



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL DE VENTA DE CUYES
GOURMET EMPACADOS AL VACÍO**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Tecnóloga en Alimentos y Bebidas

Profesor Guía:
Diego Albán

Autora:
Maribel Campaña Bosmediano

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Diego Alban
Chef
C.I.: 171494941-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Maribel Campaña

C.I.: 171775946-6

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser nuestro padre celestial, quien nos da la vida y la sabiduría para poder seguir adelante en nuestras metas.

A mis padres por darme el apoyo constante a seguir superándome.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres, a quienes admiro por brindarme su amor, cariño y comprensión, han sabido darme la fuerza necesaria para llegar a culminar con éxito mis objetivos.

Una dedicatoria muy especial a todas aquellas personas que me apoyan de manera incondicional y me motiva día a día a ser mejor.

RESUMEN

El presente proyecto está orientado a incentivar el desarrollo de la producción de productos no tradicionales como es la carne, con el propósito de obtener un producto de la más alta calidad y obtener el volumen necesario para la demanda tanto en el mercado nacional como internacional.

Este proyecto propone el estudio de factibilidad, que se resumirá en recomendaciones para creación e implementación de una microempresa artesanal de venta de cuyes gourmet empacados al vacío. De alta calidad.

Es indispensable en la actualidad dar a conocer al mercado este producto, sus beneficios y calidad, de esta manera tendrán presente la marca del producto y obtendremos la fidelidad de nuestros clientes.

ABSTRACT

This project is focused to encourage the development of the no traditional goods as meat, with the objective to get a product of higher quality and the necessary quantity of it for the requirements of the local and international market.

Project includes a feasibility analysis that will be summarized by recommendations for creating and implementing of a small craft company that will sell gourmet guinea pigs packed by a mini vacuum packer machine of high quality.

Nowadays it is essential that market could know about this product, their benefits and quality, this way people will keep in mind the brand of the product and we will get loyalty of our customers to buy it.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 CAPÍTULO I. DE EMPRESAS COMUNITARIAS ANÁLISIS GASTRONÓMICOS	4
1.1 INTRODUCCIÓN.....	4
1.2 EMPRESAS COMUNITARIAS	4
1.2.1 Importancia de las Empresas Comunitarias	5
1.2.2 Características Particulares de la Empresa Comunitaria.....	6
1.3 EMPRESAS COMUNITARIAS GASTRONÓMICAS	7
1.3.1 Historia de Empresa Comunitaria de Alimentos. Salinerito	8
1.3.2 Conceptos.....	9
1.3.3 Resumen de empresas Comunitarias	10
2 CAPITULO II. DIAGNÓSTICOS DE EXPERIENCIAS EMPRESARIALES ALREDEDOR DEL CUY	11
2.1 INTRODUCCIÓN.....	11
2.2 EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE CUYES	11
2.2.1 Auquicuy	12
2.2.2 Gráfico; Productores Potenciales en Ecuador	14
2.2.3 Comercialización.....	14
2.2.3.1 Experiencias de Empresas Reproductoras	15
2.2.4 Zonas de Producción	16
2.2.5 Producción de Cuyes en el Ecuador.....	17
3 CAPITULO III. EL CUY, POTENCIAL GASTRONÓMICO Y CULTURAL	20
3.1 INTRODUCCIÓN.....	20
3.1.1 Ubicación Gastronómica de Carne de Cuy	20
3.1.2 El Cuy en Nuestra Cocina con Identidad Cultural	22
3.1.3 El Cuy en la Cultura Ecuatoriana	22
3.2 VALOR NUTRICIONAL DEL CUY.....	24
3.3 ENTREVISTA	25
3.3.1 Conclusión	26

4	CAPITULO VI. DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA “LA CUEVA DE MR. DE CUY”	27
4.1	INTRODUCCIÓN.....	27
4.2	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL EN ECUADOR.....	27
	4.2.1 Análisis de la demanda de La Cueva de Mr. Cuy	29
	4.2.2 Proceso para captar el Mercado	30
4.3	UBICACIÓN DE LA CUEVA DE MR. CUY	31
	4.3.1 Macro Ubicación	31
	4.3.2 Micro Ubicación Geográfica	32
	4.3.2.1 Espacio Físico del Criadero	32
	4.3.2.2 Sistemas de Posas	33
4.4	PROCESOS DE CIANZA	33
	4.4.1 Recurso Humano del criadero de “La Cueva de Mr. Cuy”	36
4.5	CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA	37
	4.5.1 Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa	38
	4.5.2 Requisitos para la Formación de la Microempresa	39
	4.5.2.1 Patente Jurídica	41
	4.5.2.2 Permiso Sanitario de Funcionamiento en Quito	42
5	CAPITULO V. IMPLEMENTACIÓN E INNOVACIÓN	43
5.1	INTRODUCCIÓN.....	43
5.2	DECISIÓN DE LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN	44
	5.2.1 Planta Procesadora de La Cueva Mr. Cuy.....	45
	5.2.1.1 Condiciones Higiénicas Sanitarias de la Planta de Procesamiento de Cuy.....	45
	5.2.1.2 Procesos de cada Área de Producción	49
	5.2.1.3 Procesamiento de la Carne.....	51
5.3	DIAGRAMA DE RECURSO HUMANO.....	52
	5.3.1 Funciones del Equipo de Trabajo	53
	5.3.2 Análisis Económico y Financiero	57
	5.3.2.1 Inversión Fija Tangible	57
	5.3.2.2 Inversión Fija Intangible	58
	5.3.2.3 Capital de Trabajo.....	59
	5.3.2.4 Proyección de Ventas	60
	5.3.3 Punto de Equilibrio.....	62
	5.3.3.1 Análisis de Rentabilidad	66
	5.3.3.2 Análisis de Sensibilidad	66
	5.3.3.3 Plan de Contingencia	67
5.4	LOGOTIPO.....	67
	5.4.1 Estrategias de Promoción.....	68
	5.4.1.1 Estrategia del Producto/Servicio	68

5.4.1.2	Estrategia de Plaza	69
5.4.1.3	Análisis de Precios.....	69
5.4.1.4	Filosofía de la Microempresa	69
5.4.1.5	Análisis FODA.....	70
6	CAPITULO VI. EL CUY SUS MÚLTIPLES PREPARACIONES GASTRONÓMICAS	72
6.1	INTRODUCCIÓN.....	72
6.1.1	El Cuy en la Gastronomía.....	72
6.1.1.1	Empacado al Vacío	73
6.1.1.2	Adobavar.....	74
6.1.1.3	Cocción al Vacío	75
6.1.1.4	Proceso de Cocción al Vacío	75
6.1.1.5	Organigrama y Organización de Zonas que componen el Proceso de Producción en Cocina al Vacío	76
6.1.1.6	La Cueva de Mr. Cuy implementará en su Procedimientos bajo pedido preparaciones con Recetas Estándares	77
6.2	NORMAS SANITARIAS	79
6.2.1	Reglamento Sanitario de los Alimentos	79
6.2.2	Recepción de Materia Prima. Diagrama de Flujo de Carne de Cuy (HACCP).....	80
6.2.2.1	HACCP	81
6.2.2.2	Análisis de Impactos	81
7	CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
7.1	CONCLUSIONES.....	83
7.2	RECOMENDACIONES	84
	Referencias	85
	Anexos	86

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

El cuy es un espécimen roedor, consumida tradicionalmente por el poblador andino y es base de su alimentación doméstica. Por esta razón, numerosos investigadores han venido estudiando esta especie desde un punto de vista nutricional y productivo. Las conclusiones han sido siempre las mismas: la especie tiene grandes cualidades alimenticias y productivas. Así pues, la carne de cuy tiene alto porcentaje nutricional, alta proteína y bajo contenido de grasa. Además, el cuy es un animal rústico, de ciclo de vida corto y facilidad de alimentación, por lo que puede ser criado a bajo costo.

En la actualidad la crianza del cuy tiene dos sistemas de producción claramente diferenciados. "Tradicional", se realiza a nivel familiar y rural, con un fin de autoconsumo y venta de excedente, con bajo nivel técnico y variable calidad del producto final. El segundo sistema, tecnificado, se ha promovido en los últimos años. Esta forma de crianza pretende lograr un alto nivel tecnológico, estándares de calidad, producción a escala y un fin completamente comercial. Emergente para la carne de cuy. Se han formado granjas de tecnología media que ofertan el producto a una serie de restaurantes especializados. La carne se consume en ocasiones especiales y ya preparada, no entrando aún a la distribución masiva.

JUSTIFICACIÓN

Tanto a nivel nacional como internacional el consumo de carne ha ido incrementando considerablemente debido a la creciente demanda por parte del mercado de la nostalgia conformada por migrantes ecuatorianos y de otras regiones andinas que se radican en los países Europeos. Y Norteamérica.

La carne de cuy es utilizada como fuente importante de proteína de origen animal en la alimentación debido a que es un producto de excelente calidad, alto valor nutritivo, elevado contenido de proteína y bajo contenido de grasa saturada en comparación con otras carnes.

El cuy, como producto alimenticio, está directamente ligado a la dieta alimentaria de los sectores sociales de menores ingresos del país), puede constituirse en un elemento de gran importancia para contribuir a solucionar las dietas alimentarias de nuestro país.

Por medio de la tecnología y elaboración del producto adquiriendo maquinaria e implementando un correcto sistema de calidad a la producción para que sea eficaz su comercialización y el producto llegue a más consumidores a través de los supermercados del país.

Dentro del ámbito social se brinda fuentes de trabajo a esta pequeña comunidad donde se ubica la planta procesadora de cuy. Generando así una estabilidad económica ya que existirá un ingreso fijo para sus familias. Sin tener que emigrar a la ciudad.

OBJETIVOS

a) Generales.

Estudiar la factibilidad, para la formación de una microempresa dedicada al faena miento y proceso de empackado al vacio y aplicaciones culinarias de carne de cuy de manera artesanal

b) Objetivos específicos.

1. Mejorar, implementar nuevas técnicas, de faena miento y empackado al vacío. Favorables para la formación de una microempresa de manera general y práctica para los procesos de carne de cuy.

2. Identificar las características generales del mercado y su potencial para que garantice la venta de cuy procesado a un precio razonable.
3. Determinar la factibilidad económica del proyecto.
4. Evaluar y seleccionar la maquinaria y equipo apropiado para la línea de procesos de empackado al vacío.
5. Elaborar el proceso de faenamamiento y empaque.
6. Diseñar una microempresa para garantizar que el producto cumpla con los estándares de calidad, seguridad, inocuidad y nutrición a los consumidores.
7. Plantear nuevas preparaciones culinarias con el cuy.

1 CAPÍTULO I. DE EMPRESAS COMUNITARIAS ANÁLISIS GASTRONÓMICOS

1.1 INTRODUCCIÓN

Las empresas Comunitarias tienen como objetivo la primordial la inclusión social, económica y cultural de sus comunidades. De fuentes de información sobre empresas comunitarias en el Ecuador se observa que en su mayor parte reciben apoyo financiero o en la elaboración del producto o servicio, sin considerar la cadena productiva. La distribución de las principales actividades de las empresas comunitarias; donde predomina la empresa turística, seguida por las empresas productivas y finalmente se agrupa otros tipos de empresas en menor volumen.

1.2 EMPRESAS COMUNITARIAS

La empresa comunitaria es una forma autogestionaria de producción, donde autogestión significa, la participación de todos los miembros de organización en la producción y en el control de la organización. Por ser la autogestión un eje fundamental, conviene señalar sus aspectos básicos, esto es:

Tipos de Empresas Comunitarias De acuerdo al “Estudio de factibilidad para un proyecto de promoción de la Empresarial en Ecuador (12)”, las organizaciones fueron clasificadas según su naturaleza en: públicas, privadas, organismos no gubernamentales (ONG) y otros. En la figura 1 se puede apreciar la composición de las organizaciones de apoyo, la mayoría son de carácter privado con un 45%, seguida por las organizaciones de carácter público con un 30% y en tercer lugar están las ONG's con un 19%. Un 6% se clasifican como de naturaleza distinta a las tres primeras opciones.

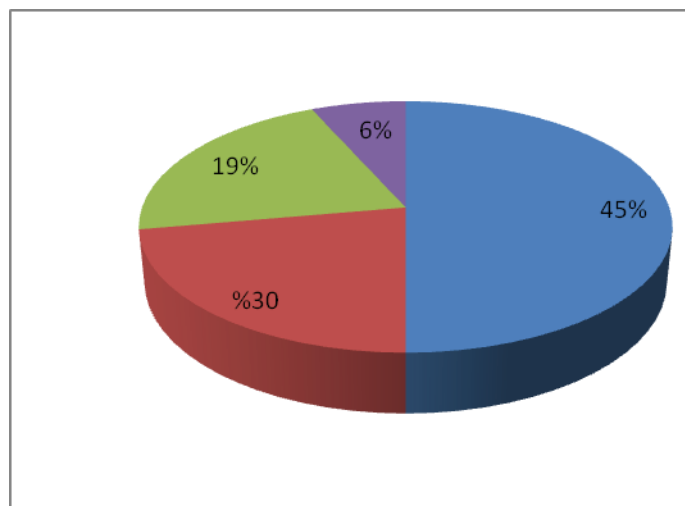


Figura 1: Empresas comunitarias

1.2.1 Importancia de las Empresas Comunitarias

En los sectores de país el común denominador, es la creciente migración del campesino a la ciudad por falta de empleo, las microempresas comunitarias dan la oportunidad de tener la oportunidad de tener un trabajo digno quienes a n encontrado en sus industrias mejores condiciones que en la urbe.

La empresa comunitaria proyecta un nuevo modelo de convivencia social y no excluye a ningún otro modelo de economía vigente como el capitalista, esta también se basa en el mercado para su desenvolvimiento económico, pero hace énfasis en la filosofía comunitaria, que es la propiedad compartida entre los asociados y su desarrollo social solidario.

En países como Colombia y Ecuador y muchos de América latina que nos encontramos en vías de desarrollo, este modelo es ideal porque agrupa a la gente en propósitos en común como es el trabajo y de ahí el progreso y bienestar.

Una sociedad que obra comunitariamente se proyecta y resuelve sus diferencias con mayor solidez, que aquella que se fundamenta en la competencia y la exclusión.

Las empresas comunitarias son manifestaciones empresariales generadoras de capital social, que ejemplifican el concepto de empresariado social, definido por el reporte del Social “Entrepreneurship Monitor”, como cualquier actividad social de una empresa.

La creación de una nueva empresa, el autoempleo o la extensión de una empresa social existente con metas sociales establecidas, la comunidad como su base y donde el beneficio que se obtiene se invierte en la actividad misma, la empresa misma o la comunidad.

1.2.2 Características Particulares de la Empresa Comunitaria

En comparación con las pequeñas y medianas empresas (PYMES), las empresas comunitarias poseen una serie de características particulares y relevantes para la formulación de un modelo que pretenda su dinamización, como su financiamiento no tradicional.

En sus inicios, principalmente, las empresas comunitarias, acuden al mercado de capital en una situación de desventaja y son medidas por criterios convencionales. Inclusive, el rendimiento de las inversiones que puedan otorgárseles es medido de forma convencional



Figura 2: Características particulares

1.3 EMPRESAS COMUNITARIAS GASTRONÓMICAS

La delegación ecuatoriana promocionó y difundió varias iniciativas turísticas comunitarias del país, tales como: IshayYaku, Palacio Real, Empresa Comunitaria Tolón Pelé, de Sucumbíos CORTUS, Napo Wildlife Center, Pastocalle y Yunguilla, con el propósito de mostrar el trabajo técnico con base comunitaria a los miembros de la OTCA (Organización del Tratado de Cooperación Amazónica).

Ecuador es uno de los países más desarrollados y reconocidos en el ejercicio del Turismo Comunitario. Cuenta con cerca de cien experiencias comunitarias. Este desarrollo se debe a la autogestión y emprendimiento de las comunidades, que cuentan con el apoyo del Gobierno Nacional a través del programa productivo “Consolida Turismo Comunitario”, que lidera el Ministerio del ramo.

Estas acciones fueron posibles gracias a la coordinación de la Embajada del Ecuador en Bolivia con el Ministerio de Turismo. El Cónsul ecuatoriano en Santa Cruz de la Sierra, Wilson Herrera, acompañó a la delegación ecuatoriana en todas las reuniones de trabajo, brindando su apoyo incondicional a cada instante. A estas empresas comunitarias.

1.3.1 Historia de Empresa Comunitaria de Alimentos. Salinerito

En 1978 José Dubach, técnico de nacionalidad suiza, enseñó a elaborar los primeros quesos en una pequeña planta atrás de la casa parroquial y al poco tiempo se abrió la tienda en el sector de Santa Clara en Quito. Desde Salinas nacieron las queseras de Apahua, Chazojuan, etc. En la actualidad funcionan 22 queseras.

El proyecto de Queserías Rurales del Ecuador inició gracias a un convenio bilateral entre los gobiernos del Ecuador y Suiza. Desde sus comienzos tuvo la gran virtud de presentar a los campesinos una técnica sencilla adaptada a su medio. El 16 de junio de 1978 se empezó la elaboración de quesos en un pueblo marginal del páramo andino, Salinas de Guaranda, con 53 litros diarios de leche entregados por 5 productores a 3 sucres por litro. Nace así esta aventura campesina, siendo el primer proyecto rural campesino del País.

Cuando los estudios de pre-factibilidad habían demostrado que en el Ecuador no era posible la implementación del proyecto, asesores visionarios como P. Antonio Polo, José Tonello, José Dubach y dirigentes comunitarios coincidían que por encima de confiar en estadísticas y números, en la lógica y la técnica, está el corazón de las personas, su capacidad de entrega y sacrificio.

Entre los elementos del éxito consideramos la capacitación de los campesinos con respecto a la higiene, puntualidad y dedicación a un oficio delicado, tener queseras adecuadas, organización de base comprometida, planificación de

producción y canales de comercialización y... mucha paciencia en esperar los resultados económicos.

1.3.2 Conceptos

- a. PYMES.- Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas.
- b. Innovar.- La innovación, según el diccionario de la Real Academia Española, es la modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Innovar proviene del latín innovare, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad.
- c. Desarrollar.- Se trata de incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar alguna característica de algo físico (concreto) o intelectual (abstracto).

El desarrollo. Es el proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos.

- d. Impulsar.- Es la relación a la creatividad e innovación aplicada en la vida empresarial y laboral. Y esto se debe a que la creatividad construye ventajas competitivas muy difíciles de imitar y energiza a toda la compañía, generando nuevos escenarios futuros basados en la vitalidad.

e. Emprendimiento.- Emprendimiento empresarial, "fenómeno que se refiere a todo el proceso socioeconómico que produce como resultante la generación de nuevas organizaciones. Schumpeter hablaba del empresario como quien realiza nuevas combinaciones de factores productivos y de empresa.

