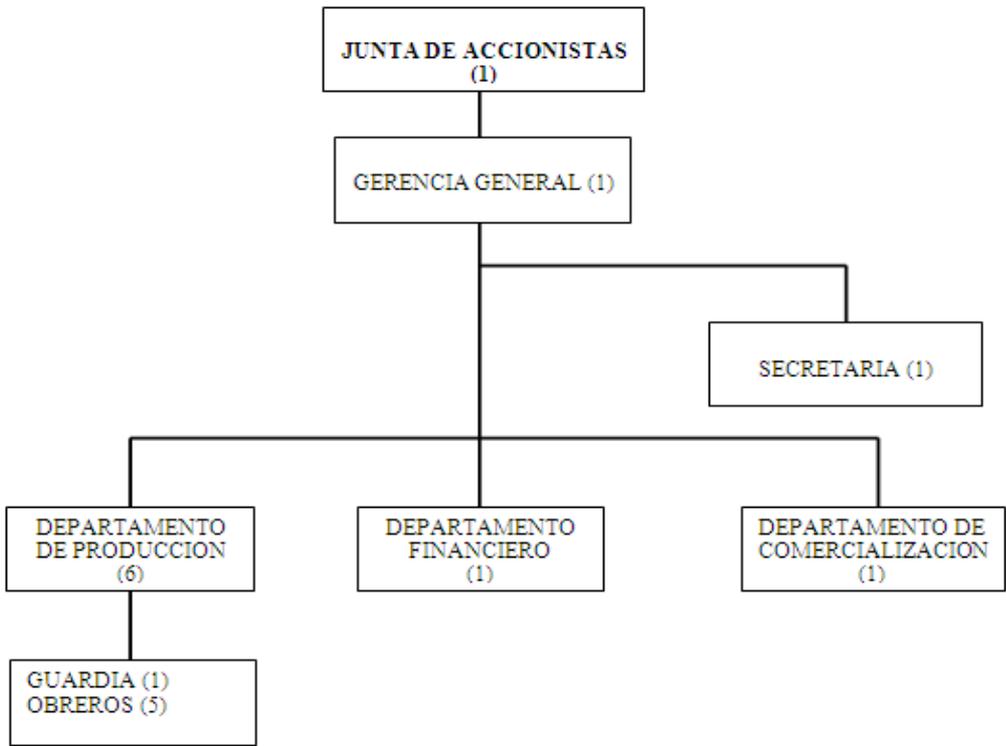
GRÁFICO # 29: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “PROCUY S.A



Fuente: Idalberto Chiavenato

Elaborado por: Maricela Sánchez

GRÁFICO # 30: ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “PROCUY S.A”



Fuente: Idalberto Chiavenato

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.2.15.1 Descripción de Cargos

Junta de Accionistas

La empresa, por considerarse una Sociedad Anónima, está precedida por una Junta de Accionistas. El directorio es el órgano ejecutor de las resoluciones de la Junta General de Accionistas, cuyos integrantes conllevan la obligación de disponer el cumplimiento de las políticas y normas, para el logro de las metas y objetivos anuales previamente planificados.

Funciones de la Junta de Accionistas

- Aprobar el Presupuesto Anual, de los proyectos a ejecutarse en la organización.

- Diseñar y alterar los estatutos de la Organización, así como su Reglamento Interno, las veces que consideren necesarias para controlar el funcionamiento de la empresa y evaluar el resultado de sus actividades.
- Proteger la estructura orgánica y funcional de la empresa.
- Autorizar la contratación y convenios, según las normas establecidas para estos propósitos.
- Responder por el cumplimiento de las normas legales vigentes en la organización.

Gerencia General

La Gerencia General será responsable de la planificación, organización, dirección y control en las áreas de finanzas, producción y comercialización de cuyes.

Funciones de la Gerencia General

- Formular el presupuesto de los departamentos de producción, finanzas, y comercialización, vigilando los gastos a cada uno de ellos.
- Se encargará del proceso de selección al personal de las diferentes áreas departamentales.
- Capacitar de manera permanente a todo el personal que trabaja en la empresa.
- Asesorar sobre el correcto y oportuno empleo de los recursos con los que cuenta la organización en coordinación con las otras áreas.
- Asegurar el financiamiento para cumplir de manera acertada con las obligaciones contraídas por la empresa.
- Recomendar a la junta de accionistas la contratación de créditos para invertir proyectos relacionados con la organización.

- Precautelar que todos los activos con los que cuenta la empresa se encuentren debidamente asegurados.
- Establecer políticas de reparto y/o reinversión de utilidades.

Departamento Financiero

Este departamento está a cargo del Contador, entre sus funciones está:

Funciones del Contador

- Administrar las operaciones concernientes a la Contabilidad General.
- Llevar el registro de las transacciones en el Diario General.
- Registrar los comprobantes de ingreso y de egreso, facturas, recibos y todo documento de respaldo contable.
- Realizar conciliaciones bancarias y encargarse del pago de impuestos.
- Planear acciones oportunas y pertinentes para el cierre adecuado de la información contable.
- Liquidar el estado de pérdidas y ganancias.
- Planificar el trabajo del departamento de Contabilidad para obtener los balances y estados financieros de manera mensual.
- Aplicar los correctivos adecuados, ajustes, reclasificación de cuentas y rubros pertinentes.
- Realizar el análisis de cuentas de inversión, facturación y depósitos.
- Registrar las notas de débito para la adecuada elaboración de roles de pago y el posterior depósito por los servicios de los empleados de la empresa.

- Controlar las notas de crédito por préstamos concedidos.
- Facilitar los estados de cuenta de proveedores.
- Elaborar planillas de aportes y pagos al IESS.
- Custodiar la documentación y mantener el archivo permanente.
- Informar a la Gerencia de las fechas de vencimiento de las obligaciones.
- Efectuar depósitos bancarios diarios.
- Controlar las liquidaciones bancarias por los préstamos otorgados y pagos realizados.

Departamento de Producción

El Supervisor es el principal de este departamento, quien tiene a su disposición al encargado de control de crecimiento de cobayos, y Conserje, para velar por el normal funcionamiento de la planta tienen las siguientes funciones:

Funciones del encargado de la crianza de cuyes:

- Hará uso de las instalaciones, equipos y útiles, adaptándolos a las necesidades de las especies de crecimiento y objetivos de producción, manteniéndolos en perfecto estado operativo.
- Efectuará los procedimientos necesarios para llevar a cabo las diferentes etapas de crecimiento, apareamiento y engorde de los cuyes, aplicando las técnicas adecuadas para el efecto.
- Llevará a cabo las acciones pertinentes para iniciar el proceso de engorde de los cuyes.
- Reconocer los principales síntomas de enfermedad de los cuyes y aplicar los tratamientos preventivos y/o curativos según criterios preestablecidos.

- Llevar a cabo el mantenimiento de los galpones-criaderos.
- Manejar los medios necesarios de seguridad e higiene cumpliendo todas las normas legales al respecto.
- Se encargara de alimentar a los cuyes durante todo el proceso previo a su comercialización.

Funciones del Supervisor

- Verificar el buen estado de los cuyes.
- Asegurar el aprovechamiento de la planta en su totalidad.
- Recibir la materia prima indirecta y los materiales necesarios para el proceso de crecimiento de los cuyes.
- Asegurar el correcto suministro de ventilación, extracción de olores, energía y agua potable de la planta.
- Verificar el pesaje correcto del producto final.
- Controlar el cumplimiento de las entregas del producto.

Funciones del Conserje

- Velar por la seguridad de la planta y el resto de las instalaciones y de los bienes que se encuentra en su interior.

Funciones del personal de limpieza

- Limpieza de oficinas, baños, galpones, bodega, y áreas verdes que son parte de la organización.

