

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CRIADERO “ECUACUY’S”
EN LA PARROQUIA BAYAS DE LA CIUDAD DE AZOGUES”

AUTOR: Ángel Oswaldo Inga Paida

TUTOR: Ing. Danilo Merchán

CUENCA - ECUADOR

2011

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Danilo Merchán

Director de Tesis

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CRIADERO “ECUACUY´S” EN LA PARROQUIA BAYAS DE LA CIUDAD DE AZOGUES”, realizado por el Sr. Ángel Oswaldo Inga Paidá, egresado de Administración de Empresas, se ajusta a los requerimientos técnico-metodológicos y legales establecidos por la Universidad Tecnológica Israel, por lo que se autoriza su presentación.

Cuenca, Diciembre 01 del 2011

Ing. Danilo Merchán

DIRECTOR DE TESIS

ACTA DE CESION DE DERECHOS

Yo Ángel Oswaldo Inga Paidá, declaro conocer y aceptar la disposición de la Normativa de la Universidad Tecnológica Israel que en su parte pertinente textualmente dice: “Forma parte del Patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de las investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de las Universidad”.

Cuenca, Diciembre 01 del 2011

Tnlgo. Ángel Oswaldo Inga Paidá

C.I 0301529228

Autoría

Los contenidos, argumentos, exposiciones, conclusiones son de responsabilidad del autor.

Tnlgo. Ángel Oswaldo Inga Paida

CI. 0301529228

DEDICATORIA

Con todo el amor y cariño lo dedico este proyecto de una manera muy especial a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y facilitándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi sustento en todo momento, poniendo su entera confianza en cada desafío que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

A toda mi familia por estar pendiente de mi y enseñarme a valorar de lo que hay en un nuevo día, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida y protegerme siempre, a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Mi sincero agradecimiento y especial está dirigido hacia el Ing. Danilo Merchán quien con su ayuda me brindo información relevante para desarrollar con total éxito este proyecto.

RESUMEN

En el presente proyecto se han aplicado todos los conocimientos adquiridos durante las etapas de estudio y curso de graduación a una idea de ampliación e innovación la cual es una experiencia y prueba de que podemos lograrlo con éxito y alcanzar con victoria lo que nos planteamos.

El presente proyecto está encaminado a impulsar el progreso de la producción de productos no tradicionales como es la crianza de cuyes, además el impulsar el asociativismo comunitario, con el propósito de obtener los volúmenes de ventas necesarios de cuyes para ser comercializada en el mercado a nivel local, nacional e internacional y con ello contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Provincia del Cañar. Durante el desarrollo del mismo, se pondrá de manifiesto la alta informalidad en la crianza del cuy que está vinculada a la intensa actividad doméstica de las familias rurales y marginadas. Esto ha propiciado una oferta poco diferenciada debido al escaso desarrollo de canales de distribución comercial. Además de la alta barrera para la crianza tecnificada el pequeño criador afronta un riesgo sanitario cuando las enfermedades que puede contraer el cuy no son tratadas oportunamente por la falta de recursos. Por otro lado, las migraciones a las grandes ciudades de EEUU y España, han focalizado el consumo tradicional en la población adulta. En este sentido, se propone un estudio de planificación estratégica de negocios que se resumirá en recomendaciones para la ampliación e innovación del criadero dando un mejoramiento en la producción para la comercialización de alta calidad. Cabe destacar que este proyecto es totalmente sostenible en el tiempo, económicamente rentable y no afecta al medio ambiente.

Mediante la elaboración de este proyecto se necesito de mucha voluntad personal, disciplina, entrega y paciencia lo cual ha sido muy lucrativo instruirse de algo novedoso, por lo que les invito a estudiar muy detenidamente.

SUMMARY

In this project we have applied all the knowledge acquired during the stages of undergraduate study and an idea of expansion and innovation which is an experience and proof that we can achieve success and victory achieved with what we propose.

This project aims to foster progress in the production of traditional products such as the guinea pigs, as well as the associative boost community in order to obtain the necessary sales volumes of guinea pigs to be marketed in the market at local, national and international level and thus contribute to improving the quality of life of the inhabitants of the province of Cañar. During its development, it will highlight the high degree of informality in the guinea pig rearing is linked to intense domestic and marginalized rural families. This has led to an offer little differently due to the limited development of commercial distribution channels. Besides the high tech barrier to raising the small farmer faces a health risk when they can contract diseases are not treated promptly due by the lack of resources. On the other hand, migration to large cities in the U.S. And Spain have focused on traditional use in the adult population. In this sense, we propose a strategic planning study of businesses that will be outlined in recommendations for expansion and innovation of giving an improvement in farm production for the marketing of high quality. Note that this project is fully sustainable over time, economically profitable and does not affect the environment.

Through the development of this project will need a lot of personal will, discipline, dedication and patience which has been very lucrative instructed in something new, so I invite you to study very carefully.

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de entrevista realizadas a oferentes.

Anexo 2: Tarjeta de presentación.

Anexo 3: Hojas Volantes.

Anexo 4: Revista del Cuy en el Ecuador.

LISTA DE FIGURAS Y GRAFICOS

FIGURA 1 Diagrama Causa Efecto

FIGURA 2 Estructura y Diseño Organizacional

FIGURA 3 Gráfico de Instalaciones de Galpones y Granjas

FIGURA 4 Gráfico Orientación del criadero Según el Clima

FIGURA 5 Gráfico Construcción de Jaulas para un Criadero

FIGURA 6 Gráfico Construcción de Jaulas en Madera y Malla

FIGURA 7 Gráfico de Comederos y Bebederos

FIGURA 8 Gráfico Como Mantener la Distancia

FIGURA 9 Gráfico Como Mantener la Limpieza en Alimentos

FIGURA 10 Gráfico Como Cuidar y Prevenir en el Ingreso

FIGURA 11 Gráfico Como Desinfectar con Productos de Calidad

FIGURA 12 Gráfico No Prestar ni Usar Equipos Ajenos

FIGURA 13 Gráfico de una Alimentación Perfecta

FIGURA 14 Gráfico de Prevención en la Introducción de Agentes

FIGURA 15 Cuadro del Producto en Stock

FIGURA 16 Cuadro de Ventas del Producto

FIGURA 17 Cuadro de Gastos Semestral

FIGURA 18 Cuadro del Flujo de Caja

FIGURA 19 Diseño de la Tarjeta de Presentación

FIGURA 20 Diseño de Hojas Volantes

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I	1
1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Antecedentes	15
1.2. Misión.....	15
1.3. Visión	16
1.4. Valores	16
1.5. Planteamiento del Problema.....	16
1.5.1. Diagnóstico.....	16
1.5.2. Diagrama causal.....	17
1.5.2.1. Efecto: Saturación del producto.....	17
1.5.2.2. Causas y causillas:	17
1.6. Formulación de la Problemática Específica.....	19
1.6.1. Problema Principal	19
1.6.2. Problemas Secundarios	19
1.7. Objetivos	20
1.7.1. Objetivo general.....	20
1.7.2. Objetivos específicos	20
1.8. Justificación	20
1.9. Alcance y limitaciones.....	20
1.10. Factibilidad.....	21
CAPITULO II	22
2. MARCO DE REFERENCIA	22
2.1. Marco Teórico	22
2.2. Planificación estratégica.....	22
2.3. Planificar.....	23
2.4. Empresa.....	23
2.4.1. Por sectores económicos.....	23
2.4.2. Por el origen del capital	23
2.4.3. Por su tamaño.....	23
2.4.4. Pequeñas.....	24
2.5. Misión	24

	12
2.6. Visión	25
2.7. Análisis DAFO	26
2.7.1. Análisis del entorno externo	26
2.7.2. Análisis del entorno interno.....	28
2.8. Objetivos	28
2.9. Estrategias	29
2.10. Formulación estratégica	29
2.11. Innovación	30
2.12. Implementación.....	30
2.13. Retroalimentación y Control.	30
2.14. El Mercado.....	30
2.15. Comunicación	30
2.16. La economía para lograr la perfecta competitividad	31
2.17. Sistema de producción	31
2.18. Crianza	31
2.19. Alimentación.....	32
2.20. Reproducción	32
CAPITULO III	33
3. METODOLOGÍA.....	33
3.1. Metodología de la Investigación	33
3.2. Tipos de Investigación	33
3.3. Métodos de investigación	34
3.4 Técnicas de Investigación	34
CAPITULO IV	36
4. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	36
4.1. Situación Actual de la Empresa.....	36
4.2. Objetivo.....	36
4.2.1.Objetivo General.....	36
4.2.2. Objetivos Específicos	36
4.3. Estrategias y Tácticas	37
4.4. Propuesta Para la Entrevista a Nuestros Clientes	37
➤ Objetivo	38