1.3.3 Resumen de empresas Comunitarias

Sus primeras necesidades de las microempresas comunitarias.: combatir la pobreza, evitar la migración y crear estructuras para una mejor educación, atención médica y organizacional. Las estrategias iniciales fueron:

Crear Cooperativas abiertas que den representatividad a cada comunidad y que no solo se preocupen del aspecto económico, sino que brinden varios servicios.

El no cerrarse a brindar apertura a nuevos grupos y formar consorcios de pequeños productores a nivel de la provincia (Bolívar) y del país (Ecuador) ha hecho que tengan credibilidad y se vuelvan competitivos. Hoy tienen un gran reto demostrar que es posible fusionar:

2 CAPITULO II. DIAGNÓSTICOS DE EXPERIENCIAS EMPRESARIALES ALREDEDOR DEL CUY

2.1 INTRODUCCIÓN

La comercialización de la carne de cuy es ya una realidad y ello representa una gran oportunidad para todas aquellas empresas que estén vinculadas a su crianza y comercialización.

.En las humildes casas del ande Ecuatoriano, escondido tras el calor de las cocinas, desde tiempos remotos un animal ha dormido junto con su potencial aun por explotar, este animal al que hago referencia no es otro que nuestro representativo Cuy.

El Cuy, nuestro cuy, ha significado desde siempre una fuente inestimable de proteínas e ingresos para las familias serranas de más escasos recursos, convirtiéndose en uno de los pilares más importantes para su subsistencia y auto sostenimiento. Ese papel fundamental que juega el cuy en las familias Ecuatorianas no se ha perdido, sin embargo, en la actualidad para beneficio de sus criadores este papel se ha reorientado, como resultado de las oportunidades que el mercado nacional y extranjero ofrecen. Ahora, su crianza es una oportunidad real de negocio y se está dinamizando con el objetivo descubrir la demanda insatisfecha de su carne.

2.2 EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE CUYES

En el Ecuador existe empresa reproductora y comercializadoras de cuy, la demanda de esta carne a hecho que se implemente asociaciones y empresas exportadoras.

Las ventajas de la crianza de esta especie herbívora es, su ciclo reproductivo corto, la facilidad de adaptación a diferentes ecosistemas y su alimentación versátil que utiliza insumos no competitivos con la alimentación de otro mono gástrico.

Los conejillos de Indias son empleados como animales de laboratorio, sobre todo en bacteriología, para investigar los efectos de los distintos microorganismos patógenos.

Las empresas vinculadas a la reproducción y comercialización cumplen con dos criterios básicos de la estrategia de redes empresariales: primero, era una cadena con potencial de mercado experimentándose impactos cuantitativos y cualitativos muy importantes en la economía. de redes empresariales de productores y productoras de cuy promovidas.

Por otro, se ha logrado un cambio muy importante en la propia visión de las familias involucradas, que han pasado de considerarse productores de subsistencia a verse como pequeños empresarios, gracias al gran éxito de sus negocios

2.2.1 Auquicuy

Una de las empresas más grandes en Ecuador y dedicada a la crianza y comercialización de cuyes.

La producción de cuyes en el norte del país cobra cada vez más fuerza. Por ello, existen sectores interesados en perfeccionar esta actividad e industrializarla.

Roberto Moncayo, gerente de la empresa Auquicuy, quien ha trabajado para que se haga posible los contactos para la exportación del cuy a países como Japón, China.

Ha trabajado en el asesoramiento técnico para la crianza de cuyes, que aún es rústico.

Al consultarle sobre datos de la población de cuyes, dijo que hace mucho tiempo no se recopila este tipo de información. Pero en 1987 se hablaba de 13 millones de cuyes en Imbabura. Moncayo hizo un aproximado y cree que en la actualidad debe bordear los 15 millones.

Lo que predomina en la provincia son criaderos medianos de tipo familiar comercial, que cuentan con 2 mil y 3 mil cuyes. Sin embargo, la mayoría de la explotación del animal está en manos de los campesinos.

El gerente señaló que la cuyicultura es una actividad que está en auge y que es el momento de aprovecharla.

En el mapa se distingue claramente donde se acentúa la producción y comercialización.



2.2.2 Gráfico; Productores Potenciales en Ecuador

Tabla 1: Producción anual. Año 2010.

Criaderos de cuyes			
Propietario	Criadero	Localidad	Producción Anual
Ing. Roberto Moncayo Gallani	Auquicuy	Salinas Imbabura	112,200
Ing. Edison Altamirano	Primavera 2	Salcedo Cotopaxi	55,360
Dr. Rubén Martínez	Cavia - gen	Ambato Tungurahua	19,030
Asociación de Productores		Cotacachi Imbabura	60,000
Dr. Francisco Caiza	Cuycogen	Machachi pichincha	18,000
Sra. Pilar de Borja	Pitujá	Cumbaya pichincha.	12,240
total			276,830

2.2.3 Comercialización

Las empresas que están dedicadas a comercializar carne de cuy tienen muy buenas experiencias y expectativas de este producto, porque tienen buena aceptación en el mercado nacional como internacional.

En el Ecuador la exportación de cuyes está pasando a ser una actividad comercial en pleno crecimiento, donde se trabaja con eficiencia y la utilización de tecnología, siendo la tendencia actual la de utilizar cuyes de líneas selectas para un buen alimento.

La carne de cuy es producida y exportada con el apoyo de organizaciones como la CORPEI. Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador, la cual brinda asesoría en trámites y procedimientos de exportación. Sirviendo como base y guía para la comercialización de nuestro producto al exterior.

En nuestro país el cuy es donde más comercializado en las provincias del Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo aquí es donde se dedican a la

comercialización de todo tipo de animales dentro de ellos tenemos como producto principal el cuy que nunca falta en el mercado. No tiene un costo muy elevado. La comercialización industrializada del cobayo va creciendo cada día más y más mediante microempresas productivas. Estas son financiadas por fundaciones u organismos internacionales. Esto tiene un objetivo claro que es el de proliferar este producto en los mercados nacionales e internacionales.

2.2.3.1 Experiencias de Empresas Reproductoras

Los más importantes investigadores y productores de cuyes de Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú han dado a luz al libro denominado “Producción de Cuyes”, editado por el fondo editorial de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y considerado como el texto más actual y completo dedicado a esta actividad.

Roberto Moncayo, el productor más grande de Ecuador y quien posee una granja con 45 mil cuyes; Alberto Caicedo, uno de los investigados más importantes de Colombia; Elizabeth Rico, ingeniera agrónoma que maneja diversos programas para la producción de cuy en Bolivia; y Luis Aliaga, vicerrector de la UCSS y gerente general de la empresa Agropecuaria Inka Cuy –además de una experiencia de 30 años en producción de cuyes–, participan en este libro.

El Ing. Luis Aliaga, Vicerrector de la Universidad Católica Sedes Sapientiae, afirma que en Perú se producen anualmente 66 millones de cuyes, lo que equivale al 10% de toda la producción de carne en el país. Aun así, afirma que la demanda, tanto interna como externa, se encuentra insatisfecha, por lo que existe espacio para crecer y para más competidores dentro del mercado.

La producción de cuyes se presenta de esta manera como un negocio rentable, ya que además del mercado interno también se vende al exterior, siendo

Estados Unidos el mercado más importante gracias a la colonia de peruanos y ecuatorianos que residen allá.

En este sentido, los temas a abordar son: Proceso de la Reproducción, Proceso de la Cría y Lactación, Proceso de la Recría para Engorde y Reposición, Proceso de la Post Producción, Manejo del Medio Ambiente, Nutrición y Alimentación en el proceso productivo, Prevención y Control de las enfermedades en el proceso productivo, y Visita guiada en Agropecuaria Inka Cuy SAC.

2.2.4 Zonas de Producción

La exportación en grandes escalas de la carne de cuy puede ser una realidad en el Ecuador y ello representa una gran oportunidad para todas aquellas personas que estén vinculadas a su crianza.

Según estudios realizados y datos recolectados por el proyecto DRI COTACHACHI y por el Ministerio de Agricultura las principales provincias que se dedican a la producción de cuy para fines comerciales son Cotopaxi, Imbabura, Pichincha y Carchi. En realidad, la cantidad de productores asciende a un total de 386 en estas provincias y 414 en el resto del país, totalizando 800 productores a nivel nacional, distribuidos de la siguiente manera:

PRODUCTORES EN PICHINCHA.

PROVINCIAS	CANTONES	REPRODUCTORES.
PICHINCHA	CAYAMBE	22
PICHINCHA	PEDRO MONCAYO	20
PICHINCHA	VICENTE MALDONADO	25
PICHINCHA	OTROS	34
PICHINCHA	TOTAL	101

PRODUCTORES EN IMBABURA		
PROVINCIAS	CANTONES	REPRODUCTORES
IMBABURA	PIMAMPIRO	107
IMBABURA	ATUNTAQUI	45
IMBABURA	OTAVALO	45
IMBABURA	COTACACHI	16
IMBABURA	TOTAL	213

PRODUCTORES EN CARCHI		
PROVINCIAS	CANTONES	REPRODUCTORES
CARCHI	MONTÚFAR	21
CARCHI	ESPEJO	10
CARCHI	BOLÍVAR	11
CARCHI	HUACA	12
CARCHI	TULCÁN	18
TOTAL		72

2.2.5 Producción de Cuyes en el Ecuador

La producción de cuy en el Ecuador va en aumento y es considerable la variación en cantidad con respecto al tiempo. Según datos de PRODEPINE (Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Afro ecuatorianos) la producción mensual de cuyes a nivel nacional en el año 1999 fue de 43.233 kilos de carne de raza Macabeo y para el año 2006 el Ministerio de Agricultura determinó una producción mensual de cuyes de 110.000 kilos de carne de la misma raza, como podemos observar en aumento de la producción es bastante notorio.

De la producción total de cuy en el Ecuador, el 70% está a cargo de pequeños y medianos criadores. Sin embargo, estos no cuentan con la tecnología y las condiciones necesarias para cubrir la creciente demanda que existe de estos animales a nivel nacional e internacional.

Actualmente, el Ecuador cuenta con un promedio constante de 21 millones de animales, los que, a su vez, debido a su constante reproducción, producen 47 millones de cuyes anuales, que son destinados a la venta. Esto representa 14 300 toneladas de producto, según los datos del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (Iniap).

Sin embargo, en los últimos nueve años, la demanda y la producción total de cuy han tenido una diferencia considerable. En lo que va de 2009, existe un déficit trimestral de producto de un 20%.

Según Juan Garzón, representante del Iniap, si se capacita al sector, se estaría en capacidad de cubrir esta demanda.

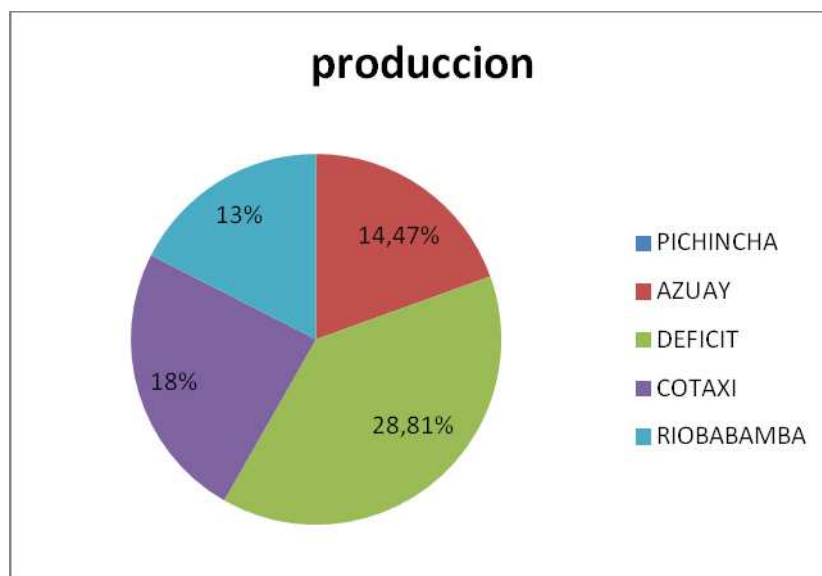
"Para que un cuy esté listo para la venta y cumpla con los requisitos básicos es necesario que se lo alimente bien y sea criado en un lugar propicio. La mayoría de nuestros productores sufren pérdidas por la falta de materiales para su cuidado", indica.

En Cuenca y sus alrededores, por ejemplo, 103 mil familias se benefician con la venta de estos animales. Estos productores criaron, en lo que va del año, 860 mil unidades, pero la demanda es de 1,1 millones. Es decir, hay un déficit del 21,81%. "El producto de esta provincia es más solicitado por sus cualidades", explica.

Para Algidio Fernández, productor de cuy, la falta de recursos económicos impide que el negocio prospere.

"Hemos intentado formar una asociación de cuyeros para regular ingresos y equiparar el mercado, pero es imposible con las diferencias de producto que tenemos. Yo cuento con 30 cuyes de planta, pero, en Imbabura, tienen hasta 60 mil animales en sus terrenos.

Según un estudio del Iniap, en la Sierra, hay 710 mil viviendas que cuentan con criaderos de cuyes. De estas, el 19,5% está en Pichincha y el 14,47%, en Azuay.



Para que un cuy sea vendido en el mercado a \$8, precio referencial, debe cumplir ciertas especificaciones: el animal debe ser faenado técnicamente, tener una muerte sin dolor, ser desangrado totalmente, no contar con lesiones externas y pesar dos o más libras. Para que el animal llegue a ese peso, debe tener por lo menos tres meses de cuidados desde su nacimiento.

Si desarrollamos adecuadamente este sector, la demanda del mercado quedaría abastecida y ya no sería necesario importar cuy del Perú. El animal del país vecino es más grande, pero sus características nutricionales no son tan apetecidas como las nuestras", señala:

Por su parte, el cuy ecuatoriano es cotizado en diversos sectores. La Asociación de Mujeres Productoras de Cuyes de Cayambe. Ofrece este producto en bandejas o empaques al vacío y lo venden en autoservicios del Ecuador y el mundo.

3 CAPITULO III. EL CUY, POTENCIAL GASTRONÓMICO Y CULTURAL

3.1 INTRODUCCIÓN

Puede considerarse como uno de los animales representativos de la cultura gastronómica. El cuy también es protagonista en la medicina tradicional al ser utilizado por brujos y chamanes “para pasar el cuy” y con esta acción extraer males, brujerías y encantamientos. De alguna manera, el cuy está emparentado con ronsocos, añejes, paca ranas y vizcachas, un conjunto muy especial de roedores comestibles denominados “caviomorfos”

Ese papel fundamental que juega el cuy tanto en lo cultural en la economía familiar no se ha perdido, sin embargo, en la actualidad para beneficio de sus criadores este papel se ha reorientado, como resultado de las oportunidades que el mercado nacional y extranjero ofrecen.

3.1.1 Ubicación Gastronómica de Carne de Cuy

El cuy a la leña sostiene a uno de los mejores restaurantes en Ayacucho

Este plato reina en un barrio lleno de restaurantes típicos, donde destaca Las Flores, negocio que hace 30 años fundara Gloria Zaga y que hoy se jacta de su enorme poder de venta de cuyes.

En el restaurante El Rocoto el panorama es similar. En este rincón arequipeño se vende cuy chactado y su consumo es regular. No todos los clientes lo piden. El jefe de cocina, Juan Condori, coincidió con Álvarez al sostener que es un tema de prejuicio.

Propietarios de restaurantes conocieron ayer una propuesta de marketing para la comercialización de carne de cuy. La iniciativa llegó del Departamento de Desarrollo Económico y Local del Gobierno Municipal.

La administradora de la granja municipal de cuyes, Alexandra Coronel, señaló que apoyarán al primer restaurante ubicado en el kilómetro 12 de la vía Quevedo, 'Las Delicias del Cuy', con asistencia técnica en mercadotecnia, imagen, promoción y entrega de producto de calidad.

Esta actividad se enmarca en el proyecto Cadena Productiva del Cuy. En un inicio han realizado un proceso de capacitación a quienes se dedicaron a la crianza y ahora buscan comercializar.

La idea de la entidad es unir a los productores con aquellas personas que quieren vender cuy para potenciar sus negocios.

Actualmente, las personas llegan desde Ambato a comercializar esta carne en diferentes lugares como en la feria libre. Coronel indicó que tienen reportes de que se logran comerciar hasta 100 cuyes diarios, lo que les indica que es una actividad rentable.

Uno de los empresarios que recién se ha sumado a esta iniciativa es Hermitaño Díaz Cruz, quien tiene su restaurante 'Sazón peruana'. Señaló que hace poco empezó y le va bien.

Comercializa unos 10 cuyes semanales y dijo que muchos de los clientes los buscan porque la carne es buena y son grandes. El cuy asado entero y las guarniciones cuesta 15 dólares.

Coronel señaló que a más de impulsar a los negocios, también buscan que más adelante sean ellos quienes críen a los animales y los vendan.

Precios de platos típicos de cuy.			
Lugar	Peso	Precio	Acompañado
Chaltura	800 -1000 gr.	\$18-20	papas lechuga salsa
Selva Alegre	800-100 gr	\$17-20	papas salsa de maní
Cuenca	60-1000 gr.	\$15-18	papas o arroz salsa
Latacunga	800-1000gr	\$14-18	papas lechuga salsa
Loja	800-1000gr	\$18-20	papas lechuga salsa

3.1.2 El Cuy en Nuestra Cocina con Identidad Cultural

Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica, auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos, en la que se han fundido o -mejor- se han cocido, sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes. Y el cuy ha estado siempre presente en las comunidades andina de nuestro país.

El cuy es un animal de los Andes, su nombre proviene del quechua y se dice que lleva su nombre por los sonidos que emite: cuy-cuy.

En Ecuador, una de las salsas más apetecidas para acompañar el cuy es la “salsa de shungos”, elaborada con los hígados, pulmones, corazones y tripas de cuyes cocidos y fritos en manteca o mantequilla con cebolla, sal, achiote y perejil. El ají es imprescindible para mejorar la calidad gustativa. El llamado “ají de cuy” se elabora con papas enteras, una presa de cuy frita o asada directamente al fuego, cebollas y cortezas de ají. Estos ingredientes se vierten en un caldo convenientemente condimentado.

3.1.3 El Cuy en la Cultura Ecuatoriana

En uno de los pueblos del Ecuador, Otavalo, cuando se pide la mano de una chica para contraer matrimonio, la tradición indica que los padres del novio

deben llevar 12 cuyes y pollos vivos colgados en dos palos. Además de papas, frutas y cerveza; solo así empiezan las buenas relaciones entre las familias.

En una crónica de 1575 se relata el sacrificio del cuy con fines propiciatorios, se le extraía el corazón para ofrecerlo al sol y a la luna, luego comían la carne cruda. En los días de equinoccio de septiembre se enterraban tinajas de chicha, huevos y cuyes vivos

En las comunidades indígenas, el cuy asado es el plato principal cuando se trata de rituales de agradecimiento. Se dice que si en la celebración falta el cuy, entonces Dios castigará al sacerdote.

