



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**SEDE MORONA SANTIAGO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
GRANJA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CUYES, PARROQUIA SANTA SUSANA DE CHIVIAZA, CANTÓN  
LIMÓN INDANZA, AÑO 2023**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar el grado académico de:

**LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTOR:**

**NIXON JAVIER ZAMORA FERNÁNDEZ**

Macas – Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**SEDE MORONA SANTIAGO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
GRANJA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CUYES, PARROQUIA SANTA SUSANA DE CHIVIAZA, CANTÓN  
LIMÓN INDANZA, AÑO 2023**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar el grado académico de:

**LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTOR: NIXON JAVIER ZAMORA FERNÁNDEZ**

**DIRECTOR: ING. JULIO CÉSAR LÓPEZ AYALA MGS.**

Macas - Ecuador

2023

© 2023, Nixon Javier Zamora Fernández

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Nixon Javier Zamora Fernández, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Macas, 14 de diciembre de 2023.



**Nixon Javier Zamora Fernández**

**010580648-3**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**SEDE MORONA SANTIAGO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular, Tipo: Emprendimiento, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES, PARROQUIA SANTA SUSANA DE CHIVIAZA, CANTÓN LIMÓN INDANZA, AÑO 2023**, realizado por el señor **NIXON JAVIER ZAMORA FERNÁNDEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Econ. Edison Marcelo Melendres Medina <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2023-12-14
Ing. Julio César López Ayala <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2023-12-14
Ing. Isabel Romane Peñafiel Moncayo <b>ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2023-12-14

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado al ser más importante que es nuestro creador. A mis padres, Maribel y Patricio, por acompañarme en cada paso que doy en la búsqueda de ser mejor persona y profesional. También se la dedico a mi abuelita Virginia que desde el cielo guiaba mis pasos y me daba fuerzas para continuar.

A mi hijo Christian que fue el pilar fundamental de este logro, a mis hermanos Alexis y Ramiro, por todo su apoyo incondicional, espero les sirva de ejemplo de que todo se puede lograr.

Finalmente, a mi familia y amigos quienes me han apoyado desde el primer momento que tome esta decisión gracias a estos seres he llegado a obtener un triunfo más en mi vida.

Nixon

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, cuna del saber, la ciencia y la investigación, a la Facultad de Administración de Empresas por abrirme las puertas y permitirme alcanzar el título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría, a todos quienes fueron mis maestros que además de ser maestros fueron amigos, gracias por los conocimientos impartidos, a mi director de trabajo de titulación y al miembro del tribunal.

Nixon

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xii
RESUMEN.....	xiii
SUMMARY/ABSTRACT .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. PROCESO CREATIVO.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Determinación de la idea de negocio .....</b>	<b>2</b>
<i>1.1.1 Empatizar.....</i>	<i>2</i>
<i>1.1.2 Definir.....</i>	<i>2</i>
<i>1.1.3 Idear.....</i>	<i>3</i>
<i>1.1.4 Prototipar.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.5 Evaluar .....</i>	<i>5</i>
<b>1.2 Justificación del emprendimiento .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Propuesta de valor.....</b>	<b>6</b>

### CAPÍTULO II

<b>2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y ESTUDIO DE MERCADO .8</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Análisis Externo .....</b>	<b>8</b>
<i>2.1.1 Clasificación CIUU .....</i>	<i>8</i>
<b>2.2 Análisis PESTEL.....</b>	<b>8</b>
<b>2.3 Análisis interno.....</b>	<b>9</b>
<b>2.4 Análisis estratégico.....</b>	<b>9</b>
<b>2.5 Estudio de mercado.....</b>	<b>10</b>
<i>2.5.1 Descripción del mercado objetivo .....</i>	<i>10</i>
<i>2.5.2 Resultados de la encuesta .....</i>	<i>11</i>
<i>2.5.3 Demanda potencial del producto o servicio.....</i>	<i>17</i>
<i>2.5.4 Demanda de productos.....</i>	<i>19</i>
<i>2.5.5 Tipo de oferta y demanda.....</i>	<i>20</i>



2.5.6	<i>Mercado potencial insatisfecho para el proyecto</i> .....	21
2.5.7	<i>Tipo de segmentación</i> .....	22
2.5.8	<i>Resumen del plan de ventas</i> .....	22

### **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO</b> .....	<b>27</b>
<b>3.1</b>	<b>Nombre del emprendimiento</b> .....	<b>27</b>
<i>3.1.1</i>	<i>Posibles nombres del emprendimiento</i> .....	<i>27</i>
<b>3.2</b>	<b>Descripción del emprendimiento</b> .....	<b>27</b>
<i>3.2.1</i>	<i>Tipo de emprendimiento</i> .....	<i>27</i>
<i>3.2.2</i>	<i>Ubicación y tamaño del emprendimiento</i> .....	<i>27</i>
<i>3.2.3</i>	<i>Tamaño óptimo</i> .....	<i>28</i>
<i>3.2.4</i>	<i>Modelo de negocio</i> .....	<i>29</i>
<b>3.3</b>	<b>Sistema de producción</b> .....	<b>30</b>
<i>3.3.1</i>	<i>Proceso de producción</i> .....	<i>30</i>
<i>3.3.2</i>	<i>Características generales de los insumos, materiales y equipos</i> .....	<i>33</i>

### **CAPÍTULO IV**

<b>4.</b>	<b>ENTORNO JURÍDICO</b> .....	<b>37</b>
<b>4.1</b>	<b>Estructura orgánica del emprendimiento</b> .....	<b>37</b>
<i>4.1.1</i>	<i>Organigrama</i> .....	<i>37</i>
<b>4.2</b>	<b>Marco Legal</b> .....	<b>38</b>
<i>4.2.1</i>	<i>Gastos de constitución y régimen tributario</i> .....	<i>40</i>

### **CAPÍTULO V**

<b>5.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	<b>41</b>
<b>5.1</b>	<b>Plan de financiamiento para el emprendimiento</b> .....	<b>41</b>
<b>5.2</b>	<b>Resumen de los estados financieros</b> .....	<b>42</b>
<i>5.2.1</i>	<i>Estado de situación inicial</i> .....	<i>42</i>
<i>5.2.2</i>	<i>Balance general</i> .....	<i>43</i>
<i>5.2.3</i>	<i>Presupuesto de ventas</i> .....	<i>44</i>
<i>5.2.4</i>	<i>Presupuesto de producción</i> .....	<i>44</i>
<i>5.2.5</i>	<i>Presupuesto de mano de obra y personal</i> .....	<i>46</i>

<b>5.3</b>	<b>Resultado de la aplicación de indicadores financieros.....</b>	<b>49</b>
<i>5.3.1</i>	<i>Valor Actual Neto y Tasa de Retorno .....</i>	<i>49</i>
<i>5.3.2</i>	<i>Periodo de recuperación de la inversión .....</i>	<i>49</i>
<i>5.3.3</i>	<i>Punto de equilibrio monetario .....</i>	<i>49</i>
<i>5.3.4</i>	<i>Margen de pérdida .....</i>	<i>50</i>

## **CAPÍTULO VI**

<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>52</b>
<b>6.1</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>52</b>
<b>6.2</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>53</b>

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2-1:</b> Descripción de las variables y su comportamiento dentro del análisis externo.....	8
<b>Tabla 2-2:</b> Listado de las fortalezas y debilidades .....	9
<b>Tabla 2-3:</b> Se muestran las estrategias a implementarse al realizar el FODA Cruzado .....	9
<b>Tabla 2-4:</b> Tipo de carne que se ha comido al menos una vez al mes .....	11
<b>Tabla 2-5:</b> Conocimiento de los beneficios de la carne de cuy .....	11
<b>Tabla 2-6:</b> Frecuencia de consumo .....	12
<b>Tabla 2-7:</b> Motivo del consumo de cuy .....	13
<b>Tabla 2-8:</b> Características del producto .....	13
<b>Tabla 2-9:</b> Oferta de carne de cuy por partes .....	14
<b>Tabla 2-10:</b> Preferencia del peso del cuy faenado .....	15
<b>Tabla 2-11:</b> Precios .....	15
<b>Tabla 2-12:</b> Medios de comunicación para obtener información.....	16
<b>Tabla 2-13:</b> ¿En qué lugar le gustaría adquirir cuyes faenados?.....	17
<b>Tabla 2-14:</b> Porcentajes de encuesta.....	18
<b>Tabla 2-15:</b> Se muestra un escenario planteado sobre un análisis optimista y pesimista .....	18
<b>Tabla 2-16:</b> Demanda de productos .....	19
<b>Tabla 2-17:</b> Proyección de la demanda .....	20
<b>Tabla 2-18:</b> Proyección de la demanda de productos.....	20
<b>Tabla 2-19:</b> Oferta en productos .....	21
<b>Tabla 2-20:</b> Mercado potencial insatisfecho .....	21
<b>Tabla 2-21:</b> Métodos y criterios de segmentación .....	22
<b>Tabla 2-22:</b> Presupuesto de publicidad .....	23
<b>Tabla 3-1:</b> Matriz ponderada de selección para el nombre .....	27
<b>Tabla 3-2:</b> Matriz ponderada de selección para la ubicación .....	28
<b>Tabla 3-3:</b> Dpi Real.....	28
<b>Tabla 3-4:</b> Datos productivos de los cobayos .....	29
<b>Tabla 3-5:</b> Insumos para la crianza .....	34
<b>Tabla 3-6:</b> Insumos para el faenamiento .....	35
<b>Tabla 4-1:</b> Gastos de constitución.....	40
<b>Tabla 5-1:</b> Inversión fija.....	41
<b>Tabla 5-2:</b> Fuentes de financiamiento .....	42
<b>Tabla 5-3:</b> Estado de situación inicial .....	42
<b>Tabla 2-4</b> Estado de Resultados Proyectado .....	43
<b>Tabla 5-5:</b> Presupuesto de ventas en unidades.....	44

<b>Tabla 5-6:</b> Presupuesto de ventas: producto cobayos .....	44
<b>Tabla 2-7:</b> Presupuesto de los costos de producción.....	44
<b>Tabla 5-8:</b> Presupuesto de mano de obra y personal - Contador.....	47
<b>Tabla 2-9:</b> Presupuesto de mano de obra y personal - Vendedor y Operario.....	48
<b>Tabla 5-10:</b> VAN y TIR .....	49
<b>Tabla 5-11:</b> Periodo de recuperación de la inversión.....	49
<b>Tabla 5-12:</b> Punto de equilibrio monetario .....	50
<b>Tabla 5-13:</b> Margen de pérdida.....	51

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-1:</b> Mapa Mental de Producción de cobayos .....	3
<b>Ilustración 1-2:</b> Cuyes faenados de 2 a 2.2 libras .....	4
<b>Ilustración 1-3:</b> Cuyes empacados al vacío de 2.5 a 2.8 libras .....	5
<b>Ilustración 1-4:</b> Lienzo de propuesta de valor .....	7
<b>Ilustración 2-1:</b> Tipo de carne que se ha comido al menos una vez al mes .....	11
<b>Ilustración 2-2:</b> Conocimiento de los beneficios de la carne de cuy .....	12
<b>Ilustración 2-3:</b> Frecuencia de consumo .....	12
<b>Ilustración 2-4:</b> Motivo del consumo de cuy .....	13
<b>Ilustración 2-5:</b> Características del producto .....	14
<b>Ilustración 2-6:</b> Oferta de carne de cuy por partes .....	14
<b>Ilustración 2-7:</b> Preferencia del peso del cuy faenado .....	15
<b>Ilustración 2-8:</b> Precios .....	16
<b>Ilustración 2-9:</b> Medios de comunicación para obtener información .....	16
<b>Ilustración 2-10:</b> ¿En qué lugar le gustaría adquirir cuyes faenados? .....	17
<b>Ilustración 2-11:</b> Mercado objetivo .....	19
<b>Ilustración 2-12:</b> Canales de distribución .....	23
<b>Ilustración 2-13:</b> Isologotipo .....	24
<b>Ilustración 2-14:</b> Etiqueta y Slogan .....	25
<b>Ilustración 3-1:</b> Modelo CANVAS .....	30
<b>Ilustración 3-2:</b> Diagrama de flujo: Proceso de Producción .....	33
<b>Ilustración 4-1:</b> Organigrama general del emprendimiento .....	37

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTA

**ANEXO B:** TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS

**ANEXO C:** COSTOS DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD

**ANEXO D:** DEPRECIACIONES

**ANEXO E:** FINANCIAMIENTO

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con el propósito de ejecutar un estudio de factibilidad para la creación de la “Granja Chiviaza”, misma que se dedicará a la producción de cobayos y su comercialización en la provincia de Morona Santiago. Hoy por hoy el consumo de alimentos que sean nutritivos ha tomado más importancia, es por eso que se ha planteado la idea de comercializar un producto que sobresalga con estas exigencias; la carne de cuy posee alta proteína y bajos niveles de grasa, lo cual supera a otros productos en el mercado. En el presente estudio se utilizó el método cuantitativo descriptivo basado en la aplicación de encuestas; se realizó el cálculo de la muestra en base a la fórmula de población finita y de acuerdo a este resultado se aplicó la encuesta a 383 personas de la provincia involucrada, y el método cualitativo basado en el análisis de la información bibliográfica utilizada. El estudio de factibilidad del presente proyecto se desarrolló con la ayuda de las siguientes variables de investigación: Proceso creativo, estudio de mercado, el modelo de negocio, estudio financiero, instrumentos de investigación como lo son las encuestas. Estas variables fueron fundamentales para complementar el estudio y dar a conocer su viabilidad. La aplicación de las encuestas fue importante para conocer la oferta, demanda y la demanda insatisfecha real de la provincia de Morona Santiago y las características del producto que la población prefiere. Con los resultados obtenidos se concluye que el VAN es de \$ 10.937,41 y se tiene un TIR del 24%, lo que quiere decir que el negocio es factible y rentable.

**Palabras clave:** <COBAYO (*Cavia Porcellus*)>, <BALANCE>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <EVISCERADO>.



04-01-2024

0032-DBRA-UPT-2024

## SUMMARY/ABSTRACT

The present investigation was carried out to execute a feasibility study to create the “Granja Chiviaza,” which will be dedicated to the production and commercialization of guinea pigs in the province of Morona Santiago. Today, the consumption of nutritious foods has taken more importance, which is why the idea of marketing a product that stands out with these demands has been raised; guinea pig meat has high protein and low levels of fat and outperforms other products on the market. In the present study, the descriptive quantitative method based on the application of surveys was used; the calculation of the sample was carried out based on the finite population formula, and according to this result, the survey was applied to 383 people from the province involved, and the qualitative method based on the analysis of the bibliographic information used. The feasibility study of the present project was developed with the help of the following research variables: Creative process, market study, business model, financial study, and research instruments such as surveys. These variables were fundamental to complement the study and publicize its viability. The application of the surveys was essential to know the supply, demand, and actual unmet demand of the province of Morona Santiago and the characteristics of the products that the population prefers. With the results obtained, it is concluded that the VAN is \$ 10,937.41 and has an IRR of 24%, which means that the business is feasible and profitable.