Departamento de Comercialización

El departamento de comercialización de los cuyes estará encargado de:

- Contactarse y llevar de manera simultánea una base de datos de la cartera de clientes.
- Planificación de un correcto sistema de ventas.
- Cerciorarse de contar con los canales de comercialización más adecuados para el producto en el mercado local del Cantón Salcedo.
- Recibir e informar de manera apropiada a las personas que visiten las instalaciones sobre el proceso de crianza de los cobayos.
- Brindar asesoría telefónica a los clientes que así lo requieran.
- Programar citas con los clientes para darles a conocer cuáles serán sus beneficios al comprar en nuestras instalaciones.

3.2.16 Constitución Jurídica

La empresa piscícola “PROCUY” S.A. será constituida legalmente como Sociedad Anónima.

Sociedad Anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, está dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. (Art. 143 de la Ley de Compañías Anónimas). Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa,

como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. (Art. 144 de la Ley de Compañías Anónimas).

Accionistas

Capacidad: Para invertir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. (Art. 145 de la Ley de Compañías Anónimas).

Número de accionistas: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Art. 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Art. 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

Capital mínimo: El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Constitución de la compañía: La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. (Art. 146 de la Ley de Compañías Anónimas).

La escritura de constitución contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- El objeto social, debidamente concretado.
- Su denominación y duración.
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
- El domicilio de la compañía.
- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- Las normas de reparto de utilidades.
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente.
- La forma de proceder a la designación de liquidadores. (Art. 150 de la Ley de Compañías Anónimas).

Trámites para la Constitución de la Compañía Anónima

- Primero debe reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Elaboración de la minuta, la que contendrá el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital. Debe llevar la firma de un abogado.
- Los socios deberán depositar los aportes en numerario en una cuenta especial de 'Integración de Capital', abierta en un banco, a nombre de la compañía en formación. El certificado de depósito emitido por el banco, con el detalle del aporte que corresponda a cada socio, se adjuntará a la escritura de constitución.
- Luego se presentará en una Notaría para que se eleve a escritura pública; Si se aportan bienes muebles o inmuebles serán valuados por los socios o peritos designados por ellos. El avalúo también se agregará a la escritura.
- Se redactará la solicitud de aprobación de la constitución de la compañía, dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura. Con lo cual se logra la aprobación, mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- Para que el mercado conozca de la nueva compañía se hace la publicación del extracto de la escritura en uno de los periódicos de amplia circulación en el Cantón de domicilio de la compañía.
- Una vez el Notario que autorizó la escritura de constitución toma nota al margen de la matriz de dicho instrumento del contenido de la resolución aprobatoria; se acude al municipio donde se tramitará la Patente Municipal.
- Es importante que la compañía esté Afiliada a la Cámara de la Producción de acuerdo con el objeto social de la empresa, porque así obtendrá un respaldo extra que de otra manera, el mercado, puede resultar inseguro para esta.

- Se realizara la inscripción en el Registro Mercantil de la escritura y de la Resolución de la Superintendencia de Compañías y luego la emisión e inscripción de los nombramientos de los representantes legales en el Registro Mercantil.
- En la parte tributaria de hace la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes.
- Finalmente se obtiene la autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de " Integración de Capital" de la que se hablo anteriormente, sean retirados y pueda iniciar sus actividades comerciales o de producción.

Permisos de Operación

Otro requisito adicional a la aprobación de la escritura pública es la aprobación de permisos de operación de la compañía los mismos que son regidos por la Legislación Ecuatoriana, tales como;

Patente Municipal

Para su obtención, quienes ejerzan actividades económicas se deben inscribir en el Registro de la Jefatura Municipal de Rentas y cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual, para el ejercicio. Cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, volumen y ubicación del negocio.

Registro Único de Contribuyentes

La Ley de Registro Único de Contribuyentes, establece que todas las personas naturales o jurídicas, entes sin personería jurídica, nacionales o extranjeras, que inicien actividades económicas en el país, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancia, beneficios,

remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación, están obligadas a inscribirse por una sola vez, en el Servicio de Rentas Internas. (SRI)

Aspectos Medioambientales (ordenanzas municipales)

Las Municipalidades son las encargadas de expedir ordenanzas para la prevención y control de la contaminación producida por las descargas líquidas industriales y las emisiones hacia la atmósfera, en vista de que la contaminación ambiental estaba tomando características de peligrosidad para la salud y bienestar de los habitantes.

Registros Sanitarios

Implica que los productos ofrecidos por las empresas cuenten con la debida aprobación de la autoridad competente en este caso del Ministerio de Salud, garantizando su uso o consumo en condiciones que no afecten a la salud e integridad de los consumidores; luego de su obtención el registro sanitario estará sujeto al pago de una tasa de inscripción para cubrir los costos administrativos involucrados, así como al pago de una tasa anual a favor del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

3.3 Estudio Económico

Para confirmar la factibilidad del Plan de Negocios para la Creación de la Empresa de Crianza y Comercialización de cuyes en el Cantón Salcedo, se debe determinar el potencial financiero y establecer si efectivamente es una oportunidad de negocio.

El estudio financiero, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

El análisis financiero consiste en elaborar los estados financieros para comparar, estudiar e interpretar los datos obtenidos, mismos que ayudarán a la gerencia a la toma de decisiones.

3.3.1 Inversión Inicial

La inversión inicial comprende la compra de todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

Para que la empresa inicie sus actividades con normalidad se necesita invertir en activos fijos que seguidamente se resume en la siguiente tabla:

TABLA # 39: INVERSIÓN INICIAL (EN DÓLARES)

Nº	DETALLE	VALOR
1	Inversión (a+b)	\$ 96.051,75
	a) Inversión Fija	\$ 89.335,00
	Terrenos	\$ 20.160,00
	Edificios y construcciones}	\$ 65.000,00
	Maquinaria y equipo	\$ 2.790,00
	Muebles y enseres	\$ 1.385,00
	b) Inversión Diferida	\$ 6.716,75
	Gastos de instalación	\$ 1.050,00
	Gastos de constitución	\$ 1.200,00
	Imprevistos (5 % de activo fijo)	\$ 4.466,75
2	Capital de trabajo	\$ 10.581,17
	Materia Prima Directa	\$ 6.650,00
	Mano de obra directa	\$ 1.120,00
	Gasto de venta y administración	\$ 2.811,17
	Inversión Total (1+2)	\$ 106.632,92

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

Para la constitución de la nueva empresa se requiere de una Inversión Inicial Total de \$106.632,92 dato que se obtuvo de los diferentes cálculos financieros, provenientes de los requerimientos y costos planteados para el proyecto.

3.3.2 *Financiamiento*

3.3.2.1 *Financiamiento Propio*

La primera fuente de recursos financieros para iniciar la constitución de la nueva empresa proviene del aporte de capital de los tres accionistas, la misma que asciende a un valor de \$63.979,75 que corresponde al 60% del total de la Inversión Inicial; rubro que será dividido para la idealista del proyecto y dos accionistas que se suman a dicho proyecto.

TABLA # 40: APOORTE DE INVERSIONISTAS

INVERSIONISTA	APORTE	PORCENTAJE
Maricela Sánchez	\$ 21.326,58	20%
Inversionista 1	\$ 21.326,58	20%
Inversionista 2	\$ 21.326,58	20%
TOTAL	\$ 63.979,75	60%

Fuente: Tablas anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.2.2 *Financiamiento Mediante Préstamos*

La diferencia que corresponde a un 40% de la Inversión Inicial Total requerida, esto es \$ 42.653.17 será financiado por un crédito obtenido a través del Banco Nacional de Fomento, institución que brinda las condiciones apropiadas para llevar a cabo este tipo de negocio.

