

# IMPLEMENTACIÓN DE UN ASADERO DE CUYES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL CON CRIADERO PROPIO UBICADO EN CUENCA “ASADERO LO MÁS TÍPICO”

Bethy Liz Campoverde Ortega <sup>(1)</sup>  
Julio Arturo Fernández Barreiro <sup>(2)</sup>  
Emerson David León Chuchuca <sup>(3)</sup>  
M.Sc. Patricia Luciana Valdiviezo V. <sup>(4)</sup>  
Facultad De Economía y Negocios <sup>(1) (2) (3) (4)</sup>  
Escuela Superior Politécnica del Litoral <sup>(1) (2) (3) (4)</sup>  
Campus Gustavo Galindo, km 30.5 vía Perimetral  
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador <sup>(1) (2) (3) (4)</sup>  
blcampov@espol.edu.ec <sup>(1)</sup>  
juarfern@espol.edu.ec <sup>(2)</sup>  
emedleon@espol.edu.ec <sup>(3)</sup>  
pvaldi@espol.edu.ec<sup>(4)</sup>

## Resumen

*La constante relación entre culturas, costumbres, ideas han abierto puertas en muchos ámbitos, como por ejemplo la gastronomía que en los últimos años se ha mostrado una oportunidad realmente atractiva, de ahí el surgimiento de varias empresas de alto nivel de rentabilidad.*

*La presente idea guarda relación con lo mencionado, aprovechando la característica cosmopolita de Guayaquil el proyecto involucra dos actividades operativas las cuales estarán enfocadas hacia la ciudad de Guayaquil. La primera y principal actividad del proyecto consistirá en la implementación de un asadero donde se venda el cuy en su preparación tradicional (asado). La segunda actividad se refiere a la crianza y cuidado del cuy para abastecer el asadero, y la posible demanda que pueda surgir frente al éxito del asadero en la ciudad costera, convirtiéndose en proveedores expandiendo los ingresos del proyecto.*

*Para preparar al mercado en la introducción de este producto se fomentará una serie de campañas que busquen cambiar un concepto erróneo que pueda existir en las personas de la región costa sobre el cuy explicándoles sobre su origen, su cuidado y alimentación, dándoles a entender que es un alimento bueno para su salud con alto nivel proteínico. Además se realizará actividades con el objetivo de incentivar el consumo de esta comida típica de la sierra en un proceso de experimentación que permita surgir la aceptación adecuada.*

*El éxito en general se verá reflejado en el nivel de aceptación de este producto nuevo para esta ciudad logrado con mecanismos adecuados que abarcan una buena asistencia informativa del producto, una excelente presentación y un precio realmente atractivo.*

**Palabras Claves:** Cuy, alimentación, faenamiento, crianza, Buenos Aires, Cuenca.

## Abstract

*The constant relationship between cultures, customs, ideas have opened doors in many areas, such as food in recent years has shown a very attractive opportunity, so the emergence of several companies with a high level of profitability.*

*This idea is related to the above, using the characteristic cosmopolitan Guayaquil project involves two operational activities which are focused towards the city of Guayaquil. The first and main activity of the project will implement a grill that sells guinea pig in its traditional preparation (grilled). The second activity relates to the upbringing and care of guinea pigs to supply the grill, and the potential demand that might arise against the success of the grill in the coastal city, becoming suppliers to expand the project revenues.*

*To prepare the market introduction of this product will promote a series of campaigns that seek to change a misconception that may exist in people of the coastal region of the guinea pig explanation of their origin, their care and feeding, giving to understand that it is a good for your health food with high protein. Activities will be undertaken in order to promote the consumption of this food typical of the saw in a process of experimentation to allow adequate acceptance arise.*

*The overall success will be reflected in the level of acceptance of this new product for this city made adequate arrangements to cover a good attendance of product information, excellent presentation and an attractive price. In order to bring success to promote the consumption of a typical food of the mountains in the city of Guayaquil that all may know and experience the taste, so change the misconception that people generally have the coastal*

*region of the guinea pig explaining on their origin, their care and feeding, giving to understand that is good for your health food with high protein.*

**Keywords:** *Guinea pig, feeding, slaughter, breeding, Buenos Aires, Cuenca.*

## 1. Introducción

Es de conocimiento general que el cuy asado no es muy aceptado en la región costa, en este mercado es un producto prácticamente nuevo, donde al inicio probablemente personas originarias de la ciudad de Guayaquil tendrán poca concurrencia pero por otra parte se estima que personas ya adaptadas a este producto (descendientes de la serranía ecuatoriana) acudan de manera masiva ante la expectativa de un asadero de cuy.