**Keywords:** <COBAYO (Cavia Porcellus)>, <BALANCE SHEET>, <NEW NET CURRENT VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <GUTTED>.

04-01-2024

0032-DBRA-UPT-2024



**Lic. Lina Morales R. Mgs.**  
Docente Sede Morona Santiago  
Cédula: 1707548929



## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, en nuestro país, las personas han buscado diferentes alternativas de ingresos económicos, como lo son la creación de pequeñas empresas, negocios o emprendimientos que han contribuido gradualmente al desarrollo tanto económico como social del país ya que se genera nuevas fuentes de empleo.

La producción y comercialización de animales menores ha generado bastante interés entre las personas que emprenden un negocio; la carne de cuy es considerada un producto de alto valor nutricional que contribuye a un buen ámbito alimenticio. La carne de res, cerdo, pollo y pescado son carnes que poseen una mayor demanda y consumo en el mercado por tener más facilidad de acceso económico, sin embargo, son carnes que no son consideradas saludables y a la vez su consumo no es tan recomendado. Es por eso que se ha planteado la idea de la creación de una granja de producción y comercialización de carne de cuy.

Con el presente trabajo se pretende diseñar un plan de negocios para implementar el emprendimiento, diagnosticar la oferta y demanda de la carne de cuy, y ejecutar un análisis económico-técnico, a la vez otorgar un valor agregado a la misma, con la finalidad de que el mercado considere a nuestro producto como un alimento saludable y de buen sabor.

Además, otro punto importante a considerar es que la demanda del cuy ha incrementado últimamente en varias provincias del Ecuador como en Azuay y Tungurahua, es por eso que la producción de cuyes se ha proyectado como una alternativa de creación de pequeñas empresas (Chavez & Avilés, 2022).

# CAPÍTULO I

## 1. PROCESO CREATIVO

### 1.1 Determinación de la idea de negocio

La creación de una granja para la producción y comercialización de cobayos en la parroquia Santa Susana de Chiviaza se ha planteado al ver una oportunidad en el mercado sobre el consumo de este producto. Para determinar de forma asertiva la idea de negocio se utilizará la herramienta Design Thinking que se enfoca en determinar las necesidades o problemas a resolver con la iniciativa que se plantee y para lo cual se debe atravesar por 5 etapas que se muestran a continuación:

#### *1.1.1 Empatizar*

En este punto es importante comprender las necesidades de las personas a las cuales está dirigido la idea de negocio, es por eso que se ha tomado en cuenta el derecho de las personas al acceso de productos que cuiden su salud alimentaria, como se denota en el Art. 13 de los Derechos del Buen Vivir:

*“Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria (León, 2020).”*

Desde años anteriores, las personas han optado por cuidar de mejor forma su salud, sobre todo a partir la pandemia del COVID-19 que ha afectado de manera considerable a la salud y a la vida, es por eso que se ha visto necesario el cuidado de la salud desde el punto de vista alimentario tomando en cuenta el consumo de alimentos como la carne de cuy, que además de ser un alimento nutritivo tiene un gran sabor.

#### *1.1.2 Definir*

Se busca enmarcar los problemas a los cuales se dará una alternativa de solución con la idea de negocio. Se pretende combatir problemas como la anemia ya que el cuy tiene un alto nivel proteínico, calcio y hierro, así mismo contribuye de buena manera a reforzar el sistema nervioso e inmunológico puesto que es una carne rica en ácidos grasos esenciales, además es preciso

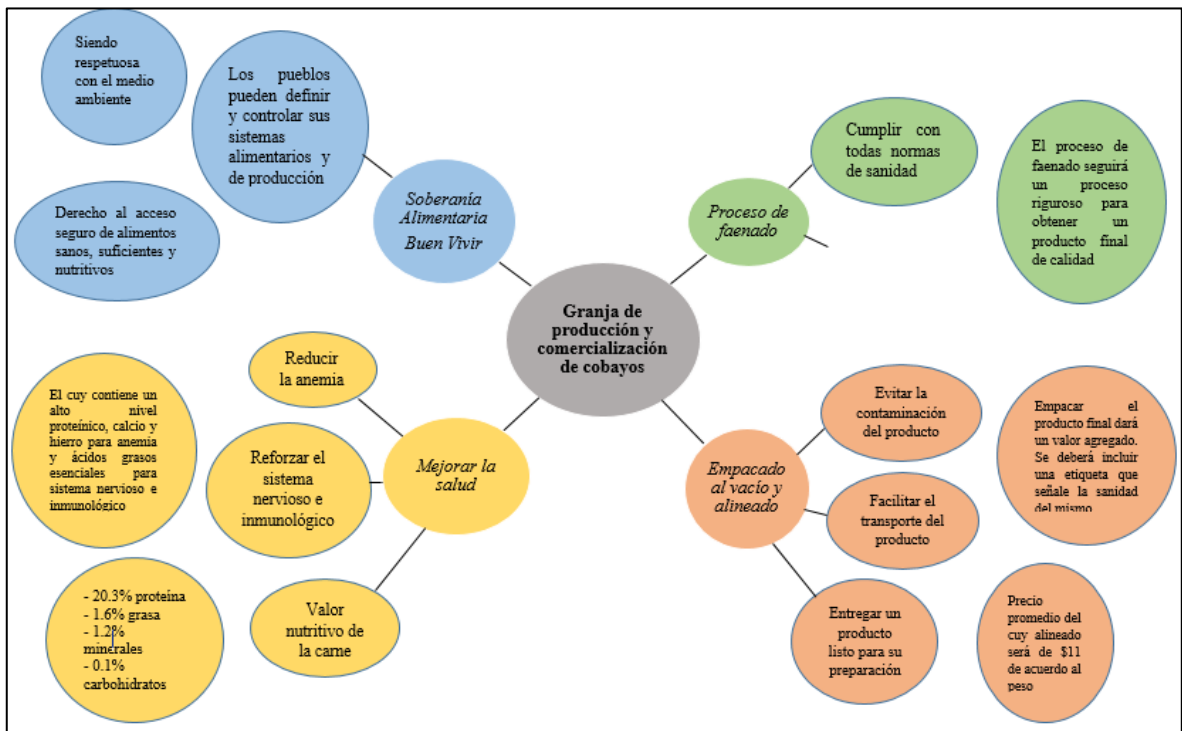
mencionar que es baja en grasa, por lo tanto, con un mínimo de colesterol y triglicéridos (CENAN, 2023).

Según los datos publicados en el Centro Nacional de Alimentación y Nutrición (2023), la carne de cuy contiene 20.3 % de proteína; 1.6 % de grasa; 1.2 % de minerales y 0.1 % de carbohidratos totales y disponibles. Estos valores son superiores a los valores que han registrado la carne de ave, vacuno y ovino.

### 1.1.3 Idear

En la etapa de idear, se ha utilizado el método de mapa mental para denotar las ideas centrales del negocio. Además de ofrecer el producto principal que son los cuyes empacados al vacío, se los dará un valor agregado, mismo que consiste en alinear al cuy para llamar más la atención de los posibles consumidores y estos obtengan el producto listo para su preparación; en cuanto al precio de los cuyes alineados tendrán un costo adicional, sin embargo, no será exagerado, de acuerdo al peso de los cuyes el precio promedio estimado será de \$11.

En la ilustración 1-1, a través de un mapa mental se relata cómo se puede contribuir a mejorar la salud, al Buen Vivir de las personas, sobre todo llevar y exigir una soberanía alimentaria digna mediante la idea de negocio.



**Ilustración 1-1:** Mapa Mental de Producción de cobayos

Realizado por: Zamora N., 2023.

#### ***1.1.4 Prototipar***

Posibles productos que serán ofertados en la idea de negocio. Cuyes faenados (Ilustración 1-2) y empacados al vacío en diferentes pesos y tamaños (Ilustración 1-3).



**Ilustración 1-2:** Cuyes faenados de 2 a 2.2 libras

**Realizado por:** Zamora N., 2023.



**Ilustración 1-3:** Cuyes empacados al vacío de 2.5 a 2.8 libras

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

### ***1.1.5 Evaluar***

Los productos que se han mostrado anteriormente son los cuyes empacados al vacío que serán ofertados por la granja, estos productos cumplen con las características necesarias para satisfacer al cliente y contribuir a la salud alimentaria de los consumidores.

## **1.2 Justificación del emprendimiento**

En los países andinos como Perú, Ecuador, Bolivia y Colombia el cuy es un alimento nativo, que contiene un alto valor nutritivo y bajo costo de producción, que constituye a la seguridad alimentaria de las personas que habitan el área rural de escasos recursos, como de la población urbana que actualmente es más consciente en lo que respecta a su salud alimenticia (Chupin, 2020).

Actualmente el progreso de la cavicultura está tomando fuerza en el Ecuador, debido a la baja inversión requerida, bajos costos de producción, su corto ciclo reproductivo y la facilidad de adaptación a diferentes ecosistemas (García, 2011). En Ecuador la producción de cuyes es elevada especialmente en la región sierra, esto se debe al clima y a la disponibilidad de área para la crianza de este tipo de animales, así mismo la producción de los cuyes se ha extendido en las diferentes regiones del país dando buenos resultados de adaptación tanto en la sierra como en el oriente, con esto se puede evidenciar el aporte positivo al desarrollo del país (Chachipanta, 2019).

Se propone la formulación de un diseño de una granja de producción y comercialización de cobayos en la parroquia Santa Susana de Chiviaza, denominada “Granja Chiviaza”, considerando que la mayor parte de la población local tiene como fuente de ingreso la venta de cobayos. Según las afirmaciones de los moradores de la parroquia Chiviaza, el cuy que ellos producen ha sido muy demandado a nivel provincial y nacional, principalmente en épocas festivas, por ende, es necesario el abastecimiento a la demanda de este producto. Es importante mencionar también que el proyecto se centra en que la carne de cuy es apetecible por toda la población por ser sabrosa.

Es por ello que este emprendimiento va a impulsar el consumo y la crianza de cobayos de una manera en la cual se perciba un valor agregado al comercializarlo y así mismo se logre promover el consumo como un producto necesario en la dieta de las personas de Morona Santiago, y no sólo en días especiales, de igual manera que cumpla con todas las normas sanitarias en los procesos de producción, crianza y comercialización. Otro punto importante que es necesario mencionar es que con la implementación del emprendimiento se prevé aportar de manera positiva en el desarrollo social de la parroquia puesto que se pretende crear fuentes de trabajo para la misma, además de contribuir a la soberanía alimentaria (García, 2011).

### **1.3 Propuesta de valor**

En la propuesta de valor se pretende describir la promesa del emprendimiento hacia el cliente, la misma que está basada en el modelo lienzo de propuesta de valor.

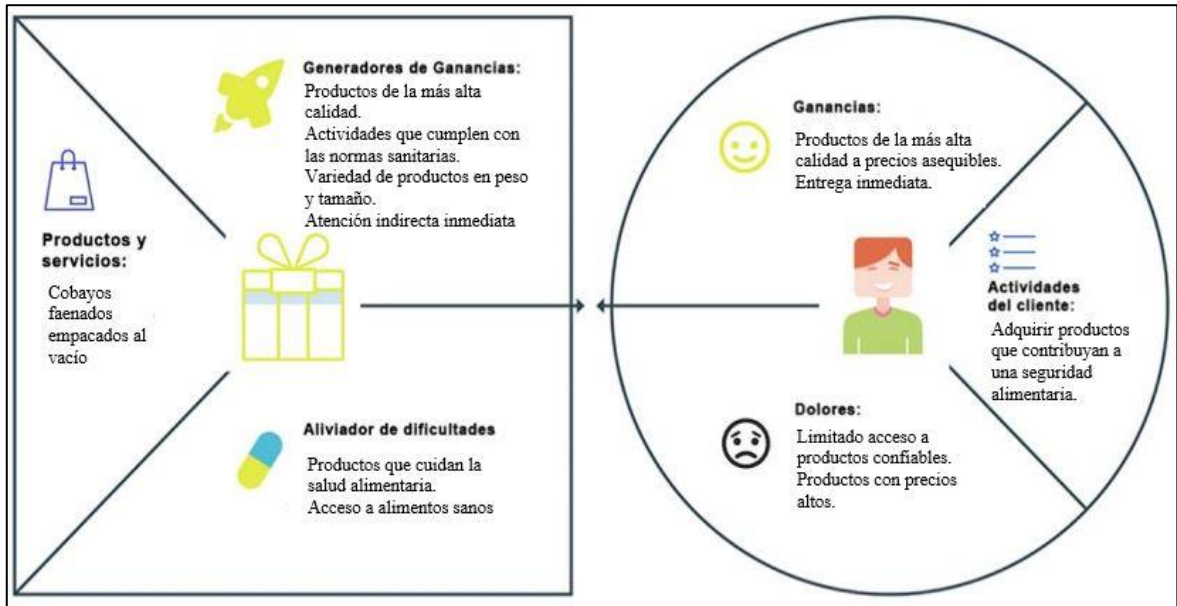
Se ha utilizado la herramienta lienzo de propuesta de valor (Ilustración 1-4) con la finalidad de alinear las necesidades de los clientes con los productos que se les va a ofrecer. El emprendimiento propone a sus consumidores como propuesta de valor lo siguiente:

*Productos de la más alta calidad:* El cuy que se entregará al cliente tendrá la mejor carne empacada al vacío lista para su preparación, con alto valor nutricional y proteínico, y bajo en grasas.

*Actividades que cumplen con las normas sanitarias exigidas:* Contar con materias primas y maquinaria en óptimas condiciones, personal capacitado y la certificación necesaria sobre las labores que se realizan en la producción.

*Variedad de productos en peso y tamaño:* Los productos se ofertarán de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente, los cuales sugieren los siguientes: 1.8, 2, y 2.5 libras de cuyes ya faenados.

*Atención indirecta y directa inmediata:* El emprendimiento pretende dar principalmente una atención indirecta mediante el uso de redes sociales para un contacto con los clientes. La atención directa es limitada debido a que se debe mantener un reducido contacto de la granja con personas externas por motivo de sanidad.



**Ilustración 1-4:** Lienzo de propuesta de valor

Realizado por: Zamora N., 2023.

## CAPÍTULO II

### 2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Análisis Externo

##### 2.1.1 Clasificación CIUU

Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIUU 4.0), la actividad económica de producción y comercialización de la carne de cobayo empacada al vacío se encuentra en la categoría C1010.13 (INEC, 2012).

C Industrias Manufactureras.

C10 Elaboración de Productos Alimenticios.

C101 Elaboración y Conservación de Carne.

C1010 Elaboración y Conservación de Carne.

C1010.1 Elaboración y Conservación de Carne.

C1010.13 Actividades de sacrificio, faenamiento, preparación, producción y empacado de carne fresca refrigerada o congelada incluso en piezas o porciones individuales de: cuyes, conejos, rana (ancas de rana) etcétera.

#### 2.2 Análisis PESTEL

Es un análisis del macroentorno que localiza los factores externos de la empresa y que están fuera de su control pero que a su vez afecta a la misma (Tabla 2-1).