TABLA # 41: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Línea de Crédito	Sector Agropecuario
Destino Legal	Activos Fijos
Monto Solicitado	\$ 42.653,17
Plazo contratado	5 años
Periodo de gracia	1 año
Tasa de interés anual	9%
Amortización convenida	Trimestral

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

TABLA # 42: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA (EN DÓLARES)

AÑO	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
0			\$3.838,79	\$ 3.838,79	\$42.653,17
1	\$ 42.653,17	\$8.530,63	\$ 3.071,03	\$ 11.601,66	\$ 34.122,53
2	\$ 34.122,53	\$ 8.530,63	\$ 2.303,27	\$ 10.833,90	\$ 25.591,90
3	\$ 25.591,90	\$ 8.530,63	\$ 1.535,51	\$ 10.066,15	\$ 17.061,27
4	\$17.061,27	\$ 8.530,63	\$ 767,76	\$ 9.298,39	\$ 8.530,63
5	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	-	\$ 8.530,63	-
		\$42.653,17	\$ 11.516,36	\$ 54.169,52	

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.3 Cronograma de Inversiones

TABLA # 43: CRONOGRAMA DE INVERSIONES

N°	ACTIVIDAD	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOS.				SEPT.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Legalización de la empresa	■	■	■	■																								
2	Trámite para la obtencion del crédito					■	■	■	■																				
3	Adquisición del terreno									■	■																		
4	Construcción de la planta de operaciones										■	■	■	■	■	■													
5	Acabados de las instalaciones														■	■													
6	Compra del equipo															■													
7	Compra de mobiliario, menaje y lencería															■													
8	Instalación de equipos																■												
9	Negociación y compra de Materia Prima																■	■	■	■									
10	Selección del personal																	■	■	■									
11	Integración del personal																		■	■									
12	Publicidad y promoción																			■	■	■	■						
13	Inicio de actividades																				■	■	■	■					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.4 Determinación de los Costos de Producción

Un bien fundamentado conocimiento de los costos debe ser la base principal para fijar los precios a los diferentes productos o servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Conocer bien estos costos permite determinar la relación costo /beneficio de cada producto y su rentabilidad.

Es necesario prever de manera real los costos de operación global del proyecto con la finalidad de determinar su viabilidad a largo plazo.

TABLA # 44: COSTOS DE PRODUCCIÓN (EN DÓLARES)

DETALLE DEL COSTO	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
Nivel de Producción(Libras)	60.146	61.409	62.699	64.015	65.360
1.- Costos Fijos	\$ 40.633,60	\$ 41.800,48	\$ 43.133,12	\$ 44.646,59	\$ 46.357,37
Mano de Obra Directa	\$ 13.440,00	\$ 14.779,97	\$ 16.253,53	\$ 17.874,01	\$ 19.656,05
Costos Generales de Fabricación	\$ 23.354,81	\$ 23.949,48	\$ 24.576,32	\$ 25.237,07	\$ 25.933,57
Mano de Obra Indirecta	\$ 8.628,00	\$ 9.094,77	\$ 9.586,80	\$ 10.105,45	\$ 10.652,15
Servicios Básicos	\$ 2.364,00	\$ 2.491,89	\$ 2.626,70	\$ 2.768,81	\$ 2.918,60
Depreciaciones	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18
Amortizaciones de la inversión diferida	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63
Gastos Financieros	\$ 3.838,79	\$ 3.071,03	\$ 2.303,27	\$ 1.535,51	\$ 767,76
Intereses	\$ 3.838,79	\$ 3.071,03	\$ 2.303,27	\$ 1.535,51	\$ 767,76
2.- Costos Variables	\$ 90.840,00	\$ 95.754,44	\$ 100.934,76	\$ 106.395,33	\$ 112.151,32
Materia Prima Directa	\$ 79.800,00	\$ 84.117,18	\$ 88.667,92	\$ 93.464,85	\$ 98.521,30
Materia Prima Indirecta	\$ 11.040,00	\$ 11.637,26	\$ 12.266,84	\$ 12.930,48	\$ 13.630,01
TOTAL	\$ 131.473,60	\$ 137.554,92	\$ 144.067,88	\$ 151.041,92	\$ 158.508,69

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

Los costos de producción tanto fijos como variables están calculados en función de proyecciones realizadas desde el año 2012 al 2016, con una tasa de inflación que corresponde al 5,41% dato extraído del Banco Central del Ecuador. En cuanto a los rubros de la depreciación y amortización se los establece como costos virtuales, dado que tienen el efecto de un costo sin serlo, pero para su recuperación se los considera dentro de los costos de operación.

3.3.4.1 Costos Unitarios de Producción

Para determinar el costo unitario del nuevo producto se debe considerar los costos totales de producción fraccionado para la producción anual, este cálculo permite identificar cuanto le cuesta a la empresa producir una unidad, y cuál será su posible utilidad.

A continuación se detalla su cálculo: $CUP = \frac{CT}{QT}$

Dónde:

C.U.P. = Costo Unitario de Producción

C.T. =Costo Total

Q.T. = Cantidad Total a producir

TABLA # 45: COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN (EN DÓLARES)

DETALLE	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Total	\$ 131.473,60	\$ 137.554,92	\$ 144.067,88	\$ 151.041,92	\$ 158.508,69
Producción Anual	60.146	61.409	62.699	64.015	65.360
Costo Unitario	\$ 2,19	\$ 2,24	\$ 2,30	\$ 2,36	\$ 2,43

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

La utilidad que genera para el primer año será de \$2,19 aproximadamente esta cifra podrá variar de acuerdo a las temporadas de venta como se puede visualizar en la tabla.

3.3.4.2 Determinación de Ingresos

Los ingresos se establecerán mediante el volumen de producción a ofertar, acorde al tamaño y demanda que se pretende cubrir en la nueva empresa durante sus cinco años de vida útil. En cuanto al precio se valoró en función de la investigación de mercado, donde se consideró el precio de la competencia y el costo operativo para la producción de cuyes.

3.3.4.3 Ingresos Anuales Proyectados

Para determinar los ingresos anuales se ha establecido la siguiente relación:

$$I = Q * P$$

Dónde:

I = Ingresos por ventas

Q = Cantidad de productos ofrecidos

P = Precio de venta

La nueva empresa de crianza y comercialización de cuyes por sus ventas anuales obtendrá los siguientes ingresos, que se detallan a continuación:

TABLA # 46: INGRESOS ANUALES PROYECTADOS (EN DÓLARES)

PRODUCTO CUYES			
AÑOS	Cantidad (lib.)	Precio por unidad.	Total Ingresos
2012	60.146	\$ 6,32	\$ 380.122,72
2013	61.409	\$ 6,66	\$ 409.101,79
2014	62.699	\$ 7,02	\$ 440.290,12
2015	64.015	\$ 7,40	\$ 473.856,12
2016	65.360	\$ 7,80	\$ 509.981,06

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un elemento de análisis y planeación empresarial que sirve para apoyarse en la toma de decisiones en situaciones no habituales y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos del negocio.

Deben ser consideradas las limitaciones que se desprenden del punto de equilibrio, pues este única y exclusivamente orienta a la estimación del equilibrio

entre ingresos y egresos, más resulta inservible para poder pronosticar otras perspectivas en relación con el producto y su comportamiento en el mercado.

Para llevar a cabo el cálculo del Punto de Equilibrio se debe aplicar las siguientes fórmulas:

a) En Términos Monetarios (Costos Totales):

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{INGRESO POR VENTAS}}}$$

b) En Unidades Físicas (Clientes):

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{P. E. MONETARIO}}{\text{PRECIO DE VENTA}}$$

TABLA # 47: PUNTO DE EQUILIBRIO (EN DÓLARES)

DETALLE	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos por ventas	\$ 380.122,72	\$ 409.101,79	\$ 440.290,12	\$ 473.856,12	\$ 509.981,06
Costo total	\$ 131.473,60	\$ 137.554,92	\$ 144.067,88	\$ 151.041,92	\$ 158.508,69
Costos fijos	\$ 40.633,60	\$ 41.800,48	\$ 43.133,12	\$ 44.646,59	\$ 46.357,37
Costos variables	\$ 90.840,00	\$ 95.754,44	\$ 100.934,76	\$ 106.395,33	\$ 112.151,32
Precio de venta	\$ 6,32	\$ 6,66	\$ 7,02	\$ 7,40	\$ 7,80
P:E: MONETARIO	\$ 53.393,28	\$ 54.574,10	\$ 55.962,24	\$ 57.573,66	\$ 59.425,88
P.E. FÍSICO	8.448	8.192	7.969	7.778	7.616

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

Una vez efectuado el cálculo pertinente del punto de equilibrio, se observa entonces que la nueva empresa debe contar con un volumen de ventas de \$53.393,28 para que no exista perdida ni ganancia en el transcurso del año 2012, o en otras palabras sus ventas deben ascender a 8.448 cuyes.