4.5. Estructura Organizacional	39
4.6. Estructura y Diseño Organizacional	40
4.7. Recurso Humano Administrativo y Especializado a Requerir	40
4.7.1. Accionista	40
4.7.2. Área de Producción.....	41
4.7.3. Área Administrativa	41
4.7.4. Jefe de marketing.....	42
4.7.5. Área de Comercialización	42
4.8. Análisis FODA del criadero “ECUACUY’S”	42
4.8.1. Análisis interno.....	42
4.8.2. Análisis externo	43
4.9. Estudio Técnico y Requisitos Sanitarios	44
4.9.1. Instalaciones de Galpones y Granjas	44
4.9.2. Generalidades para un Criadero.....	45
4.10. Aéreas Utilizadas en la Crianza del Cuy.....	46
4.10.1. Para elegir el sitio, se debe tener en cuenta.....	46
4.10.2. La orientación del criadero debe hacerse según el clima.....	46
4.11. Construcción de jaulas para un criadero	47
4.11.1. Ventajas de un criadero con jaulas	48
4.11.2. Desventajas de un criadero confeccionado en jaulas	48
4.12. Construcción de Jaulas en Madera y Malla	48
4.12.1. Dimensiones de una Jaula	49
4.12.2. Comederos y Bebederos	49
4.13. Condiciones Higiénicas Sanitarias de la Planta de Procesamiento del cuy	50
4.13.1. Sanidad y Bioseguridad.	50
4.13.2. Citaremos 7 Maneras de Mantener a los cuyes a salvo	50
1. Mantenga la distancia.....	50
2. Mantenga la Limpieza	51
3. No Atraiga Enfermedades a su Casa	52
4. No Traiga Enfermedades del Vecindario	53
5. Buena Alimentación	53
6. Temperatura Adecuada del Cuyero	54

7. Informe si observa CUYES enfermos	54
CAPITULO V	55
5. EVALUACION FINANCIERA ECONOMICA.	55
5.2. Flujo de Caja	57
5.3. Publicidad y Eslogan	59
5.2.1. Diseño de la tarjeta de presentación	59
5.2.2. Hojas volantes en restaurants y almacenes agrícolas	59
5.2.3. Eslogan	60
CAPITULO VI.....	61
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
6.1. Conclusiones	61
6.2 Recomendaciones	62
6.3. Anexos.....	63
BIBLIOGRAFIA.....	65

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

El criadero ECUACUY'S ubicado en la parroquia Bayas de la ciudad de Azogues el mismo que orientado por sus espacios y tierras productivas que brinda su naturaleza y, por la consecuencia perjudicial que las personas han abandonado quedando deshabitado, nació la idea de implantar un criadero de cuyes en el año 2008 en vista que es un buen estado para este negocio, y que durante los años transcurridos actualmente en el año 2011 se ha visto la necesidad de realizar una ampliación e innovación del proyecto aplicando todos los conocimientos dotados durante los ciclos de aprendizaje encaminados al marketing y a la administración de empresas que hoy en día se aplica en diferentes campos.

La crianza de cuyes es una actividad muy importante para las familias por ser una de las especies que retorna la inversión en un periodo corto, nutricionalmente aporta cantidad y calidad de proteínas considerándose como elemento nutracéutico.

Sin embargo en la crianza de esta especie existen deficiencias en el manejo relacionados al proceso de producción y comercialización, por ello es necesario realizar acciones conjuntas entre los agentes involucrados en esta actividad, con el propósito a lograr: la tecnificación de la crianza, homogenización de los cuyes, en forma organizada y sostenida; de tal manera que la crianza se consolide como una actividad competitiva y rentable, posicionándose del mercado interno y se inserte en el mercado externo.

1.2. Misión

Ofrecer un producto a nuestros consumidores satisfaciendo los gustos y preferencias, brindándoles un proceso garantizado con la higiene y calidad durante su proceso de crianza.

1.3. Visión

Ser reconocidos como el mejor criadero de cuyes y así satisfacer a todos los consumidores del mercado a nivel local, nacional e internacional con la higiene y calidad, durante su proceso de crianza con el fin de obtener una eficiencia e implementar el área de producción.

1.4. Valores

Ecuacuy's criadero es una empresa que día a día pone su esfuerzo, para ofrecer un mejor servicio a sus clientes con la alta calidad e higiene durante el período que lleva la empresa en el mercado con los valores que a continuación se presentan:

- Calidad: En todos los espacios de cada uno de los procesos que realizamos.
- Justicia: Hacia nuestro personal, tanto en el trato humano y sus actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.
- Puntualidad: En la entrega del producto solicitado por nuestros clientes.
- Coherencia: Entre lo que nos comprometemos con nuestro cliente y lo que ofrecemos como trabajo.
- Comunicación: Constante y efectiva, entre todos los miembros que formamos parte de la empresa, así como con nuestros clientes.
- Confianza: En que realizaremos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.
- Compromiso: Con nuestro clientes, al brindarles un servicio de calidad y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado de éste.

1.5. Planteamiento del Problema.

1.5.1. Diagnóstico

La problemática existente son las enfermedades que adoptan estos roedores por no tener una alimentación correcta ya que lo originan las familias que se dedican a la crianza de los cuyes las mismas que aparecen por no saber la manera adecuada de alimentar, al no tener una clasificación correcta, lugares muy pequeños falta de aseo, medicación justa, y otros factores. Es por ello que se ha

visto la necesidad de realizar una planificación estratégica para un criadero de cuyes, el mismo que tengan un proceso garantizado de higiene y calidad asegurando su producción para su libre comercialización entre productor y consumidor.

1.5.2. Diagrama causal

Mediante la técnica de Ishikawa podremos dar a conocer el efecto, causa y causillas que actualmente está pasando el criadero de cobayos "ECUACUY´S", el mismo que serán puntos tomados en cuenta para el desarrollo del mismo.

1.5.2.1. Efecto: Saturación del producto

1.5.2.2. Causas y causillas:

A. Relación Causal con el Desarrollo del proceso Productivo.

1. Falta de comunicación entre sus colaboradores.
2. Falta de dirección en la Empresa
3. Falta de compromiso por parte del gerente
4. Alto índice de mortalidad.

B.- Improductividad

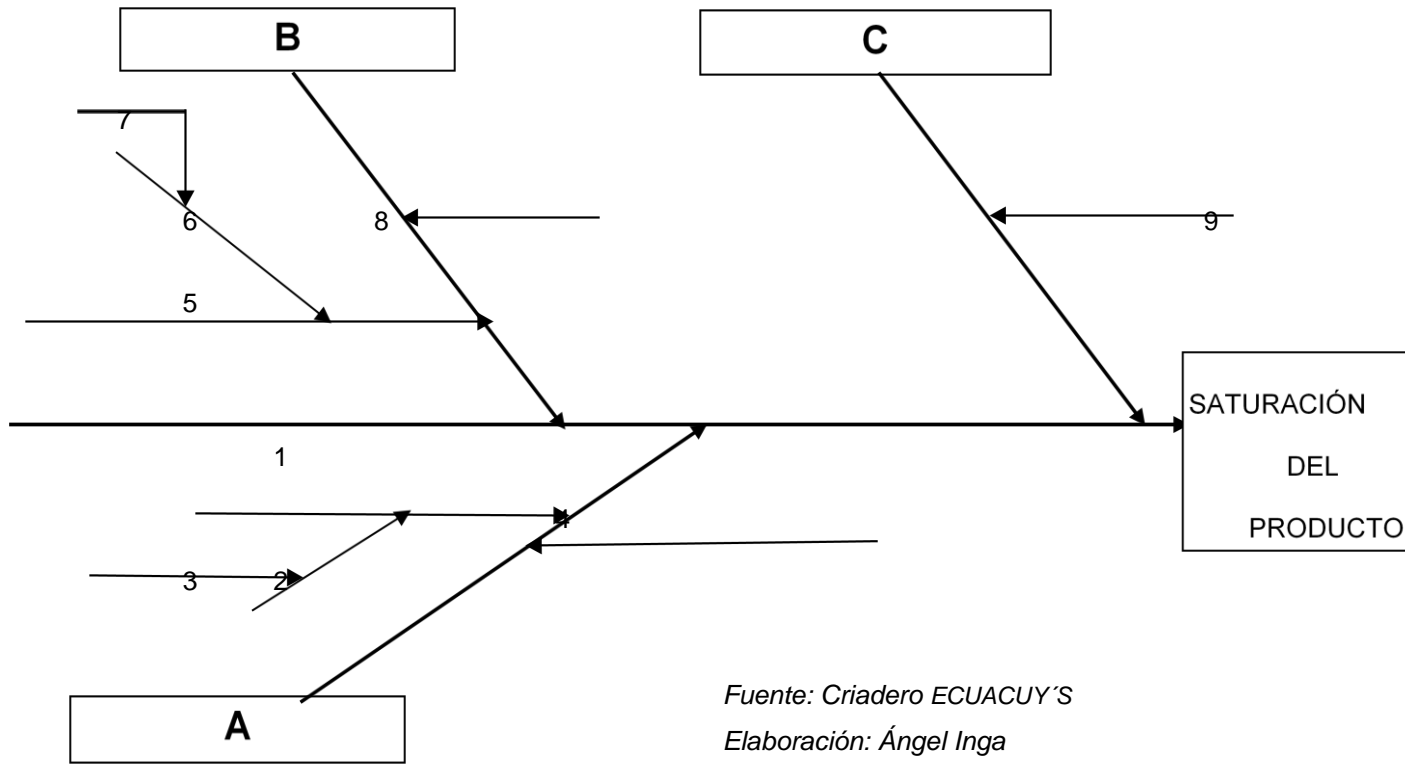
5. Carencia del conocimiento en el manejo técnico y productivo.
6. Mala organización del trabajo por parte de sus colaboradores.
7. Falta de Capacitación
8. Mala calidad en el servicio.