**Tabla 2-2:** Descripción de las variables y su comportamiento dentro del análisis externo

Análisis PESTEL		
Variable	Comportamiento	Impacto
Político: Riesgo país	Tendencia alcista en los últimos dos años	Amenaza
Económico: Producto Interno Bruto	Fluctuante (Leve tendencia al alza)	Oportunidad
Económico: Índice de precios al consumidor	Tendencia al alza	Amenaza
Económico: Impuestos (IVA, IR)	Estables	Oportunidad
Social: Nivel de pobreza	Leve tendencia al alza	Amenaza
Social: Tasa de desempleo	Ha disminuido en los últimos 3 años	Oportunidad
Tecnológico: Acceso a internet	Leve tendencia al alza	Oportunidad
Tecnológico: Inversión en I+D	Tendencia a la baja	Amenaza
Ecológico: Uso del suelo (47,91% montes y bosques)	Tendencia a la baja para montes y bosques	Amenaza
Legal: Ley orgánica de Emprendimiento e Innovación	Incentiva y fomenta la creación de emprendimientos	Oportunidad



Legal: Soberanía Alimentaria	Arts. que promueven una alimentación sana	Oportunidad
------------------------------	---	-------------

Fuente: (AGROCALIDAD, 2013), (PRIMICIAS, 2022), (INEC, 2022).

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 2.3 Análisis interno

Análisis de las fortalezas y debilidades identificadas en el emprendimiento al poner en marcha la creación de la granja (Tabla 2-2).

**Tabla 2-3:** Listado de las fortalezas y debilidades

Análisis interno	
Fortalezas	Debilidades
Alto conocimiento en la producción del producto	Precios poco competitivos en comparación con otras carnes ofertados en el mercado
Alta demanda del producto	Falta de conocimiento del producto en otras regiones del país
Alto valor nutritivo de la carne	Falta de adaptación de tecnología en los procesos productivos
Disponibilidad de la materia prima	Acceso limitado a recursos financieros
Poca producción en la zona	Poca presencia en redes sociales

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 2.4 Análisis estratégico

Con la información obtenida del análisis interno y externo se procede a realizar un análisis estratégico para el emprendimiento por medio de un FODA Cruzado, tal como se muestra en la tabla 2-3:

**Tabla 2-4:** Se muestran las estrategias a implementarse al realizar el FODA Cruzado

FODA Cruzado		
	Fortalezas	Debilidades
	1. Alto conocimiento en la producción del producto	1. Precios poco competitivos en comparación con otras carnes ofertados en el mercado
	2. Alta demanda del producto	2. Falta de conocimiento del producto en otras regiones del país
	3. Alto valor nutritivo de la carne	3. Falta de adaptación de tecnología en los procesos productivos
	4. Disponibilidad de la materia prima	4. Acceso limitado a recursos financieros
	5. Poca producción en la zona	5. Poca presencia en redes sociales
<b>Oportunidades</b>		

1. Producto Interno Bruto	Realizar una adecuada descripción de la forma de realizar la producción del producto con el fin de contribuir al conocimiento de todo el personal del proceso productivo (F1, F2, O1, O3). Proponer un plan de producción que utilice todos los recursos disponibles para abastecer la demanda con los mejores productos (F2, F3, F5, O4, O5).	Realizar un estudio financiero para medir la rentabilidad del emprendimiento y su fuente de financiamiento (D1, D4, O2).
2. Impuestos (IVA, IR)		
3. Tasa de desempleo		
4. Acceso a internet		
5. Leyes que promueven la creación de emprendimientos		
<b>Amenazas</b>		
1. Riesgo País	Realizar un plan de marketing para promover el producto y su contenido nutritivo (F2, F3, A2).	Idear un plan de ventas que describa adecuadamente los canales de distribución del producto, adaptando tecnología a los procesos productivos (D3, D5, A1, A4).
2. Índice de precios al consumidor		
3. Nivel de pobreza		
4. Inversión en I+D		
5. Uso del suelo		

Realizado por: Zamora N., 2023.

## 2.5 Estudio de mercado

### 2.5.1 Descripción del mercado objetivo

El mercado al que será dirigido el producto es la provincia de Morona Santiago, cuya población proyectada para el año 2023 es de 192508 habitantes, se considerará a la población económicamente activa como el mercado objetivo, la cual es de 65,4% al mes de abril de 2023 (INEC, 2023), representando un total de 125900 personas que podrían adquirir los productos.

Con la intención de obtener información del mercado objetivo se aplica una encuesta, para lo cual se calcula una muestra, en base a la fórmula de población finita:

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

En donde:

N: Población

Z: Valor obtenido mediante niveles de confianza

e: Error

p: Probabilidad de que ocurra el evento

q: Probabilidad de que no ocurra el evento

$$n = \frac{125900 * 0,5 * 0,5 * 1,96^2}{0,05^2(125900 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{124364,117}{324,688}$$

$$n = 382,99$$

La encuesta se aplica a 383 personas

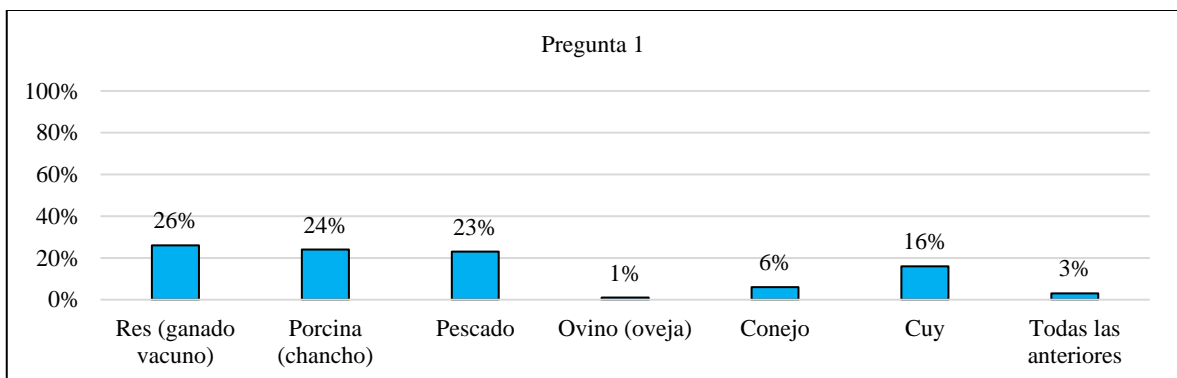
### 2.5.2 Resultados de la encuesta

Pregunta 1: ¿Qué tipo de carne que se oferta en el mercado ha comido al menos una vez al mes?

**Tabla 2-5:** Tipo de carne que se ha comido al menos una vez al mes

Opciones	Porcentaje
Res (ganado vacuno)	26%
Porcina (chanchó)	24%
Pescado	23%
Ovino (oveja)	1%
Conejo	6%
Cuy	16%
Todas las anteriores	3%
	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-1:** Tipo de carne que se ha comido al menos una vez al mes

Realizado por: Zamora N., 2023.

**Interpretación y análisis:** Las carnes que más se consumen en el mercado, según el resultado de las encuestas fueron: res con 26%, porcina con 24% y pescado con 23%, sin embargo, la aceptación de la carne de cuy también obtuvo un buen puntaje con 16%. (Tabla 2-4), (Ilustración 2-1).

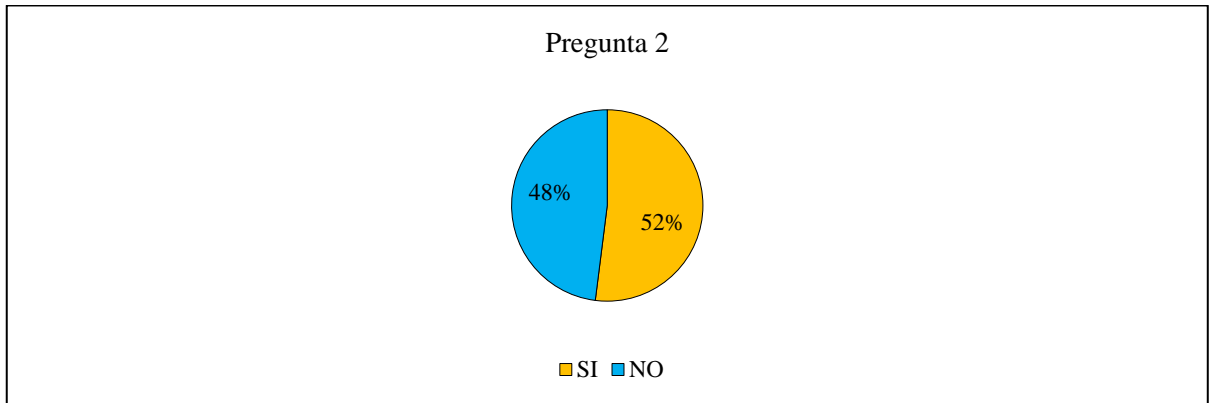
Pregunta 2: ¿Conoce usted los beneficios de consumir carne de cuy?

**Tabla 2-6:** Conocimiento de los beneficios de la carne de cuy

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	200	52%

NO	183	48%
	383	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-2:** Conocimiento de los beneficios de la carne de cuy

Realizado por: Zamora N., 2023.

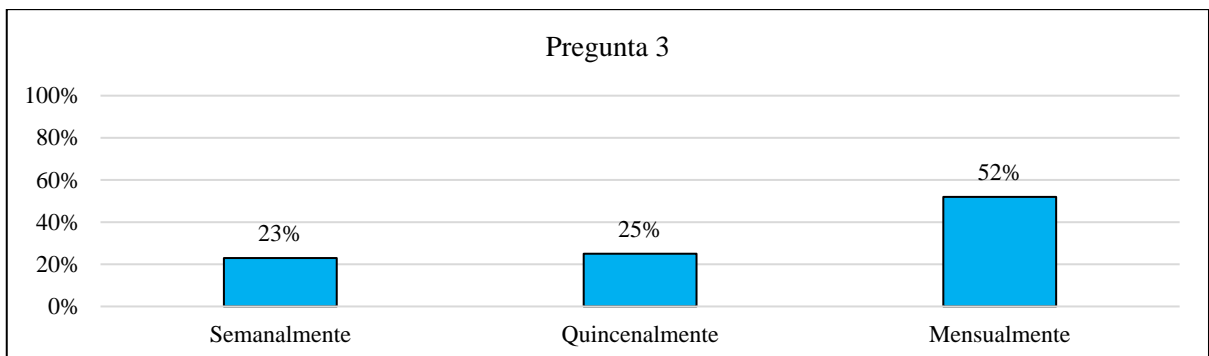
**Interpretación y análisis:** El 52% de las personas encuestadas respondieron que si conocen los beneficios de consumir la carne de cuy. (Tabla 2-5), (Ilustración 2-2).

*Pregunta 3: Considerando que la carne de cuy es superior en su contenido nutritivo que el de otras carnes del mercado, ¿con que frecuencia estaría dispuesto a consumirla?*

**Tabla 2-7:** Frecuencia de consumo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	88	23%
Quincenalmente	96	25%
Mensualmente	199	52%
	383	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-3:** Frecuencia de consumo

Realizado por: Zamora N., 2023.

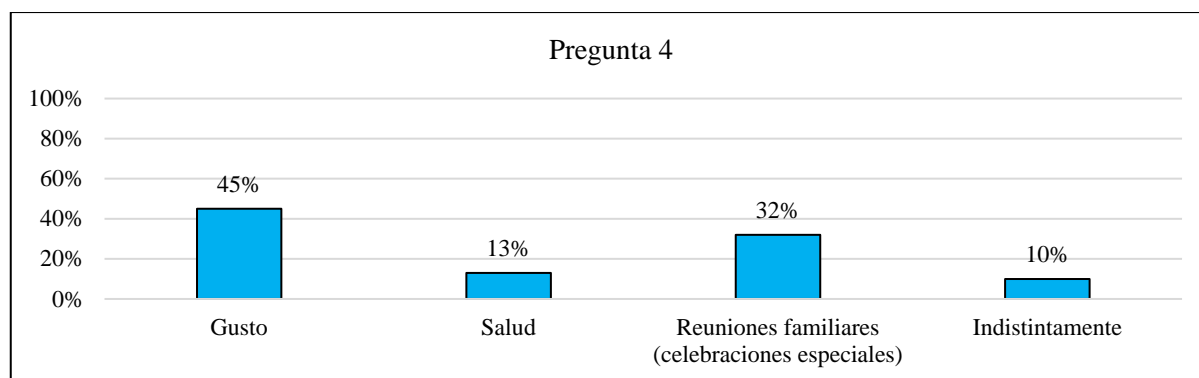
**Interpretación y análisis:** La frecuencia de consumo de la carne de cuy dio como resultado: 52% mensualmente, 25% quincenalmente y 23% semanalmente. (Tabla 2-6), (Ilustración 2-3).

*Pregunta 4: ¿Cuál es el motivo de su consumo de carne de cuy?*

**Tabla 2-8:** Motivo del consumo de cuy

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Gusto	174	45%
Salud	51	13%
Reuniones familiares (celebraciones especiales)	121	32%
Indistintamente	37	10%
	383	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-4:** Motivo del consumo de cuy

Realizado por: Zamora N., 2023.

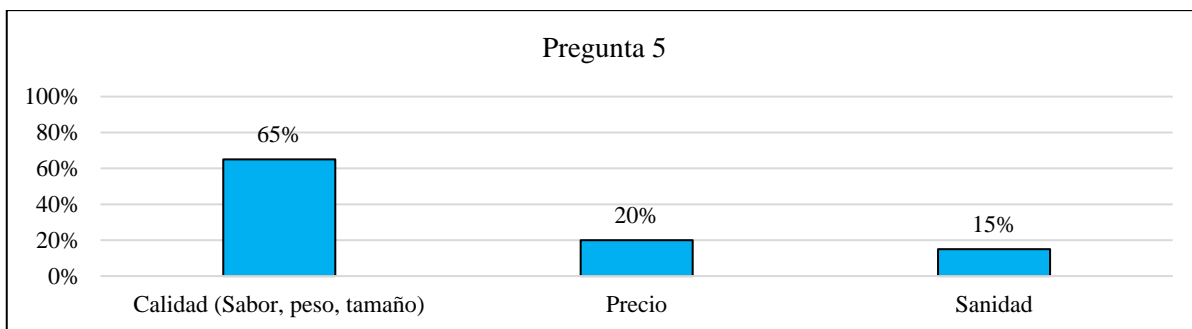
**Interpretación y análisis:** Las personas encuestadas (Tabla 2-7), (Ilustración 2-4) respondieron que el motivo del consumo de cuy es principalmente por gusto (45%), seguido por el motivo de reuniones familiares (32%).