3.3.6 Estados Financieros

3.3.6.1 Estado de Perdidas Ganancias (Proforma)

TABLA # 48: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (EN DÓLARES)

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$ 380.122,72	\$ 409.101,79	\$ 440.290,12	\$ 473.856,12	\$ 509.981,06
EGRESOS					
Costo de producción	\$ 116.594,81	\$ 122.846,63	\$ 129.497,77	\$ 136.575,93	\$ 144.110,92
Materia prima directa	\$ 79.800,00	\$ 84.117,18	\$ 88.667,92	\$ 93.464,85	\$ 98.521,30
Mano de obra directa	\$ 13.440,00	\$ 14.779,97	\$ 16.253,53	\$ 17.874,01	\$ 19.656,05
Costo general de fabricacion	\$ 23.354,81	\$ 23.949,48	\$ 24.576,32	\$ 25.237,07	\$ 25.933,57
UTILIDAD BRUTA	\$ 263.527,91	\$ 286.255,16	\$ 310.792,35	\$ 337.280,19	\$ 365.870,15
Gasto de operación					
Gastos administrativos y de ventas	\$ 33.550,67	\$ 34.688,04	\$ 35.863,96	\$ 37.079,75	\$ 38.336,75
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 229.977,24	\$ 251.567,13	\$ 274.928,39	\$ 300.200,44	\$ 327.533,39
Gastos financieros					
Intereses	\$ 3.838,79	\$ 3.071,03	\$ 2.303,27	\$ 1.535,51	\$ 767,76
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$ 226.138,45	\$ 248.496,10	\$ 272.625,11	\$ 298.664,92	\$ 326.765,63
15% Participación de trabajadores	\$ 33.920,77	\$ 37.274,41	\$ 40.893,77	\$ 44.799,74	\$ 49.014,85
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 192.217,68	\$ 211.221,68	\$ 231.731,35	\$ 253.865,18	\$ 277.750,79
Impuesto a la Renta 25%	\$ 48.054,42	\$ 52.805,42	\$ 57.932,84	\$ 63.466,30	\$ 69.437,70
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$ 144.163,26	\$ 158.416,26	\$ 173.798,51	\$ 190.398,89	\$ 208.313,09
5% reserva legal	\$ 7.208,16	\$ 7.920,81	\$ 8.689,93	\$ 9.519,94	\$ 10.415,65
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 136.955,10	\$ 150.495,45	\$ 165.108,59	\$ 180.878,94	\$ 197.897,44

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.6.2 Flujo de Caja

TABLA # 49: FLUJO DE CAJA (EN DÓLARES)

DETALLES	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERAC.	\$ -	\$ 380.122,72	\$ 409.101,79	\$ 440.290,12	\$ 473.856,12	\$ 509.981,06
Ingresos por ventas		\$ 380.122,72	\$ 409.101,79	\$ 440.290,12	\$ 473.856,12	\$ 509.981,06
B. EGRESOS OPERAC.	\$ -	\$ 146.458,67	\$ 154.317,22	\$ 162.639,05	\$ 171.454,54	\$ 180.796,27
Materia prima directa		\$ 79.800,00	\$ 84.117,18	\$ 88.667,92	\$ 93.464,85	\$ 98.521,30
Materia prima indirecta		\$ 11.040,00	\$ 11.637,26	\$ 12.266,84	\$ 12.930,48	\$ 13.630,01
Mano de obra directa		\$ 13.440,00	\$ 14.779,97	\$ 16.253,53	\$ 17.874,01	\$ 19.656,05
Mano de obra indirecta		\$ 8.628,00	\$ 9.094,77	\$ 9.586,80	\$ 10.105,45	\$ 10.652,15
Gatos administrativos		\$ 27.600,00	\$ 28.535,64	\$ 29.503,00	\$ 30.503,15	\$ 31.537,21
Gastos de ventas		\$ 5.950,67	\$ 6.152,40	\$ 6.360,96	\$ 6.576,60	\$ 6.799,55
C. FLUJO OPERAC. (A-B)	\$ -	\$ 233.664,05	\$ 254.784,57	\$ 277.651,06	\$ 302.401,58	\$ 329.184,79
D. INGRESOS NO OPERAC.	\$ 106.632,92	\$ 12.362,81	\$ 12.362,81	\$ 12.362,81	\$ 12.362,81	\$ 12.362,81
Créditos a contartarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos a contartarse a largo plazo	\$ 42.653,17					
Futuras capacitaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de capital	\$ 63.979,75					
Depreciación		\$ 3.832,18	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18	\$ 3.832,18
Amortización		\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63
Saldo remanente						
E. EGRESOS NO OPERAC.	\$ 181.392,92	\$ 94.344,61	\$ 101.681,50	\$ 109.660,51	\$ 118.332,18	\$ 127.750,93
Pago de interés		\$ 3.838,79	\$ 3.071,03	\$ 2.303,27	\$ 1.535,51	\$ 767,76
Pago de crédito a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de crédito a largo plazo		\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63	\$ 8.530,63
Pago participación de utilidades		\$ 33.920,77	\$ 37.274,41	\$ 40.893,77	\$ 44.799,74	\$ 49.014,85
Pago de impuestos		\$ 48.054,42	\$ 52.805,42	\$ 57.932,84	\$ 63.466,30	\$ 69.437,70
Adquisición de activos fijos	\$ 160.535,00					
Terrenos	\$ 20.160,00					
Edificios	\$ 136.200,00					
Maquinaria y equipo	\$ 2.790,00					
Muebles y enseres	\$ 1.385,00					
Cargos Diferidos	\$ 10.276,75					
Capital de trabajo	\$ 10.581,17					
F. FLUJO NO OPERAC. (D-E)		\$ (81.981,79)	\$ (89.318,68)	\$ (97.297,69)	\$ (105.969,37)	\$ (115.388,12)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)		\$ 151.682,26	\$ 165.465,89	\$ 180.353,37	\$ 196.432,22	\$ 213.796,67
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 15.047,92	\$ 180.513,81	\$ 360.867,18	\$ 557.299,39	
I. SALDO FINAL DE CAJA		\$ 151.682,26	\$ 180.513,81	\$ 360.867,18	\$ 557.299,39	\$ 771.096,07

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.6.3 Estado de Situación Financiera

TABLA # 50: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (EN DÓLARES)