El propósito de establecer un asadero de cuy en la ciudad costera de Guayaquil es fomentar el consumo de esta comida típica de la sierra en esta urbe para que todos conozcan y experimenten una pequeña parte de nuestra cultura gastronómica, además de brindar al consumidor un plato diferente a los que haya probado en otros comedores o restaurantes, tratando de que deguste una comida agradable a la vista y a su vez deliciosa, tratando de conocer los factores que influyen en el consumo de este platillo y viendo sus reacciones ante el consumo de este. Determinando la demanda potencial del producto, modelando una conducta a través de encuestas para segmentar el mercado así como el medir el conocimiento que tienen los potenciales clientes sobre el alimento en estudio para la correcta orientación de la campaña de información y estrategias de mercado para poder determinar las ubicaciones preferidas de los consumidores siendo estas consideradas para una óptima minimización de costos.

Mediante este documento se ha realizado este estudio de la pre factibilidad de la implementación de un asadero de cuy, dándonos a conocer que esta especie tendría una buena aceptación en el mercado guayaquileño si cuenta con una buena combinación del marketing mix, en el documento se puede apreciar cada una de las etapas de la implementación para el asadero como la del criadero.

## 2. Metodología

*Descripción del problema:* En la región costa es un poco aborrecido el cuy por la desinformación que se tiene y las comparaciones equivocadas con otra especie de animal, eso provoca una dificultad en cuanto al consumo de platillos que contengan a esta especie de alimento a pesar de contener altos niveles proteínicos en su carne y ser muy recomendable para el consumo aunque es muy demandado por los extranjeros quienes visitan los lugares en donde se realiza platillos con este tipo de alimento.

*Fuentes de información:* Como información primaria para averiguar lo que sucede en el mercado Guayaquileño con respecto a este alimento es la ejecución de encuestas a personas de esta ciudad y realización de un grupo focal, como información

histórica se encuentran en este informe datos obtenidos a través de instituciones como el Instituto Nacional de Encuestas y Censos, Banco Central del Ecuador y reportajes de medios de comunicación.

*Herramientas de Investigación:* Para el análisis Cualitativo la información que se utilizo cumple una función importante ya que permite analizar aspectos psicológicos y emocionales del cliente y a la vez poder definir de manera general la segmentación del mercado potencial. Estos se obtendrán a través de un grupo focal, matrices de análisis, etc.

Mientras que la información para el análisis cuantitativo se extrajo mediante una encuesta, estos datos son fundamentales para obtener una aproximación del mercado potencial como también de porcentajes de consumo, frecuencia de consumo, entre otros.

## 3. Estudio de Mercado

### 3.1 Análisis FODA

#### Fortalezas

- El proyecto tendrá buena maquinaria, es decir que son elementos de punta como por ejemplo el asadero que permite una cocción más rápida ahorrando tiempo y mano de obra, el vehículo equipado con su respectivo furgón para mantener los animales en una temperatura adecuada durante el viaje.
- Muchas personas en la ciudad de Guayaquil han comido y les gusta el sabor del cuy, aunque en las encuestas aparecen porcentajes que parecerían bajos como un 30% que ha comido y sobre ese un 75% que les gusta su sabor, ya en números de personas esos datos pequeños a la vista en la realidad son altos para el proyecto debido a la gran población que existe en Guayaquil.

#### Oportunidades

- Todos los implementos y maquinarias que el proyecto necesita está al alcance de las manos, es decir que hay una existencia a nivel nacional facilitando proyecto de expansión.
- Guayaquil es un mercado que no está explotado, lo que daría al proyecto tal vez la ventaja de moverse primero.
- Nacionalmente el mercado está insatisfecho ya que existe un déficit en la producción de un 20% trimestral por lo que la oferta no cubre a la demanda, por lo tanto se podría pensar en la expansión a otras regiones y no solo enfocarse en la ciudad de Guayaquil.<sup>1</sup>
- Internacionalmente el animal es conocido y podría exportarse a diferentes lugares.

<sup>1</sup> <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-quieme-comer-mas-cuy-363386.html>

- El producto del principal exportador de cuy (Perú) aunque es de mayor tamaño no es tan bueno como el producto ecuatoriano y se podría trabajar en ese detalle según el especialista agropecuario José Egüez.

#### Debilidades

- La inversión inicial del proyecto es demasiado elevada ya que se tiene que incurrir en la compra de bienes raíces las cuales hacen que obligadamente se tenga un capital bien grande para iniciar el proyecto.
- El cuidado alimentación y la reproducción de los animales es muy tedioso, cansado y lleva mucho tiempo.
- Existencia de desinformación en las personas sobre las propiedades del cuy y además las creencias en mitos sobre la procedencia del animal.