El desaparecido antropólogo Eduardo Archetti que, con alma ecuatoriana, dedicó a sus hijos argentinonoruegos el libro *El mundo social y simbólico del cuy* (Quito, 1992) con la esperanza que algún día puedan comer cuy, ha puesto de relieve, además de su valor sacrificial desde los tiempos prehispánicos, que el cuy ha sido, en los altos Andes, centro de un proceso alimenticio y de prácticas de salud anímica y corporal. El calendario agrícola y ritual es, en las comunidades indígenas y mestizas, un calendario festivo, particularmente entre Semana Santa y el ciclo festivo del mes de junio, período que comienza con la cosecha del maíz tierno y termina con la siega del trigo y la cebada y la recolección del maíz duro. Es interesante observar que, como punto de este período, se celebran el Corpus Christi, el natalicio del precursor Juan Bautista y la conmemoración de San Pedro: festividades todas ellas que tienen en común solemnes rituales de "acción de gracias" a la Divinidad, por la consumación feliz del año agrícola. Del calendario extenso de las fiestas, sin embargo, en lo que se denominaría el ritual del agradecimiento, el cuy asado es el plato principal.

El calendario religioso funciona, por lo tanto, como una guía que marca las ocasiones rituales para consumir carne de cuy.

Especialmente en las comunidades indígenas, se percibe la idea de que, si en la fiesta falta el cuy, Dios habrá de castigar al prioste. Incluso para las romerías a los santuarios de vírgenes y santos es obligatorio llevar comida de fiesta, es decir, cuyes asados, como parte de los rituales de peregrinación.

3.2 VALOR NUTRICIONAL DEL CUY

La carne de cuy es rica en proteínas, contiene 20.3% un valor más alto en comparación con la carne de ave, vacuno, ovino y porcino, es bajo en grasa (7.8%) lo que hace de esta carne una importante alternativa para todas los consumidores, constituye en un factor importante para la seguridad alimentar.

El cuy ha pasado de ser una carne desconocida para convertirse en un verdadero manjar para paladares más exigentes.

Valores nutritivos.

Contenido nutricional de la materia orgánica de diferentes carnes				
Contenido %	Nitrógeno %	Fosforo %	Potasio %	Calcio %
Vaca	0,6	0,3	0,45	0,2
Cerdo	0,5	0,4	0,45	0,3
Llama	1,17	0,4	1	0,1
Cuy	1,4	1,4	0,6	
Pato	0,6	1,4	0,5	
Gallina	1,7	1,6	0,9	

Valor nutritivo de la carne de cuy en comparación con otras carnes				
Especie animal %	humedad%	proteína%	grasa%	minerales%
Cuy	70,6	20,3	7,8	0,8
Ave	70,2	18,3	9,3	1
Vacuno	58	17,5	21,8	1
Ovino	40,6	16,4	31,1	1
Porcino	46,8	14,05	37,3	0,7

3.3 ENTREVISTA

PABLO CUVI. Narrador, sociólogo, catedrático universitario, periodista y guionista de cine. En 1985 fue Premio Nacional de Cuento, Sociedad Ecuatoriana de Escritores; 1991, Premio Nacional de Periodismo "Jorge Mantilla Ortega" en el género de entrevista.

Se escogió para la entrevista. Por su amplia investigación cultural, y culinario de nuestro país.

“Ecuador, un país empapado con una biodiversidad pocas veces vista en Territorios similares, es dueño de una gran riqueza cultural fruto del concurso y fusión con otras culturas, cuya influencia conjugada con la creatividad de nativos y extraños ha logrado sabores y aromas propios de una nueva tierra y de una evolución constante”.

El Ecuador es un país con diversas tradiciones culinarias preservadas por muchos años, desde nuestros indígenas preincaicos, pasando por la conquista, hasta nuestros días. Una de estas tradiciones culinarias ecuatorianas y andinas es el “plato del cuy”.

El cuy, un animalito domesticado antes de Cristo por nuestros aborígenes, tuvo una aceptación muy grande en los pueblos andinos, destacándose tres elementos fundamentales: sacrificio, simbolismo y alimento. Simbólicamente el

cuy representa la conexión entre el Dios y el Hombre y el poder de revelación de enfermedades por lo que ha servido para mantener una identidad en los países del área andina, en donde prevalece la gastronomía autóctona y conservación de productos tal como la quinua, hasta nuestros días.

Pablo Cuvi. Comenta que antes de la llegada de los españoles, el cuy formaba parte no sólo como alimento de nuestros indígenas sino un elemento esencial utilizado por los sacerdotes en los ceremoniales, e incluso por los curanderos como método de diagnóstico y tratamiento de enfermedades.

En el patrimonio cultural de un pueblo son parte importante las tradiciones culinarias, así como las leyendas, refranes y coplas, la música y muchas manifestaciones que dan cuenta de la forma de ser de sus habitantes. En Ecuador, el plato de cuy, un plato típico de la serranía, es igualmente conocido en todo el país a pesar de la diversidad étnica existente.

Fecha de la entrevista. 20/08/2012.

3.3.1 Conclusión

Cuvi, buscador de las fuentes primarias, viajero y conocedor de la cultura popular amante de la buena cocina, como el afirma no hay nada más espectacular que una buena comida de abuela. Logra asimilar lo diverso de las fiestas en un colorido universo de imágenes y palabras que materializa con la colaboración de gente que como él ama al Ecuador. Su interés por demostrar la importancia de nuestros ancestros sus tradiciones y su historia. Con una increíble sencillez.

4 CAPITULO VI. DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA “LA CUEVA DE MR. DE CUY”

4.1 INTRODUCCIÓN

Es una empresa creada en el año 2009 dedicada a la crianza y comercialización de cuyes de manera artesanal.

La carne del cuy constituye un producto de alta calidad nutricional que contribuye a la seguridad alimenticia para la comunidad, además del aporte a su economía por la comercialización del producto.

La producción de animales menores cobra cada vez mayor interés en nuestro país, es un trabajo dentro del manejo integrado de sistemas de producción de pequeños productores.

La crianza de cuyes, ofrece una alternativa nutritiva y de ingresos al criador, aspectos de fácil manejo y alimentación son factores que contribuyen al desarrollo de esta actividad.

La calidad de la carne de cuy de alto contenido proteico y energético contribuye a mejorar el nivel nutricional de la población.

En el presente trabajo tratare el estudio de viabilidad en la producción y comercialización de la carne de cuy, así como un análisis del costo-beneficio que esto conlleva

4.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL EN ECUADOR

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para la satisfacción de una necesidad específica a un precio

determinado El principal propósito de identificar la demanda es determinar la posibilidad de poder lograr una participación del producto dentro de un mercado establecido.

Al ser la carne de cuy un producto que está ingresando al mercado nacional como internacional con muy buena aceptación.

Datos que se asemejan a los enunciados por “La Cooperativa de Productores y Comercializadores de Cuyes del Austro COPICA, en la que manifiestan un incremento de la demanda en los meses de noviembre y diciembre; incremento que tiene relación con las fiestas de Navidad y fin de año que celebran los emigrantes ecuatorianos.

Lucy Montalvo, subsecretaria Regional de la Sierra, destacó que la producción de este animal en el país representa un importante rubro en las actividades campesinas de la región andina.

Por tal motivo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, y Pesca (Magap) encaminó planes como el del Caders para el desarrollo de esta actividad económica.

Actualmente, el Ecuador cuenta con un promedio constante de 21 millones de animales, los que, a su vez, debido a su constante reproducción, producen 47 millones de cuyes anuales, que son destinados a la venta. Esto representa 14 300 toneladas de producto, según los datos del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP).

Sin embargo, en los últimos nueve años, la demanda y la producción total de cuy han tenido una diferencia considerable. En lo que va de 2009, existe un déficit trimestral de producto de un 20%.

"Para que un cuy esté listo para la venta y cumpla con los requisitos básicos es necesario que se lo alimente bien y sea criado en un lugar propicio. La

mayoría de nuestros productores sufren pérdidas por la falta de materiales para su cuidado.

Según un estudio del INIAP, en la Sierra, hay 710 mil viviendas que cuentan con criaderos de cuyes. De estas, el 19,5% está en Pichincha y el 14,47%, en Azuay.

Para que un cuy sea vendido en el mercado a \$8, precio referencial, debe cumplir ciertas especificaciones: el animal debe ser faenado técnicamente, tener una muerte sin dolor, ser desangrado totalmente, no contar con lesiones externas y pesar dos o más libras. Para que el animal llegue a ese peso, debe tener por lo menos tres meses de cuidados desde su nacimiento.

José Egüez, especialista agropecuario, considera que el cuy es una mercado creciente en el país si se tiene en cuenta el margen de mercado insatisfecho que existe.

"Si desarrollamos adecuadamente este sector, la demanda del mercado quedaría abastecida y ya no sería necesario importar cuy del Perú. El animal del país vecino es más grande, pero sus características nutricionales no son tan apetecidas como las nuestras", señala:

Por su parte, el cuy ecuatoriano es cotizado en diversos sectores. La Asociación de Mujeres Productoras de Cuyes de Cayambe (Aprocuyc) ofrece este producto en bandejas o empaques al vacío y lo venden en autoservicios del Ecuador y el mundo.

4.2.1 Análisis de la demanda de La Cueva de Mr. Cuy

El cuy o cobayo por su ciclo de reproducción corto, de fácil manejo, sin mucha inversión y sin una alimentación exigente; puede ser la especie más económica para la producción de carne de gran valor nutritivo.

Actualmente la Cueva de Mr. Cuy tiene la capacidad de producción de 4.500

Tanto por la capacidad física como por la alimentación y mano de obra hoy por hoy la comercialización de este pequeño animalito se lo realiza de dos formas:

Vivo para reproducción llamado pie de cría.

Faenados.

Este pequeño criadero que comenzó con 500 cuyes ha crecido gracias al esfuerzo y veracidad de su propietaria.

La Cueva de Mr. Cuy				
Venta de cuyes mensualmente				
Lugar	Precio	Peso	Característica	Cantidad
Selva Alegre. Sangolqui	\$8.00	1300 gr.	Vivo	150
Astrid & Gastón. Quito	\$ 10.00	100 gr.	Faenado	60
Las gallinas de Pinllo. Quito	\$ 10.00	1000. gr	Faenados	45
Pie de cría.	\$ 13.00	900. gr	Vivos.	20
Venta comunidad.	\$ 8.00	900-100 gr.	Vivos.	10
Total				300

4.2.2 Proceso para captar el Mercado

De la mano del reconocido chef peruano Gastón Acurio, Astrid y Gastón abre sus puertas en Quito para brindar a sus clientes un ambiente divertido, una comida de primera y un servicio impecable dentro de su menú principal. Por tal razón es un mercado muy exigente al momento de escoger el producto. Realizando un análisis de calidad, peso. Y entrega a tiempo.

Cuy disfrazado de chino

Selva Alegre es conocido como el barrio que concentra la mayor cantidad de locales de venta de cuyes asados en todo Pichincha, 10 en total.

En este mercado se entrega vivos los cuyes y pesados.

4.3 UBICACIÓN DE LA CUEVA DE MR. CUY

Definir la localización óptima de la microempresa. Identificar los procesos productivos alternativos, para elegir el más apropiado de acuerdo a nuestras condiciones.

Calcular el volumen o nivel de producción correspondiente al tamaño de la planta, Conocer la capacidad instalada de la empresa. Identificar las necesidades de maquinaria, equipo, infraestructura, instalaciones, en tiempo, lugar y forma. Establecer los procedimientos.

Esta microempresa está ubicada en la comunidad, San Luis de Aloguincho. El mismo que cuenta con una superficie extensa de 1500 metros $1\frac{1}{2}$ hectárea, localización que pertenece a la provincia de Pichincha.

4.3.1 Macro Ubicación

Ubicada en la provincia de Pichincha La planta está en el sector de la parroquia de Puellaro Justificación de la micro localización.

Transporte Posibilidad De Eliminación De Desechos Disponibilidad De Servicios Básicos.

4.3.2 Micro Ubicación Geográfica

Es un pequeño valle entre las marcadas elevaciones que la circundan, en donde se encuentra ubicada la comunidad de Aloguincho, está localizada al norte de la Provincia de Pichincha, siendo su territorio el límite provincial, se encuentra dentro del cantón Quito, forma parte del Distrito Metropolitano de Quito, está integrada a la parroquia de Puéllaro en las faldas del nudo de Mojanda Cajas, y pertenece a la Administración Zonal Eugenio Espejo.

Se encuentra a una distancia de 90 Km. de la ciudad de Quito a una altura de 2850 mt., sobre el nivel del mar y a 463 mt., sobre el nivel del río Guayllabamba, tiene una población aproximada de 4700 habitantes.

Sus límites al norte con la parroquia de Atahualpa, al sur con los páramos de la parroquia de Malchinguí, por el este están los páramos de Mojanda Cajas en la Provincia de Imbabura (Otavalo), al oeste limita la Parroquia de Puéllaro.

4.3.2.1 Espacio Físico del Criadero

Las construcciones son la parte importante para el buen desarrollo de la crianza de cuyes la misma que están en estrecha relación con la capacidad de reproducción.

1.500 m la cual está dividida las instalaciones que son 500 m, y forraje 1000m

El tamaño de las pozas.

- Empadre: 1,5mx 1,5m largo y 0,45m² de altura, tiene una capacidad de mantener de 7 a 10 hembras y 1 macho.
- Recría: 1m x 1m largo, y 0,45m² altura, tiene una capacidad de mantener de 10 o 15 cuyes sean lotes de machos o de hembras, desde el destete hasta los 3 o 4 meses de edad.

Se considero la zona donde está ubicado el criadero, para determinar el material que se utilizo en la construcción del galpón, estas instalaciones tienen buena ventilación y suficiente altura del techo, con material que disipe el calor, en el clima frio se debe mantener el calor sin que este dañe la ventilación y luminosidad, la humedad relativa ideal está entre el 50% a estos niveles es mejor la sobrevivencia de microorganismos patojéenos. Si la humedad es relativamente mayor sufren de problemas respiratorios.

4.3.2.2 Sistemas de Posas

Al piso este sistema el cual es utilizado en nuestro proyecto permite manejar a los animales en mejores condiciones higiénicas y sanitarias.

Tiene la ventaja de brindar calor a los animales especialmente a las crías; generalmente requiere de una cama que puede ser de cascarilla de arroz o viruta. La construcción está elaborada con bloque el techo de eternit.



4.4 PROCESOS DE CIANZA

Empadre.

Las hembras apareadas entre las 8 y 10 semanas de edad tienden a quedar preñadas en el primer celo inmediatamente después del empadre. Las

variaciones de peso del empadre al parto y del empadre al destete tienden a ser positivas en las hembras apareadas antes de los 75 días de edad.

Gestación

Debe considerarse que el cuy es una especie poliéstrica y las hembras tienen capacidad de presentar un celo postpartum, siempre asociado con una ovulación. El período de gestación promedio proporcionado es 67 días.

Parto.

Concluida la gestación se presenta el parto, por lo general en la noche. Y demora entre 10 y 30 minutos con intervalos de 7 minutos entre las crías (fluctuación de 1 a 16 minutos). La edad al primer parto está influenciada directamente por la edad del empadre. Las hembras empedradas entre la 8a y 10a semana de edad quedan preñadas más fácilmente en el primer celo después de ser expuestas al reproductor.

Lactancia.

La lactancia o lactación es el período en el cual la madre da de lactar a su cría, tiene una duración de 2 semanas desde el momento del nacimiento hasta el momento del destete (puede durar hasta 20 días en casos especiales). Las crías comienzan a mamar inmediatamente después que nacen.

Las madres producen buena cantidad de leche durante las dos primeras semanas de nacidas las crías.

Después de este tiempo casi no producen leche. Este se debe en parte a que las madres han quedado preñadas después del parto (aprovechamiento del celo post-parto).

Destete

Este periodo es el tiempo de transición entre el destete y el sexaje. Es esta etapa los cuyes destetados (macho y hembras) son llevados a espacios especiales por un espacio de 10 a 15 días, hasta completar un peso de 350 - 400 gramos. A ese tiempo pueden ser sexados para luego ser llevados a espacios de engorde.

Engorde.

La fase de engorde tiene una duración de 45 a 60 días dependiendo de la línea y alimentación empleada, es recomendable no prolongar por mucho tiempo, para evitar peleas entre los machos, las cuales causan heridas y malogran la calidad de la carcasa.

Aquellos cuyes que tengan un déficit de peso, podrán ser castrados químicamente para un aumento de peso rápido.



4.4.1 Recurso Humano del criadero de “La Cueva de Mr. Cuy”

El recurso humano que se necesita para este negocio es el mínimo como se presenta a continuación, los mismos que tendrán todos los beneficios sociales de ley.



Tabla 2: Inversión en el criadero “La Cueva Mr. Cuy”

Terreno		10,000
Construcción		5,000
Siembra de forraje.		1,000
Compra de reproductores		1,450
Total		17,450

Tabla 3: Capital propio

Nomina mensual	
Administrador	450
Operario	350
Operario	350
Total	1150

Gastos varios	
Transporte	100
Balanceado y otros. Talcos, medicamentos.	450
Servicios básicos	20
Total	570

La Cueva de Mr. Cuy				
Venta de cuyes mensualmente				
Lugar	Precio	Cantidad	Característica	Monto
Selva Alegre. Sangolqui	\$8.00	150	Vivos	1200
Astrid & Gastón. Quito	\$ 10.00	60	Faenados	600
Las gallinas de Pinllo. Quito	\$ 10.00	45	Faenados	450
Pie de cría.	\$ 13.00	20	Vivos.	260
Venta comunidad.	\$ 8.00	20	Vivos.	160
Total		300		2670

Total en egreso = \$ 1720

Total ventas.= \$ 2.670

Utilidad final cada mes.= \$950

4.5 CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

La microempresa unipersonales son aquellas que intervienen una sola persona puede ser natural o jurídica quien destina una parte de su patrimonio a la creación de una actividad con fines lucrativos, entonces podemos decir que en la empresa Unipersonal que el gerente propietario es inversionista, administrador y representante legal

Es la organización económica de carácter civil, compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio y servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y de realización personal. Su capital no supera los US\$ 30000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.

4.5.1 Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

Para obtener el RUC se requiere:

- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria."

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: 1) cambiado de actividad económica; 2) cambiada de domicilio; 3) cesada su actividad; y, 4) aumentado o disminuido el capital.

4.5.2 Requisitos para la Formación de la Microempresa

1. Debe decidir cómo qué tipo de compañía se va a constituir.
2. Escoger el nombre de su empresa.
3. Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
4. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es \$400 y para S.A es \$800)
5. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (Esto puede ser realizado en cualquier notaría)
6. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
7. Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
8. Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
9. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
10. Inscribir en el Municipio de Quito las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.

11. Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
12. Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.
13. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
14. Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
15. Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
16. Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en ministerio de trabajo y copia de último pago de agua, luz o teléfono

PATENTE MUNICIPAL

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

TIEMPO

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

REQUISITOS

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

- Patente Personas Naturales
- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Registro sanitario.