C.-Mantenimiento

9. Falta de equipos tecnológicos.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA

Figura 1



Fuente: Criadero ECUACUY'S
Elaboración: Ángel Inga

1.6. Formulación de la Problemática Específica

1.6.1. Problema Principal

El proyecto de ampliación nace debido al problema que se presenta en el criadero “ECUACUY’S” por su falta de espacio para la producción de cobayos, el mismo que es un producto muy apetecido en el mercado por parte de los demandantes, es por ello que se ve en la necesidad de realizar los diferentes estudios necesarios para la ampliación del criadero para la producción y efectividad de los cuyes que diariamente se busca estandarizar el producto.

1.6.2. Problemas Secundarios

El inconveniente que se presenta en el criadero “ECUACUY’S” es que debido a la alta producción que genera los cobayos, no existe el espacio, registros o un sistema que les permita llevar al día la producción de los mismos lo que provoca que los encargados del manejo técnico de la producción no conozcan realmente cuanto se está produciendo y a su vez les dificulta saber la medida exacta para satisfacer y prevenir la alimentación de los cobayos de tal forma que todo esto conlleva a que se presenten cuellos de botella entre sus colaboradores permitiéndoles que no conozcan con exactitud las razones y motivos por las cuales se provocan los índices de mortalidad. De igual manera no les permite a sus colaboradores desempeñar con total eficacia y eficiencia en todas sus actividades y tareas encomendadas, ya sea por falta de tiempo, dedicación o conocimiento de los temas dentro del área que desempeña cada persona.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

1.7.2. Objetivos específicos

1. Analizar el problema y situación actual del Criadero “ECUACUY’S” durante el año 2011.
2. Estructurar y diseñar el organigrama organizacional para el Criadero “ECUACUY’S”
3. Realizar un estudio técnico y requisitos sanitarios para el criadero
4. Elaborar nuevos diseños y formas de publicidad para posicionar la imagen y producto en la mente de los consumidores.

1.8. Justificación

Debido a que en los últimos años el cuy ha sido muy cotizado y no ha sido considerado como un producto de calidad ha sido muy importante en la actualidad implantar un nuevo sistema de crianza para mejorar la productividad. Logrando como efecto un desarrollo fructífero buscando la eficiencia, con lo que lograremos mejorar y obtener mejores ingresos y un nivel de vida alto, por lo que si nos proponemos es fácil de lograrlo.

Para ello será necesario contar con un conjunto de procesos y recursos que estén ligados en la etapa de producción, comercio y consumo que se tiende en un mercado aplicado a los conocimientos del marketing y a la administración de empresas.

Simplemente que el negocio debe de estar vinculado con el marketing y la administración para lograr los objetivos trazados en este proyecto y así obtener los beneficios en los procesos que se sigan.

1.9. Alcance y limitaciones

La ampliación de desarrollo se llevará a cabo a continuación del ya existente en la parroquia Bayas de la ciudad de Azogues, provincia del Cañar.

La ampliación que se pretende efectuar será para mejorar la producción y la calidad del producto, la misma que será una fortaleza para seguir con el adelanto y en cumplimiento de sus objetivos propuestos que más adelante buscará tener nuevas

líneas de productos hasta llegar a tener un bufet típico y titulado “*El sabor tradicional*” todo esto con la higiene y calidad que nuestros clientes esperan

1.10. Factibilidad

Para el proyecto de mejora en la ampliación e innovación del criadero de cuyes se podrá disponer de toda la información necesaria la misma que le permitirá realizar todos sus estudios necesarios dentro y fuera de la empresa teniendo a su disposición la documentación e inquietudes para realizar los estudios necesarios que requiera el criadero “ECUACUY’S”.

CAPITULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco Teórico

EL siguiente escrito pretende entregar un marco teórico para la comprensión de los temas que se va a poner en marcha con el proyecto de expansión que serán aplicados los conocimientos de los ciclos estudiados de la Universidad Tecnológica Israel con el objetivo de elaborar una base para implantar al lector en la materia recabada durante los pasados meses, para luego ser aplicada a la práctica en el ámbito profesional.

2.2. Planificación estratégica

La Planificación Estratégica es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos. La planificación estratégica se aplica sobre todo en los asuntos militares (donde se llamaría estrategia militar) y en actividades de negocios. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia Empresarial).

Para indicar lo que es la Planificación Estratégica es importante conocer que la planificación comprende diferentes niveles. Entre estos anotamos algunos:

- Planificación estratégica
- Planificación operativa
- Programación
- Diseño de proyectos

Todos toman decisiones acerca de acciones futuras. Lo que diferencia un nivel de planificación de otro es la distancia en el futuro que intenta mirar cada uno.

Además constituye un enfoque alternativo de planificación. La Planificación Estratégica es la más futurista, se basa en la misión, visión y los valores de la organización. Trabaja con la visión y elabora estrategias para ponerla en práctica dentro de un lapso de 3 a 5 años.

2.3. Planificar

Es prever y decidir hoy las acciones que nos pueden llevar desde el presente hasta un futuro deseable. No se trata de hacer predicciones acerca del futuro sino de tomar las decisiones pertinentes para que ese futuro ocurra.

2.4. Empresa.

La Empresa: Es una unidad productiva dedicada y organizada para la explotación de una actividad económica.

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

- * Sectores Económicos
- * El origen de su capital.
- * Su Tamaño, etc.

2.4.1. Por sectores económicos

Extractivas: Dedicadas a explotar recursos naturales.

Servicios: Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.

Comercial: Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

Agropecuaria: Explotación del campo y sus recursos.

Industrial: Transforma la materia prima en un producto terminado.

2.4.2. Por el origen del capital

- * Público: Su capital proviene del Estado o Gobierno
- * Privado: Son aquellas en que el capital proviene de particulares. Ejemplo: Sociedades comerciales.
- * Economía Mixta: Aquélla en la que algunos medios de producción son de propiedad privada y otros de propiedad pública. Puede decirse que es una economía en la que la asignación de recursos y el nivel de actividad lo deciden los individuos, las empresas, las cooperativas, las corporaciones públicas y las autoridades que reaccionan.

2.4.3. Por su tamaño

- * Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de

trabajadores excede a 100 personas. Ejemplo: Comestibles

- * Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

2.4.4. Pequeñas

Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.

2.5. Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

- * Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa,
- * Lo que pretende hacer, y
- * Él para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

Complementando ésta definición, citamos un concepto de los autores Thompson y Strickland que dice: "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir". Por lo que cada unidad de negocios necesita definir su misión específica dentro de la misión más amplia de la empresa, la cual se vaya a cumplir en el corto plazo según lo planificado.

De igual forma para que la misión cumpla su importante función, debe tener la capacidad de mover a las personas (propietarios, capitalistas, empleados, clientes y distribuidores) a ser parte activa de lo que es la razón de ser o propósito general de la empresa u organización. Para ello, debe incluir:

1. **El propósito de la organización.**- Esto es ¿Para qué existe la organización y qué trata de cumplir? El enunciado del propósito debe centrarse más en los resultados que se persiguen, que en los medios para lograrlos.
2. **Los ámbitos de acción clave.**- En los que la organización está comprometida para lograr ese propósito ¿Qué cosas hacemos para cumplir con ese propósito? Aquello que hacemos para cumplir nuestra misión imprime carácter y diferencia a nuestra organización frente a otras. Es decir; nuestra misión resaltaré solamente la parte que nosotros sabemos hacer mejor.
3. **Los destinatarios o usuarios de los programas o servicios.**- ¿Para quién existimos? Y en algunas ocasiones el problema que la organización trata de resolver o la necesidad a la que trata de cubrir, satisfacer o dar respuesta.
4. **En muchos casos se aplica un cuarto elemento que es:** Quiénes somos, qué identifica de cierta forma a la organización

2.6. Visión

Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la **visión** se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Según Arthur Thompson y A. J. Strickland, el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc. Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una **visión** de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir.

En síntesis, la **visión** es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

2.7. Análisis DAFO

El análisis DAFO ha alcanzado una gran importancia dentro de la dirección estratégica de la empresa. Su objetivo consiste en concretar, en un gráfico o una tabla resumen, la evaluación de los puntos fuertes y débiles de la empresa (competencia o capacidad para generar y sostener sus ventajas competitivas) con las amenazas y oportunidades externas, en coherencia con la lógica de que la estrategia debe lograr un adecuado ajuste entre su capacidad interna y su posición competitiva externa.

Pienso que es la herramienta estratégica por excelencia, ya que en mi trayectoria de estudiante he observado que es muy utilizada, aunque a veces de forma inconsciente y sin conocer su nombre técnico. El beneficio que se obtiene con su aplicación es conocer la situación real en que se encuentra la empresa, así como el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado.

El nombre lo adquiere de sus iniciales DAFO:

- * D: debilidades.
- * A: amenazas.
- * F: fortalezas.
- * O: oportunidades.

2.7.1. Análisis del entorno externo

Amenazas y Oportunidades.- Pertenecen siempre al entorno externo de la empresa, debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, anticipándose a las mismas. Aquí entra en juego la flexibilidad y dinamicidad de la empresa.

Análisis de Oportunidades y Amenazas del Macro entorno y Micro entorno

En general, una unidad de negocios tiene que vigilar las fuerzas claves del macro entorno comprendiéndose entre estos los siguientes factores:

- Demográficos
- Económicas

- Tecnológicas
- Político-Legales y
- Socio Culturales

Los actores importantes del micro entorno que afectan su capacidad de obtener utilidades dentro de una unidad de negocios son los siguientes.