#### Amenazas

- En los últimos años ha habido algunos cambios estructurales en las políticas económicas y laborales como creaciones de impuestos, alzas salariales, extremada defensa al empleado y no para el empleador.
- Si se logra exportar el producto, se tendrá una desventaja con Perú porque ya tiene su posesión de mercado y la ventaja de moverse primero en el mercado internacional.
- El clima en la ciudad de Guayaquil es muy caliente por lo que se tiene que trasladar el criadero a un lugar de altura con temperaturas bajas.
- Debido a que se abaratan los costos comprando los cuyes y poniéndolos a reproducir el proyecto no puede empezar enseguida, si no hasta tener una cantidad óptima de los animales.

### 3.2 Matriz Implicación

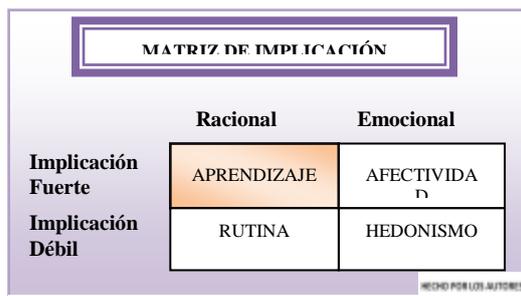


Ilustración 1.-Matriz de Implicación del proyecto.

La matriz implicación muestra la fuerza con que un consumidor reacciona ante los atributos de un producto o servicio, acompañado de la percepción se genera un comportamiento de compra que se debate entre el plano intelectual o emocional.

El asadero de cuy se encuentra ubicado en el cuadrante de “aprendizaje” debido a que es un producto nuevo y necesitará un mayor grado de esfuerzo en el estímulo a los clientes para dar a conocer los atributos y ventajas. Como se ha mencionado anteriormente, parte esencial del proyecto

es la creación de una cultura de alimentos como el cuy, razón por la cual deberá estar a disposición del cliente la mayor cantidad posible de información.

### 4. Análisis de la demanda.

La demanda potencial del asadero está compuesta por personas que frecuentan lugares para alimentarse, ya sea en ocasiones especiales o de manera común. Sin embargo, a pesar de considerar esta ubicación geográfica se cree que una demanda importante es la de personas de la Sierra que se hayan radicado recientemente o que se encuentren de visita en Guayaquil, al igual que turistas.

El número de personas que asistan al asadero va depender mucho del alcance de nuestra campaña informativa, como también del sabor con el que se brinde el producto. Dada esta aceptación, es normal pensar que su consumo será regular a lo largo del año teniendo sus incrementos en fechas especiales como en navidad, fin de año y adicionalmente en eventos especiales donde deseen comer este plato.

Analizando la capacidad máxima del asadero y considerando una demanda limitada a lo mínimo según nuestras expectativas se realiza la siguiente estimación de la demanda:

Tabla 1.-Tabla de supuestos para la demanda

Supuestos:	
Horas de trabajo	11 horas al día (de 11am a 10pm)
Capacidad	30 Asientos
Horas pico 1	3 horas (de 12 a 3pm)
Horas pico 2	3 horas (de 7 a 10pm)
Horas normales	5 horas (11am y de 3 a 7pm)
Asumiendo que las personas se demoran de 40 a 45 minutos	
% Asistencia al principio del proyecto	25%
% Asistencia normal del proyecto	50%

El horario de función será de 11 de la mañana hasta las 10 de la noche laborando un total de 11 horas diarias. Por otra parte la capacidad máxima del asadero será de treinta asientos, distribuido en varias mesas. Estimando que para la demanda de este tipo de producto existen las denominadas “horas picos” donde se supone que se ocupa el máximo de la instalación, dichas horas serán seis, distribuidas en dos partes: desde las 12 de la tarde hasta las 3 de la tarde y de 7 de la noche hasta las 10 de la noche. El restante de horas, denominadas “horas normales” serán cinco que corresponderá a las 11 y desde las 3 de la tarde hasta las 7 de la noche.

Ahora, asumiendo que las personas se demoran 45 minutos en comer realizamos una simulación.

Como se puede observar en ella existen tres columnas:

**Máxima:** Esta columna representa una cantidad subjetiva máxima de personas que asistan dado una aceptación en el mercado.

**Normal:** Corresponde al 50% de la demanda máxima, representa una estimación de la mínima cantidad de clientes considerada para el asadero una vez radicado en la ciudad.

**Al principio:** Se refiere a una demanda pequeña correspondiente a los primeros meses del asadero, donde aún está en proceso de introducción. Esta representa apenas el 25% de la demanda Máxima.