4.5.2.1 Patente Jurídica

En nuestro caso, tenemos que constituir una compañía en la forma jurídica tradicional; mediante escritura pública de constitución, apertura de una cuenta de integración de capital para las aportaciones suscritas y pagadas, inscripción en el registro mercantil, Superintendencia de compañías y registro único de contribuyentes, afiliación a las cámaras de producción correspondiente y todos los demás requisitos que señala el Servicio de Rentas Internas para las personas Jurídicas, esto es contar con el RUC actualizado que incluya la clasificación ampliada para desarrollar el comercio al por mayor y menor, u otras actividades agrícolas, las facturas comerciales autorizadas por el SRI para respaldar las transacciones de venta del producto y cumplir con las declaraciones de impuestos obligatorios que toda persona jurídica debe presentar por los periodos económicos que correspondan.

4.5.2.2 Permiso Sanitario de Funcionamiento en Quito

Es un documento emitido por la administración Zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de los siguientes establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de. (Acuerdo ministerial RO N° 58 de abril de 2003)

5 CAPITULO V. IMPLEMENTACIÓN E INNOVACIÓN

5.1 INTRODUCCIÓN

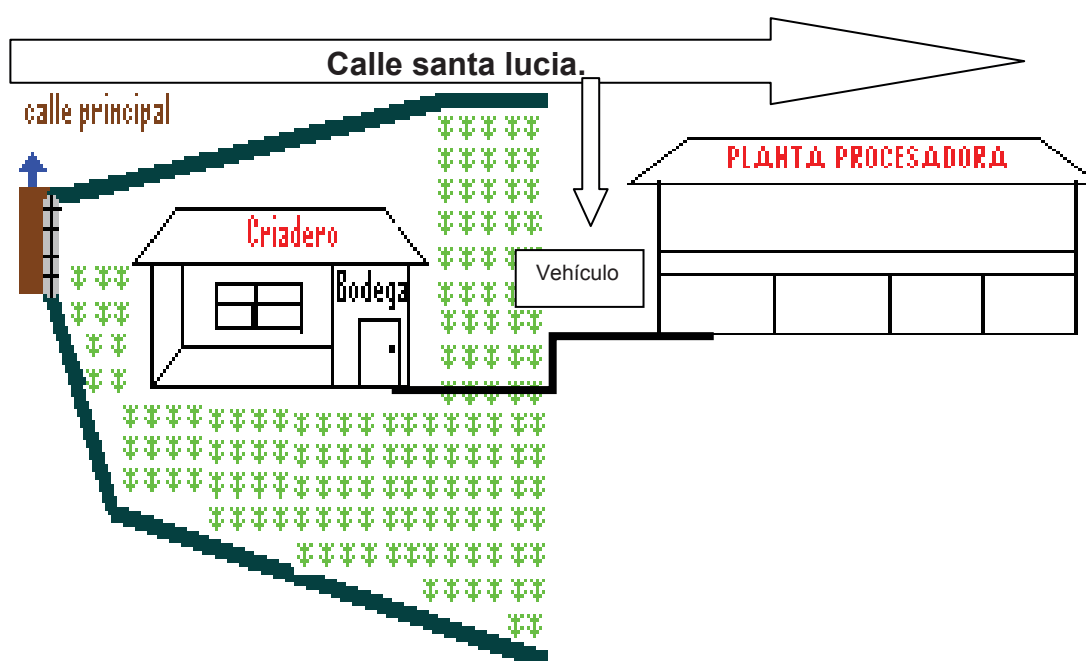
El proceso de innovar no solo implica generar algo nuevo, sino implementar la novedad en un determinado contexto, obteniendo beneficios o mejoras a partir de ella.

Son las organizaciones y las personas que las forman quienes producen ideas nuevas, las adaptan, aplican, apropian, difunden y replican, en un proceso constante. La innovación no se produce por azar; la organización como contexto y como actor del proceso innovador incide directamente en las formas y posibilidades de innovar. Las buenas organizaciones desde el punto de vista de productividad o gestión económica no necesariamente son lugares donde se desarrolla fácilmente la innovación:

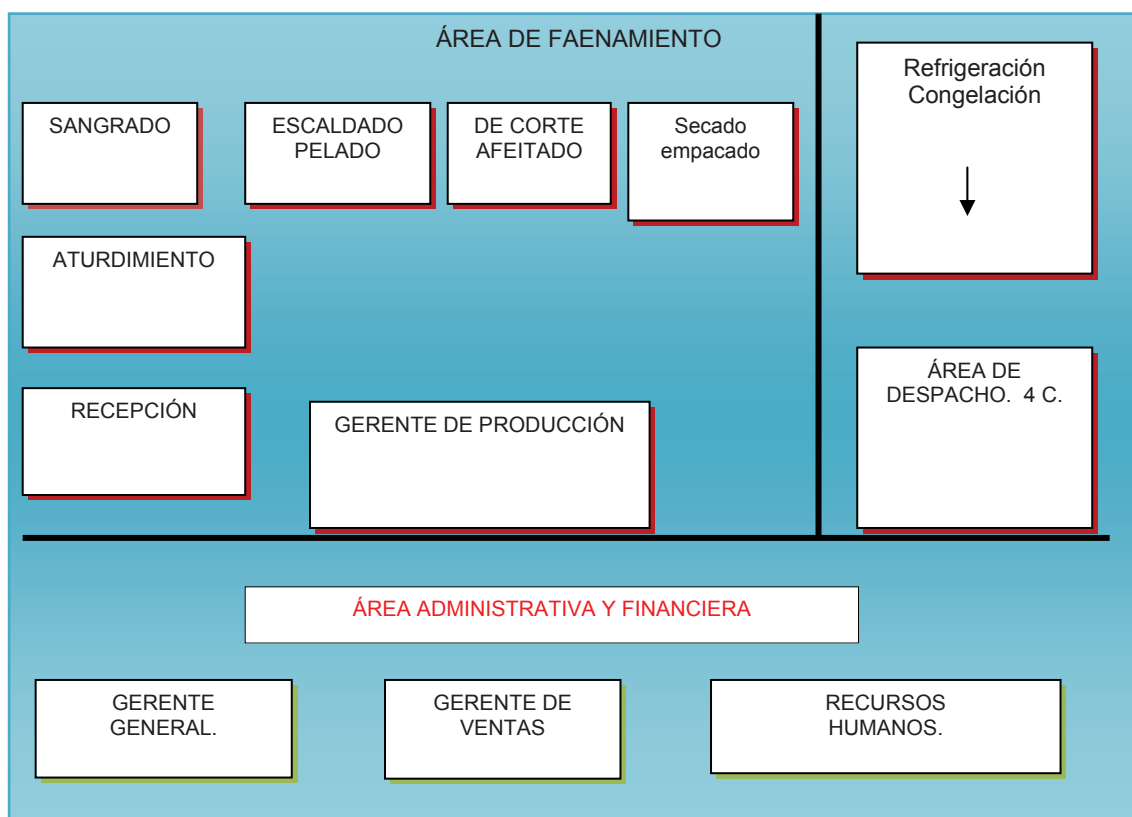
- “La Cueva de Mr. Cuy” implementara una planta procesadora de cuyes con la finalidad de tener un mejor producto con la más alta calidad y estándar, de esta manera brindara más empleo a la comunidad de Aloguincho donde estará ubicada dicha microempresa.
- Innovar.- Implica novedad relativa como resultado de realizar cambios. Es el proceso que comprende la propuesta y aplicación de nuevas ideas. Al tener una planta de procesos de carne de cuy lógicamente innovaremos el producto. Con el propósito de darle un valor agregado al cuy.
 - Empacado al vacío
 - Saborizado
 - Semielaborado.
 - Cocción al vacío.

5.2 DECISIÓN DE LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

El lugar donde será ubicada la planta de producción será junto al criadero en la comunidad de Aloguincho, está localizada al norte de la Provincia de Pichincha, siendo su territorio el límite provincial, se encuentra dentro del cantón Quito, forma parte del Distrito Metropolitano de Quito, está integrada a la parroquia de Puéllaro.



5.2.1 Planta Procesadora de La Cueva Mr. Cuy



Esta planta deberá disponer de espacio necesario para la ejecución satisfactoria de todas las operaciones, con ambientes independientes y específicos para el faenamiento de los animales.

5.2.1.1 Condiciones Higiénicas Sanitarias de la Planta de Procesamiento de Cuy

La persona que trabaje en la planta debe cumplir las siguientes condiciones higiénicas sanitarias:

El personal debe ser sanas, y libre de enfermedades transmisibles (Por ejemplo la tuberculosis),

Deben contar con carnet sanitario.

Las personas que intervengan en el faenamiento de los animales deberán lavarse cuidadosa y obligatoriamente las manos con jabón bactericida, escobilla para uñas y agua potable antes de iniciar el trabajo, después de hacer uso de los servicios higiénicos o de manipular materias contaminantes y cuando fuere necesario.

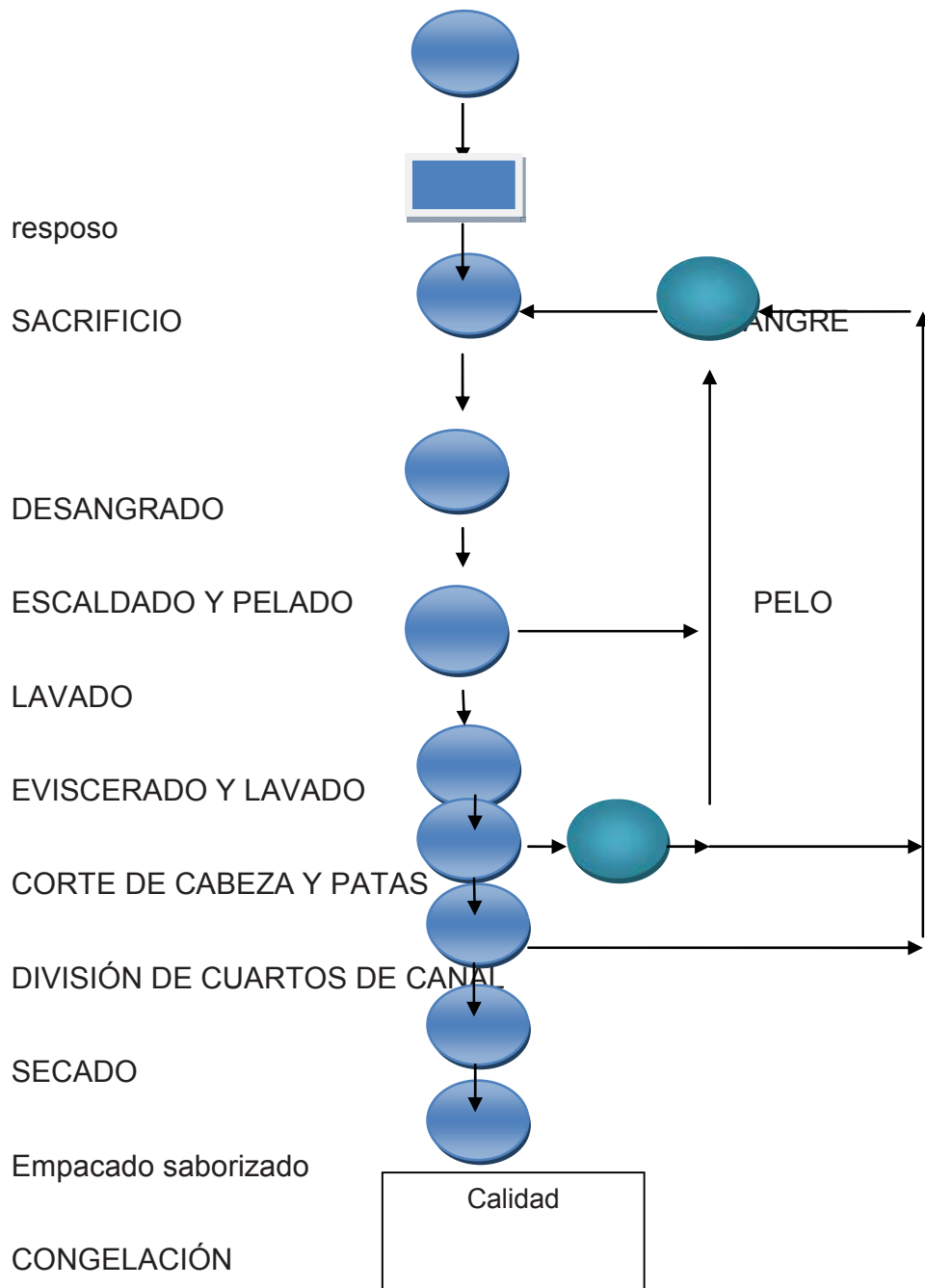
La faena se iniciará con la vestimenta. Durante las horas de trabajo deberán usar uniforme apropiado.

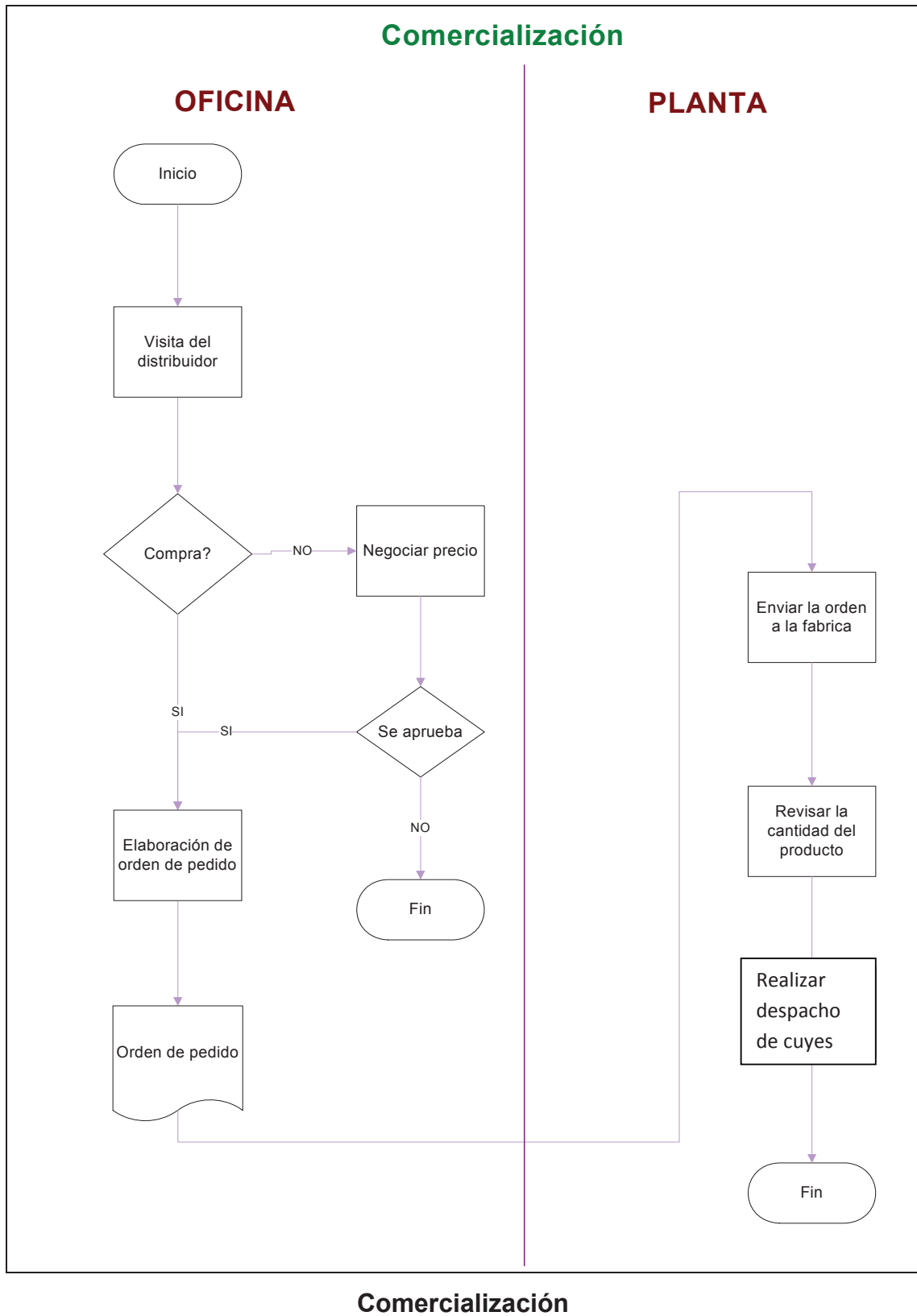
El uniforme se complementa de: gorra, botas y delantales impermeables, en buen estado de conservación y limpieza, proporcionados por la administración de la planta. El médico veterinario del camal usará además mandil u otro color diferente al que usan los operarios.

Queda prohibido el ingreso de personas ajenas a las labores propias del, la planta.

DIAGRAMA DE FLUJO – PROCESOS DE PESAJE

Verificación de calidad y registro





5.2.1.2 Procesos de cada Área de Producción

a. Sacrificio

El faenamiento de los cuyes debe llevarse a cabo por un personal bien entrenado, ellos deben estar equipados higiénicamente, con mandiles apropiados, botas de caucho, guantes de caucho, etc., para evitar contaminar a las canales de alguna manera.

El área de matanza debe ser muy limpia y fácil de limpiar (baldosa o cerámica), el piso debe ser antideslizante, y fácil de desinfectar, así mismo las mesa, charolas, lavaderos, etc. Deben estar totalmente limpios antes de empezar un lote de faenamiento.

b. Inmovilización y aturdimiento

Una manera de aturdir al animal es golpear la cabeza tras la nuca con un objeto contundente (un palo), el animal muere por el golpe, pero este método tiene el inconveniente de dejar hematomas lo que da una mala presentación al canal.

También se puede aplastar la nariz contra el maxilar, este es un método más recomendable que el anterior, ya que no se produce hematomas visibles en la canal.

Un nuevo método es cortar la yugular del animal, de manera que no existe la posibilidad de que el animal no muera o quede semi muerto, como en los casos anteriores, además se desangra totalmente de manera que queda el canal totalmente blanco como es apetecido por el consumidor.

c. Pelado

Tradicionalmente se pela introduciendo al cuy en un recipiente lleno de agua hirviendo de manera que el pelo del cuy se ablande y se fácil de arrancar, el pelado se termina raspando cuidadosamente la piel con un cuchillo, cuidando de no producir heridas en la piel del animal muerto.

d. Abertura del canal

Se efectúa una incisión, con un cuchillo muy afilado, a lo largo del abdomen, comenzando debajo del ano hasta llegar bajo el esternón. Se debe tener cuidado de no cortar muy profundo, para no perforar los intestinos y las vísceras.

f. Evisceración

Se abre el abdomen y se saca con las manos el estómago, el intestino, el bazo, la vejiga y la vesícula biliar. Hay que tener cuidado de no romper la bilis, pues esto daría mal sabor a la carne. El corazón, hígado y riñones se retiran por separado, o se dejan dentro de la canal, dependiendo de la modalidad de comercialización.