*Pregunta 5: ¿Qué características toma en consideración al momento de comprar cuy?*

**Tabla 2-9:** Características del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Calidad (Sabor, peso, tamaño)	250	65%
Precio	77	20%
Sanidad	56	15%
	383	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-5:** Características del producto

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

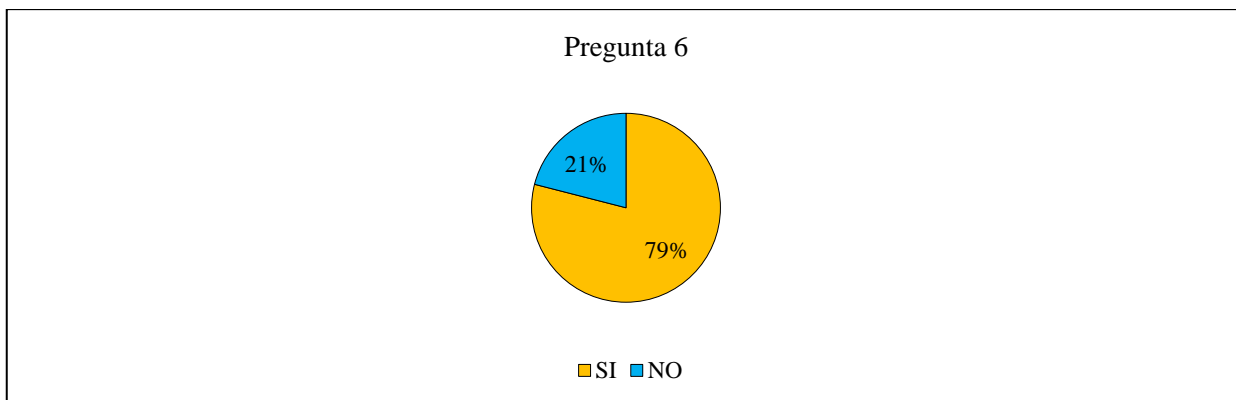
**Interpretación y análisis:** De las personas encuestadas el 65% toma en consideración la calidad del cuy al momento de adquirir la misma, seguido por el precio con 20% y finalmente la sanidad con 15%. (Tabla 2-8), (Ilustración 2-5).

*Pregunta 6: ¿Le gustaría que se oferte al mercado la carne de cuy por partes (medio, brazuelo, falda, pierna)?*

**Tabla 2-10:** Oferta de carne de cuy por partes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	302	79%
NO	81	21%
	383	100%

**Realizado por:** Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-6:** Oferta de carne de cuy por partes

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

**Interpretación y análisis:** De las personas encuestadas el 79% respondió que si prefiere que se ofrezca en el mercado la carne de cuy por partes. (Tabla 2-9), (Ilustración 2-6).

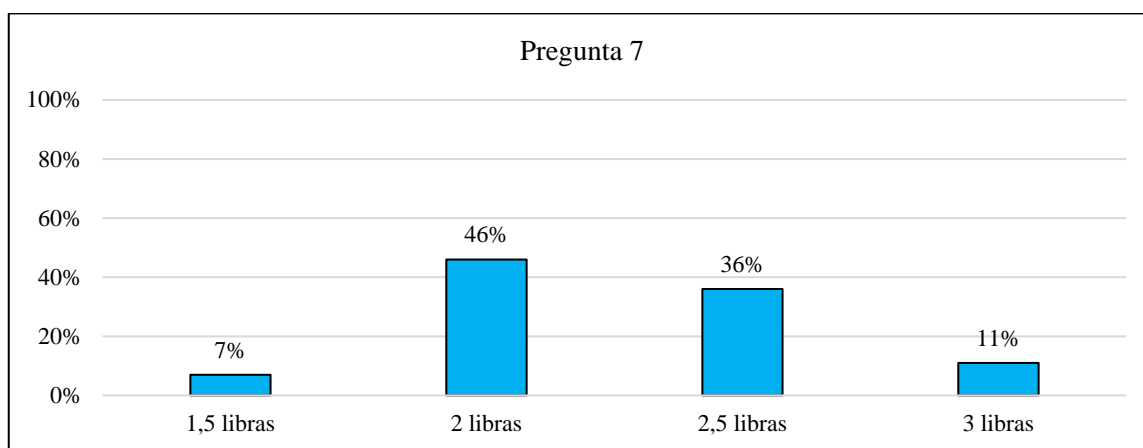
*Pregunta 7: ¿Cuál es el peso del cuy faenado de su preferencia para su consumo?*

**Tabla 2-11:** Preferencia del peso del cuy faenado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1,5 libras	25	7%
2 libras	178	46%
2,5 libras	136	36%
3 libras	44	11%
	383	100%

Fuente: Encuesta realizada

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-7:** Preferencia del peso del cuy faenado

Realizado por: Zamora N., 2023.

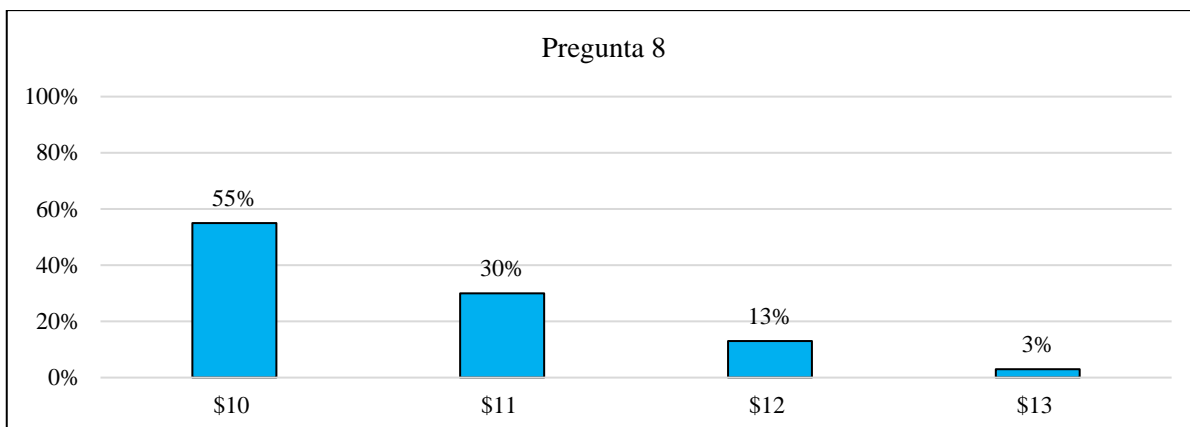
**Interpretación y análisis:** El 46% de las personas encuestadas prefiere consumir cuy faenado de 2 libras, el 36% de 2,5 libras, el 11% de 3 libras y el 7% de 1,5 libras. (Tabla 2-10), (Ilustración 2-7).

*Pregunta 8: Tomando como referencia un peso promedio de 2 libras del cuy faenado ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el mismo?*

**Tabla 2-12:** Precios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$10	209	55%
\$11	113	30%
\$12	48	13%
\$13	13	3%
	383	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-8: Precios**

Realizado por: Zamora N., 2023.

**Interpretación y análisis:** El precio que estaría dispuesto a pagar el posible cliente es de \$10 (55%), seguidos por lo que pagarían \$11 (30%), y muy pocos respondieron que pagarían \$12 (13%) y \$13 (3%) respectivamente. (Tabla 2-11), (Ilustración 2-8).

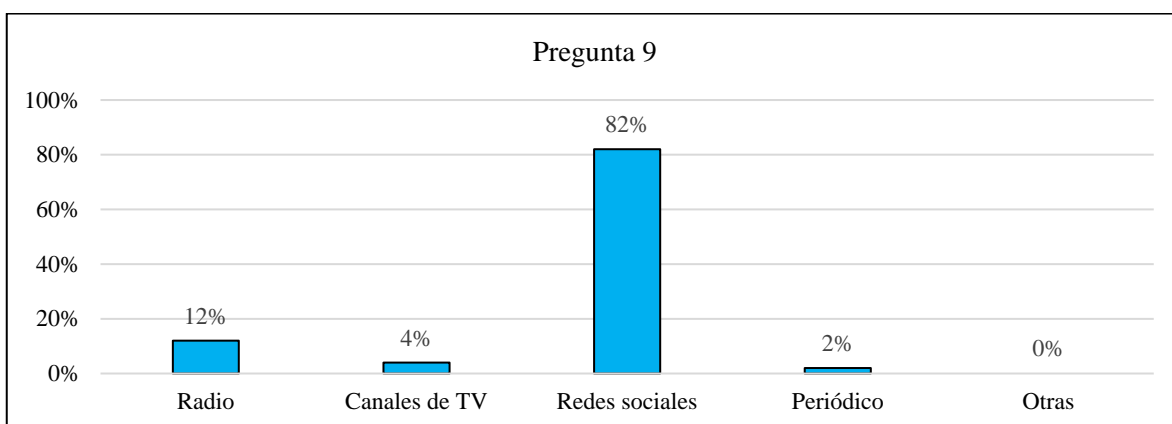
*Pregunta 9: ¿En qué medios de comunicación le gustaría obtener información sobre la venta de cuyes faenados?*

**Tabla 2-13: Medios de comunicación para obtener información**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio	45	12%
Canales de TV	17	4%
Redes sociales	315	82%
Periódico	6	2%
Otras	0	0%
	383	100%

Fuente: Encuesta realizada

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-9: Medios de comunicación para obtener información**



Realizado por: Zamora N., 2023.

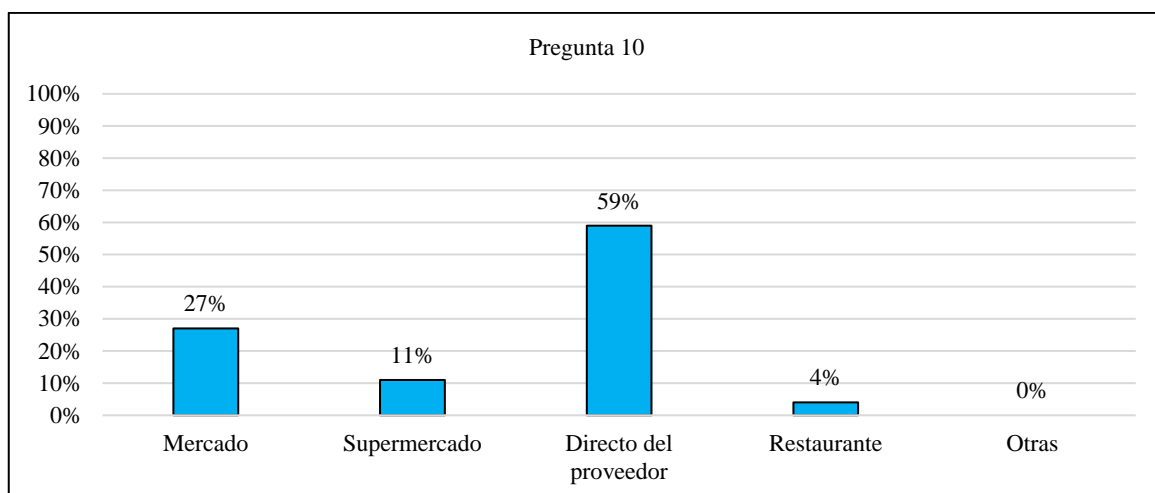
**Interpretación y análisis:** En relación al medio de comunicación que los clientes eligieron para obtener información son las redes sociales con un resultado de 82%. (Tabla 2-12), (Ilustración 2-9).

*Pregunta 10: Para la compra o consumo de cuyes faenados ¿En qué lugar lo haría?*

**Tabla 2-14:** ¿En qué lugar le gustaría adquirir cuyes faenados?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	102	27%
Supermercado	41	11%
Directo del proveedor	225	59%
Restaurante	14	4%
Otras	1	0%
	383	100%

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-10:** ¿En qué lugar le gustaría adquirir cuyes faenados?

Realizado por: Zamora N., 2023.

**Interpretación y análisis:** En cuanto al lugar de compra, los resultados son los siguientes: directo del proveedor con 59%, mercado con 27%, supermercado 11% y restaurante con 4%. (Tabla 2-13), (Ilustración 2-10).

### 2.5.3 Demanda potencial del producto o servicio

La población de la provincia de Morona Santiago que está constituida por 192508 habitantes, y que a la vez se obtuvo un mercado potencial, considerando el 65,4% de la población

económicamente activa lo que representa un total de 125900 personas serían el mercado establecido para la demanda potencial y, por lo tanto, serían los principales clientes potenciales.

El mercado disponible es analizado de acuerdo a las preguntas realizadas en la encuesta, se sacó un promedio de los porcentajes de las preguntas que obtuvieron un resultado alto de acuerdo a la idea de negocio, dando como resultado un 56,1% como se puede observar en la tabla 2-14:

**Tabla 2-15:** Porcentajes de encuesta

NÚMERO DE PREGUNTA	PORCENTAJE
1	26%
2	52%
3	52%
4	45%
5	65%
6	79%
7	46%
8	55%
9	82%
10	59%
<b>TOTAL</b>	<b>561%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>56.1%</b>

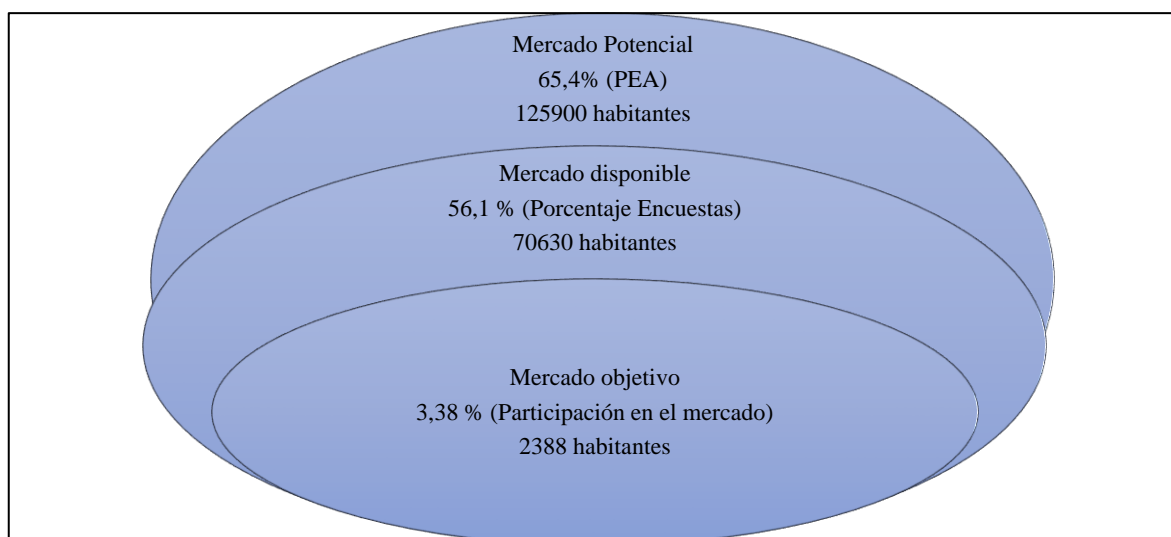
Realizado por: Zamora N., 2023.

Finalmente se obtuvo un mercado objetivo en base a dos escenarios (Tabla 2-15), siendo estos la aceptación del producto y el conocimiento de los beneficios del consumo de la carne de cuy.