- Competidores
- Proveedores
- Distribuidores y
- Clientes

Por lo cual una idea de negocio debe establecer un sistema de información estratégica de marketing para seguir la pista de tendencias y los sucesos importantes. Para cada tendencia o acontecimiento, la gerencia necesita identificar las oportunidades y riesgos correspondientes.

Un propósito principal de la exploración del entorno es distinguir nuevas oportunidades de marketing. Una oportunidad de marketing es un área de necesidad de los compradores en la que una empresa debe tener un desempeño rentable.

Las oportunidades se pueden clasificar según su atractivo y su probabilidad de éxito. La probabilidad de éxito de la empresa depende de si sus puntos fuertes en el negocio no sólo coinciden con los requisitos claves para el éxito en el mercado meta, sino también excedan los de sus competidores. Ser meramente competente no constituye una ventaja competitiva. La empresa con el mejor desempeño será la que puede generar el valor más alto para los clientes y pueda mantenerlo durante más tiempo.

Un riesgo o amenaza del entorno es un reto que presenta una tendencia o suceso desfavorable y que, de no tomarse medidas de marketing defensivo, causará un deterioro en las ventas o las utilidades.

Una vez que la gerencia ha identificado los principales riesgos y oportunidades que una unidad de negocios específica enfrenta, puede caracterizar el atractivo general de ese negocio. Por lo cual debe haber cuatro resultados:

Un negocio ideal tiene muchas oportunidades importantes y pocos riesgos importantes.

Un negocio especulativo tiene muchas oportunidades y amenazas importantes.

Un negocio maduro tiene pocas oportunidades y pocos riesgos importantes

Un negocio en problemas tiene pocas oportunidades y muchos riesgos

2.7.2. Análisis del entorno interno

Las debilidades y fortalezas.- Pertenecen al ámbito interno de la empresa, al realizar el análisis de los recursos y capacidades; este análisis debe considerar una gran diversidad de factores relativos a aspectos de producción, marketing, financiación, generales de una organización.

Una cosa es percibir oportunidades atractivas y otra muy distinta contar con las aptitudes para aprovechar con éxito esas oportunidades. Cada negocio necesita evaluar sus fuerzas y debilidades internas periódicamente.

Es obvio que el negocio no tiene que corregir todas sus debilidades ni tampoco debe felicitarse por todas sus fortalezas. La pregunta importante es si el negocio se debe limitar o no a las oportunidades para las que posee las fuerzas requeridas o si debe considerar mejores oportunidades para las que podría tener que adquirir o desarrollar ciertas fortalezas.

2.8. Objetivos

- La palabra objetivo proviene de ob - jactum, que significa "a donde se dirigen nuestras acciones."
- Los objetivos son enunciados escritos sobre resultados a ser alcanzados en un periodo determinado.
- Los objetivos son los fines hacia los cuales está encaminada la actividad de una empresa, los puntos finales de la planeación, y aun cuando no pueden aceptarse tal cual son, el establecerlos requiere de una considerable planeación.

- Un objetivo se concibe algunas veces como el punto final de un programa administrativo, bien sea que se establezca en términos generales o específicos.

2.9. Estrategias

El significado del término estrategia, proviene de la palabra griega Estrategas, jefes de ejército; tradicionalmente utilizada en el terreno de las operaciones guerreras.

La estrategia en administración, es un término difícil de definir y muy pocos autores coinciden en el significado de la estrategia. Pero la definición de estrategia surge de la necesidad de contar con ella.

Los últimos 20 años fueron 5 veces más turbulentos que los 80 años anteriores. Los cambios tecnológicos, políticos, la economía global y la crisis social creciente, confirman que el mundo plantea novedad, diversidad y transitoriedad. Este mundo está lleno de incertidumbre, las variables son cada vez menos controlables, el valor máspreciado es la especulación, el manejarse con supuestos, la capacidad de interpretar. Estos cambios tienen como límite la creatividad y la innovación de la gente y esto tiene que ver con la estrategia, la estrategia es descubrir no programar, es guiar, no controlar. Es liderar las ideas.

Por estrategia para la administración básicamente se entiende la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando oportunidades y evaluando riesgos en función de objetivos y metas. Recurrimos a la estrategia en situaciones inciertas, no estructuradas, no controlables, es decir en aquellas situaciones donde hay otro bando cuyo comportamiento no podemos pronosticar.

Tener un propósito estratégico implica tener una visión sobre el futuro, debe permitir orientar, descubrir, explorar. El sentido de la orientación debe responder: ¿Qué empresa queremos ser?, ¿Adónde queremos llegar? Una de las claves empresariales es tener claro el negocio actual y futuro, no se puede decidir sin saber adónde se quiere llegar.

2.10. Formulación estratégica

Las metas indican lo que una unidad de negocios quiere lograr; una estrategia es un plan de juego para alcanzar las metas. Todo negocio debe adaptar una estrategia para

alcanzar sus metas, que consiste en una estrategia de marketing, y una estrategia de tecnología y estrategia de fuentes que sean compatibles.

2.11. Innovación

Según el diccionario de la Real Academia Española, es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No sólo hay que inventar algo, sino, por ejemplo, introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello. La innovación exige la conciencia y el equilibrio para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones

2.12. Implementación

Una estrategia clara y programas de apoyo bien pensados podrían ser inútiles si la empresa no los implementa con cuidado.

2.13. Retroalimentación y Control.

Al implementar su estrategia, la empresa necesita mantenerse al tanto de los resultados y estar pendiente de nuevos acontecimientos en el entorno interno y externo. Algunos entornos son relativamente estables de un año al siguiente.

Otros entornos evolucionan lentamente de forma más o menos predecible pero otros más sufren cambios importantes rápidos e impredecibles. No obstante, la empresa puede estar segura de una cosa: el mercado cambiará. Y cuando eso suceda, la empresa necesitará reexaminar y modificar su implementación programas, estrategias o incluso objetivos.

2.14. El Mercado

Los Mercados que en la terminología económica de un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

2.15. Comunicación

¿Se entiende bien el concepto de comunicación? Entiendo que todo directivo tiene dos tareas fundamentales para lograr que los objetivos de su empresa se cumplan:

- * Crear el equipo humano de la organización y armonizar las tareas de L/P con

las tareas de C/P.

- * Crear el equipo es una tarea ardua y difícil que nos llevará a conseguir eficiencia o pérdida de recursos y como parte esencial de esta tarea está la comunicación.

2.16. La economía para lograr la perfecta competitividad

"La economía es la ciencia que se ocupa del estudio de las leyes económicas que indican el camino que debe seguirse para mantener un elevado nivel de productividad, mejorar el patrón de vida de la población y emplear correctamente los recursos escasos." La economía es el estudio, de ¿qué se produce? , ¿cómo? y ¿para quién? El problema central es como resolver el conflicto entre las demandas casi ilimitadas de los individuos y la capacidad limitada de la sociedad para producir bienes y servicios que satisfagan esas demandas. Esta muestra las disyuntivas a la que se enfrenta la sociedad cuando tiene que decidir que bienes deberá producir. Como también ilustra el problema central de la escasez por que los puntos situados por encima de la frontera son inalcanzables.

2.17. Sistema de producción

Los sistemas de producción son los responsables de la producción de bienes y servicios de las organizaciones. Los administradores de operaciones toman decisiones que se relacionan con la función de operaciones y los sistemas de transformación que utilizan. De igual manera los sistemas de producción tienen la capacidad de involucrar las actividades diarias de adquisición y consumo de recursos.

2.18. Crianza

La palabra crianza viene del latín creare, que significa orientar, instruir y dirigir. Mientras más avanzada en su evolución es una especie, mayor será su proceso de crianza. Criar es algo más que juntar un macho y una hembra "a ver qué sale". Es un proceso de selección cuidadoso en el que debemos elegir a los reproductores con unos criterios estrictos y unas ideas claras de lo que buscamos.

2.19. Alimentación

Alimentación Animal: Rama de la zootecnia que se ocupa del estudio de todos los aspectos encaminados a proporcionar la cantidad de sustancias nutritivas (alimentos) adecuadas para procurar un estado óptimo de los animales domésticos. Para ello se va a estudiar:

- * Valoración de las necesidades de los animales
- * Valoración del contenido de nutrientes de los alimentos
- * Racionamiento o forma de aportar la cantidad de alimentos necesarios para cubrir de forma óptima las necesidades de dichos animales.

2.20. Reproducción

La reproducción es una secuencia de eventos que comienza con el desarrollo del sistema reproductivo en el embrión. Cuando nace el animal, debe crecer y alcanzar la pubertad para adquirir la capacidad de producir gametas fértiles. Esta capacidad debe ser acompañada por el comportamiento reproductivo y la copulación. Después de la cópula, el espermatozoide y el óvulo se encuentran, ocurre la fertilización que se continúa con el desarrollo del embrión preimplantacional.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Metodología de la Investigación

Dentro del campo investigativo se denomina al método como la vía para llegar a la meta, se debe también diferenciarlos de la metodología ya que son dos conceptos diferentes. El método es el procedimiento para lograr los objetivos. Metodología es el estudio del método.