**Tabla 2.-**Tabla de estimación de la demanda

Estimación de demanda del Proyecto			
Hora	Clientes		
	Máxima	Normal	Al principio
11h00 - 11h45	15	8	4
11h45 - 12h30	30	15	8
12h30 - 13h15	30	15	8
13h15 - 14h00	30	15	8
14h00 - 14h45	30	15	8
14h45 - 15h30	30	15	8
15h30 - 16h15	15	8	4
16h15 - 17h00	15	8	4
17h00 - 17h45	15	8	4
17h45 - 18h30	15	8	4
18h30 - 19h15	15	8	4
19h15 - 20h00	30	15	8
20h00 - 20h45	30	15	8
20h45 - 21h30	30	15	8
21h30 - 22h15	30	15	8
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>180</b>	<b>90</b>

Estas cifras consideradas son fijadas en base a una aproximación realizada por los autores del proyecto, de esta manera se trata de trabajar con cifras pequeñas que su suceso es más probable. Sin embargo, una diferencia en la demanda que requiere de una mayor oferta se la podrá afrontar con algunos ajustes en el criadero el cual tiene facilidad de expansión.

## 5. Marketing Mix

### 5.1 El producto

En la implementación del asadero se trabajará ofreciendo un producto de buena calidad, razón por la cual surge el proceso de crianza del cuy.

Por otra parte, dado que el proyecto es un asadero se dispondrá al consumidor un plato que estará diseñado para servirse de individualmente como también para varias personas; estos tendrán un precio razonable y dependerá del tamaño del cuy y su complemento. Como se mencionó antes dicha carne tendrá dos presentaciones, el tradicional cuy asado al carbón donde queda a decisión del cliente si se lo sirve entero o únicamente la carne.

Para llevar la preparación de los alimentos se necesitara de insumos, básicamente referidas a verduras, condimentos, etc., éstos serán comprados periódicamente según corresponda para aprovechar su frescura. El insumo principal del proyecto, carne de cuy, no tendrá mayor riesgo en disponibilidad y calidad debido a que se contará con un criadero propio con el cual se podrá abastecer según sea necesario.

De esta manera, los platos ofertados por el proyecto tendrán como características principales su frescura, sabor y nutrición. Sin embargo, como proyección a futuro se espera crear un producto que fusione tradiciones gastronómicas, es decir, combinar alimentos típicos de la costa con los de la Sierra como también adoptar un menú variado.

### Promoción

La promoción va a ser indispensable considerando que es nuevo en el mercado, por tal motivo se implementará las siguientes ofertas:

- Implementación de una promoción especial en la apertura del asadero (primera semana), la cual tratara de un descuento del 50% en la compra de un cuy asado.
- En la apertura se ofrecerá un descuento en la mitad del precio de la compra de un cuy asado, esta promoción durará una semana y será aplicada durante todo el día.
- Descuentos especiales en consumos del plato en fechas festivas como navidad, fin de año, etc. En las fechas festivas el precio del segundo cuy tendrá un descuento del 25%.
- Implementación de una estrategia en la cual se premiará a la persona que lleve por primera vez a otra; es decir, cada vez que alguien consuma en el asadero será registrado en la lista “¡¡Yo comí cuy!! ☺”, y por cada cliente nuevo que lleve al asadero, su comida será gratis. De esta manera se pretende hacer conocer de manera rápida el local.

Finalmente cabe recalcar, que todas las promociones tendrán sus respectivas restricciones para poder controlar de una manera efectiva.

### Precio

Para el asadero conocemos que tradicionalmente el cuy es preparado de una sola manera, donde tiene un costo de acuerdo al tamaño del cuy. Evaluado en asaderos ubicados en ciudades de la Sierra, su costo oscilará entre \$12 a \$18 según sea los acompañantes del plato o el tamaño del cuy a servirse. Por lo tanto, conociendo que un cuy grande asado acompañado de papas, mote, etc. está costando alrededor de \$18 siendo este el precio máximo a considerar.

El precio de un plato dependerá de lo que el cliente desee servirse, los precios que el proyecto tratará de manejar serán similares a los que usualmente existen en las ciudades de la Sierra, tratando de ser ligeramente más barato ya que es un producto que necesita de impulso. Propuesto se buscará dar el mayor valor agregado con un servicio de excelente calidad, justificando lo desembolsado por el cliente.

### Plaza.

Inicialmente se dispondrá de un solo local ubicado en una zona estratégica que le permita ser de fácil acceso y cómodo. El servicio a domicilio se considera que será de nula incidencia al principio del proyecto ya que se trata de la implementación de un producto nuevo en el mercado donde es necesario la asistencia informativa, luego será necesario dicho servicio para

incentivar a los clientes dando comodidades; de aquel suceso dependerá el éxito del negocio. Refiriéndose al local, se tratará de un lugar acogedor con decoración relacionada al nacionalismo, un ambiente tradicional con el objetivo que el cliente no necesite viajar a la Sierra para sentirse en un lugar exótico.