**Tabla 2-16:** Se muestra un escenario planteado sobre un análisis optimista y pesimista

Matriz de decisión		
Escenario	Mercado Disponible (70630)	
Nivel Optimista por cada 2388 habitantes, se vende 199 cobayos al mes.	$2388/70630=$ 3.38%	2388 habitantes
Nivel Pesimista por cada 500 habitantes, se vende 199 cobayos al mes.	$500/70630=$ 0.71 %	501 habitantes

Realizado por: Zamora N., 2023.



**Ilustración 2-11:** Mercado objetivo

Realizado por: Zamora N., 2023.

#### 2.5.4 Demanda de productos

Para la demanda de productos (Tabla 2-16), primero se tomó el número de habitantes en el mercado objetivo que fue de 2388 y como segundo punto se valoró los resultados de la pregunta: Considerando que la carne de cuy es superior en su contenido nutritivo que el de otras carnes del mercado, ¿con que frecuencia estaría dispuesto a consumirla? Bajo el supuesto de que la cantidad que se consumió en cada una de las frecuencias es de 1 unidad.

**Tabla 2-17:** Demanda de productos

Demanda	Frecuencia	Porcentaje de participación	Mercado objetivo	Cantidad	Tiempo	Demanda en productos (unidades anuales)
2388	Semanalmente	23%	549	1	52	28531
	Quincenalmente	25%	599	1	26	15563
	Mensualmente	52%	1241	1	12	14889
Total			2388			58983

Realizado por: Zamora N., 2023.

## 2.5.5 Tipo de oferta y demanda

### 2.5.5.1 Demanda

La demanda es de tipo creciente, tomando en cuenta una tasa de crecimiento poblacional de 2,8% de la provincia en estudio, según datos publicados por el INEC (s.f.), presentada en el anexo “Resultados principales Morona Santiago – Censo Ecuador”, lo que quiere decir que la demanda incrementará conforme la población aumente. La tabla 16 demuestra la proyección de la demanda a partir del análisis del mercado objetivo como se muestra en la figura 11, se tomó los 70630 habitantes que se tiene en el mercado disponible para realizar la proyección misma que se hará para los próximos 5 años, tal como se muestra en la tabla 2-17:

**Tabla 2-18:** Proyección de la demanda

Año	Demanda
2023	70630
2024	72608
2025	74641
2026	76731
2027	78879
2028	81088

Fuente: (INEC, s.f.)

Realizado por: Zamora N., 2023.

### *Proyección de la demanda de productos*

Para la demanda de productos se realizó una proyección hasta el año 2028, aplicando la misma tasa de crecimiento que se utilizó en el cálculo de la proyección de la demanda. Así mismo, las 58983 unidades se tomaron del total de la demanda en productos de la tabla 2-16 para realizar el cálculo, obteniéndose los resultados presentados en la tabla 2-18:

**Tabla 2-19:** Proyección de la demanda de productos

Año	Demanda en productos (unidades)
2023	58983
2024	60634
2025	62332
2026	64078
2027	65872
2028	67716

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 2.5.5.2 Oferta

En lo que respecta a la oferta, no se dispone de los datos reales de la cantidad exacta de los negocios, emprendimientos, granjas o empresas que oferten cuyes en la provincia. Sin embargo, se tiene conocimiento de los productores involucrados en la zona de estudio, que son de la parroquia Chiviaza y del cantón Limón Indanza, los cuales venden cuyes en cantidad en algunos lugares de la Provincia. A estos oferentes se los considera según el tipo de oferta como competitivos directos, debido a que todos ofrecen el mismo producto, sobre todo tomando con gran cuidado la calidad y el precio del producto.

No obstante, se ha hecho una proyección de la oferta, tomando como referencia la cantidad de cobayos que se producen en la provincia. Según Reyes et al. (2021), en la provincia se han producido 27840 cuyes en el año 2021. Mediante la proyección realizada (Tabla 2-19) se tiene que para el año 2028 se ofertarán 33537 unidades.

**Tabla 2-20:** Oferta en productos

Año	Oferta en productos (unidades)
2023	29212
2024	30030
2025	30871
2026	31735
2027	32624
2028	33537

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 2.5.6 Mercado potencial insatisfecho para el proyecto

El mercado potencial insatisfecho (Tabla 2-20) es aquel mercado que está conformado por los clientes que muestran interés por la posible oferta de mercado, mismos que no están siendo atendido por un productor actual.

Año	Demanda en productos (unidades)	Oferta en productos (unidades)	Demanda potencial insatisfecha (Unidades)
2023	58983	29212	29771
2024	60634	30030	30605

2025	62332	30871	31462
2026	64078	31735	32342
2027	65872	32624	33248
2028	67716	33537	34179

**Tabla 2-21:** Mercado potencial insatisfecho

Realizado por: Zamora N., 2023.

La demanda potencial insatisfecha para el año 2023 es de 29771 unidades y con la proyección realizada, se tiene la diferencia entre la demanda en productos y la oferta en productos para el año 2028 la demanda será de 34179.

### 2.5.7 Tipo de segmentación

Para el análisis de segmentación se contemplaron los siguientes métodos de segmentación: geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales. Dentro de los métodos antes mencionados se analizaron los criterios señalados a continuación (Tabla 2-21):

**Tabla 2-22:** Métodos y criterios de segmentación

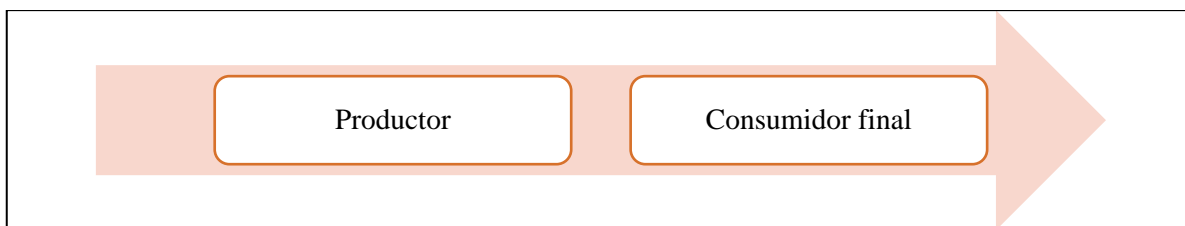
Segmentación	Criterio considerado
<i>Geográficas</i>	3. Ecuador
	4. Morona Santiago
	5. Zona: Urbana y rural
<i>Demográficas</i>	6. Edad: 15 años en adelante
	7. Género: Indiferente
	8. Ingresos: Población económicamente activa
	9. Ocupación: Indiferente
<i>Psicográficas</i>	10. Estilo de vida: Cuidado de la salud
	11. Clase social: Indiferente
<i>Conductual</i>	12. Beneficio buscado: Producto de alta calidad
	13. Frecuencia de consumo

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 2.5.8 Resumen del plan de ventas

#### 2.5.8.1 Canales de distribución

De acuerdo con las preferencias de los consumidores se ha tomado en consideración un canal de distribución directo con el que se pretende llegar desde la producción del cobayo directamente al consumidor final (Ilustración 2-12), con el apoyo de transportistas existentes en el cantón como lo son las diferentes cooperativas (Turismo, Sucúa, Macas, Coop. 16 de agosto, entre otras) que brindan el servicio.



**Ilustración 2-12:** Canales de distribución

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

*Publicidad:* La publicidad estará enfocada en las redes sociales como Facebook e Instagram, ya que se ha evaluado las preferencias del mercado objetivo, cuyo resultado de las encuestas fue a favor de las redes sociales. El alcance que tendrá la publicidad en las redes sociales irá relacionado de acuerdo a la inversión que se haga en las mismas.

El presupuesto que se ha designado para la publicidad anual será de \$ 240 (Tabla 2-22), con el objetivo de hacer conocer la marca y el producto, el presupuesto será repartido en los meses según la estacionalidad, lo que quiere decir que habrá meses en los cuales el costo de la publicidad será más alto que en otros meses. De igual manera, se designará más presupuesto en años posteriores conforme la empresa se establezca.

**Tabla 2-23:** Presupuesto de publicidad

Año	Presupuesto
Enero	\$15,00
Febrero	\$15,00
Marzo	\$25,00
Abril	\$15,00
Mayo	\$25,00
Junio	\$20,00
Julio	\$20,00
Agosto	\$15,00
Septiembre	\$15,00
Octubre	\$20,00
Noviembre	\$25,00
Diciembre	\$30,00
<b>Total</b>	<b>\$240,00</b>

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

*Promoción en ventas:* Se considerará introducir el producto fabricado por la empresa al mercado objetivo, como estrategia de marketing que genere interés en el producto, se tiene lo siguiente:

Aplicación de descuentos por cantidad.

Promociones en días especiales como: día de la madre, día del padre.

Participación en ferias agrícolas, ganaderas y de emprendedores de los diferentes cantones.

Participación en la feria provincial del cuy con sede en la parroquia Chiviaza - Morona Santiago.

*Marca:* Imagen corporativa del emprendimiento con el que se podrá hacerse diferenciar de otros emprendimientos que ofrezcan el mismo producto, que a su vez será utilizado en las redes sociales, así como en las etiquetas.



**Ilustración 2-13:** Isologotipo

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

Como elemento distintivo se tiene al cuy como representación principal del producto que se va a comercializar.

*Etiqueta y Slogan:* En los productos empacados al vacío que serán entregados por la granja incluirá una etiqueta que servirá para diferenciar de los demás productos que se ofertan en el mercado, la misma que contará con el isologotipo, slogan, dirección de la granja y teléfonos de contacto. El diseño de la etiqueta se muestra en la ilustración 2-2:





**Ilustración 2-14:** Etiqueta y Slogan

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

#### 2.5.8.2 *Objetivos de marketing*

Se describe los objetivos de marketing en tres diferentes plazos que se detallan a continuación:

*Corto plazo:* Introducir la marca y dar a conocer el producto en el mercado, lo que quiere decir que toda la publicidad estará dirigida a promocionar estas dos directrices mencionadas en el plazo de un año.

*Mediano plazo:* De acuerdo con el punto anterior, una vez se haya establecido la marca en el plazo dado se buscará continuar con las estrategias de publicidad anteriores y definir un producto estrella para el cual se implementará una mejor publicidad logrando así consolidar las ventas y poder incrementar la capacidad de producción de la granja.

*Largo plazo:* A partir del tercer al quinto año se pretende abrirse paso a nuevos mercados de las diferentes provincias del país, una vez se tenga una capacidad financiera estable. Se procura

ofrecer a estos mercados el producto estrella que ya sea preferido por el mercado al que se iniciará atendiendo, manteniendo foco en la publicidad que de resultado para la venta del producto.

## CAPÍTULO III

### 3. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 3.1 Nombre del emprendimiento

##### 3.1.1 Posibles nombres del emprendimiento

Para la elección del nombre del emprendimiento se utilizó una matriz ponderada de selección de acuerdo con los siguientes criterios:

Sentido de pertenencia

Simpleza

Recordable

Atractivo

El resultado final de la elección del nombre para el emprendimiento fue a favor de “Granja Chiviaza”, puesto que obtuvo los valores más altos en la calificación, ver tabla 3-1:

**Tabla 3-1:** Matriz ponderada de selección para el nombre

Criterio	Peso	Granja Chiviaza		Granja La Estancia		Granja Bellavista	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Sentido de pertenencia	30%	10	3	7	2,1	8	2,4
Simpleza	20%	9	1,8	9	1,8	8	1,6
Recordable	30%	10	3	9	2,7	9	2,7
Atractivo	20%	8	1,6	8	1,6	9	1,8
<b>Total</b>			<b>9,4</b>		<b>8,2</b>		<b>8,5</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

#### 3.2 Descripción del emprendimiento

##### 3.2.1 Tipo de emprendimiento

En este apartado hace referencia a las actividades que realiza el emprendimiento. El giro de negocio del emprendimiento será de producción y comercialización.

##### 3.2.2 Ubicación y tamaño del emprendimiento

La ubicación de la Granja será en la Finca la Estancia que pertenece al señor Patricio Zamora en la parroquia Chiviaza, esta finca se encuentra a 3 Km de la cabecera parroquial, vía a la comunidad “el Carmen”. Las características principales de la ubicación de la granja que se requiere para la producción de cobayos, se detallan a continuación:

Materia prima (Hierba adecuada y suficiente)

Fuentes hídricas y fuentes eléctricas

Distancia (Cerca de la cabecera parroquial)

Ubicación (Espacioso y sin aglomeraciones de personas y animales, indispensable para evitar enfermedades).

Las características ya antes mencionadas serán utilizadas para la matriz ponderado de selección de la ubicación descritas en la tabla 3-2. Finalmente, se obtuvo que acuerdo a los criterios señalados en la tabla 18, la “Finca la Estancia” es la mejor opción de ubicación con una calificación de 9,5.

**Tabla 3-24:** Matriz ponderada de selección para la ubicación

<i>Criterio</i>	Peso	<b>Finca el Carmen</b>		<b>Finca la Orquídea</b>		<b>Finca la Estancia</b>	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Disponibilidad de materia prima	35%	9	3,15	10	3,5	9	3,15
Fuentes hídricas y eléctricas	25%	7	1,75	7	1,75	10	2,5
Ubicación	15%	9	1,35	10	1,5	9	1,35
Distancia	25%	8	2	7	1,75	10	2,5
<b>Total</b>			8,25		8,5		<b>9,5</b>

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

En cuanto al tamaño del emprendimiento se tiene lo siguiente:

### 3.2.3 *Tamaño óptimo*

El tamaño óptimo del emprendimiento, con una estimación de que se cubra la demanda del 12%, se tiene en el año 2023 como demanda potencial insatisfecha real de 3926 unidades anuales y 327 mensuales y para el año 2028 se tiene 4350 unidades anuales y 362 mensuales como se muestra en la tabla 3-3:

**Tabla 3-3:** Dpi Real

<b>Año</b>	<b>Dpi</b>	<b>Estimación</b>	<b>Dpi real</b>	<b>Dpi real mensual</b>
2023	29771	12%	3573	298
2024	30605	12%	3673	306
2025	31462	12%	3775	315
2026	32342	12%	3881	323

2027	33248	12%	3990	332
2028	34179	12%	4101	342

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

De acuerdo a la demanda potencial insatisfecha, se estableció la siguiente capacidad de producción de la granja: 5028 cuyes por año para lo cual se contará con 600 hembras reproductoras y 75 machos reproductores. A continuación, en la tabla 3-4, se detallan los datos productivos de los cobayos:

**Tabla 3-4:** Datos productivos de los cobayos

Detalle	Valores
Proporción de machos, hembras	1:8
Cantidad de machos	50
Cantidad de hembras	400
Porcentaje de Fertilidad	90%
Partos por año	4,5
Crías por parto	2,5
Porcentaje de mortalidad de los cobayos en lactancia	10%
Porcentaje de mortalidad de los cobayos en engorde	8%

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

Productividad =  $(0,9 * 4,5 * 2,5 * 0,90 * 0,92) = 8,38$  cuyes por madre /año

Producción =  $8,38 * 450 = 3771$  cuyes gazapos al año.