Cuentas	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
	\$ 15.047,92	\$ 190.205,97	\$ 399.806,61	\$ 504.286,09	\$ 547.867,46	\$ 594.925,95
Disponible						
Caja-Bancos	\$ 15.047,92	\$ 190.205,97	\$ 399.806,61	\$ 504.286,09	\$ 547.867,46	\$ 594.925,95
ACTIVO FIJO	\$ 89.335,00	\$ 85.502,82	\$ 81.670,64	\$ 77.838,46	\$ 74.006,28	\$ 70.484,25
No depreciable						
Terrenos	\$ 20.160,00	\$ 20.160,00	\$ 20.160,00	\$ 20.160,00	\$ 20.160,00	\$ 20.160,00
Depreciable						
Edificios	\$ 65.000,00	\$ 61.912,50	\$ 58.825,00	\$ 55.737,50	\$ 52.650,00	\$ 49.562,50
Maquinaria y equipo	\$ 2.790,00	\$ 2.169,97	\$ 1.549,94	\$ 929,91	\$ 309,88	\$ -
Muebles y enseres	\$ 1.385,00	\$ 1.260,35	\$ 1.135,70	\$ 1.011,05	\$ 886,40	\$ 761,75
OTROS ACTIVOS						
Diferidos						
Gastos de instalación	\$ 1.050,00	\$ 840,00	\$ 630,00	\$ 420,00	\$ 210,00	\$ -
Gastos de constitución	\$ 1.200,00	\$ 960,00	\$ 720,00	\$ 480,00	\$ 240,00	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 106.632,92	\$ 277.508,79	\$ 482.827,25	\$ 583.024,55	\$ 622.323,74	\$ 665.410,20
PASIVO						
A corto plazo						
15% participación de trabajadores	\$ -	\$ 33.920,77	\$ 37.274,41	\$ 40.893,77	\$ 44.799,74	\$ 49.014,85
A largo plazo						
Documentos por pagar	\$ 42.653,17	\$ 42.653,17	\$ 34.122,53	\$ 25.591,90	\$ 17.061,27	\$ 8.530,63
TOTAL PASIVO	\$ 42.653,17	\$ 76.573,94	\$ 71.396,95	\$ 66.485,67	\$ 61.861,01	\$ 57.545,48
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 63.979,75	\$ 63.979,75	\$ 63.979,75	\$ 63.979,75	\$ 63.979,75	\$ 63.979,75
Utilidad acumulada	\$ -	\$ -	\$ 136.955,10	\$ 287.450,55	\$ 315.604,03	\$ 345.987,53
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 136.955,10	\$ 150.495,45	\$ 165.108,59	\$ 180.878,94	\$ 197.897,44
TOTAL PATRIMONIO	\$ 63.979,75	\$ 200.934,85	\$ 351.430,30	\$ 516.538,89	\$ 560.462,73	\$ 607.864,72
TOTAL PASIVO Y PATRIM.	\$ 106.632,92	\$ 277.508,79	\$ 422.827,25	\$ 583.024,55	\$ 622.323,74	\$ 665.410,20

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

3.3.7 Razones Financieras

El presente análisis permitirá a los inversionistas medir la factibilidad o no de la nueva empresa, para lo cual se aplica los siguientes indicadores o razones de gestión, financieros:

3.3.7.1 Razones de Liquidez

Refleja la capacidad que tiene la nueva empresa para respaldar el pago de sus obligaciones a corto plazo conforme se vencen. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa. Las dos medidas básicas de la liquidez total de la empresa son el capital neto de trabajo y el índice de solvencia.

Capital de Trabajo:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 89.355,00 - 42.653,17$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 46.681,83$$

La empresa “**PROCUY S.A**” luego de pagar sus deudas de corto plazo cuenta con \$46.701,83 como recursos para poder operar con normalidad

Razón Corriente:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón Corriente} = \frac{89.355,00}{42.653,17} =$$

$$\text{Razón Corriente} = \$2,09$$

Por cada dólar de deuda que la empresa “**PROCUY S.A**” ha adquirido en el corto plazo, esta cuenta con \$2,09 para cubrirla.

3.3.7.2 Razones de Rentabilidad

Margen Neto de Utilidad:

$$\text{MargenNetodeUtilidad} = \frac{\text{UtilidadNeta}}{\text{VentasNetas}} * 100\%$$

$$\text{MargenNetodeUtilidad} = \frac{136.373,31}{379.162,08} * 100\%$$

$$\text{MargenNetodeUtilidad} = 36\%$$

Del patrimonio total que la empresa posee la utilidad que se obtendrá es del 36% al final de su período contable.

Margen bruto de utilidades:

$$\text{Margen Bruto de utilidad} = \frac{\text{Util. Bruta en Ventas}}{\text{Ventas Netas}} * 100\%$$

$$\text{Margen Bruto de utilidad} = \frac{262.567,27}{379.162,08} * 100\%$$

$$\text{Margen Bruto de utilidad} = 69\%$$

La empresa tendrá un margen bruto de utilidad de ventas correspondientes al 69%.

Rentabilidad Sobre el Capital:

$$\text{RentabilidadSobreelCapital} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}} * 100\%$$

$$\text{Rentabilidad Sobre el Capital} = \frac{136.995,10}{639.79,75} * 100\%$$

$$\text{Rentabilidad Sobre el Capital} = 2,14\%$$

La empresa producirá una rentabilidad del 2,14%, siendo aceptable para la operación de la misma.

3.3.7.3 Razones de Apalancamiento.

Endeudamiento Externo

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{PasivoTotal}}{\text{ActivoTotal}} * 100\%$$

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{42.653,17}{106.632,92} * 100\%$$

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = 40\%$$

Del capital operativo de la empresa el 40% será financiado por el Banco Nacional de Fomento.

Propiedad

$$\text{Indice de Propiedad} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{ActivoTotal}} * 100\%$$

$$\text{Indice de Propiedad} = \frac{637.979,75}{106.632,92} * 100\%$$

$$\text{Nivel de Endeudamiento Interno} = 60 \%$$

Del total del capital operativo de la empresa las socias aportaran con el 60 % para que esta pueda operar con normalidad.

3.4 Evaluación Financiera

En esta parte del proyecto se plantea describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, estos son la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) y el valor actual neto (VAN).

3.4.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

A través del cálculo de la (TMAR), se permitirá conocer la ganancia que el inversionista espera alcanzar a través de la ejecución del proyecto.

Este indicador se obtendrá de un promedio entre la tasa activa y pasiva que presenta el sistema financiero del país, más un porcentaje de prima de riesgo; a continuación se expone los resultados de la misma:

TABLA # 51: TMAR 1

COSTO DEL CAPITAL	PORCENTAJE
PROMEDIO TASA PASIVA	4,53%
INFLACIÓN	5,41%
RIESGO DEL NEGOCIO	2,00%
TMAR 1 (Tasa descuento)	11,94%

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

TABLA # 52: TMAR 2

COSTO DEL CAPITAL	PORCENTAJE
TASA ACTIVA	8,17%
TASA PASIVA	4,53%
PROMEDIO	6,35%
RIESGO PAÍS	7,00%
TMAR 2 (Tasa descuento)	13,35%

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

En el presente estudio la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento es del 11,94 %, resultado que servirá para determinar el valor actual neto VAN, así como la tasa interna de retorno TIR.

3.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN nos permitirá medir la rentabilidad que se obtendrá del proyecto una vez recuperada la inversión en la que la empresa haya incurrido. Para determinar este cálculo se debe considerar dos factores:

- Los flujos futuros que generará el activo.
- Tasa de descuento (consideración del valor del dinero en el tiempo).

Su fórmula matemática es la siguiente:

$$VAN = -I + \frac{\text{Flujo de efectivo 1}}{(1+i)^n} + \frac{\text{Flujo de efectivo 2}}{(1+i)^{n+1}} + \frac{\text{Flujo de efectivo 3}}{(1+i)^{n+2}} + \frac{\text{Flujo de efectivo 4}}{(1+i)^{n+3}}$$

Dónde:

FE = Flujos de Efectivo desde año 0

I = Inversión.