## 6. Estudio Técnico

### 6.1 Proceso de producción

El proceso de producción describe la manera en la que se llevará a cabo la transformación de los insumos, el cual consistirá en dos partes:

El criadero, el lugar donde se procederá a criar los cuyes con fines de abastecimiento para el asadero se manejará de la siguiente manera:

- Los cuyes serán comprados de aproximadamente tres meses de edad y se los hará reproducir inmediatamente.
- Una vez obtenida la primera camada y de haber transcurrido tres semanas de lactancia, las crías serán separadas por sexo para su crianza con el objetivo de destinarlos como insumos para el asadero y un grupo de ellos serán los futuros reproductores en el momento oportuno.
- Considerando que los cuyes se reproducen solo 3 veces al año La segunda y tercera camada serán únicamente destinadas para uso exclusivo del asadero.
- Dada esta logística se continuará de la misma manera el proceso recordando que esto involucra la alimentación diaria de los cuyes, aseo de las instalaciones y su respectiva faenación al cabo de los 8 meses cumplidos en los cuyes destinado como insumo.
- Se empezará a matar a los animales después de 36 semanas de haber instalado el criadero.
- Considerando la necesidad de carne de cuy del asadero, se realizará el transporte de dicha carne cada dos semanas con el objetivo de abastecerlo manteniendo fresco y en buenas condiciones al cuy.

Detallado el proceso del criadero se mencionará lo correspondiente al asadero:

- El asadero empezará la atención al público a partir de la semana 36 de haber instalado el criadero ya que en ese tiempo recién se empezará a matar a los cuyes.
- Se iniciará con la apretura del local (11:00 AM); el personal encargado se le designará que debe estar a partir de las 10:30 AM, para realizar la limpieza respectiva.
- Dado el complemento a utilizar se comprarán los insumos necesarios para la preparación del platillo a ofrecer, esta compra se hará un día anterior al cual se vayan a usar, de manera que siempre haya disponibilidad de los mismos y que se cuente de un stock de alimentos frescos.

- Se proporcionará una atención de calidad al cliente, dándole un servicio con la mayor brevedad posible y con educación por parte de nuestros meseros.

1. Se hace el pedido.
2. El pedido va a la cocina para ser preparado.
3. Se sirve el pedido correspondiente.
4. Se entrega y receipta el valor de la cuenta.

- Se procederá al cierre del local a las 22:00 PM (el personal deberá conservar la limpieza del restaurante durante todo el día).

- Mensualmente se hará un reporte de las ventas y se presentarán informes financieros.

El servicio y la atención a los clientes dependerán estrictamente de los meseros quienes serán capacitados para receptar los pedidos de manera eficiente generando así satisfacción a la clientela.

### 6.2 Ubicación del asadero

Para determinar la localización más factible se tendrá presente los siguientes:

Cercanía del mercado.-El mercado serán las personas que deseen comer algo típico de nuestro país, por tanto debe encontrarse en un lugar accesible para dichas personas incurriendo en menores costos de movilización.

Costos de alquiler.-Se tomará en cuenta este factor debido a que el costo del alquiler se tendrá que cubrir a través del precio final del producto ofrecido.

Costo de transporte.-Es importante debido a que servirá para reducir costos de transportación de los insumos considerando que estos provienen de otra provincia hacia el local ubicado en Guayaquil.

Costos de servicios básicos.- la carencia de alguno de estos servicios no es un problema.

Tabla 3.-Estudio de localización

Factor	Peso	Zona A		Zona B		Zona C		Zona D	
		C	P	C	P	C	P	C	P
Cercanía del mercado	30%	9	2.70	9	2.70	8	2.40	5	1.50
Costo de transporte	10%	7	0.70	8	0.80	7	0.70	5	0.50
Costos de servicios básicos	20%	4	0.80	7	1.40	6	1.20	5	1.00
Alquiler	40%	5	2.00	8	3.20	7	2.80	5	2.00
Total	100%		6.20		8.10		7.10		5.00

Zona A:	Urdesa Central
Zona B:	Alborada
Zona C:	Kennedy viaje
Zona D:	Centenario

Donde C es la calificación de la ubicación en cuestión de los factores y P la ponderación que sale de la multiplicación del peso con la calificación.