Finalmente se concluye retirando la parte anal y en el caso de los machos los genitales.

g. Lavado

Terminada la evisceración, se lava el cuerpo con abundante agua, se elimina todo rastro de sangre y pelos.

h. Oreado

Seguidamente se cuelga la canal de un gancho y se deja escurrir el agua durante 30 minutos aproximadamente.

i. Refrigeración o congelación

Una vez seca la canal, se introduce al refrigerador a 4 - 5° C durante 24 – 36 horas, se recomienda vender la canal lo más rápido que sea posible, o se congela para una conservación más larga.

Con el proceso de faenamamiento se abre el abanico de oportunidades para ofertar cuyes ya sean pelados, enteros o en cortes, lo que en un momento determinado será un valioso aporte para todos los productores, para de esa manera ofrecer cuyes a una gama de demandantes con diferentes características de requerimiento; como es el caso de a los supermercados.

El embalaje del cuy será en una bandeja el cual tendrá el cuy ya sea entero, medio o en partes según las personas lo requieran y estará cubierto con un plástico. El producto empaquetado será comercializado sin intermediarios.

5.2.1.3 Procesamiento de la Carne

a. Envasado al vacío

Consiste en eliminar el aire del sistema y mantener la carne en envase al vacío. El envasado reduce la concentración de oxígeno en el entorno de los microorganismos.

b. Funciones de los embalajes

Es suministrar a los compradores productos cuyas propiedades higiénicas y nutritivas, así como cualidades organolépticas y características comerciales sean satisfactorias.

c. Films de empaquetado

El polietileno y polipropileno tienen buenas propiedades al vapor de agua y son permeables al oxígeno y al dióxido de carbono.

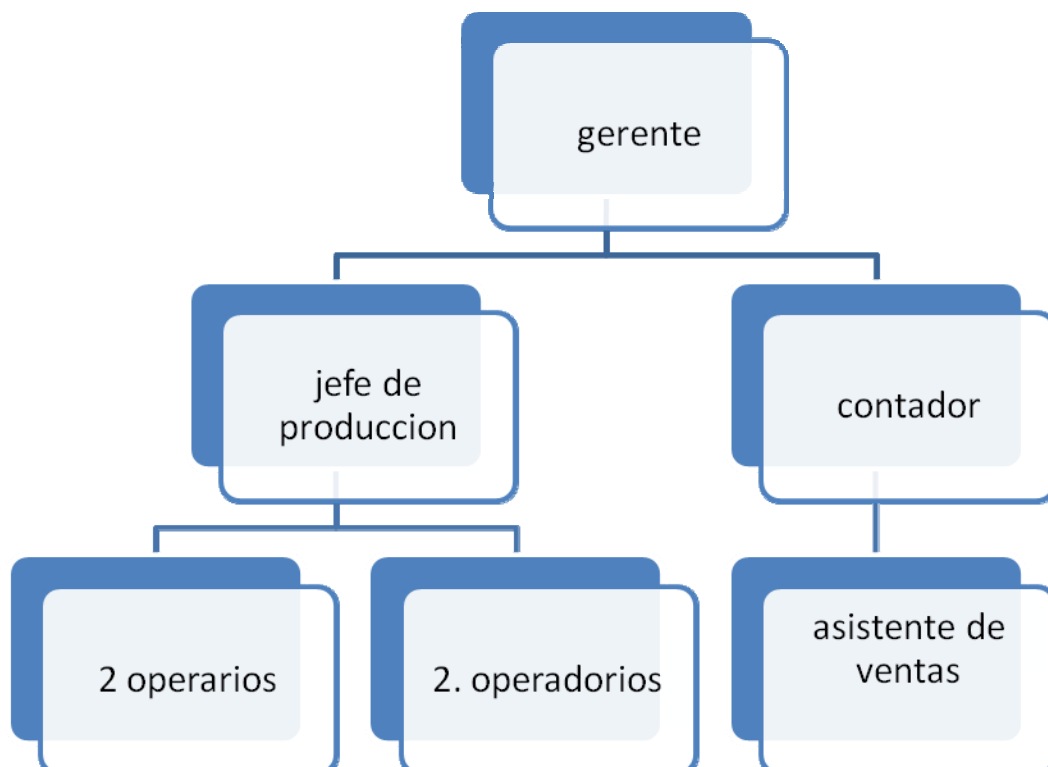
d. Refrigeración de la carne

La refrigeración se usa para reducir la velocidad de las transformaciones microbianas y bioquímicas, prolonga la vida útil del producto.

5.3 DIAGRAMA DE RECURSO HUMANO

Para la ejecución del proyecto se dispone de mano de obra en el sector, ya que la gente en esta comunidad en su mayoría se dedica a la parte agrícola-ganadera.

El recurso humano que se necesita para este negocio es el mínimo como se presenta a continuación, los mismos que tendrán todos los beneficios sociales de ley.



5.3.1 Funciones del Equipo de Trabajo

GERENTE	
RESPONSABILIDADES	
	<p>Dirigir y representar a la Empresa, se encarga de planear, supervisar, coordinar, controlar y evaluar los procesos productivos de la Empresa.</p> <p>Controlar la administración de Mercadeo.</p> <p>Autorizar y ordenar los respectivos pagos.</p> <p>Celebrar y firmar los contratos y obligaciones de la empresa.</p> <p>Cumplir y hacer cumplir las normas internas de la Empresa.</p> <p>Desarrollar estrategias de Mercadeo en conjunto con el departamento de mercadeo y Ventas.</p>

ASISTENTE DE VENTAS	
RESPONSABILIDAD	
	<p>Realizar el proceso de venta desde, la recepción del pedido hasta el despacho del producto</p> <p>Realizar las debidas solicitudes de mercancía que se soliciten para el debido desarrollo del proceso de venta. Verificar existencia en el departamento de producción para garantizar la venta.</p> <p>Recibir periódicamente las solicitudes de servicios por parte del departamento deservicio al cliente.</p> <p>Tener un archivo debidamente llevado con la documentación del área como lo son facturas, requisiciones, etc.</p>

CONTADOR	
RESPONSABILIDAD	
D	<p>Manejo de clientes. Manejo contable. Coordinación de la entrega de información a la empresa que realiza la contabilidad.</p> <p>A PROVEEDORES:</p> <p>Recepción de facturas y comprobantes de retención.</p> <p>Mantener el archivo de proveedores.</p> <p>Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago con autorización del gerente.</p> <p>Encargado del proceso de nómina.</p>

JEFE DE PRODUCCIÓN.	
RESPONSABILIDAD	
	<p>Coordinara, revisara y aprobar el presupuesto para la compra de materia prima que se requiere para la venta de productos en el departamento de producción de cuyes</p> <p>Realizara la programación y asignación de los recursos del departamento de ventas para dar cumplimiento a los programas.</p> <p>Velar por el orden y aseo constante dentro de su puesto de trabajo para un mejor ambiente al momento de la ejecución de sus labores.</p>

OPERARIOS.	
RESPONSABILIDAD	
	<p>Funciones básica: elaborar los productos que se van a comercializar en la empresa.</p> <p>Cumplir con el horario asignado. Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (jefe de producción). Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. Responder por los implementos de trabajo asignados.</p>

GERENTE					CONTADOR		JEFE DE PRODUCCIÓN		
Inversión en nomina. Anual					Inversión en nomina. Anual		Inversión en nomina. Anual		
Cargo	Sueldo			679,88	Cargo	Sueldo			456,53
Gerente		A, personal íes	9,35%	70,12	Gerente		A, PERSONAL IESS	9,35%	43,47
		A. Empleador	12,155	91,125			A. Empleador	12,155	60,75
		Décimo tercero	/12	24,5			Décimo tercero	/12	24,5
		Décimo cuarto	/12	62,5			Décimo cuarto	/12	41,66
		vacaciones	/24	31,25			Vacaciones	/24	20,83
total ingresos		mensuales		959,375	Total ingresos		Mensuales		647,74
		mensuales		12			Mensuales		12
		total año					total año		7.772,88
ASISTENTE DE VENTAS.					OPERARIOS				
Inversión en nomina. Anual					Inversión en nomina. Anual				
Cargo	Sueldo			344,47	Cargo	Sueldo			271,95
Gerente		A. personal IESS	9,35%	35,53	Gerente		A, Personal IESS	9,35%	28,05
		A. Empleador	12,155	46,17			A. Empleador	12,155	36,45
		Décimo tercero	/12	24,5			Décimo tercero	/12	24,5
		Décimo cuarto	/12	36,8			Décimo cuarto	/12	25
		Vacaciones	/24	15,83			Vacaciones	/24	11,33
total ingresos		Mensuales		503,3	Total ingresos		Mensuales		397,28
		N. meses		12			Mensuales		12
		Total año		6.039,6			total año		4767,36
					Total operarios				4

5.3.2 Análisis Económico y Financiero

Plan de financiación.

El Plan de Implementación financiera del Negocio será en las etapas de pre inversión, inversión y post inversión y seguirá las siguientes actividades:

- A. Formulación del Plan de Negocio
- B. Elaboración del Cronograma de desembolsos.
- C. Ejecución y Supervisión del Plan de Negocio.
- D. Liquidación y entrega final del Plan de Negocio.
- E. Mantenimiento permanente y periódico del Plan de Negocio

Las inversiones del proyecto, son todos los desembolsos destinados a la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales, permiten implementar una unidad productiva que en periodos sucesivos a su puesta en marcha, será una fuente generadora de flujos económicos a favor.

Las inversiones necesarias para poner en marcha la planta de beneficio de cuyes, están agrupadas en las siguientes tres categorías: inversión fija tangible, inversión fija intangible y capital de trabajo.

5.3.2.1 Inversión Fija Tangible

Es la asignación de recursos reales y financieros para la realización de obras físicas del proyecto y la incorporación de diversos bienes tangibles y duraderos. Estos recursos, una vez adquiridos, son reconocidos como patrimonio del proyecto, siendo incorporados a la nueva unidad de producción hasta su extinción, agotamiento, obsolescencia o liquidación final. Se realiza en la etapa pre operativa o de instalación del proyecto. Comprende bienes que están sujetos a depreciación tales como: edificaciones, maquinarias y equipos, vehículos, etc.

Descripción	Cantidad	P. Unit	P. Total
Terreno	500 m	5,000	5,000
Construcción		6,000	6,000
adecuaciones			
área recepción	1	1	1000
área de faena miento	1	1,5	1500
área de lavado	1	750	750
Mesones		1,2	800
Incinerador	1	650	650
Total.			15,700
Equipos y maquinarias.			
estufas a gas	2	800	1,600
Ollas	3	300	900
equipos de refrigeración	2	1500	3.000
equipos de congelación	1	1800	1.800
Deposito aséptico de acero inoxidable.	1	750	750
Cuchillos	6	11	71
sierra para carnes	1	350	350
balanza digital	2	420	840
empacadora al vacío	1	3500	3.500
Total			11.212,600
Total activos fijos.			

5.3.2.2 Inversión Fija Intangible

La inversión fija intangible se caracteriza por su inmaterialidad, por tanto, no se conocen en forma directa. Dicha inversión está conformado por los siguientes rubros: gastos de estudio, gastos de constitución y el costo del servicio de montaje de la maquinaria y equipo adquirido. El monto de la inversión intangible, se muestra en la tabla.

Inversión fija intangible

Inversión fija intangible Rubros	S/.
Gastos de Estudio	\$ 600
Gastos de Constitución	\$ 250
Montaje: 5 % Maquinaria y Equipos	\$ 650

5.3.2.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo, es el conjunto de recursos reales y financieros que formarán parte del patrimonio de la planta de beneficio, los cuales, son necesarios como activos corrientes para la puesta en operación del proyecto durante el tiempo que se vea por conveniente. El capital de trabajo requerido por el proyecto.

Capital de trabajo Rubros	S/.
Costos de ventas	9.610,00
Gastos de Administración	1.550
Gastos de Venta	3.585,40
Total	14.745.40

Inversión total

La inversión total del proyecto resulta de la suma de la inversión fija tangible, la inversión fija intangible y el capital de trabajo detallados líneas arriba.

Inversión total del proyecto Rubros	S/,
Inversión fija tangible	26912.60
Inversión fija intangible	1.450
Capital de trabajo	14.745.40
INVERSIÓN TOTAL	43.108

5.3.2.4 Proyección de Ventas

A continuación se presentan los ingresos proyectados para el Plan de Negocio. Este cálculo se hizo multiplicando los volúmenes de producción por el precio de venta unitario. Y tomando en cuenta las ventas de este año.

Años	Precio de venta	Venta. U/	ingresos
venta			
2013	10	3600	36000
2014	10	3700	37000
2015	11	3850	42350
2016	11	3900	42900
2017	11,5	4000	46000
2018	12,5	4550	56875

Tabla 4: Proyección de costos y Beneficios

Proyección de costos y Beneficios Proyección de costos y beneficios							
RUBRO	PERIODO			TOTAL			
(AÑOS)							
1	2	3	4	5	6		
CON PROYECTO							
A) VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN	36000	37000	42350	42900	46000	566875	733.125
B) INGRESO	0	0	0	0	0	0	0
C) COSTO DE LA PRODUCCIÓN DE CUYES	24210	27558	30906	34254	37602	42957	197487
D) TOTAL BENEFICIOS CON PROYECTO	13450	11866	15770	19856	25126	29761,57	115829,57
(A+B-C)							
SIN PROYECTO							
a) VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN	30975	35200	41675	48312,5	56012,5	64925	277100
b) INGRESO	0	0	0	0	0	0	0
C) COSTO DE LA PRODUCCIÓN DE CUYES	27258	30976	36674	42515	49291	57134	243848
d) TOTAL DE BENEFICIOS SIN PROYECTO	3717	4224	5001	5797,5	6721,5	7791	33252
(A+B-C)							
e) TOTAL DE BENEFICIOS INCREMENTALES (D - d)	8673	9856	11669	13527,5	15677,5	18181,57	77584,57

5.3.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Para obtener el punto de equilibrio del proyecto en valor, unidades y porcentaje, hemos utilizado las siguientes fórmulas:

$$\text{P.E.S/.} = (\text{CF}) / ((1 + (\text{CV}/\text{VT}))$$

$$\text{P.E.U} = \text{CF} / (\text{P} - \text{CV})$$

Donde:

P.E. = Punto de equilibrio

CF = Costo fijo

CV = Costo variable

VT = Ventas totales.

Los resultados de estos cálculos se presentan en la tabla. De acuerdo a esta información, podemos señalar que las ventas necesarias para que el Plan de Negocios de cuyes opere sin pérdidas ni ganancias necesita vender el año 2013 por un valor de S/. 30,500 si el valor de las ventas no llega a esa cantidad, se pierde. Mientras que si están por encima, obtendremos beneficios.

Asimismo, para que el Plan de Negocio esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias, se deberán vender 300 unidades (cuyes), mensuales considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

Punto de equilibrio

Resultado en S/.	36000
Resultado en Unidades	1500

Costo fijo:	6.580.00
Costo de ventas:	29.610.00
Ventas mensuales:	3.600
Precio:	10
Costo variable:	7.00

Tabla 5: Proyección financiera

DETALLE	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5	6
Total ingreso por ventas	36000	37000	42350	42900	46000	566875	56875
Total egresos	43.108	29610	31369	34661	37965	39758	36786
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	43.108	8050	8055	12015	16145	21451	20.089

Tabla 6: Flujo de producción

Sistema	N° de prod	Promedio de cuyes hembras en producción por familia	Producción por cuy hembra al año	Total de cuyes producidos al año	Precio S/./Kg	VBP. S/.	C.Prod. S/.(unid)	Costo Total S/.	VNP
Familiar comercial	20	30	4.50	3290	14.00	46,060.00	9.00	29,610	19,4500
TOTAL	20			3290		46,060.00	9.00	29,610.00	19,450.00

DETALLE		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		0	1	2	3	4	5	6
Ventas		0.00	36000	37000	42350	42900	46000	566875
Total ingreso por ventas		0.00						
COSTO DE PRODUCCIÓN			29,610.00	31,369.00	34,661.00	37,965.00	41,277.00	49,075.00
INVERSIONES			41,220.00					
OTROS			17,347.98					
Total egresos	43.108	29610	31369	34661	37965	39758	36786	
FLUJO DE CAJA	-8050	8055	12015	16145	21451	20.089		

5.3.3.1 Análisis de Rentabilidad

A continuación se presentan los valores obtenidos para los indicadores de rentabilidad a precios privados.

Precios Privados	
Plan de Negocio	
VAN	1,933.72
TIR	11%
B/C	1.01

Según el análisis comparativo de los indicadores de evaluación económica a precios privados durante el horizonte temporal del Plan de Negocio, se torne rentable. Ello se traduce en que un VANE de 1,933.72; con una tasa de descuento de 10%.

Del mismo modo la TIR resulta 11%, quiere decir, que por cada \$100 se invierte, se recupera los \$ 100 nuevos y tenemos una ganancia de S/. 11.00 nuevos

5.3.3.2 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad tiene como objetivo conocer las variaciones de la rentabilidad y de la inversión frente a los cambios favorables y/o desfavorables que afecten a los componentes que sirven para determinar los costos de producción.

En tal sentido y para el caso del presente plan se han simulado diversos escenarios, considerando variaciones en los costos de inversión, suponiendo las posibles variaciones en los precios de los productos y que afectarán los beneficios estimados; Esta simulación de escenarios se realiza solamente para la alternativa a seleccionar, estimando valores para el VAN.

Tabla 7: Variación costo de producción

Variación costo de producción	VAN
20	-26820.14
10	-12443.21
0	1933.72
-10	16310.65
-20	30687.58

5.3.3.3 Plan de Contingencia

Cualquiera que sea el Plan que se emplee este debe ser valorado en forma integral con respecto a cada fase del Plan Propuesto, señalando su coherencia en todos sus aspectos.

Si bien es cierto el Plan de negocios es un instrumento de gestión, este no le garantiza que necesariamente el éxito pero si estará más seguro con cada decisión que tome y sabrá además si está logrando las metas que se propone disponiendo de una herramienta importante para evaluar y adaptarse a los cambios del entorno.

5.4 LOGOTIPO

La Cueva de



Rescatando su sabor

Marca slogan y logotipo.

El nombre legal de la empresa “La Cueva de Mr. Cuy”. Productora y procesadora de cuyes.

Como eslogan se escogió una frase que resalte el producto

Ya que el cuy tiene un sabor diferente.

Con respecto al logotipo se escogió uno que sea llamativo y que a simple vista denote las propiedades nutritivas.

5.4.1 Estrategias de Promoción

Para el canal de comunicación la empresa empleará la publicidad del producto mediante publicación en revista, periódicos, páginas web acerca de las características que presenta el cuy y beneficios nutricionales que ofrece al momento de consumirlo. Con esto se logrará incrementar la propaganda del producto y así divulgar sus beneficios.

Además se efectuará contratos específicos con empresas agroindustriales y exportadoras del producto, incrementado la venta del producto.

5.4.1.1 Estrategia del Producto/Servicio

El cuy producido por esta empresa debe ser identificado y se convertirá en un animal preferido por el consumidor frente a los de la competencia, esto se logrará mediante la producción de cuyes de alta calidad y con un buen control sanitario. Para esto se tomará muy en cuenta los siguientes requisitos:

Utilizar materias primas e insumos de calidad para de esta manera garantizar el producto final.