Con las 600 madres reproductoras se tiene una estimación de la producción de 3771 cuyes al año, con lo cual se estaría satisfaciendo la demanda potencial insatisfecha.

### 3.2.4 Modelo de negocio

A continuación, se muestra el modelo de negocio mediante de la metodología Canvas (Ilustración 3-1), misma que está conformada por nueve fases que son:

Actividades clave

Recursos clave

Red de socios

Propuesta de valor

Segmento de clientes

Canales

Relaciones con los clientes

Estructura de costes

Fuente de ingresos



**Ilustración 3-1: Modelo CANVAS**

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 3.3 Sistema de producción

#### 3.3.1 Proceso de producción

El giro del negocio pretende ofertar cuyes faenados de pesos diferentes de acuerdo al pedido de los clientes, sin embargo, el proceso de producción será el mismo para todos los productos que sean solicitados. A continuación, se desarrollan cada uno de los pasos en el proceso:

##### 3.3.1.1. Recepción, pesaje y selección

Se reciben los pedidos de los clientes y se realiza el proceso de pesaje de los cuyes que hayan estado en engordamiento y que tengan una edad de 3 meses y medio en adelante. El peso de los cuyes va de acuerdo al pedido de los clientes y rondan desde las 3 libras, 3 libras y 4 onzas, y 3 libras y media, caso contrario serán rechazados. Los cuyes que hayan cumplido con el peso especificado serán seleccionados y trasladados en jabas con dimensiones de 80x60x20 cm.

##### 3.3.1.2. Sacrificio

El sacrificio de los cuyes consiste en que el personal designado para esta operación agarra al cuy y lo sacrifica usando la técnica de descabelle lo cual consiste en el rompimiento de la médula espinal adormeciendo de cierta forma al cuy, facilitando así el desangrado del animal.

#### *3.3.1.3. Degolle y desangrado*

En este proceso se realiza el corte del cuello del animal, a la altura de la yugular para su desangrado. Este paso será realizado por la misma persona que realizó el proceso de sacrificio, con un cuchillo delgado y afilado. Seguido, la sangre será depositada en un recipiente.

#### *3.3.1.4. Escaldado y pelado*

Después del sangrado del cuy, otro colaborador estará encargado de sumergir al animal sacrificado en agua que tenga una temperatura aproximada de 70°C por unos 10 segundos y seguidamente, se empezará con el pelado de forma manual.

#### *3.3.1.5. Lavado y eviscerado*

Este proceso será realizado en un lavadero de acero inoxidable, se tiene que eliminar cualquier residuo fecal o del pelaje. Para seguir con el eviscerado, el operario tendrá que hacer un corte transversal en el abdomen del animal para luego sacar las vísceras.

Por último, los cuyes serán lavados en agua para eliminar los restos de coágulos de sangre u otros residuos.

#### *3.3.1.6. Secado*

Luego de haber realizado la operación anterior, los cuyes faenados serán colgados en ganchos de acero inoxidable para su proceso de secado.

#### *3.3.1.7. Empacado al vacío*

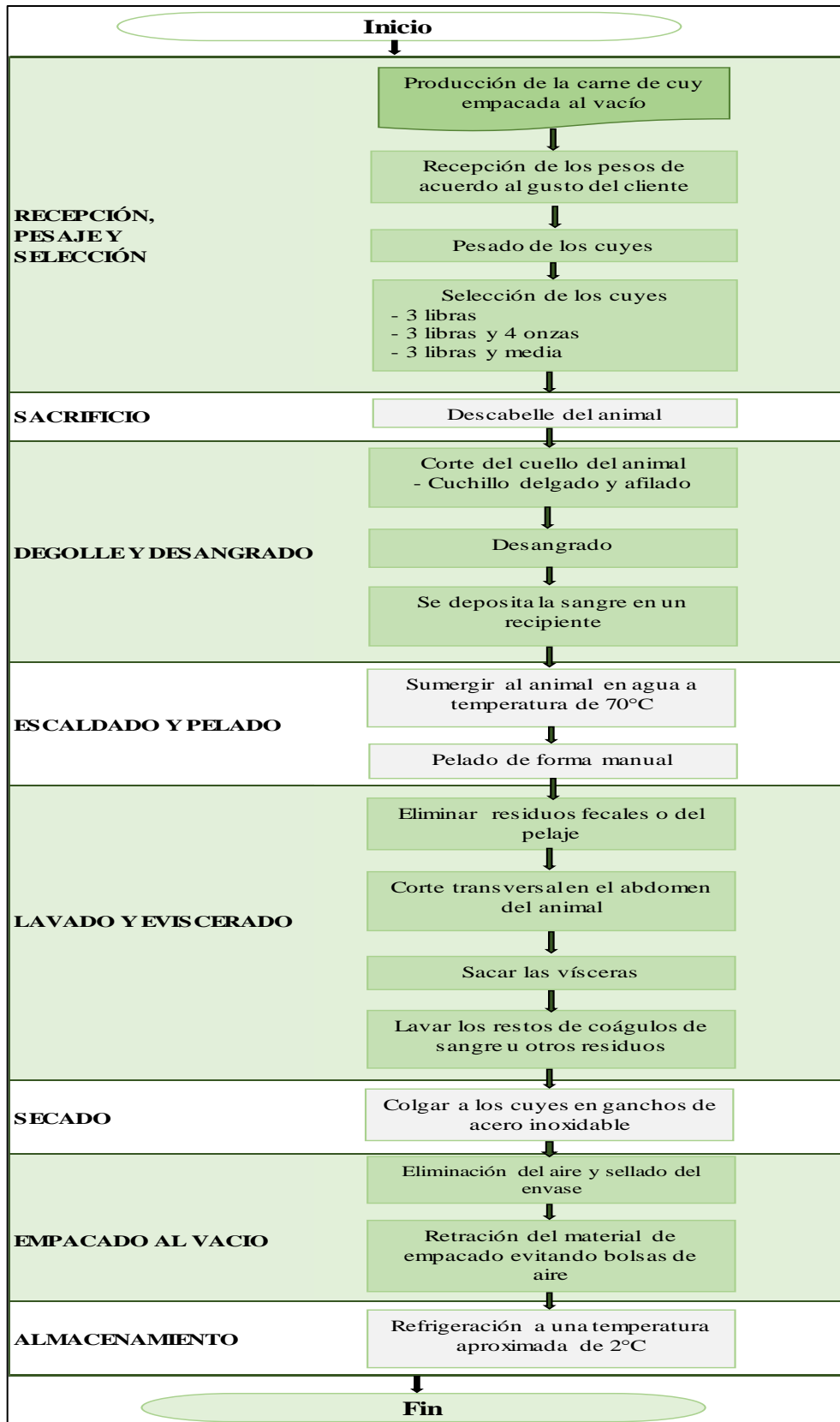
En este proceso se debe tener especial cuidado ya que este método de empacado al vacío contribuye a evitar que el producto que será entregado al consumidor se contamine y se eche a perder. En este punto se da paso a la eliminación el aire y sellado del envase, el material de empacado se retrae por el calor adaptándose al contorno del producto, y de esta manera se evitan las bolsas de aire.

#### *3.3.1.8. Almacenamiento*

Los productos empacados al vacío serán llevados a un ambiente de refrigeración con una temperatura aproximada de 2°C si es que el pedido no requiere una entrega inmediata. Caso contrario, el producto será puesto en coolers con hielo que están listos para su posterior entrega.

En la ilustración 3-2 se muestra el proceso de producción del cuy:





**Ilustración 3-2:** Diagrama de flujo: Proceso de Producción

Realizado por: Zamora N., 2023.








### 3.3.2 Características generales de los insumos, materiales y equipos








En la producción de los cobayos se requiere de las siguientes herramientas, materiales y equipos, según el proceso y la necesidad.

### 3.3.2.1. Insumos para la producción y crianza

Para el proceso de crianza se han tomado en consideración los insumos principales y más importantes mencionados en la tabla 3-5:

**Tabla 3-5:** Insumos para la crianza

EQUIPOS		
Nombre	Figura	Descripción
Comedero		Para la crianza del cuy es necesario este tipo de comedero de doble sistema para evitar desperdicios.
Bebedero		El bebedero se utilizará como instrumento para la crianza de los cuyes, estos animales como cualquier otro necesitan de agua para su desarrollo.
Balanza manual de 5 Kg		La balanza manual de 5 Kg es útil para llevar un control de los pesos de los cobayos.
Termómetro		Facilita el control de la temperatura del ambiente que se tiene dentro del galpón de cobayos.
Mochila de fumigar		Contribuye en la desinfección de los galpones y sus alrededores.
Jaulas		En las jaulas serán criados los cobayos, las jaulas deben estar hechas todo de malla, en especial el piso para garantizar que no haya obstrucción de la basura.
Gavetas		Útiles para transportar los cuyes dentro del galpón de una jaula a otra o para seleccionarlos.
MATERIALES		




Escoba		Contribuye en la limpieza de las jaulas, paredes y demás espacios de los galpones.
Sacos vacíos		Servirán para el depósito de materiales, abono, entre otros.
Recogedor		Se dará uso en la limpieza de todos los espacios necesarios.
<b>HERRAMIENTAS</b>		
Lampón		Es una herramienta muy útil y necesaria que facilitará recogiendo el abono de los cuyes en el proceso de limpieza.
Rastrillo		El rastrillo ayudará a mover el abono y también a juntar la hierba seca que se junta debajo de las jaulas.
Azadón		El azadón sirve para mover el abono de los cobayos para facilitar el proceso de secado y posteriormente poner en los sacos vacíos.
Machete		Herramienta necesaria para cortar la hierba que servirá como alimento para los cobayos.

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 3.3.2.2. Insumos para el faenamiento

En cuanto al proceso de faenado del cuy, se han detallado otros insumos que son indispensables para el desarrollo del mismo (Tabla 3-6).

**Tabla 3-6:** Insumos para el faenamiento

<b>EQUIPOS</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Figura</b>	<b>Descripción</b>
Balanza digital		Contribuye en el pesado de los cuyes faenados que están listos para la venta. Útil para pesar cantidades mayores.
Empacadora al vacío		La empacadora al vacío es quizá el equipo más importante ya que evitará que el producto final se eche a perder.
Olla de acero inoxidable		En el proceso de faenado, en la olla de acero inoxidable se calentará el agua con la que se pelará los cuyes.

Cocineta industrial de dos quemadores		La cocineta industrial será utilizada para calentar el agua con el que serán pelados los cuyes.
Congelador industrial		Necesario para el último paso en el proceso de faenado, con el congelador se enfriará y congelará el producto final para ser transportado.
<b>HERRAMIENTAS</b>		
Cuchillo		El cuchillo es un material que facilita el proceso de lavado y eviscerado del cuy.
Rasuradora reutilizable		Elimina la lana que no se haya sacado en el proceso de pelado.
Gancho de acero inoxidable		Los ganchos serán utilizados para el proceso de secado de los cuyes. Los cuyes serán colgados y seguido de eso caerá el agua que esté en exceso.
Hojas Gillette		Hojas Gillette que irán en la rasuradora reutilizable.
Fundas de empacado		Se necesita de este tipo de fundas para el empacado al vacío de los cuyes.

Realizado por: Zamora N., 2023.

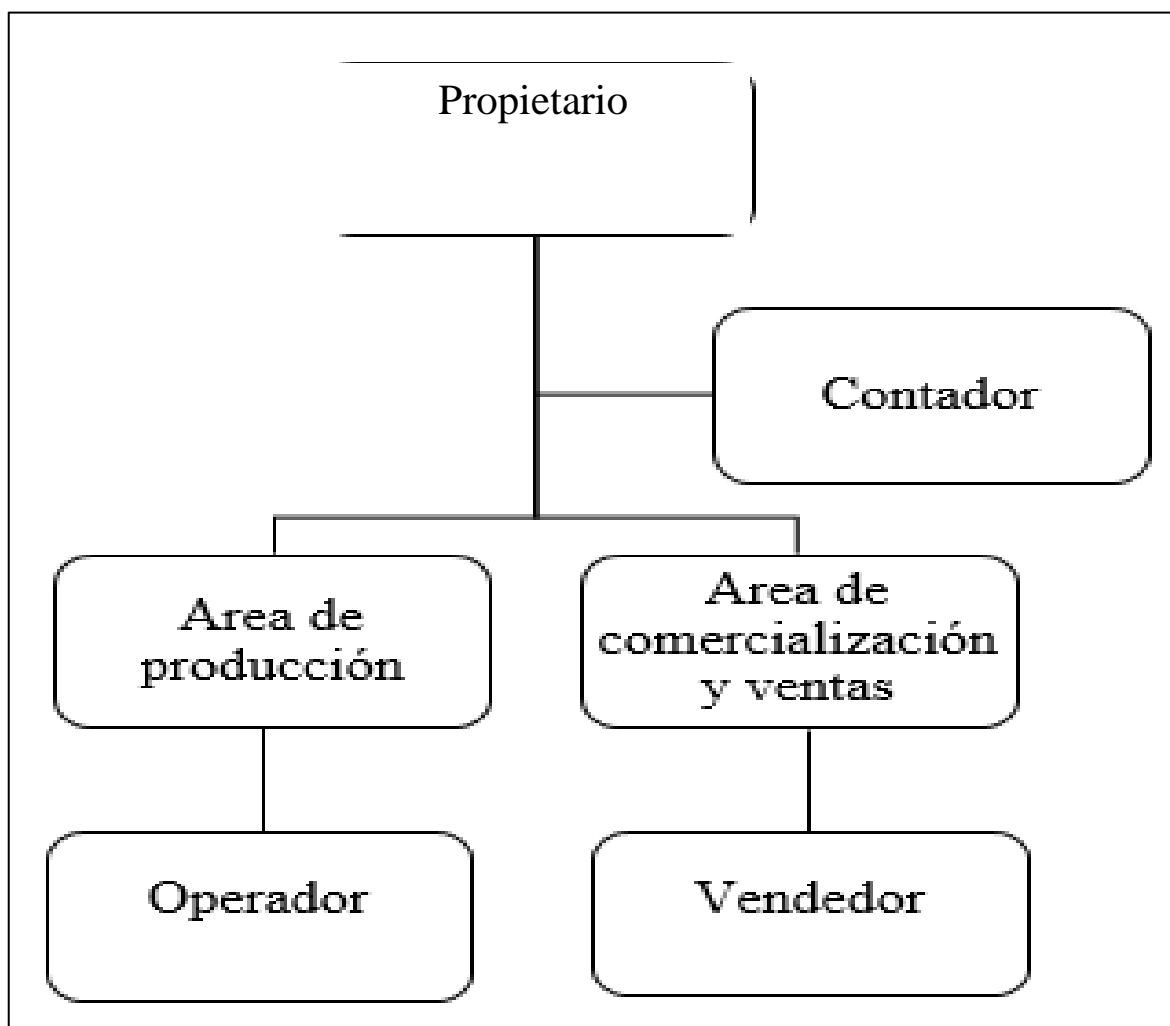
## CAPÍTULO IV

### 4. ENTORNO JURÍDICO

#### 4.1 Estructura orgánica del emprendimiento

##### 4.1.1 Organigrama

Dentro de la estructura orgánica del emprendimiento, ilustración 4-1, se encuentra el propietario como órgano superior y principal que dirigirá la empresa, área de producción, área de comercialización-ventas y un contador.