El proyecto se presta a la obtención de un terreno, además de varias construcciones entre ellas está la de galpones los cuales variarán su tamaño de acuerdo al número de cuyes que estarán en cada uno. Se los ha dividido en dos secciones, una de los cuyes reproductores para los cuales se le destinará dos galpones y la otra sección corresponderá a los cuyes que estén en etapa de crecimiento, los cuales tendrán tres galpones. Producto de la actividad reproductiva de estos animales se logrará un máximo de 7,088 cuyes que deberán ser albergados en los tres galpones antes mencionados, ocupándolos de acuerdo al nacimiento de cada camada. Por otro lado tenemos la

construcción de un matadero donde los animales serán procesados para su transportación. Será necesaria la construcción de una oficina en la cual se llevará un control de los animales para así poder monitorear de mejor manera la producción de estos. A continuación se detalla lo antes mencionado.

**Tabla 4.- Obras Físicas**

Obras Físicas	
Rubro	Medidas
Terreno	3000 m <sup>2</sup>
Oficina	6 m <sup>2</sup>
Camal de cuyes	25 m <sup>2</sup>
Galpón 1	881.76 m <sup>2</sup>
Galpón 2	1645 m <sup>2</sup>

Aquí se muestran las medidas de las construcciones considerando que el terreno que se comprará está dividido en lotes. El terreno se encuentra ubicado en el sector de Buenos Aires en Cuenca y cuenta con todas las vías de accesos disponibles y los servicios básicos.

Para las maquinarias que permiten determinar la inversión a realizar en la adecuación y funcionamiento del proyecto. Entre tenemos aquellas que permiten la operación normal de la empresa como lo son la maquinaria para la elaboración de la comida a ofrecer a los consumidores, maquinarias necesarias para el buen funcionamiento del local, el vehículo a necesitar para la transportación de la materia prima (cuyes) y la transportación de los insumos.

Como se mencionó antes se contará con un terreno en el cual además de tener un criadero, se construirá un lugar en donde se matarán a los cuyes y se procesarán para así poderlos trasladar muertos al asadero, en esta construcción se tendrá cocina y refrigeradores para los cuyes faenados.

Además de esta, se contará con utensilios que son indispensables, para el asadero donde se comercializará el producto como también para el criadero el cual cuenta con varios procesos, entre estos se encuentran sillas, mesas, ollas, cubiertos, equipo de baño y equipos de oficina los cuales servirán para ayudar a llevar un control tanto del asadero como el criadero.

Tamaño de las instalaciones.-El criadero existirán cinco galpones los que se encontrarán divididos en:

- Dos galpones para los cuyes que servirán como reproductores
- Tres galpones restantes donde habitarán los cuyes destinados a su uso como insumo.

Las medidas que tendrán los galpones de reproducción serán de 12.36 metros de ancho por 33 metros de profundidad con paredes de 3.5 metros de altura y los galpones de crianza tendrán como medidas 15.45 metros de ancho por 33 metros de profundidad con paredes de 3.5 metros de altura.

La crianza de los animales será en pozas, estas serán construidas de ladrillo con medidas de metro y medio de largo por un metro de ancho y medio metro de alto para pozas normales y para las de reproducción se

tomarán medidas de un metro de largo por un metro de ancho y medio metro de alto.

## 8. Estudio Financiero

La inversión necesaria en la ejecución del proyecto viene dada por diferentes gastos los cuales abarcan un monto de \$107.429,79 para el primer año entre ellos están los de constitución que se deben incurrir por la apertura de una actividad económica como también por la construcción de las instalaciones. A demás se necesitará la compra de toda maquinaria y utensilios que permitan la operación. Considerando que para el inicio del proyecto se deberá cubrir costos relacionados a la actividad del proyecto se debe tomar como inversión el capital necesario para el comienzo de la actividad. La implementación del criadero abarca permisos tanto para la construcción de las instalaciones necesarias para el funcionamiento para llevar a cabo dichas actividades. Hay que recordar que los valores tomados están en función de la ubicación, es decir, Cuenca.

Una inversión importante en la actividad de criado es la compra de cuyes, la cual será responsable del número de estos animales en el futuro. Cabe mencionar realizará una única vez. La inversión para la realización del proyecto es un poco fuerte, se decide hacer un préstamo del 60% del monto necesario para el comienzo de este. Se ha tomado una tasa del periodo de abril del 2011 del Banco del Fomento la cual es, 11,20%, esto dice que se realizará el préstamo con esta institución.

**Tabla 3.- Descripción del préstamo**

Inversión Total	\$ 182,986
Préstamo	60%
Tasa de Interés	11,20%
Plazo (años)	5
Total Préstamo	\$ 109,791

Los activos fijos que tiene el proyecto se conformarán por las maquinarias y utensilios usados tanto en el criadero como el asadero.

Empezando con el criadero se debe considerar que éste obedece a un terreno adquirido en la ciudad de Cuenca, donde se construyó la infraestructura como la oficina, galpones de cuyes y el respectivo camal. Según su medida y materiales su inversión llega a los \$ 95,999.