Ofrecer un producto con un alto porcentaje de propiedades nutritivas.

Ofrecer un producto con altos estándares de sanidad que garanticen un excelente producto, confiable para el consumo.

5.4.1.2 Estrategia de Plaza

Para la estrategia de plaza la empresa colocará su producto en forma directa selectiva, a través de personas representantes de la empresa, quienes se dedicarán a promocionar el producto, a atender los pedidos solicitados en el exterior y a entregar a los clientes.

5.4.1.3 Análisis de Precios

El precio del cuy estará fijado de acuerdo a:

- Los materiales que se empleará para la crianza de un ejemplar.
- Mano de obra empleada en la producción.
- Costos indirectos utilizados.
- Porcentaje de rentabilidad que estima la empresa ganar.

5.4.1.4 Filosofía de la Microempresa

La microempresa como tal confiere dentro de la naturaleza una razón social para constituirse legalmente. Dentro del estudio se considera lo social abarca mejor los objetivos en microempresa procesadora de cuyes.

Misión.

Ser una empresa procesadora de carne de cuy; promover la gastronomía el producto empacado al vacío que contengan valores nutritivos y cumplan estrictamente las buenas prácticas de manipulación de alimentos.

Posesionar nuestras líneas de productos informando al cliente de los beneficios del producto, manteniendo alto estándar de calidad.

Visión.

Ser líder en el mercado nacional en la producción y empackado al vacio de carne de cuy, buscando en un futuro penetrar en el mercado internacional, como una microempresa competitiva con estándares internacionales de calidad, atención especializada.

Brindar un producto muy apetecible y seguro y estar dentro de las preferencias de los consumidores.

5.4.1.5 Análisis FODA

El propósito del análisis FODA es generar estrategias viables.

Ventajas

- Condiciones ambientales favorables para la producción de pastos y forrajes para la alimentación de cuyes.
- Instalaciones propias. Y bajo costo de los servicios básicos.
- Mano de obra capacitada que viven dentro de la comunidad.
- Producción, procesamientos y Comercialización y distribución del producto por la misma empresa.
- Tener un amplio conocimiento gastronómico adquiridas el Universidad de las Américas.

Desventajas

- Un año de trabajo inicial de no tener ingresos.
- Cambio brusco del clima.

Estrategias

- Alianzas con proveedor de balanceado para reducir costos.
- Tener dentro del mercado ya posicionamiento de la marca y garantizar que el producto sea de la mejor calidad y entregar al consumidor final en óptimas condiciones.
- Sistema de alimentación que garantiza el nivel nutricional del cuy.
- Atreves de la óptima combinación entre forraje y balanceado.
- Buscar alianzas con productores para una futura exportación.

Debilidades

- Dependencia de los proveedores de concentrado.
- Recurso financieros limitados.

Amenazas

- Alto crecimiento competitivo en el mercado de la producción de cuyes.
- Producto importado del Perú con costo más accesible.
- Una posible epidemia por los cambios climáticos.

Fortalezas

- La cueva Mr. Cuy posee una de las mejores razas.
- Rápida crecimiento del producto que permite recuperar la inversión.

Oportunidades

- Alto contenido proteico de la carne de cuy
- Existencia de un alta demanda insatisfecha del producto.
- Altos niveles de aceptación y consumo de carne de cuy.
- Crecimiento económico.

6 CAPITULO VI. EL CUY SUS MÚLTIPLES PREPARACIONES GASTRONÓMICAS

6.1 INTRODUCCIÓN

Organización Mundial del Turismo dice que: “La definición de gastronomía como una ciencia multidisciplinaria en la cual se conjuga la biología, la historia, la cultura, la antropología, la etnografía, la geografía, la botánica, la zoología. El concepto de que la comida como lenguaje es un acto de comunicación y para juzgarla hay que penetrar en los códigos culturales de quienes la crearon, defendiendo una alimentación de calidad, de la biodiversidad, de la sabiduría de nuestros campesinos, de los abuelos como los propietarios de una memoria que no debe morir, de esa herencia alimentaria que estamos obligados a perennizarla.”

La gastronomía es el medio que nos permite transmitir y dar a conocer de alguna manera a los turistas propios y extraños, las costumbres, cultura y tradiciones de todos y cada uno de los lugares de una región o país en su conjunto.

El cuy es un plato típico que en la actualidad se tiene más información de los valores nutricionales y es una buena alternativa para el consumo diario.

6.1.1 El Cuy en la Gastronomía

La preparación del cuy siempre se ha caracterizado por azar a dicho animal y servirlo con papas, ensalada, mote u otros alimentos típicos de la región andina. Pero bañarlo en salsa de uvas borgoña o cocinarlo como carne marinada son recetas que hasta la actualidad se han mantenido alejadas de la tradición.

Y para inspirar el consumo de El consumo de carne de cuy se crean nuevas fórmulas culinarias que le dan otra apariencia y sabor. Ellos aprovecharon la materia prima que ofrece.

En Ecuador, ya se aplican las nuevas tendencias del cuy gourmet en algunos restaurantes de alta cocina. Y el proyecto como estudiante de la Escuela de gastronomía es ofrecer un nuevo producto fácil de preparar. Y muy apetecible y de calidad. Dando un aporte a la gastronomía ecuatoriana.

6.1.1.1 Empacado al Vacío

Las tendencias del mercado sugieren productos de fácil y cómoda preparación, así lo demostraron investigaciones de mercado para la presentación de carne de cuy empacada en bandeja a vacío, por la comodidad para los consumidores al momento de su preparación.

Esta técnica consiste en la reducción de oxígeno al empacar un producto alimenticio con una película de polímero extruido, el vacío se consigue con la ayuda de una bomba que trabaja con presiones vacuo métricas. La película presenta un bajo grado de permeabilidad y alta densidad, dependiendo de las características del producto a empacar, su objetivo es disminuir la perecibilidad y garantizar la inocuidad del alimento.

Ofreceremos al mercado en las siguientes presentaciones. Cuyes faenados y envasados al vacío en cuatro presentaciones:

- a) Enteros envasados al vacío y aliñados
- b) Enteros envasados al vacío sin aliños
- c) Cuartos envasados al vacío y aliñada
- d) Cuartos envasados al vacío sin aliños.



6.1.1.2 Adobavar

El Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido -o, mejor, se han cocido- sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes.

En nuestra planta se utilizara productos naturales de nuestro querido Ecuador. En la Universidad de las Américas adquirimos conocimiento todo sobre condimentos y su uso. Dar realce a la de la carne de cuy sin perder su sabor original

Los condimentos son sustancias alimenticias que se utilizan en sabrosos, más digeribles o para conservarlos mejor la cocina para sazonar, mejorar o realzar el gusto de los alimentos. Pueden tener las funciones de hacerlos más.

La cocina ecuatoriana como toda la gastronomía Latinoamérica es una integración de la cultura autóctona con el aporte de la herencia europea. Los condimentos constituyen el toque especial en sus platos, es imprescindible el ají y las hierbas como el perejil, albahaca, cilantro y la canela. Ajo

6.1.1.3 Cocción al Vacío

Permite unas cocciones mucho más controladas que con otro método de cocción, ya que la temperatura interior de los ingredientes se alcanza de forma progresiva

Conservación Los alimentos, se conservan durante largo tiempo sin perder sus cualidades.

Productos que siempre resultan iguales en cocción y presentación.

Cocinados en su punto, con altas normas de salubridad y de calidad.

Al no existir evaporación, nuestros productos no pierden su sabor, peso ni valores nutricionales como cuando son cocidos de forma convencional. En consecuencia, el producto final es más robusto y delicioso.

Todo, desde la frecuencia de sus pedidos a proveedores hasta la duración y práctico almacenamiento de productos sous vide, se traducen en una sola palabra: Rentabilidad.

El nombre se refiere exactamente a envolver los alimentos al vacío para cocinarlos lentamente en agua caliente (en muchos casos aproximadamente a 80 grados centígrados). Probablemente sea uno de los métodos más extraños y delicados que existen para cocinar.

6.1.1.4 Proceso de Cocción al Vacío

Se separa el alimento a cocinar y se guarda en una bolsa especial con buena resistencia a las temperaturas elevadas.

Usando dispositivos diseñados para esto, la bolsa es sellada herméticamente quedando el alimento al vacío.

Se sumerge el alimento embolsado en agua caliente (usualmente en temperaturas menores al punto de ebullición) durante tiempos extensos que van desde las tres horas a los tres días.

Se retira y se saca el alimento de la bolsa.

Todo parece bastante fácil, aunque no lo es tanto cuando se quieren cocinar carnes de manera segura. El asunto es que los alimentos con este método conservan todas sus propiedades, se vuelven muy tiernos sin perder firmeza y mantienen el color y el sabor.

6.1.1.5 Organigrama y Organización de Zonas que componen el Proceso de Producción en Cocina al Vacío

Zonas	Descripción
Zona 1	Recepción de mercancías y control de las mismas
Zona 2	Almacenamiento en cámaras almacenes etc.
Zona 3	Preparación y previas, (lavar, cortar, pelar, porcionar)
Zona 4	Preparación y pre cocción. (sellado,blanqueado, risolado)
Zona 5	Empaquetado, ensamblado, puesta al vacío
Zona 6	Cocciones. (horno vapor, roner, baño maría, autoclave)
Zona 7	Enfriamiento. (abatidores de temperatura, baños de hielo)
Zona 8	Almacenamiento. (cámarasfrigoríficas de 0 a +3° c)
Zona 9	Regeneración, montaje de platos y ensamblaje de estos
Zona 10	Mesa de pase al servicio

6.1.1.6 La Cueva de Mr. Cuy implementará en su Procedimientos bajo pedido preparaciones con Recetas Estándares

Picante de cuy												
Ingredientes	u/m	precio	peso	precio rece	Por.desecho	peso del des	peso útil	F.D..+PUTIL				
carne de cuy	1k	10	0,35	3,5	0	0	1	1	0,35	3,5	1,33	4,655
cebolla perla	1k	2	0,03	0,06	15%	0,2	0,9	1,18	0,0353	0,071	1,33	0,0939
Arvejas	1k	1	0,01	0,01	0	0	1	1	0,01	0,01	1,33	0,0133
Papa	g	1,5	0,25	0,375	0	0	1	1	0,25	0,375	1,33	0,4988
salsa de tomate	1k	4,6	0,05	0,23	0	0	1	1	0,05	0,23	1,33	0,3059
Zanahoria	1k	1	0,08	0,08	0	0	1	1	0,08	0,08	1,33	0,1064
Aji	1k	1	0,01	0,01	0	0	1	1	0,01	0,01	1,33	0,0133
Sal	1k	0,6	0,01	0,003	0	0	1	1	0,005	0,003	1,33	0,004
Lechuga	1k	6	0,01	0,06	0		1	1	0,01	0,06	1,33	0,0798
Pimienta	k	7,5	0	0,023	0	0	1	1	0,003	0,023	1,33	0,0299
Harina	k	1,4	0,03	0,039	0	0	1	1	0,028	0,039	1,33	0,0521
								P.VP=	17,56			

2.....RECETA PAX 1												
papas con cuy												
Ingredientes	u/m	precio	peso	precio rece	Por desecho	peso del des	peso util	F.D..+PUTIL				
cuy	1k	10	0,3	3	30%	0,3	0,7	1,43	0,4286	4,286	1,33	5,7
papas	1k	1,5	0,1	0,15	0	0	1	1	0,1	0,15	1,33	0,1995
maní	1k	2	0,02	0,04	0	0	1	1	0,02	0,04	1,33	0,0532
mantequilla	1k	3,8	0,05	0,19	0	0	1	1	0,05	0,19	1,33	0,2527
cebolla larga	1k	1,2	0,01	0,012	0	0	1	1	0,01	0,012	1,33	0,016
ajo	1k	1	0,02	0,015	0	0	1	1	0,015	0,015	1,33	0,02
cebolla perla	1k	2	0,03	0,06	15%	0,2	0,9	1,18	0,0353	0,071	1,33	0,0939
pimienta	1k	7,5	0	0,023	0	0	1	1	0,003	0,023	1,33	0,0299
							P.VP	18				

RECETA..PAX 1				1								
cuy apanado												
Ingredientes	u/m	precio	peso	precio rece	por.desecho	peso del des	peso útil	F.D..+PUTIL				
cuy apanado	1k	10	0,3	3	0	0	1	1	0,3	3	1,33	3,99
harina	1k	1,1	0,03	0,002	0	0	1	1	0,03	0,033	1,33	0,0399
queso parmesano	1k	5,2	0	0,005	0	0	1	1	0,001	0,005	1,33	0,0013
huevos	unidad	3,6	0,01	0,036	10%	0,1	0,9	1,11	0,0111	0,04	1,33	0,0148
leche	L	0,75	0,01	0,004	0	0	1	1	0,005	0,004	1,33	0,0067
pimienta	1k	7,5	0	0,023	0	0	1	1	0,003	0,023	1,33	0,004
aceite	L	2,25	0,1	0,225	15%	0,2	0,9	1,18	0,1176	0,265	1,33	0,1565
							P.V.P	12				

RECETA PAX. 1												
Locro de cuy												
Ingredientes	u/m	precio	peso	precio rece	Por desecho	peso del des	peso útil	F.D..+PUTIL				
papas	K	1	0,15	0,15	15	0,15	0,85	1,18	0,17647	0,176	1,33	0,23471
CUY	K	10	0,3	3	0	0	1	1	0,3	3	1,33	3,99
cilantro	K	1	0,01	0,01	0	0	1	1	0,01	0,01	1,33	0,0133
crema de leche	L	3,6	0,03	0,108	0	0	1	1	0,03	0,108	1,33	0,14364
cebolla perla	K	2	0,02	0,04	15	0,15	0,85	1,18	0,02353	0,047	1,33	0,06259
ají	K	1	0,005	0,005		0	1	1	0,005	0,005	1,33	0,00665
sal	K	0,6	0,005	0,003	0	0	1	1	0,005	0,003	1,33	0,00399
pimenta	K	7,5	0,003	0,0225	0	0	1	1	0,003	0,023	1,33	0,02993
achiote	L	3,1	0,006	0,0186	0	0	1	1	0,006	0,019	1,33	0,02474
mantequilla	K	2,8	0,04	0,112	0	0	1	1	0,04	0,112	133	0,14896
								P.VP=	2,34065			

6.2 NORMAS SANITARIAS

6.2.1 Reglamento Sanitario de los Alimentos

Los productos alimenticios de origen animal que figuran en el del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea pueden presentar peligros microbiológicos y químicos, que hacen preciso el establecimiento de normas específicas de higiene que permitan contribuir a la creación del mercado interior y garantizar un elevado nivel de protección de la salud pública. Estas normas complementan las fijadas por el Reglamento (CE) n° 853/2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios, relativo a la higiene de los productos alimenticios, en lo referido sobre todo a la acreditación de los agentes económicos.

El Reglamento Sanitario de los Alimentos (RSA) establece las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de alimentos sanos e inocuos.

Se aplica a todas las personas naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como a los establecimientos, medios de transporte y distribución destinados a dichos fines. Garantizar la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano a fin de proteger la vida y la salud de las personas, con un enfoque preventivo e integral a lo largo de toda la cadena alimentaria, incluido los piensos.

6.2.2 Recepción de Materia Prima. Diagrama de Flujo de Carne de Cuy (HACCP)

CUY...	PELIGROS POTENCIALES	CCP LIMITES CRÍTICOS	PROCEDIMIENTOS DE CONTROL	ACCIONES CORRECTORAS	VERIFICACIÓN	ARCHIVAR Con factura de envío fecha. Y especificar que cumple con las normas
RECEPCIÓN	crecimiento bacteriano	Proveedores que Figuran sobre al lista. Productos enfriados menos de 5-c sin contaminación ni deterioro sin cuerpos extraños	A cada recibimiento Medidas/ registro de temperaturas inspección visual'	Desechar si supera los 5-c desechar si esta alterados, contaminados o si tiene cuerpos extraños.	Si todo lo anterior se cumple. Aceptar al proveedor /NO ES UN CCP	<p style="text-align: center;">↕</p> <p>El responsable de archivar ver que se cumpla y documentar con fecha y hora, de todos los procedimientos</p> <p style="text-align: center;">></p>
TI POS de contaminación si no se cumple con las normas de higiene	BIOLÓGICAS Bacteria, salmonella, parásitos	FÍSICOS	Madera, vidrios, restos de guantes, pelo insectos muertos, plásticos, restos de cartón.	QUÍMICOS T	Agentes de limpieza, metales óxidos, aditivos químicos.	
ALMACENAMIENTO máximo, Refrigeración 4 horas	Crecimiento microbiano contaminación	productos a menos de 4 c separarlos de los vivos y crudos inspección visual	Medir/ registrar temperatura del aire cada 4 horas	Ajusta r termostato desechar si están contaminados	Registrar termómetro termo grama	
EMPACADO AL VACIO	Evitar contaminación cruzada	Utilizar guantes desechables Y utensilios limpios	Minimizar contacto con las manos desinfectar toda el área a utilizar	Modificar practicas	Si todo lo anterior se cumple. / NO ES UN CCP	
COCCIÓN O ASADO DEL CUY	Contaminación agentes patógenos	Cocción de tiempo completo Temperatura entre 68 a 71°c	Medir / registrar T. interna	Modificar practicas	Programar las actividades de verificación.	
ARMADO DEL PLATO PARA SERVICIO	Crecimiento microbiano contaminación proliferación de bacterias	temperatura entre 68° c mínimo 57	Medir / registrar temperatura desinfectar con anterioridad la área a usar	Modificar practicas,	Si todo lo anterior se cumple. / NO ES UN CCP	
CALENTAMIENTO	Biológico proliferación de bacterias	Supervivencia de microorganismos Si no se alcanza la T. adecuada	Controlar temperatura y tiempo. Servir inmediatamente.	Desechar si no llega a los 1 puntos establecidos	No es un CCP/si. esto se cumple	
SERVICIO AL CLIENTE	Evitar contaminación cruzada	Controlar tiempo y temperatura. Servir a T. 63S 57°c	Servir inmediatamente	Desechar si no cumplió lo anterior	Trimestralmente o cuando cambien las condiciones en la empresa.	

6.2.2.1 HACCP

La inocuidad es uno de los tres criterios fundamentales del Sistema Integrado de Calidad (SIC) el cual gestiona la salubridad, inocuidad y calidad de los procesos / productos en forma integrada. Bien ejecutado, este sistema asegura que un alimento sea higiénico (en términos de su salubridad), seguro (en términos de su inocuidad) y de la calidad esperada (o sea, consistente en términos de los atributos acordados entre el cliente y el proveedor). Las inspecciones y Sus Programas de Prerrequisito ofrece a profesionales en la industria de alimentos un enfoque práctico y sistemático, basado en la ciencia y aplicable en cualquier ambiente de procesamiento y distribución de alimentos.