N = Años de vida útil

(1+i) = Factor de actualización

i = Tasa de descuento en base a una TMAR (11,94%)

VAN 1

$$VAN = -106.632,92 + \frac{151.682,26}{(1+0.1194)} + \frac{165.465,89}{(1+0.1194)^2} + \frac{180.353,37}{(1+0.1194)^3} + \frac{196.432,22}{(1+0.1194)^4} + \frac{213.796,67}{(1+0.1194)^5}$$

TABLA # 53: VAN 1

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	ACTUALIZACION	EFFECTIVO	ACTUALIZADOS
0	\$ (106.632,92)	1	\$ (106.632,92)	\$ (106.632,92)
1	\$ 151.682,26	0,9	\$ 137.968,22	\$ 31.335,30
2	\$ 165.465,89	0,81	\$ 150.505,63	\$ 181.840,92
3	\$ 180.353,37	0,73	\$ 164.047,09	\$ 345.888,01
4	\$ 196.432,22	0,66	\$ 178.672,20	\$ 524.560,21
5	\$ 213.796,67	0,6	\$ 194.466,69	\$ 719.026,90

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

VAN 2

$$\text{VAN} = -106.632,92 + \frac{151.682,26}{(1 + 0.1335)} + \frac{165.465,89}{(1 + 0.1335)^2} + \frac{180.353,37}{(1 + 0.1335)^3} + \frac{196.432,22}{(1 + 0.1335)^4} + \frac{213.796,67}{(1 + 0.1335)^5}$$

TABLA # 54: VAN 2

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	ACTUALIZACION	EFFECTIVO	ACTUALIZADOS
0	\$ (106.632,92)	1	\$ (106.632,92)	\$ (106.632,92)
1	\$ 151.682,26	0,85	\$ 133.817,61	\$ 27.184,69
2	\$ 165.465,89	0,72	\$ 145.977,84	\$ 173.162,53
3	\$ 180.353,37	0,61	\$ 159.111,93	\$ 332.274,46
4	\$ 196.432,22	0,52	\$ 173.297,06	\$ 505.571,52
5	\$ 213.796,67	0,45	\$ 188.616,39	\$ 694.187,90

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

De acuerdo al cálculo del Valor Actual Neto, para determinar la viabilidad del proyecto, arroja como resultado la cantidad de 719.026,90 dólares, es decir que existe una rentabilidad, por ende es beneficiosa la inversión.

3.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

- La TIR es igual al porcentaje de rentabilidad generado por el proyecto durante la vida útil del mismo.
- De esta manera se debe aclarar que para el cálculo de la TIR se necesita el cálculo de un segundo VAN.

Su fórmula matemática es la siguiente:

$$TIR = \frac{VAN_1 * r_2 - VAN_2 * r_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$$TIR = \frac{(719.026,90 * 13,35) - (694.187,90 * 11,94)}{(719.026,90) - (694.187,90)}$$

$$TIR = 53 \%$$

El resultado obtenido es una TIR del 53 %, porcentaje que es mayor a la tasa pasiva que en las instituciones financieras del país alcanza un promedio del 4,53% anual y a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que para el proyecto es 11,94%; por consiguiente el proyecto desde un punto de vista financiero es rentable.

3.4.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es el tiempo en que la empresa recuperará el valor total de su inversión.

Su fórmula matemática es la siguiente:

$$PRI = \text{Ultimo año mes acumulado negativo} + \frac{\text{primer mes acumulado positivo}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$PRI = 1 + \frac{\$ 181.840,92}{\$ 106.632,92}$$

$$PRI = 2,71$$

$$PRI = 2 \text{ años, } 7 \text{ meses, } 1 \text{ día}$$

De acuerdo al análisis de todos y cada uno de los cuadros anteriores, se concluye que la inversión realizada en la creación de la empresa de producción y comercialización de cuyo será recuperada en un periodo de 2 años, 7 meses con 1 día.

3.4.5 Relación Costo – Beneficio

La relación costo - beneficio nos permite relacionar los ingresos y egresos actualizados del proyecto dentro del período de análisis, estableciendo en cuantas veces los ingresos superan los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación beneficio – costo debe ser mayor a 1.

Su fórmula matemática es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS TOTALES ACTUALIZADOS}}$$

TABLA # 55: INGRESOS Y COSTOS ACTUALIZADOS

INGRESOS POR VENTAS	COSTOS	ACTUALIZACION	ING. ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
\$ 380.122,72	\$ 131.473,60	0,9	\$ 342.110,45	\$ 118.326,24
\$ 409.101,79	\$ 137.554,92	0,81	\$ 331.372,45	\$ 111.419,49
\$ 440.290,12	\$ 144.067,88	0,73	\$ 321.411,79	\$ 105.169,55
\$ 473.856,12	\$ 151.041,92	0,66	\$ 312.745,04	\$ 99.687,67
\$ 509.981,06	\$ 158.508,69	0,6	\$ 305.988,64	\$ 95.105,21

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

$$R\ B/C = \frac{305.988,64}{95.105,21}$$

$$R\ B/C = \$3,21$$

Al analizar la relación costo- beneficio que genera el proyecto, se presenta un excedente de \$ 3,21 por cada dólar que se gaste.

3.4.6 Análisis de Sensibilidad

Para determinar el análisis de sensibilidad se debe restar los gastos de los ingresos, cuyo resultado se lo divide para el capital invertido, mediante el uso de la siguiente fórmula:

Por estos motivos se realiza el análisis de la sensibilidad el cual es una simulación de posibles estados en el futuro que permitirán a quien deba tomar la decisión de

emprender el proyecto, disponer de todos los elementos necesarios para llevarlos a cabo.

TABLA # 56: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

INDICADORES	TMAR	VAN	TIR	PRI	RB/C	RESULTADO
Proyecto	11,94%	719.026,90	53%	2,71	3,21	VIABLE
Precio de venta (-15%)	11,94%	700.503,61	43%	2,64	3,17	SENCIBLE
Volumen de ventas (-10 %)	11,94%	713.345.11	52%	2,64	3,21	SENCIBLE

Fuente: Tablas Anteriores

Elaborado por: Maricela Sánchez

De acuerdo al análisis de la sensibilidad, se determina que el proyecto es sensible en caso de optar por la disminución en un 15% en el precio de cuyes dando como resultado de un VAN de 700.503,61 que es positivo; mientras que para deducir el volumen de ventas se realizó una disminución del 10% logrando lo que indica que así que el VAN tiende a bajar arrojando una cantidad de 713.345.11 a comparación al VAN del proyecto que es de 719.026,90 de esta manera se llega a concluir que el proyecto debe tener cuidado en la disminución del precio y el volumen de ventas dado que son factores que más afecta al mismo.

CONCLUSIONES

- La fundamentación teórica constituye el primer capítulo de la presente investigación en el cual contienen temas importantes relacionados con el tema de estudio, esto permitirá dar una continuidad a las diferentes etapas que comprende la estructura del proyecto.
- Mediante la ejecución del Estudio de Mercado se concluye que en la ciudad de Salcedo no existe una empresa que se encargue a la crianza y comercialización de cuyes, lo cual dificulta satisfacer a la demanda actual y futura del mercado, provocando con ello un incremento de la demanda insatisfecha.
- El mercado objetivo del presente proyecto está constituido por la Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Salcedo, misma es de 24.225 habitantes.
- Mediante la aplicación de las encuestas el 93% de la población afirma que entre sus gustos de comida está la de consumir carne de cuy, esto brinda la factibilidad para que se pueda llevar a cabo la constitución de la empresa.
- Es importante considerar que un alto porcentaje de la población encuestada considera que la carne de cuy es muy saludable dado que su crianza está basada en una alimentación muy natural, por lo tanto el llevar a cabo este proyecto es absolutamente factible.
- En el Cantón Salcedo la mayor parte de personas son pequeños productores que no cuentan con una visión técnica y comercial del negocio.
- En el estudio técnico se analizó varios mecanismos importantes como: tamaño, localización, costos de producción y maquinaria aspectos necesarios para un adecuado desarrollo del producto con el fin de llegar a satisfacer la demanda.

- La nueva empresa estará ubicado en un sitio estratégico dentro del cantón Salcedo, específicamente en el barrio la Argentina las razones por las cuales fue elegido el estudio en este sector son: la disponibilidad del espacio físico, la cercanía de las fuentes de abastecimiento; las vías de acceso a los clientes y la disponibilidad de todos los servicios básicos.
- La estructura orgánica de la nueva empresa se adecua eficientemente a las necesidades reales de gestión y manejo en la toma de decisiones.
- La inversión inicial que se requiere para la creación de la empresa de producción y comercialización de cuyes asciende a un monto de 106.632,92, el mismo que será financiado por una entidad financiera con el 40% y con el 60%, por los socios del proyecto.
- Después del análisis económico realizado mediante la aplicación del VAN y TIR y costo beneficio se pudo determinar la viabilidad del proyecto, así como las utilidades que generará el mismo y las deudas que cubrirá llegando a pagar el financiamiento.