Para el desarrollo del presente estudio es necesario establecer las herramientas, técnicas, y métodos idóneos que permitan cumplir y abarcar con todos los requerimientos que el mismo plantea. A continuación se definen los tipos de investigación, métodos y técnicas a ser empleadas en la realización de esta Tesis.

3.2. Tipos de Investigación

a. Bibliográfica.- Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie.

El objetivo de la investigación documental es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio.

Con el propósito de elegir los instrumentos para la recopilación de información es conveniente referirse a las fuentes de información.

- **Fuentes primarias.-** Libros, monografías, revistas, informes técnicos, diarios, periódicos y tesis.
- **Fuentes secundarias.-** Incluye las enciclopedias, los anuarios, manuales, almanaques, las bibliografías y los índices, entre otros; los datos que integran las fuentes secundarias se basan en documentos primarios.

Este tipo de investigaciones serán de gran importancia para la realización de esta Tesis ya que por su parte la investigación bibliográfica permitirá modificar procesos y a través de la misma se podrá definir la realidad presente y realizar las comparaciones correspondientes para establecer las mejoras necesarias. La investigación bibliográfica será de gran ayuda, ya que se convertirá en la base de partida del

presente estudio, además de ello se empleará la investigación de campo pudiendo así trasladarse al lugar en donde se desarrolla la problemática.

3.3. Métodos de investigación

a. Deductivo.- Es un tipo de razonamiento que nos lleva: de lo general a lo particular, de lo complejo a lo simple. Pese a que el razonamiento deductivo es una maravillosa herramienta del conocimiento científico, si el avance de la ciencia se diera sólo en función de él, éste sería muy pequeño. Esto se debe a que nuestra experiencia como humanos es limitada, depende de nuestros sentidos y de nuestra memoria.

El objetivo que se persigue es otorgar un conjunto de procesos estandarizados. Para la consecución del presente proyecto será necesaria la obtención de información en base a las técnicas empíricas y los tipos de información anteriormente mencionados, para en base a ellos realizar el análisis respectivo obteniendo los resultados que permitan la construcción de mejoras para el Criadero “ECUACUÝS”.

3.4 Técnicas de Investigación

a. Entrevista.- Es una averiguación en la que se emplean cuestionarios para conocer la opinión pública. Consiste en el acopio de testimonios orales y escritos de personas vivas. En la investigación de campo, para la recopilación de información pueden utilizarse las entrevistas, los cuestionarios y el muestreo, entre otros. La entrevista es una de las técnicas más usuales en ciencias sociales. Puede definirse como la relación que se establece entre el investigador y los sujetos de estudio. Puede ser individual o grupal, libre o dirigida.

Entre algunos de los objetivos de la entrevista tenemos:

- Obtener información sobre el objeto de estudio.
- Describir con objetividad situaciones o fenómenos.
- Plantear soluciones.

Una vez realizada la entrevista se debe realizar un control de la entrevista, con el propósito de:

- Verificar si todas las preguntas han tenido respuesta.

- Detectar contradicciones.
- Detectar mentiras, dándole a conocer lo que se conoce del hecho.
- Evitar desviaciones del tema y oportunidades para distraer la atención.

La utilización de esta técnica será de vital importancia puesto que permitirá el contacto directo con las personas implicadas en la adquisición del producto, además de que facilitará la obtención del conocimiento y sobre todo los gustos y preferencias de cada uno de los clientes y demás aspectos necesarios para la elaboración de mejoras y conseguir los objetivos del presente proyecto.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

4.1 Situación Actual de la Empresa

La empresa dedicada a la producción y comercialización de cuyes a nivel local se encuentra en la actualidad con una gran aceptación en el mercado gracias al producto que ofrece siendo el mismo desarrollado con una excelente higiene y calidad que los consumidores lo han caracterizado, a su vez mediante el siguiente cuadro podemos conocer el producto y los servicios que actualmente el Criadero “Ecuacuy’s” se encuentra brindando al mercado.

➤ **Cuyes que Ofrece actualmente el criadero “ECUACUY’S”**

PRODUCTO	EDAD	PRECIO
EN CRIAS	1,5 mes	\$ 5,00
PARA PRODUCCIÓN	Hembras 3 meses	\$ 18,00
	Machos 4 meses	\$ 15,00
PARA CONSUMO	11,5 meses	\$ 10,00

4.2. Objetivo

4.2.1 Objetivo General

Elaborar una planificación estratégica para el criadero de cuyes “ECUACUY’S” en la parroquia Bayas de la Ciudad de Azogues para producir y alcanzar un volumen de ventas satisfaciendo las necesidades a nuestros clientes.

4.2.2. Objetivos Específicos

1. Analizar el problema y situación actual del Criadero “ECUACUY’S” durante los últimos meses del año 2011.

2. Estructurar y diseñar el organigrama organizacional para el Criadero “ECUACUY’S”.
3. Realizar un estudio técnico y requisitos sanitarios para el criadero.
4. Elaborar nuevos diseños y formas de publicidad para posicionar la imagen y producto en la mente de los consumidores.

4.3. Estrategias y Tácticas

4.3.1. Recolectar la información positiva y negativa que se está generando en el criadero por parte de todos los involucrados, con la finalidad de llegar a proponer soluciones que resuelvan los problemas.

- Para lo cual se realizará reuniones cada fin de semana lo que permitirá analizar los problemas suscitados y dar solución inmediata a los mismos.

4.3.2. Analizar las áreas más importantes que necesita el criadero para un buen funcionamiento, el mismo que les permita un mejor desempeño en sus actividades y destrezas dentro de su tarea encomendada.

- Se analizará cada uno de los perfiles más idóneos para el puesto de cada área en función de la actividad de la empresa.

4.3.3. Realizar una capacitación al personal en los diferentes campos técnicos a los que está ligados la empresa como: alimentación, reproducción y manejo tecnificado de los cuyes.

- Proporcionarles charlas y documentos acerca del manejo técnico y productivo en la actividad a la que se dedica la empresa.

4.3.4. Elaborar tarjetas de presentación y productos con el nombre y slogan del criadero, ofreciéndoles la información necesaria acerca de nuestro producto en nuestros servicios.

- Buscar posicionar el producto en la mente de nuestros clientes colocando las tarjetas y hojas volantes en almacenes agrícolas y restaurants con la higiene y calidad que nos caracteriza.

4.4. Propuesta Para la Entrevista a Nuestros Clientes

Mediante el método y técnica seleccionada en el capítulo 3, se ha procedido a realizar la entrevista al mercado local, la misma que nos permitirá conocer las inquietudes de cada uno de nuestros clientes conociendo los servicios en los que ellos requieren ser atendidos, lo que nos ara ser diferentes de nuestra competencia e incrementar nuestros servicios ofreciéndoles nuestro producto en: pelados, adobados y asados cumpliendo así los gustos y preferencias de nuestros clientes. Por lo que se plantea el siguiente objetivo para la entrevista.

➤ **Objetivo**

La siguiente entrevista se realizará con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de las familias de la Ciudad de Azogues que consumen el cuy, la misma que se realizará al segmento de edad comprendida entre alocéntrico y céntrico. Ver anexo 1

A continuación se realizara un resumen de cómo ha sido el comportamiento de nuestros clientes y posibles clientes, el mismo que nos ha permitido conocer diferentes aspectos para la realización de este proyecto y a su vez poder poner en marcha nuevas ideas de ampliación e innovación para el criadero “ECUACUY’S”

➤ **Entrevista con los clientes.**

• **¿Cada qué tiempo consume su familia el cuy?**

Las familias que han sido entrevistadas personalmente señalan que este producto lo consumen mensualmente trimestralmente y semestralmente, siendo el mismo él preferido para consumirlo en algunas ocasiones especiales y en algunas familias que lo adquieren el cuy para enviar hacia otros países por ser un producto apetitoso para las personas.

• **¿Por cuantos miembros está conformada su familia?**

Las familias entrevistadas están siendo conformadas en su mayor parte de tres miembros hasta ocho y más, dependiendo de cada hogar que lo conforman, si las parejas contrayentes son de tercera edad tienen un mayor número y si son parejas jóvenes un grupo familiar menor.

• **¿Cuántos cuyes consumen su familia?**

Las familias que consumen este producto dependen del número de integrantes que conforman y la economía para poder adquirirlo.

- **¿Por qué consume el cuy?**

Las familias normalmente consumen el cuy por su sabor y tradición, lo que hace que este producto sea muy conocido y apetitoso por parte de las personas, ya que se ha venido consumiendo desde épocas anteriores hasta la fecha actual, lo que significaría que las familias seguirán adquiriendo este producto ya sea por su sabor y tradición.

- **¿En qué lugar usted adquiere el cuy?**

Las familias frecuentemente suelen adquirir este producto en los mercados, criaderos y en algunos casos son propios, lo cual los clientes buscan su lugar de compra más idóneo para conseguir este producto.

- **¿Ha tenido usted algún problema al adquirir el cuy?**

Las familias que generalmente lo adquieren este producto casi nunca han tenido mayores problemas.

- **¿Le gustaría adquirir el cuy con una higiene y calidad garantizada durante su época de crianza?**

Los clientes que compran este producto aunque no hayan tenido graves problemas han manifestado que sería muy importante adquirir cuyes con una higiene y calidad durante su época de crianza lo que nos prevendría de molestias, enfermedades, tamaño, entre otros aspectos que las familias han considerado como problemas.