HACCP está dirigida a productores, procesadores y distribuidores de alimentos, fabricantes de material de empaque y a servicios relacionados con la industria de alimentos, en el mercado nacional o internacional. AIB International, conjuntamente con Food Knowledge, imparten el desarrollo e implementación de los principios HACCP bajo un enfoque práctico y científico, con el fin de adaptar los requerimientos a las necesidades reales de la empresa.

6.2.2.2 Análisis de Impactos

Este análisis es una evaluación de impactos donde cuya importancia, es la medición como un instrumento racional a ser utilizado para proyectos que puedan tener un impacto significativo adverso en el ambiente.

A continuación se describe cual es el impacto del proyecto:

Impacto Ambiental

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Las acciones humanas motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social.

Recurso Suelo

En la etapa de construcción de las instalaciones locativas para la planta, se removerá tierra y se producirá acumulación de la misma, lo cual puede presentar dificultades en el medio, también sobrantes de materiales de construcción que generan, de manera temporal, un impacto en el recurso suelo. Estos sobrantes se reutilizarán en la misma adecuación como material de relleno y los desechos se trasladarán hacia el campo abierto dispuestos por el municipio de la localidad.

Recurso Agua

El agua empleada en la planta provendrá del acueducto municipal. Este recurso se distribuirá así:

Área administrativa: utilizada en lavamanos, baños y aseo en general; las aguas residuales o aguas domésticas, tendrán un tratamiento adecuado.

Área de procesos: utilizada en el lavado de las carcasas de los cuyes, pasa a través de un separador de sólidos, antes de salir a la tubería de desagüe, esa agua retiene los residuos orgánicos, como por ejemplo los trozos pequeños de carne o grasa desprendidos en el lavado de las canales.

Tanto el agua consumida en el área administrativa como en el área de procesos aguas de uso personal administrativo y de procesos de lavado, agua sangre y agua para el lavado de la planta, se van a considerar como aguas residuales, que en general van a tener una misma forma de tratamiento para su depuración, de manera que al salir al ambiente no formen focos de contaminación o enfermedades para la población aledaña a la planta.

7 CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- El cuy es un patrimonio de los países andinos y en este sentido ha tenido una feliz iniciativa el hermano país del Perú al promulgar una ley de protección a esta especie nativa y considerarlo patrimonio natural de la nación.
- La cosmovisión indígena ha atribuido al cuy facultades curativas y que en la medicina ancestral dichas prácticas se mantienen hasta ahora.
- Sin embargo que la influencia española determino cambios en las costumbres alimenticias el plato del cuy se ha conservado con los mismos ingredientes usados en tiempos aborígenes.
- A pesar de que el cuy es considerado un animal propio de nuestra región, no es alcanzable a la mayoría de la población por su alto costo que demanda el consumo.
- Las investigaciones demuestran que el cuy tiene un alto nivel nutricional con respecto al resto de animales.
- Es un aporte para la gastronomía ecuatoriana la creación de nuevas recetas con el uso del cuy.
- La planta procesadora y empacadora de carne de cuy repercutirá positivamente en el desarrollo de la comunidad. Este impacto se vincula con el mejoramiento del bienestar individual y familiar de quienes se comprometan con el desarrollo del proyecto, ya que genera empleos directos e indirectos, del orden directivo, administrativo y operativo. Desde el punto de vista de los proveedores de materia prima, no habrá

afectaciones para los productores puesto que seguirán preservando la especie nativa, la cual goza de aceptación en el mercado regional y nacional, por la calidad de su carne, expresada en sabor y confianza por lo que se consume.

7.2 RECOMENDACIONES

- Proponer a las autoridades de la Escuela de Gastronomía de la Universidad de las Américas, incluir en la malla curricular dentro de materia de cultura gastronómica un capítulo relacionado con las tradiciones gastronómicas ancestrales del Ecuador.
- Es necesario motivar a los estudiantes de gastronomía a crear recetas de la cocina nacional. Se recomienda crear nuevas presentaciones con preparaciones con el cuy.
- Incorporar a la dieta de la familia ecuatoriana la carne de cuy ya que es muy nutritiva y proteínica.
- Mostrar las bondades de este animal como un elemento dentro de la medicina tradicional.
- Se recomienda a la universidad promover exposiciones o ferias gastronómicas con nuevas recetas ecuatorianas.
- Se recomienda a las empresas de alimentos que desarrollen la industrialización de la carne del cuy ya que de esta manera sea portaría al desarrollo gastronómico del país y por ende a la economía.

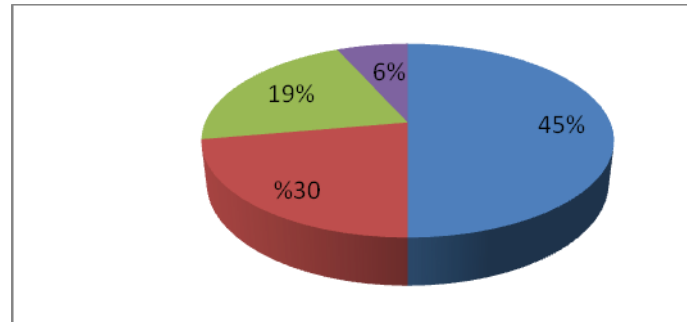
REFERENCIAS

- Manual de Crianza del Cuy de Perú.
- Reglamento Sanitario de Centros de Faenamiento de Cuyes.
- Rico, Elizabeth; Rivas, Claudia. *Manual sobre el Manejo de Cuyes*.
- http://cuiperuano.blogspot.com/2009/08/origen-del-cuy_9600.html
- <http://diccionariodecontabilidad-g.blogspot.com/>
- <http://ecuador.acambiode.com/empresas?find=cuyes>
- http://ww1.elcomercio.com/mundo/siete-dias/cuy-entra-conquistar-cocina-gourmet_0_245975439.html
- <http://www.agricultura.gob.ec/>
- <http://www.bioalimentar.com.ec>
- <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>
- http://www.gerenciaynegocios.com/canales/produccion/conceptos_produccion.htm
- <http://www.iniap.gob.ec/sitio/index.php>

ANEXOS

ANEXO 1

Empresas comunitarias.

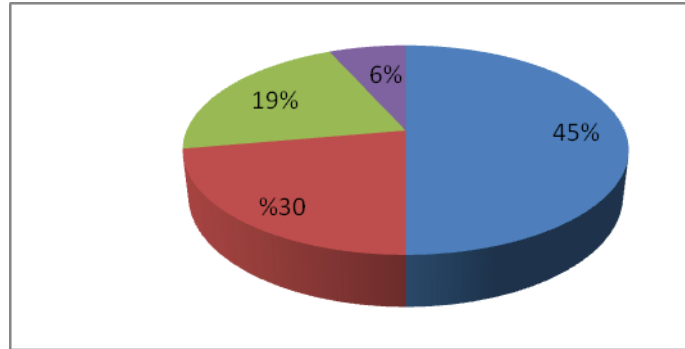


El financiamiento de este emprendimiento se logró con un aporte del MIES, por medio de su Instituto de Economía Popular y Solidaria de \$44.458, más una contraparte de la de todas y las beneficiarias de US\$ 8.452.

Capitulo 1 imagen de internet

DE EMPRESAS COMUNITARIAS ANÁLISIS GASTRONÓMICAS





Pequeñas empresas comunitarias que cruzan serenas el mar de la globalización.

Comunidades campesinas que siguen organizadas desafiando los vientos del individualismo.

Llegada de visitas interesantes y agrídulces despedidas de amigos.

Paisajes hermosos desde los páramos agitados por el viento hasta el sub-tropical acariciado por el sol.

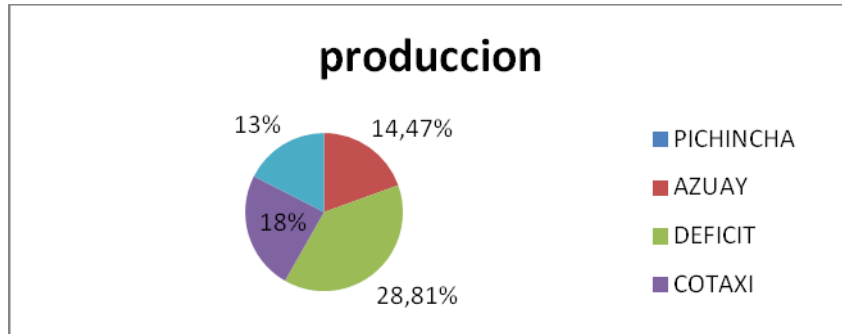


Empresa comunitaria salinerito.

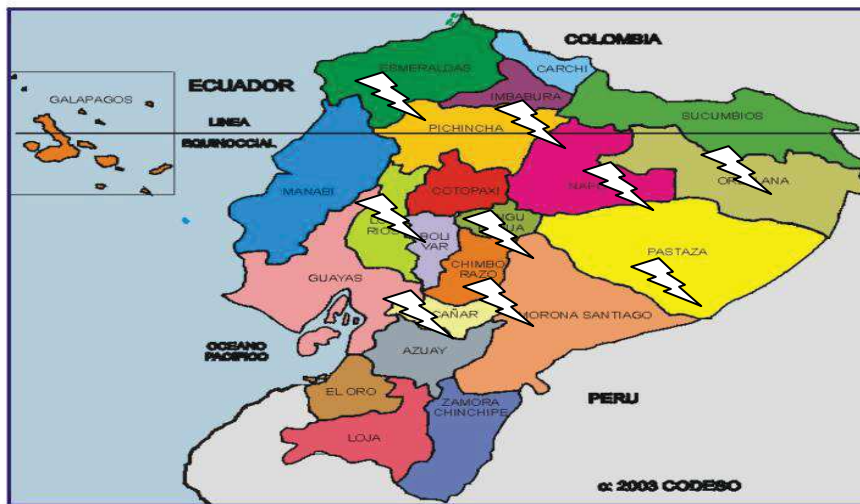


ANEXOS 2

Producción de Cuyes en el Ecuador. AUTOR MARIBEL CAMPAÑA



Ubicación geográfica de producción de cuyes. CAPITULO 2



Los productores mas potenciales en Ecuador producción anual.

PRODUCCIÓN ANUAL. AÑO 2010.

Criaderos de cuyes			
Propietario	Criadero	Dirección	Producción Anual
Ing. Roberto Moncayo Gallani	auquicuy	salinas Imbabura	112,200
Ing. Edison Altamirano	primavera 2	salcedo Cotopaxi	55,360
Dr. RubénMartínez	cavia - gen	Ambato Tungurahua	19,030
asociación de productores		cota cachi Imbabura	60,000
Dr. Francisco Caiza	cuycogen	Machachi pichincha	18,000
Sra. Pilar de Borja	pituja	Cumbaya pichincha.	12,240
total			276,830

PRODUCTORES EN PICHINCHA.

PROVINCIAS	CANTONES	REPRODUCTORES.
PICHINCHA	CAYAMBE	22
PICHINCHA	PEDRO MONCAYO	20
PICHINCHA	VICENTE MALDONADO	25
PICHINCHA	OTROS	34
PICHINCHA	TOTAL	101

PRODUCTORES EN IMBABURA		
PROVINCIAS	CANTONES	REPRODUCTORES
IMBABURA	PIMAMPIRO	107
IMBABURA	ATUNTAQUI	45
IMBABURA	OTAVALO	45
IMBABURA	COTACACHI	16
IMBABURA	TOTAL	213

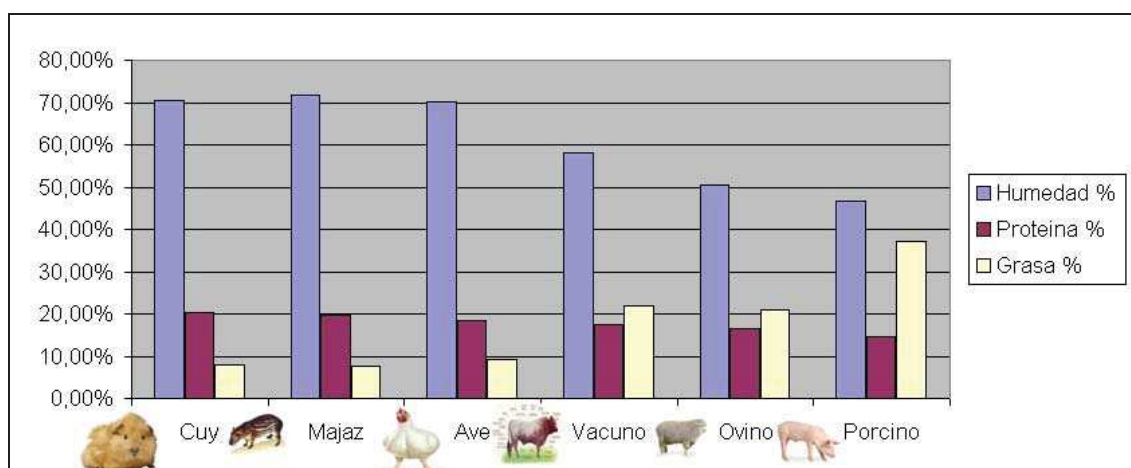
PRODUCTORES EN CARCHI		
PROVINCIAS	CANTONES	REPRODUCTORES
CARCHI	MONTUFAR	21
CARCHI	ESPEJO	10
CARCHI	BOLIVAR	11
CARCHI	HUACA	12
CARCHI	TULCAN	18
TOAL		72

CAPITULO III

EL CUY, POTENCIAL GASTRONÓMICO Y CULTURAL

valor nutritivo de la carne de cuy en compara ración con otras carnes				
Especie animal %	Humedad%	Proteína%	Grasa%	Minerales%
Cuy	70,6	20,3	7,8	0,8
Ave	70,2	18,3	9,3	1
Vacuno	58	17,5	21,8	1
Ovino	40,6	16,4	31,1	1
Porcino	46,8	14,05	37,3	0,7

Valor nutricional del cuy AUTOR MARIBEL CAMPAÑA



Precios de platos típicos en ecuador. AUTOR MARIBEL

Precios de platos típicos de cuy.			
Lugar	Peso	Precio	Acompañado
chaltura	800 -1000 gr.	\$18-20	papas lechuga salsa
selva alegre	800-100 gr	\$17-20	papas salsa de maní
cuenca	60-1000 gr.	\$15-18	papas o arroz salsa
Latacunga	800-1000gr	\$14-18	papas lechuga salsa
Loja	800-1000gr	\$18-20	papas lechuga salsa

Cocina ecuatoriana como identidad cultural. CAPITULO 3 INTERNET



El cuy en nuestra cultura. CAPITULO TRES. INTERNET



ENTREVISTA. CAPITULO TRES.

PABLO CUVI.



Narrador, sociólogo, catedrático universitario, periodista y guionista de cine. En 1985 fue Premio Nacional de Cuento, Sociedad Ecuatoriana de Escritores; 1991, Premio Nacional de Periodismo "Jorge Mantilla Ortega" en el género de entrevista. Sobre El hermano menor de Marlon Brando, el poeta Iván Oñate, expresa: "(...) en sus textos subyace esa concepción cinematográfica del mundo que disuelve obstinadamente las barreras convencionales entre la ficción y la realidad,

BIBLIOGRAFÍA

Cuento: El hijo menor de Marlon Brando (Quito, 1983); El humo de tu boca (Quito, 1999). Teatro: La estatua enemiga (Quito, 1990). Ensayo: Velasco Ibarra: el último caudillo de la oligarquía (Quito, 1977); Ojo, falta... Reportaje: En los ojos de mi gente: relatos y fotografías de viajes por el Ecuador (Quito, 1988); Sabores del Ecuador (Quito, 2001). Consta en las antologías: Diez cuentistas ecuatorianos (Quito, 1993); Doce cuentistas ecuatorianos (Quito, 1995).

El guión 'La última escapada' fue premiado en un concurso nacional que luego Richard Blank llevó al cine.

CAPITULO VI.

DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA DE LA CUEVA DE MR. DE CUY EN LA ACTUALIDAD

La cueva de Mr. Cuy				
Venta de cuyes mensualmente				
Lugar	Precio	Peso	Característica	Cantidad
Selva alegre. Sangolqui	\$8.00	1300 gr.	vivo	150
Astrid & Gastón. Quito	\$ 10.00	100 gr.	Faenado	60
Las gallinas de Pinllo. Quito	\$ 10.00	1000. gr	Faenados	45
Pie de cría.	\$ 13.00	900. gr	Vivos.	20
Venta comunidad.	\$ 8.00	900-100 gr.	Vivos.	10
Total				300

Proceso para captar el mercado



Astrid & Gastón.

Dirección: Av. La Coruña N32-302 Y González Suárez

Teléfono: (2) 2506621)

Selva Alegre es conocido como el barrio que concentra la mayor cantidad de locales de venta de cuyes asados en todo Pichincha, 10 en total.



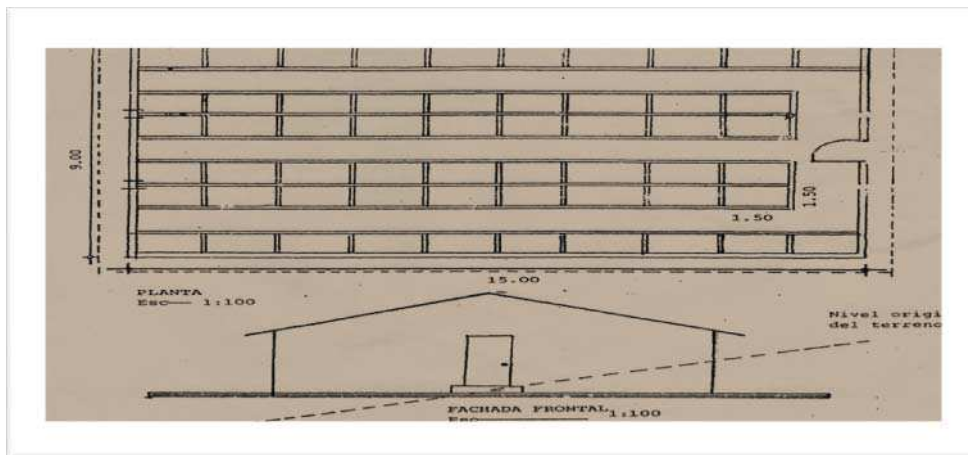
Macro ubicación



Micro Ubicación geográfica.



Instalación de posas. CAPITULO 5 A. MARIBEL



CICLO REPRODUCTIVO
CAPITULO 4.



Recurso Humano del criadero de la Cueva de Mr. Cuy
CAPITULO 4. A. MARIBEL

Inversión en el criadero la cueva Mr.Cuy.