RECOMENDACIONES:

- Efectuar una lectura comprensiva de la parte contextual del primer capítulo, con el propósito de adoptar un mejor entendimiento para el desarrollo total del proyecto.
- Realizar un continuo estudio de mercado, con la finalidad de detectar aumentos o disminuciones en la demanda de los productos.
- Aumentar paulatinamente la producción de cobayos; basándose en un estudio previo de mercado, de esta manera la empresa no solo incrementará su participación en el mercado sino que sus costos de producción serán menores.
- Conocer periódicamente acerca de avances e innovaciones tanto en la producción como en la comercialización de productos derivados del cuy.
- Otorgar un producto de calidad que este orientado hacia la satisfacción entera de las necesidades y requerimientos de los clientes, que son la razón del ser del negocio.
- Promover la difusión de los productos por medio de publicidad, como estrategia de promoción a fin de incentivar el crecimiento del mercado.
- Tener presente una constante mejora en cuanto a razas y manejo de especies menores; con el fin de proporcionar al consumidor un producto de excelente calidad y ser pioneros en el mercado reconocidos por la calidad y excelencia en los productos y servicios brindados.
- Realizar convenios con los proveedores con el fin de mantener el precio en el mercado.

- Se sugiere iniciar el proyecto con las inversiones y adquisiciones planteadas con la finalidad de generar una buena rentabilidad para que la empresa opere con normalidad.
- Al solicitar un préstamo a una entidad financiera será de mucha importancia analizar la tasa de interés activa de tal forma que la empresa pueda tomar la opción más conveniente donde obtenga mayor garantía y seguridad.
- Poner en marcha el proyecto dado que los resultados son favorables de acuerdo a la investigación ejecutada, además de mantenerse vigilantes ante los movimientos contables que pudieran afectar en la situación económica y financiera dándole una solución a tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Citada

ALCARAZ, Rafael: El emprendedor de éxito, Tercera Edición, México,2006. (Pág.1).

ALEGRE Jenner: Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Quinta edición, Lima-Perú, 2003. (Pág.121-130-148-193).

ASTUCURI Venancio, Administración de Proyectos, (pág.23-67-126).

BACA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Quinta edición, Mc Graw Hill Interamericana, México, Año 2001, (Pág.2-7-8-13-18-33-41-44-48-49-58-84-85-89-94-104-107-110-180-181-195-216)

BERKOWITZ Kerin: Marketing, (pág.298).

CASTRO Raúl & MOKATE Karen, Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión, Segunda Edición, Colombia, 2004(Pág.32-34-35-72).

CASTRO Mercedes, Proyecto de inversión,(pág. 203).

CASTRO Arturo, Proyecto de Inversión, (pág.104-164-174-177-182-231).

COLLAZO Jesús, Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión, (pág.187).

COTRINA Saúl, Evaluación de Proyectos de Inversión, (Pág.217-226-260).

DAFT, Richard: Introducción a la administración, Cuarta Edición, Mc GRAW – HILL Interamericana S.A., México, 2001 (Pág.7).

EROSSA, Victoria, Proyectos de inversión, Primera Edición, Person Educación, México, 1997.(Pág.126-157).

EVERETT Adam, Administración de la Producción y Operaciones, (pág.143).

FINNERTY John, Financiamiento de Proyectos, (pág.13).

GALLARDO Juan. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, (pág. 48).

GREG, Balanko: Como preparar un Plan de Negocios Exitosos, 2010. (Pág.7).

GUERRERO, Gustavo, Proyectos de inversión, Primera edición, Centro de difusión y publicaciones-ESPOL, Guayaquil-Ecuador, 2007. (Pág. 81-82-87-124)

JAMES Stoner: Administración de Empresas, (pág.6).

KOTLER, Philip: Dirección de Mercadotecnia, Edición adaptada, México, 2001, (Pág.33- 130-289-361)

KRAJEWSKI Manoj, Administración de Operaciones, (pág.8-9).

MALHOTRA, Naresh: Investigación de Mercados un enfoque aplicado, Quinta edición, Person Educación, México, 2008. (Pág.14).

NASSIR, Chain: Proyecto de Inversión (Formulación y Evaluación), Primera Edición, Año 2007, (Pág. 26-27-28).

NÚÑEZ, Rafael: Manual para la elaboración de proyectos de inversión, Primera edición, Editorial Trillas. S.A. México, 2007. (Pág. 82-83-103-107)

OCAMPO José, Costos y Evaluación de Proyectos, (pág.167).

PALAO, Jorge y GÓMEZ, Vicente: Haga realidad su sueño mediante un plan de negocios, Primera Edición, Palao Editores Sac. Perú, 2009 (Pág. 18)

ROJAS, Miguel: Evaluación de Proyectos Para Ingenieros, Primera Edición, Año 2007, impreso en Colombia (Pág. 57-).

SÁNCHEZ, Luis: Formulación de Proyectos de Inversión (Elementos de Estudio), Primera Edición, Año 1997, Editorial San Marcos, (Pág. 13).

SAPAG, Nassir; CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, Colombia, 1995, (Pág.19-63).

SAPAG Nassir, Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa, (pág.56-130).

STANTON Walter, Fundamentos del Marketing, (pág.15-25).

WELSCH Glenn, Presupuesto Planificación y Control de Utilidades, (pág.323-324).

ZAPATA Pedro, Contabilidad General, (pág.114)

Consultada

ALCARAZ, Rafael. El emprendedor de éxito, Tercera Edición, Año 2006, Impreso e México.

DAFT, Richard y MARCIC, Dorothy: Introducción a la administración, Cuarta Edición, Año 2001

GREG, Balanko: Como preparar un Plan de Negocios Exitosos, Año 2010

ROJAS, Miguel: Evaluación de Proyectos Para Ingenieros, Primera Edición, Año 2007, impreso en Colombia.

SÁNCHEZ, Luis: Formulación de Proyectos de Inversión (Elementos de Estudio), Primera Edición, Año 1997, Editorial San Marcos.

Virtual.

(<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>;07/11/2011;18:45h).

JEFFREY Sussman, El Poder de la Promoción, (pág.[http://www .promonegocio s.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto)07/11/2011; 15:15h.

PHILIP Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, Marketing, (pág.[http:// www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto)07/11/2011; 11:00h.

ROSSAM Kayde, Investigación de Mercados, (pág.[http. //es.Wikipedia.org/wik/ Investigaci%C3_de_mercados](http://es.Wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3_de_mercados),07/11/2011;10:00h.

www.infomipyme.com;02/11/2011;14h02pm[www.monografias.com/ trabajos 16/proyecto-inversion/proyecto-inversion](http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion);07/11/ 2011;18:32)

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE PRODUCTOS CARNICOS

Objetivo:

Obtener información acerca de los consumidores de cuyes para conocer si es factible la creación de una empresa de producción y comercialización de cuyes en la Ciudad de Salcedo.

Instrucciones:

- a) La presente encuesta es anónima
- b) Lea detenidamente el siguiente cuestionario y marque con una X la respuesta que crea conveniente.
- c) La información obtenida nos servirá para nuestro trabajo de investigación por lo que le expresamos nuestro agradecimiento.

1. ¿Usted suele consumir carne de cuy?

Si No

2. Con que frecuencia le gustaría consumir la carne de cuy.

Quincenal Trimestral
Mensual

3. ¿Qué cantidad de cuy consume?

Entero Cuarto Medio

4. Por qué motivos consume la carne de cuy

Tradición Calidad Otros
Precio Sabor

5. ¿Cuando usted generalmente compra cuy, este se encuentra?

Vivo Faenado

6. ¿Cuánto paga regularmente por un cuy en pie?

\$ 6,00 \$ 7,50 \$ 9,00
\$ 7,00 \$ 8,00 \$ 10,00

7. ¿Cree Usted que el precio actual del cuy es accesible para su compra?