- **¿Además le gustaría que este producto sea entregado a domicilio?**

Las familias que han sido entrevistadas manifiestan que sería muy importante una entrega a domicilio por el tiempo, transporte y ocupaciones personales que tienen.

4.5. Estructura Organizacional

Se propone la siguiente estructura organizacional para el criadero “ECUACUY`S” con lo cual se logrará una correcta administración y bienestar para la empresa la cual ayudará a afrontar los problemas que se den dentro y fuera de la misma, brindando resultados y soluciones positivas, el mismo que se ha desarrollado para mejorar la administración teniendo en claro cada uno de sus puestos de trabajo, así como la asignación de responsabilidades y requerimientos de los clientes internos y externos, siendo en la empresa uno de los elementos claves para el desarrollo y fomento de la estructura organizacional.

4.6. Estructura y Diseño Organizacional

Figura 2



Fuente: Criadero ECUACUY'S

Elaboración: Ángel Inga

4.7. Recurso Humano Administrativo y Especializado a Requerir

El Criadero ECUACUY'S ha visto la necesidad de requerir un talento humano técnico y especializado, el mismo que le permitirá junto con todos sus colaboradores formar el equipo más idóneo para luchar por sus objetivos hasta llegar a la meta que se ha propuesto la organización.

4.7.1. Accionista

- Contar con una formación académica universitaria en administración de empresas, es importante que la persona conozca de protocolo, documentación y manejo de sistemas. Entre las funciones inherentes a este tipo de cargo se pueden mencionar la dirección, planificación y coordinación de actividades

generales de los diferentes departamentos en estrecha colaboración con sus respectivos directores, con quienes evalúa las operaciones y resultados.

- Debe representar, igualmente, a la empresa ante terceros. En esta área son competencias deseables la flexibilidad mental, habilidad de negociación, capacidad de análisis, criterio para dirigir y facilidad para orientar a clientes internos y externos, con una edad de 26 a 48 años.
- Tener don de mando para cumplir y hacer cumplir las políticas que se establezcan en la empresa con plena responsabilidad.

4.7.2. Área de Producción

- La persona que forme parte de esta área deberá ser titulada en ingeniería agronómica, especialidad veterinaria o carreras similares, con estudios de especialización en planificación, gestión de producción, tecnología de producción, aseguramiento de calidad y logística.
- Las funciones se centran en elaborar y dirigir planes de producción, construcción, montaje de nuevas instalaciones y mantenimiento de maquinaria, para lo cual es recomendable poseer capacidad de análisis, síntesis, negociación y orientación al cliente, con una edad de 25 a 38 años.

4.7.3. Área Administrativa

- Deberá ser profesional con conocimientos en psicología de las organizaciones, técnicas de gestión de recursos humanos, competencias, legislación laboral y mercado de trabajo.
- Diseñar, elaborar y aplicar programas de capacitación y formación a distintos niveles, constituyen las funciones más importantes. Para ello, se requieren destrezas para la negociación, flexibilidad mental, habilidades para la obtención y análisis de información, perspectiva estratégica, orientación al cliente, excelentes relaciones interpersonales y facilidad para trabajar en equipo, con una edad de 28 y 35 años

4.7.4. Jefe de marketing

- Deberá contar con una formación Universitaria con especialización en Marketing, además, con una experiencia mínima de 5 años en empresas de Gran Consumo, Agencias de Publicidad-Marketing o Centrales de Medios. Edad entre 28 y 38 años.

4.7.5. Área de Comercialización

- Es conveniente contar con estudios universitarios en campos administrativos, postgrado en producción, comercio exterior y estudios de especialización en mercadeo y ventas.
- Evaluar planes y acciones que permitan cumplir los objetivos trazados por la empresa, diseñar estrategias y supervisar su aplicación, son las principales funciones, que requieren dinamismo, capacidad para obtener y analizar información, creatividad y visión para orientar su desarrollo hacia clientes internos y externos mediante habilidades para la negociación y experiencia en el sector de Hostelería, edad entre 25 y 35 años.

4.8. Análisis FODA del criadero “ECUACUY’S”

4.8.1. Análisis interno

❖ Debilidades

También llamadas puntos débiles. Son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una debilidad para la organización y deben por tanto, ser controladas y superadas.

- Los competidores son mejores en los descuentos y en la política de comunicación.
- La calidad del proceso productivo no se transmite al mercado con la intensidad necesaria.
- Para ser una empresa fuerte nos hace falta mejorar la tecnología y abrir nuestro mercado con nuevos productos en otros países.
- Los trabajadores tienen un nivel de formación bajo, sin que se les proporcionen cursos de capacitación, lo que puede generar una cierta desmotivación.

❖ **Fortalezas**

También llamadas puntos fuertes. Son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades, en la cual vamos a analizar los elementos o actividades del criadero “ECUACUY’S” que posibilitan una mejor actuación de la misma en relación a nuestros competidores directos.

- La calidad del producto que ofertamos es bastante buena.
- Mantenemos una buena relación con la mayoría de los clientes.
- Disponemos de un conocimiento para la producción.
- Existe contactos con otro criadero
- El equipo está formado por gente joven y con visión de futuro.

4.8.2. Análisis externo

❖ **Amenazas**

Se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad, en el cual vamos a buscar hechos potenciales que impiden el logro de los objetivos del criadero “ECUACUY’S”

- La creación de nuevos criaderos dedicados a la misma actividad que nosotros, con una alta tecnología y calidad del producto final.
- No disponemos de cajas para la comercialización.
- La aparición de nuevas tecnologías en el campo de la producción.
- Que exista y exija nuevas características e implementos, que un criadero deba de tener y cumplir para la producción y comercialización.

❖ **Oportunidades**

Es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma o aumentar la cifra de sus negocios, buscando hechos potenciales que faciliten a nuestro criadero la determinación y logro de objetivos estratégicos.

- Cada vez hay una mayor producción.
- Aprovechar lo que nuestros clientes necesitan y no se lo dan nuestros competidores, como mejorar el servicio post-venta, para que nuestros clientes no se sientan abandonados si tienen algún problema con el producto.
- Controlar el precio final que paga nuestro cliente final por el producto, de las ventas que realizan a través de los distribuidores.
- Realizar una inversión en ciertas renovaciones tecnológicas, así poder abarcar un mayor mercado, ya que podríamos mejorar la producción y responder de una mejor forma a los pedidos, teniendo una excelente calidad en el producto y al de nuestros competidores.
- Conocer las últimas novedades y poder así ofrecérselo a nuestros clientes.
- Tenemos una buena relación entre calidad - precio en nuestro producto, de esta manera nos aseguramos la fidelidad de nuestros clientes y la posibilidad de captar a otros nuevos.

4.9. Estudio Técnico y Requisitos Sanitarios

4.9.1. Instalaciones de Galpones y Granjas

Al hacer la instalación del criadero, debe procurarse darles una buena protección a los animales, para obtener una mejor producción. Pues una forma de protegerlos es evitando las corrientes de aire, los cambios bruscos de temperatura, la lluvia y la acción directa de los rayos del sol.

El techo puede ser de eternit, calamina, teja, paja, estera o cualquier material de la zona.

Las paredes deben tener un suficiente número de ventanas grandes que permitan una buena ventilación e iluminación; estas ventanas deben protegerse con malla metálica a fin de evitar la entrada de animales dañinos. Como los criaderos que podemos observar en la figuras que se muestra a continuación.

Figura 3



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

4.9.2. Generalidades para un Criadero

- Ambiente tranquilo y cómodo
- Buena ventilación, evitando las corrientes de aire y los cambios bruscos de temperatura
- El cuy no necesita de instalaciones complejas, deben ser económicas
- Fácil manipuleo de los animales.
- Fácil manejo en el aseo y desinfección
- Pensando en el futuro usar materiales durables.
- El acabado del piso diseñado para resistir el desgaste por las herramientas, de los desinfectantes y de los orines.
- Las puertas y ventanas deben ser funcionales.
- Ventanas para la circulación del aire protegidas con tela metálica.
- La malla metálica para evitar el ingreso de insectos, aves , animales no deseados
- Colocar las cortinas para impedir vientos y el frío intenso.
- En climas fríos el uso de calefactores infrarrojos u otros caseros.

- Utilizar la lógica, conociendo las costumbres de los cuyes.

4.10. Áreas Utilizadas en la Crianza del Cuy

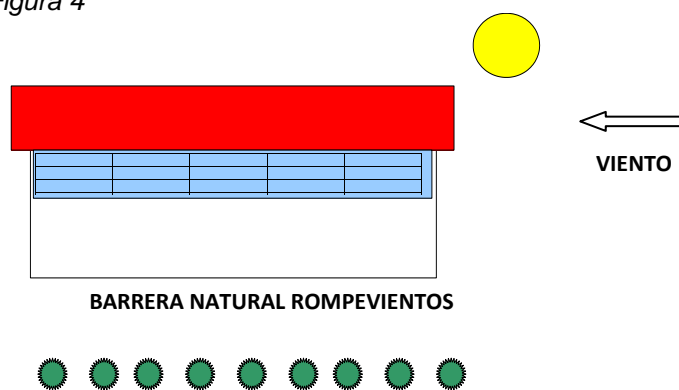
4.10.1. Para elegir el sitio, se debe tener en cuenta

- Junto a las praderas o en medio de ellas para facilitar la provisión de forrajes y mermar la mano de obra.
- Tenga vías de acceso al criadero.
- Posea buen drenaje, para evitar alta humedad.