Terreno		10,000
Construcción		5,000
Siembra de forraje.		1,000
Compra de reproductores		1,450
Total		17,450

Inicio con capital propio

Nomina Mensual	
Administrador	450
Operarios	350
Operario	350
Total	1150

Gastos Varios	
Transporte	100
Balanceado y otros. Talcos, medicamentos.	450
Servicios básicos	20
Total	570

La cueva de Mr. Cuy				
venta de cuyes mensualmente				
Lugar	Precio	Cantidad	Característica	Monto
Selva alegre. Sangolqui	\$8.00	150	vivo	1200
Astrid & Gastón. Quito	\$ 10.00	60	Faenado	600
Las gallinas de Pinllo. Quito	\$ 10.00	45	Faenados	450
Pie de cría.	\$ 13.00	20	Vivos.	260
Venta comunidad.	\$ 8.00	20	Vivos.	160
Total		300		2670

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA

SENAVE
Dirección Operaciones
DPTO. DE INSPECCIÓN GENERAL

M.E. N°
APIEM
N° 06578

PERMISO DE IMPORTACIÓN DE INSUMOS AGRÍCOLAS
Ley 2.459/04

El Inspector Financiero del SENAVE según informe que antecede:

CERTIFICA:

Que la partida de:

Consignado a:

Remitido por:

Procedencia:

Puede ser introducido al país, por estar los requisitos exigidos.

IDENTIFICACIÓN:

Cantidad Total:

Peso Total:

Nombre Comercial:

Lugar:

Inspector Usuario

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Dirección Metropolitana Financiera

Comprobante de Pago N° 8026155
PATENTE MUNICIPAL

Título de Crédito: 20082075611 Fecha de Emisión: 27/09/2010
Año Tributación: 2.008 Fecha de Pago: 27/09/2010

Información Personal:
Cédula / RUC: 0000000000000
Contribuyente: GOOD CHILDREN S.A

Ubicación:
Código Catastral: Dirección: AV 9 DE OCTUBRE No. de Predio: 0207561
Barrio: IÑAQUITO L.E.T. CASA 1
Parroquia: GONZALES SUAREZ Pista: 19744

Información:
FCH. CATAGSTRO: 25/09/2006 PERSONA: JURÍDICA
BASE IMMOBILIAR: \$ 800.00
CAPTAL CONTABLE: \$ 800.00
ACT.: COMERCIO EXTERIOR (IMPORTACIONES Y O EXPORTACIONES)

Descripción:

DERECHO D PATENT	\$10.00
CUERPO DE BOMBER	\$1.00
SERVICID ANIMIS	\$ 20

Forma de Pago: EFECTIVO
Cédula: CISHEROS LA
Municipalidad: 03
Tramo Municipal: \$137280

Partido: Descuento o Retención de Ley
Subtotal: \$11.20
Total: \$11.20

DIRECTOR METROPOLITANA FINANCIERA
CONTRIBUYENTE

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES

NÚMERO RUC: 1761554081
RAZÓN SOCIAL: TELEVISION Y RADIO DE ECUADOR E.P. RTVECUADOR

NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
NPA LEGAL / AGENTE DE RETENCIONES: ARBENVIDA RUILES ENRIQUE JUAN

CONTADOR:
FELICIDAD ACTIVIDADES: 29/12/2009 FELICIDAD CONSTITUCIÓN: 29/12/2009
FELICIDAD REMPLAZO: 29/12/2009 FELICIDAD PÉRDIDA DE ACTUALIZACIÓN:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
ACTIVIDADES DE RADIO Y TELEVISION

DIRECCIÓN PRINCIPAL:
Provincia: PICHINCHA - Centro: QUITO - Parroquia: SENAICAZAR - Calle: SAN SALVADOR Número: 68-49
Intersección: AV. EL ALFARO Referencia: Alado: A UNA CUADRA DE PETROCOMERCIAL - Teléfono: Trabajo: 3227595 - Email: info@rtvecuador.com.ec

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* ASESOR RELACION DEPENDENCIA
* ASESOR TRANSACCIONAL EMPLEADO
* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTO REGISTRADO: del 001 al 001
JURISDICCIÓN: REGIONAL NOROCCIDENTE PICHINCHA

28 ENE. 2010
SERVICIOS TRIBUTARIOS INTERNOS

SRI.gov.ec

TÉCNICAS DE RIESGO

Dirigido a: Personal de habitaciones, polifuncionales, camareros de pisos y afines, que tienen a cargo el arreglo de habitaciones, áreas comunes y gestión de los establecimientos de hospedaje, que requieren bases técnicas, conocimientos y destrezas propias de sus funciones, para desarrollarse profesionalmente en el campo de la hotelería.

Objetivo General:
• Aplicar las técnicas más apropiadas en las labores de limpieza y mantenimiento de habitaciones, en las áreas públicas, zonas privadas del hotel y sus departamentos.
• Identificar el aspecto técnico y los componentes técnicos y culturales para el desempeño correcto de la profesión.
• Identificar y operar los equipos y herramientas de la especialidad.
• Optimizar el servicio de lavandería.

CONTENIDOS:
1. **Departamento de AMA DE LLAVES**
• Limpieza (Descripción del Departamento de ama de llaves y su relación con el huésped)
• Políticas Administrativas y Operativas
• Organización y relación inter departamental
• Sistemas de comunicación (PEX, Radios y telefonías)
• Importancia de la higiene personal
• Perfil del personal (Descripción del puesto).
2. **Materiales, equipos, herramientas y procedimientos**
• Descripción
• Seguridad personal (prevención de accidentes, posturas)
• Identificación de ropa
• Suministro de limpieza
• Cuidado y funcionamiento de la aspiradora y Abasteciendo un carro
• Anaqueles, sumideros y copias
• Técnica de limpieza
• Tender la cama
• Limpieza del baño
• Auto inspección
• Actualización del estado del cuarto
3. **Atención al huésped**
• Principios de hospitalidad
• Entrando al cuarto de un huésped
• Planteamiento de problemas Proceso de cobertura o turno doble
• Proceso de artículos entregados
4. **Turnos y entrega**
• Entrega
• Recepción
• Cuidado de lavos maletas y equipos
• Como entrar al cuarto de un huésped
5. **Inventarios**
• Control de blancos
• Cantidad de servicio

TÉCNICAS DE SERVICIO

Dirigido a: Personal de servicios, polifuncionales, señores, mozaos-as y en general personal que trabaje en restaurantes, hoteles, cafeterías, bares, servicios de catering, entre otros del sector turístico sin conocimientos técnicos sobre el servicio a la mesa en restaurante o en eventos.

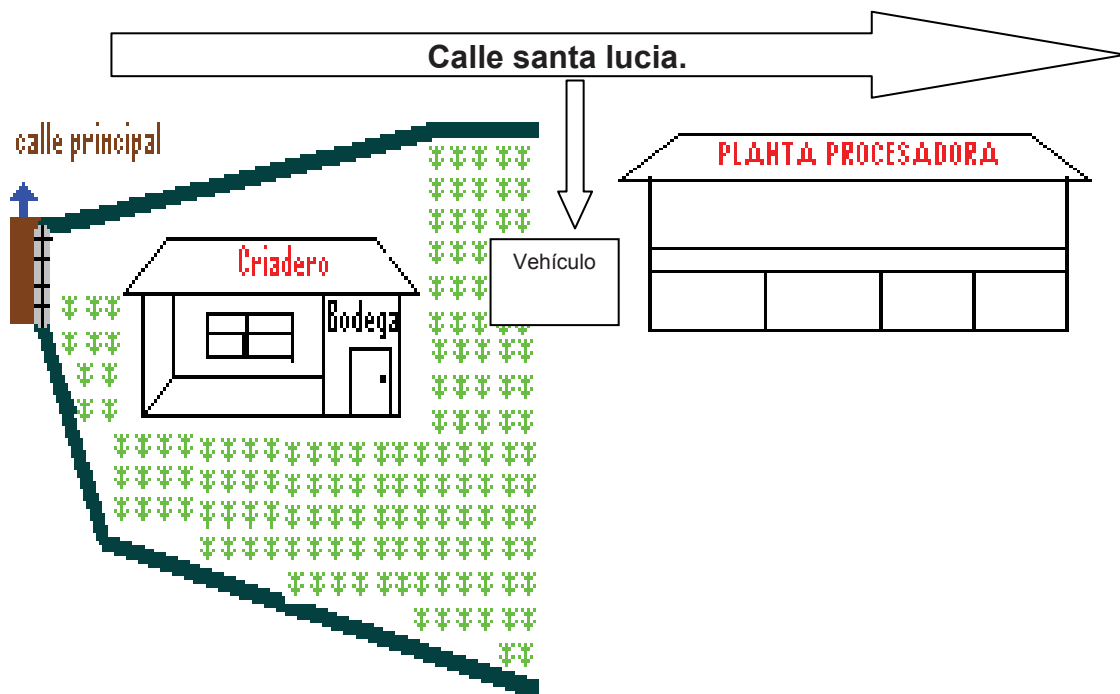
Objetivo:
Al finalizar el curso, el participante estará en capacidad de: Conocer, aplicar e interiorizar los estándares, normas y éticas aplicadas al servicio a la mesa y brindar un servicio personalizado al cliente.

CONTENIDOS:
1. **Introducción**
• Concepto de Etiqueta
• Expresión corporal
• Expresión oral y tonal
• Postura adecuada
• La comunicación
• Perfil profesional del equipo de trabajo
2. **Mise en Place**
• Puesta a punto de mobiliario
• Puesta a punto de menaje y pequeño menaje
• Puesta a punto de limpieza
• Puesta a punto de accesorios de servicio
• Menajes de mesa
• Preparativos finales
3. **Servicio a la mesa**
• Protocolo para la ubicación de clientes
• El comensal
• Estilos de servicio
• Servicio a la americana
• Estándares de servicio
• Distribución de marjenes
• La cuenta y despedida
4. **El servicio de los vinos**
• Clasificación general de los vinos
• Mandaje vinos & marjenes
• Desjoneo y servicio de vinos

Av. Amazonas y Patria Ed. Colfec 3er. Piso - Tfn: (593-2) 2549 371 / 221 1196 - Fax: (593-2) 250 7662
captur@captur.gov.ec - Calle 37070961 - Quito - Ecuador - info@captur.gov.ec

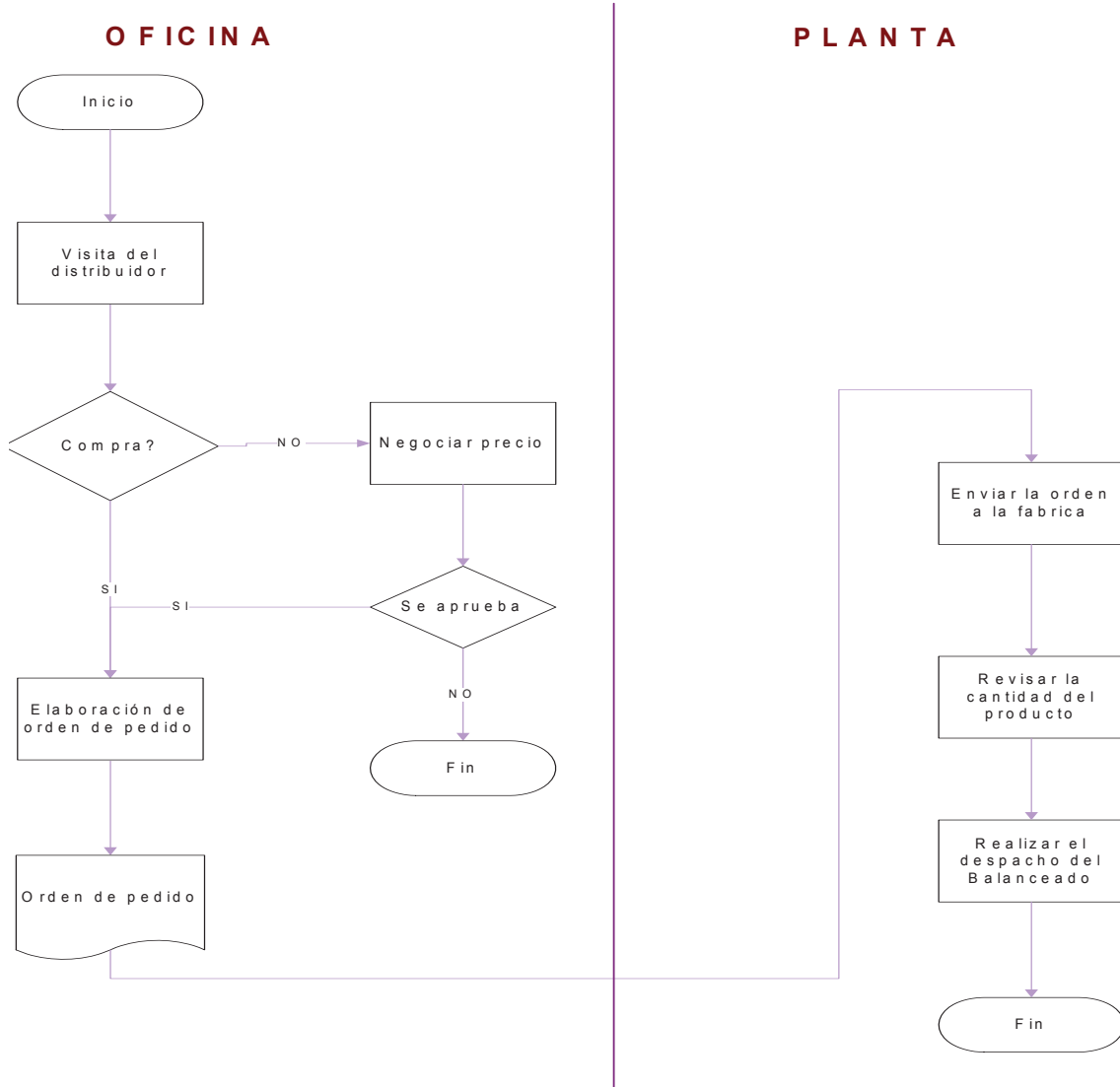
CAPITULO 5

Decisión de localización de la planta de producción



CAPITULO 5

Comercialización



CAPITULO 5

Procesos de cada área de producción.

Faenamiento



Corte vicerado.



Empacado



ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO
Plan de financiación.

Maquinaria.



Proyección de ventas

Años	Precio de Venta	Venta. U/	Ingresos
Venta			
2013	10	3600	36000
2014	10	3700	37000
2015	11	3850	42350
2016	11	3900	42900
2017	11,5	4000	46000
2018	12,5	4550	56875

Proyección de costos y Beneficios

Proyección de costos y Beneficios Proyección de costos y beneficios							
RUBRO	PERIODO				TOTAL		
(AÑOS)							
1	2	3	4	5	6		
CON PROYECTO							
A) VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN	36000	37000	42350	42900	46000	566875	733.125
B) INGRESO	0	0	0	0	0	0	0
C) COSTO DE LA PRODUCCIÓN DE CUYES	24210	27558	30906	34254	37602	42957	197487
D) TOTAL BENEFICIOS CON PROYECTO	13450	11866	15770	19856	25126	29761,57	115829,57
(A+B-C)							
SIN PROYECTO							
a) VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN	30975	35200	41675	48312,5	56012,5	64925	277100
b) INGRESO	0	0	0	0	0	0	0
C) COSTO DE LA PRODUCCIÓN DE CUYES	27258	30976	36674	42515	49291	57134	243848
d) TOTAL DE BENEFICIOS SIN PROYECTO	3717	4224	5001	5797,5	6721,5	7791	33252
(A+B-C)							
e) TOTAL DE BENEFICIOS INCREMENTALES (D - d)	8673	9856	11669	13527,5	15677,5	18181,57	77584,57

Logotipo

La Cueva de



Rescatando su sabor

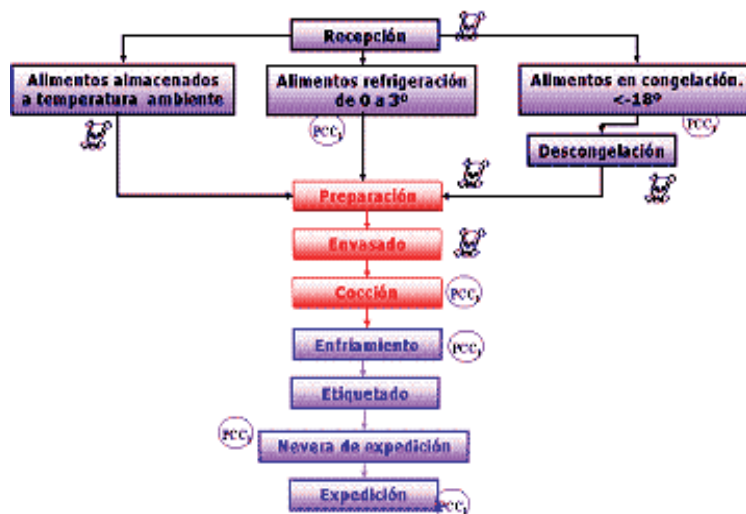
Saborizado



Proceso de cocción al vacío. CAPITULO 6 A. INTERNET

ALIMENTOS SOUS VIDE-1

Los alimentos son envasados al vacío en crudo y cocinados al vacío.





LAS TEMPERATURAS Y EL DESARROLLO BACTERIANO



Cuadro de Temperaturas y Tiempos de Cocción

PRODUCTO	INTENSIDAD DE VACÍO	TEMPERATURA	TIEMPO DE COCCIÓN
Frutas y verduras	4-5 o 40 segundos	100 °C	Igual que lo tradicional
Pescados y mariscos	3-4 o 35 segundos	85°C	Igual que lo tradicional
Carnes blancas	5-6 o 45 segundos	80°C	50% adicional
Carnes rojas	7-8 o 50 segundos	75°C	El doble del tiempo
Jamón York	Tres minutos continuos	65°C – 70°C	14-16 horas
Foie	1 min en continuo o 10 en la perilla	70°C si es de primera, 65°C si es de segunda	9 min por cada 100g.

COCINA AL VACÍO

1. NORMATIVAS SANITARIAS, TEMPERATURAS.

* Todas las preparaciones de alimentos cocinadas al vacío deberán ser abatidas de +65° C a +10° C en meneos de una hora y media, bien sea mediante abatidor de temperatura o baño de agua con hielo.

* La temperatura de conservación de los alimentos conservados al vacío nunca ha de ser superior a 3° C. Solo deberán salir de la cámara a medida de las necesidades de elaboración y justo antes de la misma.

* Los géneros que utilicemos para la composición de los platos deben de ser muy frescos y de primerísima calidad, desechando los que presenten algún tipo de alteración o descomposición.

* Los puestos de trabajo estarán dispuestos siempre según el principio de la marcha hacia delante y el principio de progresión, no cruzándose nunca productos nobles con materiales de desecho.

* La higiene personal, uniformes y especialmente manos deberá ser perfecta. Se utilizará mascarilla y guantes de látex durante los procesos de elaboración y embazado.

* Utilizar superficies de trabajo diferentes para cada tipo de alimento con el fin de evitar contaminación cruzada.

* Extremar la limpieza de las herramientas, materiales y recipientes que utilizaremos. Su estado de conservación ha de ser impecable sin roces ni roturas. Es conveniente pulverizar con alcohol las herramientas que estén en contacto directo con los alimentos antes de su uso.

* Después de cada preparación y al terminar la jornada limpiaremos las mesas, planos de trabajo y maquinaria con productos bactericidas y desinfectantes.