Como indicadores para el proyecto se utiliza el análisis de rentabilidad en el Flujo de Caja, lo que quiere decir que todo el flujo traído al año cero calculado con la TMAR da un valor de \$167,397.35, es decir el proyecto es muy rentable.

Además se cuenta también con la Tasa Interna de Retorno (TIR) que dio un resultado 107.01% que comparado con la TMAR hay una diferencia de 79.60%, es decir con estas dos técnicas (VAN y TIR) se puede afirmar que el proyecto es rentable y se puede incurrir en la ejecución.

La justificación por el cual la TIR es demasiado elevada es debido a que los precios de cada plato casi

doblan a su costo ya que el precio está fijado por el mercado.

Por último tenemos el payback o periodo de recuperación del proyecto es un criterio de valoración de inversiones que permite decir en cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja. Para el procedimiento, descontamos los flujos a la tasa requerida por el inversionista en proyecto financiado y tasa de proyecto puro respectivamente, esto dio un resultado favorecedor indicando que la inversión realizada se logrará recuperar al quinto año.

## 9. Conclusiones

Al analizar el proyecto realizado, considerando los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero se puede ver que todos ellos han contribuido de manera significativa para identificar y resaltar los puntos clave que hay que considerar para llevar a cabo de manera una exitosa puesta en marcha de la implementación del criadero y asadero de cuyes.

Las metas a alcanzar por el proyecto abarcan no solamente a ser el asadero de cuy líder de Guayaquil, sino que también expandirse a principales ciudades de la Costa ecuatoriana, adaptándolas y aprovechando costumbres similares que existen entre ellas. Además una vez conocida que el mercado nacional no se encuentra satisfecho, la implementación de una mejor tecnología y expansión de terrenos en el criadero se transforma en otra oportunidad sin descartar en el futuro, una vez maduro el negocio, la exportación de este animal a países que lo demanden.

En la organización del proyecto se logró optimizar tanto el número de empleados como las actividades realizadas por ellos, permitiendo un control estricto sobre las operaciones y servicios.

El negocio se consideró incógnita debido a la expectativa de ser un producto nuevo y difícil poder determinar la adaptación al producto, por tal razón el producto implica un esfuerzo de aprendizaje. Sin lugar a dudas el hecho de que el mercado de cuyes asados en Guayaquil está muy poco explotado presenta una enorme oportunidad, sin embargo existe un riesgo importante de asumir porque producto de ser prácticamente nuevo en el mercado implica sustentar costos de adaptación del producto (cultura de comer cuy) y si aquellos no son adecuados o no posean el alcance requerido podría generar resultados malos.

Los competidores que presenta esta actividad tienen dos características, lo primero es que en esta ciudad se conoce escasamente la venta de este animal en un asadero conocido que al igual que un par de asaderos de cuy ubicados en el sur, no representan mayor peligro ya que no tienen la el alcance o acogida significativa. La segunda característica de la competencia de este producto es que no existe mayor inversión para su entrada, o sea que si cualquier asadero o restaurante observa el éxito del proyecto no dudará en adoptar la innovación, por lo tanto se está

hablando de un mercado altamente competitivo para lo cual se deberá manejar una buena estrategia para una posición de mercado favorable.

En el estudio de mercado se logró recolectar información muy importante sobre las personas y su predisposición al consumo de este producto. Se puede concluir que efectivamente las personas poseen el hábito de comer en asaderos, punto a favor, sin embargo esto sería irrelevante si no se logra cambiar ciertas percepciones sobre el cuy, es decir, los guayaquileños están ligeramente familiarizados con el cuy pero no están acostumbrados a consumirlo, porque al no poseer referencias directas de este animal, tienen a dejarse llevar por la apariencia o mitos creados.

Por otro lado, a pesar de que exista una influencia importante por parte de personas adaptadas a esa costumbre existe la obligación de informar, incentivar al consumo dejando como resultado que el éxito de la empresa dependerá netamente de su actuar al respecto. Además, la calidad de servicio brindada debe incluir buen asesoramiento y flexibilidad para acelerar el proceso de adaptación.

Otro factor también importante fue determinar qué comodidades quieren los consumidores, es decir, la decisión de ubicación del asadero no sólo fue influenciada por qué lugar representa menores costos y tenga mayor disponibilidad de recursos para laborar, sino también se ponderó las preferencias estimadas por parte de la demanda en cuanto a la ubicación y el estilo del asadero, resultando una ubicación en el norte con costos accesibles para el proyecto.

La infraestructura invertida fue diseñada para maximizar toda la capacidad, es decir según expectativas en la demanda. Sin embargo, la expansión del terreno es accesible por lo que se podría aumentar la capacidad productiva en cuanto a la crianza de cuy siendo relativamente flexible.