Si

No

8. ¿De qué peso prefiere los cuyes?

DE 0,5 lb A 1 lb

DE 1,5 lb A 2 lb

MÁS 2 lb

9. ¿Usted estaría dispuesto a comprar cuyes de raza para su consumo?

Si

No

10. ¿En qué localidad adquiere los cuyes?

Latacunga

Ambato

Salcedo

Criaderos propios

11. ¿Por qué medio le gustaría conocer el lugar donde usted puede adquirir cuyes?

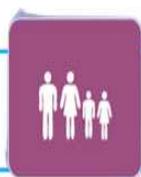
Radio

Televisión

Prensa escrita

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

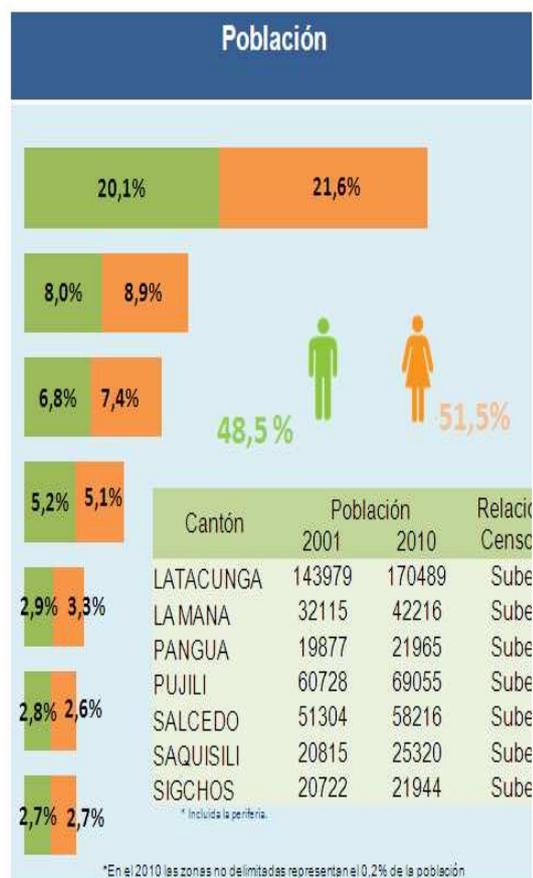
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE COTOPAXI SEGÚN CANTONES



Distribución de la población Cotopaxi



Cantón	Aporte Cantonal 2001	Aporte Cantonal 2010	Cambios	Total
LATACUNGA	41.2%	41.7%	Sube	314468
LAMANANA	9.2%	10.3%	Sube	74331
PANGUA	5.7%	5.4%	Baja	41842
PUJILI	17.4%	16.9%	Baja	129783
SALCEDO	14.7%	14.2%	Baja	109520
SAQUISILI	6.0%	6.2%	Sube	46135
SIGCHOS	5.9%	5.4%	Baja	42666



PEA SEGÚN GÉNERO DEL CANTÓN SALCEDO

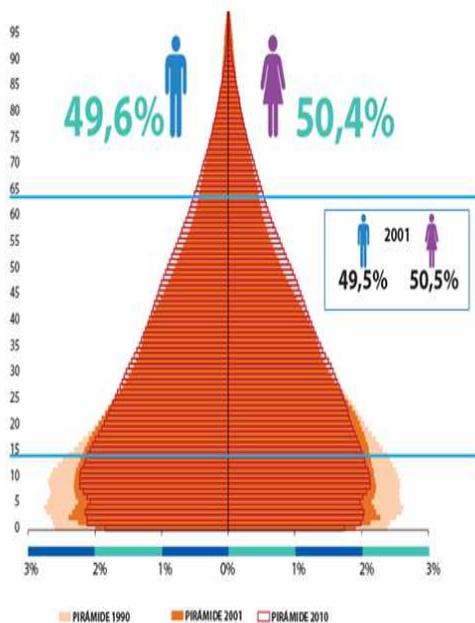


**Estructura de la población
y pirámide poblacional**



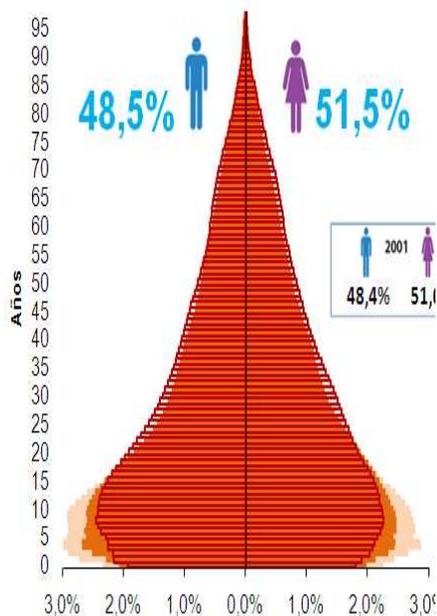
Censo 2010
de población y vivienda
en el Ecuador

Nacional



Estructura de la población Censos 2001 - 2010					
% 2001	Grupo quinquenal	ABSOLUTO			% 2010
		Hombre	Mujeres	Total	
6,7%	De 65 y más años	445.854	495.051	940.905	6,5%
60,1%	De 15 a 64 años	4.430.657	4.583.512	9.014.169	62,2%
33,2%	De 0 a 14 años	2.301.172	2.227.253	4.528.425	31,3%

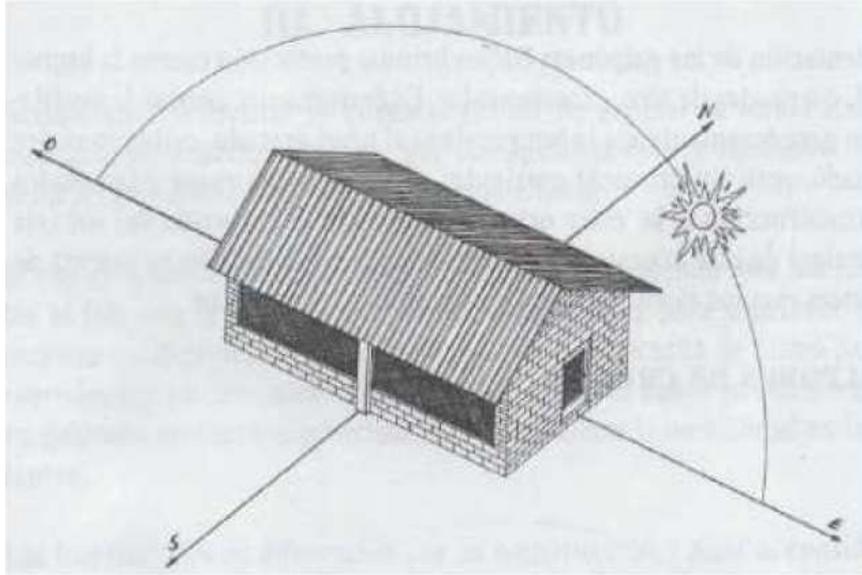
Cotopaxi



Estructura de la población Censos 2001 - 2010					
% 2001	Grupo quinquenal	ABSOLUTO			% 2010
		Hombre	Mujeres	Total	
7,4%	De 65 y más años	14.826	17.108	31.934	7,8%
55,8%	De 15 a 64 años	114.896	126.028	240.924	58,1%
36,8%	De 0 a 14 años	68.903	67.444	136.347	33,1%

Anexo 2

GALPON PARA LA CRIANZA DE CUYES



Elaborado por: Maricela Sánchez

VISTA INTERNA DEL GALPON- POZAS



Fuente: www.machupicchucuy.com

Elaborado por: Maricela Sánchez

ALIMENTACIÓN - FORRAJE



Fuente: <http://www.rmr-peru.com/forraje-verde-hidroponico.htm>

Elaborado por: Maricela Sánchez

COMERCIALIZACIÓN DE CUYES



Fuente: www.machupicchucuy.com

Elaborado por: Maricela Sánchez