4.10.2. La orientación del criadero debe hacerse según el clima

- En clima frío se tienen en cuenta los vientos predominantes en la zona y se tiene cuidado de orientar el eje longitudinal en el sentido del viento.
- También es importante que los rayos solares recorran toda la construcción, calentándola en la noche para contrarrestar el frío.
- En clima caliente se debe tener en cuenta que la temperatura, la humedad, la ventilación y la iluminación guarden un adecuado equilibrio.

Figura 4



Fuente: Internet

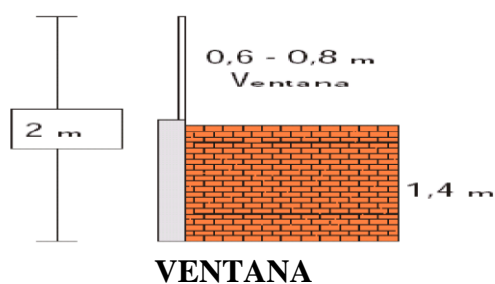
Elaboración: Ángel Inga

Temperatura ideal: 18° C

– 21° C

- Cuando la temperatura es fría los animales disminuyen el consumo de alimento, bajan los incrementos de peso, bajan los nacimientos, sufren y se incrementa la mortalidad.

- Con una adecuada ventilación se controla la humedad, disminuyéndose los olores amoniacales y olores propios de la especie. También se baja el contenido bacteriano, viral, de hongos y parásitos.



- En cuanto a la iluminación, los rayos solares son benéficos, siempre que no sean excesivos. Tienen una acción positiva contra los microorganismos y contribuyen a la síntesis de vitamina D. Elimina piojos, pulgas, etc.

4.11. Construcción de jaulas para un criadero

Las jaulas se constituyen en la unidad modular; las dimensiones de estas unidades de crianza están determinadas según el perfecto ajuste de los espacios útiles que un criadero disponga, las mismas que podemos observar en las figuras que se muestran a continuación.

Figura 5



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

4.11.1. Ventajas de un criadero con jaulas

Las ventajas que se muestran a continuación es de un criadero que tiene jaulas las mismas que son construidas de madera y malla lo cual nos permite separar a los animales por sexo, para controlar el apareamiento facilitando la selección. Entre ellas listamos las siguientes:

- Ocupa menos espacio.
- No requiere cama, economizando mano de obra para el cambio de éstas y el respectivo material.
- Es más fácil el manejo y control sanitario estricto, porque se mantienen fácilmente condiciones medio ambientales adecuadas.
- Se racionaliza el suministro de alimento.
- Menos presencia de piojos, pulgas, etc.

4.11.2. Desventajas de un criadero confeccionado en jaulas

Las desventajas que se ocasionarían en un criadero que este confeccionado en jaulas se muestra a continuación, las mismas que algunas de ellas pueden ser corregidas durante el periodo y tiempo que se tenga un criadero de cuyes.

- Mayor inversión inicial.
- Mayor problema de mastitis.
- Mayor estrés.
- Problemas de muertes por amontonamiento.

4.12. Construcción de Jaulas en Madera y Malla

Figura 6



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

4.12.1. Dimensiones de una Jaula

Las jaulas de los criaderos pueden ser de uno a dos pisos. La abertura de la malla que permita el paso de excrementos.

- Largo de jaula: 1.50 metros.
- Ancho de jaula: 0,80 cm.
- Altura de frente: 0,40 cm.
- Altura de las patas: 0,45 cm.

Las jaulas del primer piso estarán destinadas para pozas de apareamiento de (6 a 8 hembras por macho). La jaula del segundo piso, está dividida en dos partes iguales, por medio de tabla o malla, para colocar hasta ocho hembras de levante en un compartimiento y en el otro hasta ocho machos de levante (75 cm cuadrados para cada compartimiento).

4.12.2. Comederos y Bebederos

Se pueden utilizar tolvas metálicas, que permitan la caída por gravedad del concentrado, para que los animales obtengan fácilmente su alimentación. Como se muestra a continuación.

Figura 7



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inqa

4.13. Condiciones Higiénicas Sanitarias de la Planta de Procesamiento del cuy

4.13.1. Sanidad y Bioseguridad.

- Son los pasos o los trabajos que deben realizar el cuy cultor para evitar a que entre enfermedades a los criaderos cuyes y de esta forma estamos asegurando la vida de nuestros animales.
- Son medidas que se toman para prevenir y reducir las pérdidas ocasionadas por las enfermedades.

4.13.2. Citaremos 7 Maneras de Mantener a los cuyes a salvo

1. Mantenga la distancia
2. Mantenga la limpieza
3. No atraiga enfermedades a su casa
4. No traiga enfermedades del vecindario
5. De una alimentación adecuada.
6. Temperatura adecuada del cuyero
7. Informe si observa CUYES enfermos.

1. Mantenga la distancia

- Restrinja el acceso a sus cuyes.
- Cerque el lugar donde se encuentran sus cuyes.
- Coloque una valla protectora de ser posible.
- Mantenga a las personas alejadas de sus cuyes.
- Restrinja el acceso de visitantes.
- Mantenga a sus animales alejadas de los conejos domésticos y salvajes, roedores.

Figura 8



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

2. Mantenga la Limpieza

- Use ropa limpia cuando entró en cuyeras enfermas
- Restriegue sus zapatos con productos desinfectantes
- Lávese bien las manos antes de ingresar en el área de los cuyes.
- Cambie la comida y el agua diariamente.

❖ Mantenga la limpieza en los alimentos

Figura 9



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

- ❖ **A la entrada del cuyero debe haber un pediluvio o una tina con desinfectante, en donde pisaran todos los que entren.**

Figura 10



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

2.1 La Limpieza es muy Importante

- Limpie y desinfecte el equipo.
- Limpie las pozas, jaulas y las herramientas.
- Quite el estiércol cada semana o 15 días.
- Desinfecte cada 2 a 3 meses o cuando se presente problemas.
- Deshágase de los cuyes muertos de manera apropiada.

**Desinfecte con productos buenos como
Cid 20, amonios, no creso.**

Figura 11



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

3. No Atraiga Enfermedades a su Casa

- No atraiga enfermedades a su casa provenientes de otros cuyeros o propietarios de cuyes, tienda de alimentos, etc.
- No preste ni pida prestado los equipos de trabajo.

- ¿Ha llevado sus cuyes a una feria o exposición? Sepárelas de los demás animales de su propiedad como mínimo durante las dos semanas posteriores al evento.
- Los cuyes nuevos deben estar separados de los demás durante un mínimo de 30 días.
- Las ropas, canastas, jaulas que usó en las ferias desinfecte.

4. No Traiga Enfermedades del Vecindario

- No traer animales de la vecindad
- No comparta las herramientas ni los equipos para la limpieza.
- Si trae alguno de estos artículos a su casa, debe limpiarlos y desinfectarlos antes de que entren a su propiedad y antes de devolverlos.
- No comparta productos como la viruta, alimentos, etc.

No preste ni pida prestados sus equipos de trabajo

Figura 12



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

5. Buena Alimentación

- Hierba de buena calidad.
- Hierba no mojada, no soleada.
- No malas hierbas.
- Ni muy tierna ni muy madura.
- Tratar de dar balanceado pellet o granulado.
- No balanceados de dudosa procedencia.

Una alimentación perfecta

Figura 13



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

6. Temperatura Adecuada del Cuyero

- En épocas frías o muy cálidos baja las defensas y viene enfermedades.
- Debe haber entrada de claridad y aire.
- Importante que entre el sol.
- Hay calentadores para evitar el frío.
- Necesitamos termómetro e hidrómetro.
- Importante tapar con cortinas saquillos.

7. Informe si observa CUYES enfermos

- Usted debe conocer cuando están enfermos.
- Al dueño o a personas adultas.
- No deje que pase mucho tiempo, porque puede ser muy tarde.
- Es mejor eliminar uno o dos y no dejar que termine con todos sus animales.
- Jamás tire animales muertos en la pampa o dar a los perros o cerdos.
- Recuerde que si hay remedio a tiempo.

Lo primero es lo primero

Prevenir

Figura 14



Fuente: Internet

Elaboración: Ángel Inga

CAPITULO V

5. EVALUACION FINANCIERA ECONOMICA.

Para el siguiente estudio del presupuesto se tomará en cuenta los diferentes cuadros, los mismos que nos permitirá conocer los ingresos y gastos con el cual el Criadero "ECUACUY'S" se encuentra en el mercado, el mismo que explicará como es el movimiento de cada una de sus actividades con el producto que se encuentra brindando.

5.1 Cuadros de Ingresos y gastos.

PRODUCTO EN STOCK

Figura 15

PRODUCTO	MESES DE EDAD	CANTIDAD UND.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Para Crías	2	165	\$ 4,99	823,35
Para Reproducción	3 1/2	70	\$ 14,00	980,00
En Producción	8 1/2	55	\$ 17,00	935,00
Carne en Machos	4	95	\$ 10,00	950,00
Carne en Hembras	11	30	\$ 11,00	330,00
TOTAL		415		4018,35

Fuente: Criadero ECUACUY'S

Elaboración: Ángel Inga

Según el cuadro anterior de stock en producto con el que el Criadero Ecuacuy's actualmente se encuentra en el mercado es una cantidad representativa de cuyes para satisfacer al mercado local, la misma que necesita incrementar en su producción para lograr cubrir a todos sus clientes en sus gustos y preferencias. El mismo que actualmente cuenta con 415 cuyes para su actividad representando un valor de \$ 4018,35 invertido en su producto dependiendo sus características y tamaño de los mismos.