**Ilustración 4-1:** Organigrama general del emprendimiento

Realizado por: Zamora N., 2023.

##### 4.1.1.1 Descripción de funciones

*Propietario:*

Plantear metas a corto, mediano y largo plazo en beneficio del emprendimiento.

Organizará al personal de la empresa.

Alentará la participación de sus colaboradores en la toma de decisiones y solución de problemas.

Analizará los resultados y logros alcanzados de la mano de sus colaboradores.

Prestar el apoyo necesario y suficiente a sus colaboradores con el fin de que se desenvuelvan de manera eficiente.

Controlar oportunamente el cumplimiento y desarrollo de los objetivos y actividades

*Contador:*

Realizar registros en el libro diario

Llevará los libros mayores de acuerdo a su campo

Preparar y presentar informes mensuales sobre la situación financiera del emprendimiento.

Pago de impuestos.

*Operador:*

Encargado principal del mantenimiento y faenado de los cobayos:

Cuidado y alimentación de los cobayos.

Limpieza y desinfección de los galpones.

Adquisición del alimento balanceado y suplementos veterinarios para los cobayos.

Manejo del abono para el forraje.

Dirigir y supervisar el proceso de faenado de los cobayos.

Controlará la calidad del producto final.

*Vendedor:*

Atenderá a los clientes

Registrará los pedidos de los clientes

Encargado de administrar las redes sociales

Realizar los cobros

El vendedor puede involucrarse de manera oportuna y necesaria en las actividades que realiza el operador.

## **4.2 Marco Legal**

Los requisitos que el emprendimiento debe cumplir para el funcionamiento del mismo son los siguientes:

### Registro único de contribuyentes (RUC)

El RUC contiene el número de identificación de todas las personas naturales o jurídicas que tengan obligaciones tributarias. Tienen las siguientes obligaciones a cumplir con el Servicio de Rentas Internas:

1. Obtener el RUC, documento legal que permite realizar transacciones comerciales de acuerdo con la Ley. Los contribuyentes tienen la obligación de obtener el RUC dentro de los treinta días hábiles después de haber iniciado sus actividades.
2. Actualizar el RUC ante cualquier cambio en los datos originales, de igual manera se debe realizar este cambio dentro de los treinta días hábiles posteriores al cambio.

### *Permiso de funcionamiento*

Este documento es emitido por el Ministerio de Salud Pública por medio de la Dirección Provincial de Salud. Previo a la obtención del permiso se realiza un control de las instalaciones.

### *Permiso sanitario*

El permiso sanitario es otorgado por la Dirección Provincial de Salud a través del departamento de Control Sanitario. En el permiso consta el número de registro sanitario con el que se podrá proceder con las actividades del emprendimiento.

### *Permiso de los bomberos*

Para el funcionamiento de las actividades del emprendimiento en la parroquia es necesario la obtención del permiso de los bomberos. Este permiso se obtiene cumpliendo los requisitos mencionados a continuación:

Cédula del solicitante.

Certificado de no adeudar.

Lugar en donde funciona el negocio

Datos de dirección, correo electrónico y número de contacto del solicitante.

### *Registro patronal*

Se debe obtener una clave de acceso al sistema de Historia Laboral, entrando a la página web del IESS. Para obtener la clave se debe adjuntar los siguientes requisitos:

Copia del RUC.

Original y copia a color de la cédula de identidad y de la papeleta de votación actual.

Copia de pago de los servicios básicos.

Contratos de trabajo que deben estar inscritos en la Inspección de Trabajo.

#### **4.2.1 Gastos de constitución y régimen tributario**

A continuación (Tabla 4-1), se detallan los gastos de cada uno de los requisitos de constitución mencionados anteriormente y de igual manera se registra el total de los gastos de constitución.

**Tabla 4-1:** Gastos de constitución.

<b>Detalle</b>	<b>Costo estimado</b>
RUC	\$20,00
Permiso de bomberos	\$10,00
Permiso de funcionamiento	\$20,00
Permiso sanitario	\$20,00
Registro patronal	\$0,00
<b>Total</b>	<b>\$70,00</b>

**Realizado por:** Zamora N., 2023.



## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 Plan de financiamiento para el emprendimiento

El plan de financiamiento del emprendimiento se basa en el capital necesario para el inicio de la propia actividad económica, que incluye la compra de activos fijos e intangibles, así como el capital del trabajo (Tabla 5-1).

**Tabla 5-1:** Inversión fija

Inversión fija	Cantidad	Precio Unitario	Total
<b>CONSTRUCCIÓN Y EDIFICIOS</b>			<b>\$ 6.500,00</b>
Galpón	1	5000,00	\$ 5.000,00
Adecuaciones e instalaciones	1	2500,00	\$ 1.500,00
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$ 2.780,50</b>
Comedero	20	2,75	\$ 55,00
Bebedero	20	4,50	\$ 90,00
Balanza manual de 5 Kg	1	4,50	\$ 4,50
Termómetro	1	5,00	\$ 5,00
Mochila de fumigar	1	35,00	\$ 35,00
Lampón	2	12,00	\$ 24,00
Rastrillo	2	7,00	\$ 14,00
Azadón	1	8,00	\$ 8,00
Machete	2	10,00	\$ 20,00
Balanza digital	1	25,00	\$ 25,00
Empacadora al vacío	1	2000,00	\$ 2.000,00
Congelador industrial	1	500,00	\$ 500,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 317,50</b>
Escritorio	1	250,00	\$ 250,00
Sillas	3	7,50	\$ 22,50
Silla ejecutiva	1	45,00	\$ 45,00
<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>			<b>\$ 1.150,00</b>
Laptop	1	800,00	\$ 800,00
Impresora Epson	1	350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$10.748,00</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>\$ 70,00</b>
Gastos de Constitución y permisos		70,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$10.818,00</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

El capital de trabajo del proyecto cubrirá los costos directos de materias primas y mano de obra; costos de fábrica y gastos de administración, venta y financiación para el primer periodo mensual, tomando en cuenta los gastos por activos intangibles indicados en la tabla 1-4 gastos de constitución. En la tabla 2-5 se muestran las fuentes de financiamiento para el emprendimiento y que hará uso de las mismas para dar inicio de las actividades económicas, a continuación de detalla el aporte del emprendedor y el préstamo que se realizará (Tabla 5-2):

**Tabla 5-2:** Fuentes de financiamiento

FUENTE	VALOR	%
Capital de trabajo	\$ 3.000,00	22%
Préstamo	\$ 10.818,00	78%
<b>TOTAL DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 13.818,00</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

## 5.2 Resumen de los estados financieros

### 5.2.1 Estado de situación inicial

En el estado de situación inicial se muestran los valores de las actividades económicas de los activos, pasivos y patrimonio del emprendimiento que se detallan a continuación, (Tabla 5-3):

**Tabla 5-3:** Estado de situación inicial

ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CAJA	\$ 3.000,00	OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 245,52
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 10.748,00</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>\$ 2.780,50</b>	OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 10.572,48
Comedero	\$ 55,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 10.818,00</b>
Bebedero	\$ 90,00		
Balanza manual de 5 Kg	\$ 4,50		
Termómetro	\$ 5,00		
Mochila de fumigar	\$ 35,00		
Lampón	\$ 24,00		
Rastrillo	\$ 14,00		

Azadón	\$ 8,00		
Machete	\$ 20,00		
Balanza digital	\$ 25,00		
Empacadora al vacío	\$ 2.000,00		
Congelador industrial	\$ 500,00		
<b>CONSTRUCCIÓN Y EDIFICIOS</b>	<b>\$ 6.500,00</b>		
Galpón	\$ 5.000,00		
Adecuaciones e instalaciones	\$ 1.500,00		
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 317,50</b>		
Escritorio	\$ 250,00		
Sillas	\$ 22,50		
Silla ejecutiva	\$ 45,00		
<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>	<b>\$ 1.150,00</b>		
Laptop	\$ 800,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Impresora Epson	\$ 350,00	CAPITAL	\$ 3000,00
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 70,00</b>	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3000,00</b>
Gastos de Constitución y permisos	\$ 70,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>\$ 13.818,00</b>	<b>TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 13.818,00</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 5.2.2 Balance general

En el balance general se presenta las cuentas del estado de situación inicial, de igual forma las utilidades del primer año y las depreciaciones de los equipos (Tabla 5-4).

**Tabla 5-4:** Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Ventas netas	\$26.268,00	\$27.003,50	\$ 27.759,60	\$28.536,87	\$29.335,90
(-) Costo de producción	\$14.938,05	\$11.188,05	\$11.419,64	\$11.656,03	\$11.897,31
(=) Utilidad bruta	\$11.329,95	\$15.815,45	\$16.339,96	\$16.880,84	\$17.438,59
(-) Gastos de administración	\$4.420,05	\$4.511,55	\$4.604,93	\$4.700,26	\$4.797,55
(-) Gastos de ventas	\$600,00	\$612,42	\$625,10	\$638,04	\$651,24
(-) Gastos financieros	\$1.218,11	\$1.023,52	\$807,03	\$566,16	\$298,17

(=) Utilidad antes de part. Trab.	\$5.091,79	\$9.667,97	\$10.302,90	\$10.976,39	\$11.691,63
(-)15% participación trabajadores	\$763,77	\$1.450,19	\$1.545,43	\$1.646,46	\$1.753,74
(-) Impuestos	\$519,36	\$986,13	\$1.050,90	\$1.119,59	\$1.192,55
(=) Utilidad neta	\$3.808,66	\$7.231,64	\$7.706,57	\$8.210,34	\$8.745,34

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 5.2.3 Presupuesto de ventas

En base a la demanda y las fluctuaciones estacionales mensuales, dependiendo de la capacidad de producción de los cobayos, se proyecta el presupuesto de ventas anual.

**Tabla 5-5:** Presupuesto de ventas en unidades

MES	COBAYOS
Enero	199
Febrero	199
Marzo	199
Abril	199
Mayo	199
Junio	199
Julio	199
Agosto	199
Septiembre	199
Octubre	199
Noviembre	199
Diciembre	199
<b>TOTAL</b>	<b>2388</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

Para la asignación del precio de venta del cuy se consideró un promedio de los dos precios que tuvieron mayor acogida en las encuestas realizadas, a continuación, en la tabla 5-6, se presenta el cálculo de las ventas.

**Tabla 5-6:** Presupuesto de ventas: producto cobayos

DESCRIPCIÓN	PVP / UNIDAD	CANTIDAD	VENTAS
COBAYOS	\$ 11,00	2388 anuales	\$ 26268 anuales

Realizado por: Zamora N., 2023.

### 5.2.4 Presupuesto de producción

De acuerdo a la cantidad de ventas planificadas, a continuación, en la tabla 5-7, se procede a realizar el cálculo de los costos de producción:

**Tabla 5-7:** Presupuesto de los costos de producción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL	COSTOS ANUALES
----------	-------------	--------	-------------	-------	----------------

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>			<b>\$ 4.682,34</b>	<b>\$ 14.938,05</b>
<b>SEMOVIENTES</b>			<b>\$ 3.750,00</b>	
400	Cobayos hembras		8	\$ 3.200,00
50	Cobayos machos		11	\$ 550,00
<b>MATERIA PRIMA</b>			<b>\$ 614,00</b>	<b>\$ 7.368,00</b>
10	Balanceados	qq	\$ 28,00	\$ 280,00
3	Hierba por hectárea	ha	\$ 50,00	\$ 150,00
2	Vitaminas y desparasitantes	unidades	\$ 17,00	\$ 34,00
200	Funda para empaquetado	unidades	\$ 0,25	\$ 50,00
20	Comederos	unidades	\$ 5,00	\$ 100,00
<b>MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 306,34</b>	<b>\$ 3.676,05</b>
1	OBRERO		\$ 306,34	\$ 306,34
<b>CIF</b>			<b>\$ 12,00</b>	<b>\$ 144,00</b>
1	Energía eléctrica		7	\$ 7,00
1	Agua potable		5	\$ 5,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$ 368,34</b>	<b>\$ 4.420,05</b>
1	Personal		306,34	\$ 306,34
1	Servicios básicos (agua- luz)		12,00	\$ 12,00
1	Arriendo		50,00	\$ 50,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>
1	Transporte		30	\$ 30,00
1	Publicidad		20	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.350,68</b>	

Realizado por: Zamora N., 2023

### ***5.2.5 Presupuesto de mano de obra y personal***

En este apartado se estudia el sueldo que será dirigido hacia el contador y vendedor-operador en el primer año de inicio del proyecto, los cuales se detallan en la tabla 5-8 el Presupuesto del sueldo gerente, contador y vendedor y la tabla 5-9 el Salarios del operador:

**Tabla 5-8:** Presupuesto de mano de obra y personal - Contador

MES	SUELDO CONTADOR	APORTE PATRONAL (11,15)	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	PRESUPUESTO MENSUAL
Enero	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Febrero	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Marzo	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Abril	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Mayo	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Junio	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Julio	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Agosto	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Septiembre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Octubre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Noviembre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Diciembre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$ 3.676,05</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

**Tabla 5-9:** Presupuesto de mano de obra y personal - Vendedor y Operario

MES	SUELDO VENDEDOR Y OPERARIO	APORTE PATRONAL (11,15)	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	PRESUPUESTO MENSUAL
Enero	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Febrero	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Marzo	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Abril	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Mayo	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Junio	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Julio	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Agosto	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Septiembre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Octubre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Noviembre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
Diciembre	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$ 3.676,05</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.



### 5.3 Resultado de la aplicación de indicadores financieros

#### 5.3.1 Valor Actual Neto y Tasa de Retorno

La tasa interna de retorno expresa el porcentaje que ganará el proyecto en base a la inversión realizada, y su cálculo requiere de una tasa o costo de oportunidad. Para ello, se compara el TIR con la tasa de interés mínima o la tasa marginal, el costo de oportunidad de la inversión (Tabla 5-10).

**Tabla 5-10:** VAN y TIR

PROYECCIÓN	FLUJO ACUMULADO
Año 0	\$ -13.818,00
Año 1	\$ -9.253,45
Año 2	\$ -661,87
Año 3	\$ 8.488,45
Año 4	\$ 18.231,45
Año 5	\$ 28.603,85
VAN	\$ 10.937,41
TIR	24%

Realizado por: Zamora N., 2023.

#### 5.3.2 Periodo de recuperación de la inversión

En el periodo de recuperación de la inversión se indica el tiempo en que a través de los flujos devueltos por el giro del negocio permitirán que se recupere la inversión. Se detalla a continuación el periodo de recuperación de acuerdo al flujo de efectivo anual en la que se recuperara en el año 3 (Tabla 5-11):

**Tabla 5-11:** Periodo de recuperación de la inversión

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO NETO EFECTIVO</b>	\$ -13.818	\$4.564,55	\$8.591,5	\$9.150,32	\$9.743,99	\$10.372,41
<b>FLUJO NETO EFECTIVO ACUMULADO</b>	\$-13.818	\$-9.253,45	\$-661,87	\$8.488,45	\$18.231,45	\$28.603,85

Realizado por: Zamora N., 2023.