El estudio financiero recoge la información monetaria recolectada en los estudios previos (estudios organizacional, técnico y de mercado) para la puesta en marcha del proyecto.

El VAN positivo nos indica que el proyecto es RENTABLE justificado con inversiones altas dejando costos fijo bien reducido. El hecho de tener integrado verticalmente las operaciones refleja costos con características de una empresa de economías de escala, sumado a un precio que por estar fijado en el mercado es alto produce una tasa de rendimiento superior a la tasa de mínima de retorno reflejando un proyecto viable para la inversión.

El payback nos indica que la inversión se recuperaría en el quinto año de operaciones debido a la fuerte inversión en la adquisición de los activos fijos como también en construcciones..

## 10. Recomendaciones

Las normas de calidad e higiene de las instalaciones y el producto, en este caso de ambas

partes del proyecto (criadero y asadero) deberán tener estándares rigurosamente altos junto con la calidad de servicio brindado ya que estas serán la principal carta de presentación.

Llevar un control estricto de la cantidad de cuyes en el criadero ya que se podría incurrir en costos innecesarios, déficit o superávit en producción o algún otro caso que afectaría en la parte financiera del proyecto.

Los análisis sobre los controles internos (sugerencias) deberán ser revisados periódicamente con el fin de no acumular demasiada información que al final será tedioso de tabular y poder corregir los errores a tiempo ya que esto va ligado con la calidad y servicio. Se debe tener en cuenta que al momento de calcular la Inversión Inicial se hace suman los valores que corresponden a las subcuentas de Gastos de Constitución,

Activos Fijos y Capital de Trabajo pero al momento de hacer el Flujo de Caja en la cuenta de Inversión solo se sumarán las dos primeras subcuentas ya que el Capital de Trabajo en el flujo se lo coloca aparte y al momento de realizar los cálculos respectivos se estaría sobrevaluando la inversión.

## 11. Bibliografía

- CABRERA TIPACTI, Marcel y otros, "Estudio de Prefactibilidad para la comercialización de carcasas de cuy (cavia porcellus) sin cabeza y pata , macerados, empacadas al vacío, refrigeradas y dirigido a las familias de Lima Metropolitana y Callao vía Supermercados" UNLAM, Lima- Perú, 2005, pp. 30-45 y 115-12
- Ministerio de Agricultura del Perú
- Informe social 2003, "Desarrollo social y pobreza", 1990-2001
- Municipalidad de Cuenca
- Estudios de la Universidad Nacional Agraria La Molina de Perú
- Documentación de:
  - El proyecto de Mejoramiento Genético y Manejo del Cuy en Bolivia MEJOCUY, tiene experiencia de 13 años en los componentes de: mejoramiento genético, nutrición y alimentación, manejo de cuyes y capacitación a pequeños productores.
  - FAO (Food and agriculture organization of the United Nations)
  - PESA Programa Especial de Producción de Alimentos en Apoyo a la Seguridad Alimentaria en Bolivia (SPFP/BOL/4501) es un programa resultado del seguimiento a los acuerdos de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación.
  - Benson Agriculture and Food Institute (BAFI), es una corporación sin fines de lucro reconocida tanto en EE.UU. de N.A.

- Demografía de Guayaquil hasta enero del 2011 ↑ ECAPAG. «Contrato de Concesión» (en español). Consultado el 25 de septiembre de 2009. «Ecapag plantea una proyección similar establecida en 2.915.913 habitantes para el año 2010.».
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC.gov.ec - Cantón Guayaquil.

## 12. Páginas web

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Cavia\\_porcellus](http://es.wikipedia.org/wiki/Cavia_porcellus)
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-quiere-comer-mas-cuy-363386.html>
- [http://www.noticiasquito.gov.ec/Noticias/news\\_us\\_er\\_view/los\\_esposos\\_solano\\_entregan\\_cuy\\_asado\\_a\\_domicilio--2410](http://www.noticiasquito.gov.ec/Noticias/news_us_er_view/los_esposos_solano_entregan_cuy_asado_a_domicilio--2410), ejemplo del mismo negocio y el precio \$16 en promedio
- [http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/browse/2/ir\\_a/ciudadania/articulo//cuy-a-domicilio.html](http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/browse/2/ir_a/ciudadania/articulo//cuy-a-domicilio.html)
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cuyes-ayudan-a-economia-familiar-271871-271871.html>, exportación de cuyes
- <http://www.slideshare.net/benavides1969/tesis-carne-de-cuy>, Proyecto sobre cuyes.
- [http://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=156&Itemid=440](http://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=156&Itemid=440) , Tasa de Amortización