- Ventas de cuyes generadas por el criadero Ecuacuy's en un periodo semestral de Julio a Diciembre durante el año 2010.

VENTA DE CUYES EN EL AÑO 2010

Figura 16

TIEMPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
TEMPORADAS PICOS	150	\$ 12,00	\$ 1.800,00
SEMESTRAL	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00
CRÍAS	60	\$ 6,00	\$ 360,00
OTROS	13	\$ 15,00	\$ 195,00
TOTAL	323		\$ 3.355,00

Fuente: Criadero ECUACUY'S

Elaboración: Ángel Inga

Según el cuadro semestral de ventas podemos observar que el criadero Ecuacuy's realiza una venta de 323 cuyes valorado en \$ 3355,00, el mismo que lo realiza dependiendo de las fechas y necesidades de los clientes como: temporadas picos aquellas fechas comprendidas como eventos especiales, grados, quince años, bautizos, etc. Semestral, los clientes adquieren los cuyes según su gusto y necesidad. Crías, producto que lo vendemos a las familias y personas que se dedican a la crianza de cuyes. Otros, de igual manera dirigido a las familias y personas dedicadas a esta actividad que están cada innovando la calidad en su proceso de producción de cuyes.

- Gastos que el Criadero Ecuacuy's realiza durante su período semestral de Julio a Diciembre durante el año 2010.

GASTOS SEMESTRALMENTE

Figura 17

	TIEMPO	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
PERSONAL	MENSUAL	\$ 264,00	6	\$ 1.584,00
ALIMENTOS	6 MESES	\$ 105,00	1	\$ 105,00
MEDICAMENTOS	6 MESES	\$ 15,00	1	\$ 15,00
NUEVAS CRIAS	6 MESES	\$ 3,00	16	\$ 48,00
TRANSPORTE	6 MESES	\$ 20,00	1	\$ 20,00
PUBLICIDAD	6 MESES	\$ 10,00	1	\$ 10,00
SERVICIOS BÁSICOS	6 MESES	\$ 30,00	1	\$ 30,00
TOTAL		\$ 447,00		\$ 1.812,00

Fuente: Criadero ECUACUY'S

Elaboración: Ángel Inga

Según el cuadro anterior podemos observar los gastos que el criadero Ecuacuy's realiza semestralmente durante su proceso de crianza y alimentación, los mismos que no todos son constantes ya que estarán variando de acuerdo a la producción que se genera en el criadero de cuyes. Teniendo el costo más altos en, personal que se lo pagará el básico \$ 264,00 mensual por la alimentación y mantenimiento del mismo. Los siguientes costos variaran según su producción.

5.2. Flujo de Caja

Los siguientes datos de ingresos y gastos que se presenta en el flujo de caja son valores que se realizan semestralmente por parte del criadero Ecuacuy's. los mismos que explican la cantidad de cuyes que vende mensualmente según los gustos y preferencias de nuestros consumidores, sus gastos debido a la alimentación y mantenimiento del criadero y sus ingresos que son el resultado de su actividad, los mismos que se muestran a continuación.

5.2.1. Rentabilidad del Negocio.

FLUJO DE INGRESOS Y GASTOS

CRIADERO "ECUACUY`S" 2010

Figura 18

INGRESO	VALOR SEMESTRAL	DESGLOSE DEL SEMESTRE					
		JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Vta. De Cuyes	3355	700	800	400	400	455	600
TOTAL INGRESOS		700	800	400	400	455	600
GASTOS	VALOR SEMESTRAL						
		1	2	3	4	5	6
Gastos de Personal	1584,00	264	264	264	264	264	264
Alimentación Y Medicamentos	120,00	25	30	15	15	17	18
Transporte	18,00	3	3	3	3	3	3
Publicidad	10,02	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67
Costos de Crías	45,00	20	5	5	5	5	5
Servicios Basicos	30,00	5	5	5	5	5	5
TOTAL GASTOS	1807,02	318,67	308,67	293,67	293,67	295,67	296,67
UTILIDAD	1547,98	381,33	872,66	978,99	1085,32	1244,65	1547,98

Fuente: Criadero ECUACUY`S

Elaboración: Ángel Inga

Según el cuadro elaborado podemos observar, que el criadero Ecuacuy's vende \$ 3355,00 en su producto total durante el semestre de julio a diciembre del 2010 en sus diferentes servicios que ofrece para sus clientes de acuerdo a su estudio realizado, el mismo que no es un valor líquido que podrá percibir por los gastos que ha tenido que cubrir, siendo estos como: gastos en personal de US\$ 1584,00 por el mantenimiento al criadero de cuyes durante los seis meses de mantenimiento, alimentación y medicamentos un valor de US\$ 120,00 el mismo que estará variando cada mes de acuerdo a su producto en stock, para transporte US\$ 18,00, por el traslado de la alimentación, publicidad US\$ 10,02, por las tarjetas de presentación que se utiliza como medio de comunicación a los diferentes clientes, costos por crías US\$ 45,00, Por la calidad del producto que siempre se lo mantiene, servicio básicos US\$ 30,00. Teniendo un total de gastos de US\$ 1807,02, el mismo que logra cubrir los gastos que tiene el criadero de acuerdo a su producción. De acuerdo a sus actividades llevadas durante el semestre el criadero percibe una utilidad de US\$ 1547,98 semestral.

5.3. Publicidad y Eslogan

5.2.1. Diseño de la tarjeta de presentación

Por medio de la presente tarjeta de presentación estaremos dando a conocer los diferentes servicios que el Criadero "ECUACUY'S" a estado ofreciendo al mercado, en la misma que se ha realizado diferentes cambios para llamar la atención de los clientes y servirles de una mejor manera en sus gustos y preferencias. Ver anexo 2

5.2.2. Hojas volantes en restaurants y almacenes agrícolas

Este tipo de publicidad ha sido implementado con el fin de llegar y darnos a conocer en los diferentes lugares que todavía no han adquirido nuestro producto como son en restaurants, y centros agrícolas. Los mismos que serán entregados en los lugares más estratégicos que la organización lo designen.

Ver anexo 3

5.2.3. Eslogan

➤ **“El Sabor Tradicional”**

El slogan seleccionado será ubicado en los medios que utilicemos como publicidad ya sea en tarjetas de presentación, material POP, banners, etc. Y por medio del mismo estar relacionado con nuestros clientes cautivando a la actividad que el criadero brinda como un producto tradicional y cultural.

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Al efectuar este proyecto, podemos decir que para alcanzar con éxito y tener buenos resultados hay que realizarlo con mucha voluntad y entusiasmo puesto que el mismo nos servirá para desenvolvemos en empresas que vayamos a desempeñar dichas funciones y más si este proyecto será aplicado a la práctica, que lo más importante serán los conocimientos que hemos puesto al desarrollar este proyecto, los mismos que se ha adquirido en las aulas de clase, ciclos de estudio y curso de graduación.

Por lo que manifestamos que una Planificación estratégica es muy importante para cualquier empresa ya que nos ayuda a disminuir los errores que se pueden ocasionar en un proyecto de inversión, en el mismo que se debe puntualizar detalladamente todos los elementos que sean necesarios a la hora de aplicar a la realidad.

6.2 Recomendaciones

- Considero como un punto importante que se debe realizar una investigación profunda de mercado para saber con exactitud quienes van a ser sus competidores y en especial si el producto que se va a ofrecer va ser aceptado o rechazado por los consumidores.
- En el caso del criadero de cuyes que el inversionista o socios conozca claramente todo acerca de la materia y la producción para que su negocio sea todo un éxito, tengan bien claras sus ideas de negocio que es lo que quiere hacer y a dónde quiere llegar, a través de una planificación estratégica bien desarrollado.

6.3. Anexos

ANEXO1: Preguntas de entrevista

- ¿Cada qué tiempo consume su familia el cuy?
- ¿Por cuántos miembros está conformada su familia?
- ¿Cuántos cuyes consumen su familia?
- ¿Por qué consume el cuy?
- ¿En qué lugar usted adquiere el cuy?
- ¿Ha tenido usted algún problema al adquirir el cuy?
- ¿Le gustaría adquirir el cuy con una higiene y calidad garantizada durante su época de crianza?
- ¿Además le gustaría que este producto sea entregado a domicilio?

ANEXO 2: Tarjeta de presentación

Figura 19



Fuente: Criadero ECUACUY'S

Elaboración: Ángel Inga

ANEXO 3: Hojas Volantes

Figura 20



Fuente: Criadero ECUACUY'S

Elaboración: Ángel Inga

ANEXO 4: Revista del Cuy en el Ecuador

ANEXO 5: Trípticos de Almacenes Agrícolas

BIBLIOGRAFIA

<http://www.criaderos/producción.gov.ec>

<http://portalecuador.ec/module-Pagesetter-viewpub-tid-2-pid-141.php>

http://es.wikipedia.org/wiki/Planificaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica

<http://que-significa.com.ar/significado.php?termino=ampliacion>

<http://aprenderfinanzas.com/ampliacion-de-capital/>

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=6&sg=43>