#### 5.3.3 Punto de equilibrio monetario

En el punto de equilibrio monetario (Tabla 5-12) se detalla la cantidad de ventas que se deberá ejecutar para no tener pérdidas dentro del periodo seleccionado. La fórmula es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left( \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}} \right)}$$

**Tabla 5-12:** Punto de equilibrio monetario

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		
RUBROS	AÑO 1	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de producción		\$ 14.938,05
Gastos administrativos	\$ 4.420,05	
Gastos de ventas		\$ 600,00
Gastos financieros	\$ 1.218,11	
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 5.638,16</b>	<b>\$ 15.538,05</b>
Ventas	\$	26.268,00
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>\$</b>	<b>13.802,78</b>
<b>PE sobre ventas</b>		<b>53%</b>
<b>PE sobre ventas en unidades</b>	<b>2356</b>	<b>196</b>

Realizado por: Zamora N., 2023.

Cálculo del punto de equilibrio monetario

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}\right)}$$

$$PE = \frac{5638,16}{1 - \left(\frac{15538,05}{26268,00}\right)}$$

$$PE = \frac{5638,16}{1 - \left(\frac{15538,05}{26268,00}\right)}$$

$$PE = \frac{5638,16}{1 - (0,591520101)}$$

$$PE = 13802,78$$

#### 5.3.4 Margen de pérdida

Son los fondos que se necesitan para abrir y mantener una posición de trading con apalancamiento. Las ganancias que deje el negocio no solo dependen de las ventas sino de las previsiones para momentos críticos, y estudiar formas de promediar el margen de pérdida es fundamental para tomar decisiones. Para ello se divide el valor de las pérdidas injustificadas por el valor total de las ventas, después multiplica el resultado por 100 para obtener un porcentaje. (Pérdida desconocida / volumen de ventas neto) x 100. (Tabla 5-13):

**Tabla 5-13:** Margen de pérdida

<b>MARGEN DE PÉRDIDA</b>	
Unidades producidas de cobayos al año	3771
Porcentaje de mortalidad de cobayos en lactancia	10%
Porcentaje de mortalidad de cobayos en engorde	8%
Total de mortalidad de cobayos	679
Precio de compra promedio entre hembra y macho (8 y 11 dólares)	\$ 9,50
Total en unidades monetarias	\$ 6.448
Ventas totales	\$ 26.268
Margen de pérdida	25%

**Realizado por:** Zamora N., 2023.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

En los últimos años, se ha evidenciado que ha incrementado el consumo de cuy, esto debido a su alto contenido nutritivo, por lo que, la producción de estos animales ya no solo se da en la zona andina del país, sino que se ha esparcido por todos los rincones del país.

Con la idea de negocio no solo se ha tomado en consideración los beneficios económicos sino también los sociales, ya que se aportará a la salud alimentaria de la población y así mismo se crearán fuentes de trabajo.

Con el estudio de mercado realizado se determinó la demanda potencial real de la carne de cobayos, al año 2023 es de 29771 cobayos anuales en toda la provincia de Morona Santiago. La demanda que la “Granja Chiviaza” va a cubrir de acuerdo a su capacidad de producción será de 2388 cobayos al año.

El emprendimiento es viable de forma técnica y económica debido a varios factores como la disposición de la materia prima, mano de obra y sobre todo por la ubicación que será en la parroquia Chiviaza, misma que dispone de lo necesario para producir cuyes de buena calidad, y a su vez en los últimos años la parroquia se ha dado a conocer en la provincia por su excelente producción de cobayos.

Para la producción y comercialización de cobayos se requiere una inversión de \$13.818,00 para un período de 5 años, esto representa un Valor Actual Neto de \$ 10.937,41 y una Tasa Interna de Retorno del 24%.

El proyecto de emprendimiento tiene un punto de equilibrio monetario anual de \$ 13.802,78 y en unidades de 2356 cuyes. Así mismo, requiere un periodo de recuperación de la inversión de 3 años.

## **6.2 Recomendaciones**

Se recomienda ejecutar la creación de la “Granja Chiviaza” con la finalidad de contribuir a la satisfacción de la demanda y las necesidades de la población de Morona Santiago, sumado a esto, los indicadores económicos dieron un resultado positivo a favor del proyecto.

Considerar el estudio de mercado en los proyectos o emprendimientos de cualquier índole, ya que contribuye a tomar buenas decisiones con respecto a la oferta y demanda del producto involucrado.

Se invita a los emprendedores en los procesos de cavicultura a trabajar con cobayos de razas mejoradas ya que se obtiene una mejor productividad, así mismo, se recomienda seguir cursos y buscar información sobre el manejo de los cuyes de forma tecnificada.

Se sugiere que el presente estudio sea tomado en cuenta por los GADs provinciales, cantonales y parroquiales para mejorar la calidad de vida de las personas.

Se propone hacer uso del estudio realizado en este proyecto como aporte al aprendizaje de los estudiantes de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y demás carreras afines, de tal forma que contribuya a la formación académica de los mismos.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGROCALIDAD. (2013). *Suplemento. Registro Oficial N° 139*. Ecuador. Obtenido de <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ecu155317.pdf>
- CENAN. (2023). *Instituto Nacional de Salud*. Obtenido de <https://web.ins.gob.pe/es/alimentacion-y-nutricion/acerca-de-cenan/presentacion>
- Censos, I. N. (Abril de 2023). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-abril-2023-2/>
- Chachipanta, L. (07 de 01 de 2019). *Identificación del mercado potencial de los productos elaborados con carne de cuy (Cavia Porcellus) en la provincia Tungurahua*. Ambato: O.E. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/morona-santiago/provincias/provincia-morona-santiago-a1e27fe3e>
- Chavez, I., & Avilés, D. (01 de 04 de 2022). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-91172022000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-91172022000200005&script=sci_arttext)
- Chupin, D. (2020). Cría de especies ganaderas no convencionales: una actividad en auge. *Revista mundial de zootecnia*.
- Dávalos, N. (10 de 05 de 2021). *PRIMICIAS*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/uso-internet-ecuador-aumento/>
- El Telégrafo. (30 de 04 de 2016). *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-ancestral-consumo-de-cuyes>
- García, H. (2011). *Estudio de factibilidad para la construcción de una granja dedicada al cuidado, crianza y comercialización de cuyes en el Inga, provincia de Pichincha, utilizando para su alimentación el forraje verde hidropónico*. Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2123/1/UPS-QT00081.pdf>
- INEC. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Ecuador. Obtenido de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- INEC. (2022). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)*. Ecuador.
- INEC. (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), anual 2022*. Quito: INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Anual/Bolet%C3%ADn%20t%C3%A9cnico%20anual%20enero-diciembre%202022.pdf>
- INEC. (04 de 2023). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-abril-2023-2/>
- León, M. (2020). *Buen Vivir en el Ecuador. Del concepto a la medición*. Quito: INEC.
- Líderes, R. (15 de 05 de 2017). *Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/cuy-crece-region-central->

economia.html#:~:text=Como%20lo%20elija%20debe%20conocer,los%20principales%20productores%20de%20cuyes.

MPCEIP. (16 de 08 de 2022). *Gobierno del Ecuador*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/artesanos-microempresas-y-emprendedores-pueden-aplicar-al-credito-1x30/>

Naranjo, E., & Simbaña, P. (2015). *Plan de marketing para la organización APROCUY, productora y comercializadora de cuyes en el cantón Cayambe*. Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9420/1/UPS-QT07550.pdf>

PRIMICIAS. (Marzo de 2022). *La inversión en el sector agrícola representa una apuesta para el futuro*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/patrocinado/la-inversion-en-el-sector-agricola-representa-una-apuesta-para-el-futuro/>

Reyes et al. (2021). *Análisis del manejo, producción y comercialización del cuy en Ecuador*. Ecuador: Revista científica Dominio de las Ciencias.

Reynaga et al. (18 de 06 de 2020). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-91172020000300035&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-91172020000300035&script=sci_arttext)



**Total 20 referencias bibliográficas**

## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA

#### **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO** **SEDE MORONA SANTIAGO** **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La siguiente encuesta es de carácter confidencial y tiene como finalidad recopilar información necesaria que servirá para complementar la investigación que se realiza acerca del consumo de cuy en la Provincia de Morona Santiago.

Instrucciones: Por favor lea cada pregunta y señale en la respuesta que usted considere conveniente.

**Pregunta 1: ¿Qué tipo de carne que se oferta en el mercado ha comido al menos una vez al mes?**

- Res (ganado vacuno) ( )
- Porcina (chancho) ( )
- Pescado ( )
- Ovino (oveja) ( )
- Conejo ( )
- Cuy ( )
- Todas las anteriores ( )

**Pregunta 2: ¿Conoce usted los beneficios de consumir carne de cuy?**

- SI ( )
- NO ( )

**Pregunta 3: Considerando que la carne de cuy es superior en su contenido nutritivo que el de otras carnes del mercado, ¿con que frecuencia estaría dispuesto a consumirla?**

- SEMANALMENTE ( )
- QUINCENALMENTE ( )
- MENSUALMENTE ( )

**Pregunta 4: ¿Cuál es el motivo de su consumo de carne de cuy?**

- Gusto ( )
- Salud ( )
- Reuniones familiares (celebraciones especiales) ( )
- Indistintamente ( )

**Pregunta 5: ¿Qué características toma en consideración al momento de comprar cuy?**

- Calidad (Sabor, peso, tamaño) ( )
- Precio ( )
- Sanidad ( )



**Pregunta 6: ¿Le gustaría que se oferte al mercado la carne de cuy por partes (medio, brazuelo, falda, pierna)?**

- SI ( )
- NO ( )

**Pregunta 7: ¿Cuál es el peso del cuy faenado de su preferencia para su consumo?**

- 1,5 libras ( )
- 2 libras ( )
- 2,5 libras ( )
- 3 libras ( )

**Pregunta 8: Tomando como referencia un peso promedio de 2 libras del cuy faenado ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el mismo?**

- \$10 ( )
- \$11 ( )
- \$12 ( )
- \$13 ( )

**Pregunta 9: ¿En qué medios de comunicación le gustaría obtener información sobre la venta de cuyes faenados?**

- Radio ( )
- Canales de TV ( )
- Redes sociales ( )
- Periódico ( )
- Otras ( )

**Pregunta 10: Para la compra o consumo de cuyes faenados ¿En qué lugar lo haría?**

- Mercado ( )
- Supermercado ( )
- Directo del proveedor ( )
- Restaurante ( )
- Otras ( )

**ANEXO B: TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS**

MES	SUELDO CONTADOR	APORTE PATRONAL (11,15)	APORTE PERSONAL (9,45)	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	PRESUPUESTO MENSUAL
ENERO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
FEBRERO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
MARZO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
ABRIL	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
MAYO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
JUNIO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
JULIO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
AGOSTO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
SEPTIEMBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
OCTUBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
NOVIEMBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
DICIEMBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$ 3.676,05</b>

MES	SUELDO VENDEDOR Y OPERARIO	APORTE PATRONAL (11,15)	APORTE PERSONAL (9,45)	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	PRESUPUESTO MENSUAL
ENERO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
FEBRERO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
MARZO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
ABRIL	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
MAYO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
JUNIO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
JULIO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
AGOSTO	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
SEPTIEMBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
OCTUBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
NOVIEMBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
DICIEMBRE	\$ 225,00	\$ 25,09	\$ 21,26	\$ 250,09	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 306,34
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$ 3.676,05</b>

**ANEXO C: COSTOS DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD**

COSTOS UNITARIOS		11674		
<b>1. MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 10.516,05</b>
ALIMENTACION	UNIDADES	P/U	SUBTOTAL	
BALANCEADOS	8	\$ 28,00	\$ 224,00	1,13
HIERBA POR HECTAREA	3	\$ 50,00	\$ 150,00	0,75
VITAMINAS Y DESPARACITANTES	2	\$ 17,00	\$ 34,00	0,17
FUNDA PARA EMPAQUETADO	200	\$ 0,25	\$ 50,00	0,25
COMEDEROS	20	\$ 5,00	\$ 100,00	0,50
				<b>2,80</b>
<b>2. MANO DE OBRA</b>		<b>306,34</b>	<b>1,54</b>	
SUELDO		225,00		
XIII		18,75		
XIV		18,75		
FONDOS DE RESERVA		18,75		
APORTE PATRONAL 11,15%		25,09		
APORTE PERSONAL 9,45%		21,26		
<b>3. COSTOS INDIRECTOS DE F</b>		<b>12</b>		<b>0,06</b>
ENERGIA ELECTRICA	7		<b>CP/UNIDAD</b>	<b>4,40</b>
AGUA POTABLE	5			

**ANEXO D: DEPRECIACIONES**

<b>DEPRECIACIONES</b>			
<b><u>CONCEPTO</u></b>	<b><u>MONTO</u></b>	<b><u>DEP</u></b>	<b><u>% DE DEP</u></b>
<u>CONSTRUCCION Y EDIFICIOS</u>	<u>\$ 6.500,00</u>	<u>\$ 144,30</u>	<u>2,22%</u>
<u>MAQUINARIA Y EQUIPO</u>	<u>\$ 2.780,50</u>	<u>\$ 278,05</u>	<u>10,00%</u>
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>	<u>\$ 317,50</u>	<u>\$ 31,75</u>	<u>10,00%</u>
<u>EQUIPO DE CÓMPUTO</u>	<u>\$ 1.150,00</u>	<u>\$ 230,00</u>	<u>20,00%</u>
<b><u>TOTAL DE DEPRECIACIONES</u></b>	<b><u>\$10.748,00</u></b>	<b><u>\$ 684,10</u></b>	

**ANEXO E: FINANCIAMIENTO**

		<b>INTERES 11,26%</b>		
<b>AÑO</b>	<b>CUOTA</b>	<b>11,26%</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO</b>
0				\$ 10.818,00
1	\$ 2.946,20	\$ 1.218,11	\$ 1.728,09	\$ 9.089,91
2	\$ 2.946,20	\$ 1.023,52	\$ 1.922,67	\$ 7.167,23
3	\$ 2.946,20	\$ 807,03	\$ 2.139,17	\$ 5.028,07
4	\$ 2.946,20	\$ 566,16	\$ 2.380,04	\$ 2.648,03
5	\$ 2.946,20	\$ 298,17	\$ 2.648,03	\$ 0,00
	<b>\$ 14.730,99</b>	<b>\$ 3.912,99</b>	<b>\$ 10.818,00</b>	



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 18 / 02 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Nixon Javier Zamora Fernández
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Administración de Empresas
<b>Carrera:</b> Contabilidad y Auditoría
<b>Título a optar:</b> Licenciado en Contabilidad y Auditoría
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

0032-DBRA-UPT-2024