



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de  
emprendimiento previo a la obtención del Título de  
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “Creación de una empresa productora y  
comercializadora de conejo empacado al vacío en el  
Sector Zona El Canal del Cantón Salcedo”**

**AUTOR: Juan Pablo Chimba Chisaguano**

**TUTOR: Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva**

**AMBATO – ECUADOR**  
**Febrero 2020**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de una empresa productora y comercializadora de conejo empacado al vacío en el Sector Zona El Canal del Cantón Salcedo**” presentado por el señor **Juan Pablo Chimba Chisaguano** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 15 de julio del 2020



**Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva**

**C.I. 0501797351**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Juan Pablo Chimba Chisaguano**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Juan Pablo Chimba Chisaguano**

**C.I. 0503649014**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Ing. Elías David Caisa Yucailla**

**C.I. 1803081296**



**Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez**

**C.I. 1802490548**

Ambato, 15 de julio del 2020

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



**Juan Pablo Chimba Chisaguano**

**C.I. 050364901.4**

## AGRADECIMIENTO

*“Pon en manos del Señor todas tus obras, y tus proyectos se cumplirá”*

*Proverbios 16:3*

Primeramente quiero extender mi agradecimiento a Dios, quien me ha bendecido y ha hecho cumplir uno de mis metas propuestas.

A mi padre (Pablo Chimba) quien desde el cielo me cuida y me acompaña, a mi madre (Juana Chisaguano) quien ha estado a mi lado durante este proceso de mi vida, a mis hermanos/as, quienes me han apoyado cuando lo he necesitado y a toda mi familia.

A la Universidad Técnica de Ambato, Facultad Ciencias Administrativas por darme la oportunidad de formarme y llegar a cumplir mis sueños.

Al Doctor MBA. Walter Jiménez por compartir sus conocimientos y guía en este proceso de realización del presente proyecto.

Al Centro Cristino “Mensajera de Jesús” y Centro de Desarrollo de la Niñez EC-490 “Allik-Wiñay” por permitirme realizar prácticas en el ámbito que me he formado.

*Juan Pablo Chimba*

## DEDICATORIA

*“El corazón del hombre traza su rumbo, pero sus pasos los dirige el Señor”.*

*Proverbios 16:9*

El presente trabajo de emprendimiento se lo dedico en primer lugar a Dios por guiarme, cuidarme, bendecirme y ayudar a cumplir con mis metas.

Con amor y cariño a mis padres Pablo Chimba y Juana Chisaguano quienes me han dado la vida, y por su sacrificio y esfuerzo me ha dado la oportunidad de darme el apoyo incondicional durante todos estos años de vida.

A toda mi familia por confiar en mis capacidades y apoyarme en los momentos que más lo necesitaba.

A mis amigos del Centro Cristiano “Mensajera de Jesús” con quienes he compartido alegrías, tristezas y muchas experiencias.

*Juan Pablo Chimba*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR .....	v
AGRADECIMIENTO .....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA .....	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
ÍNDICE DE ECUACIONES .....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>1</b>
1. Definición del problema de la investigación .....	1
1.1. Contextualización.....	1
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>5</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....</b>	<b>5</b>
2.1. Nombre del emprendimiento.....	5
2.2. Localización geográfica .....	5
2.3. Justificación.....	6
2.4. Objetivos .....	7
2.4.1. Objetivo general .....	7
2.4.2. Objetivos específicos.....	7
2.5. Beneficiarios.....	7
2.5.1 Resultados a alcanzar.....	8
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>9</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>9</b>
3.1. Descripción del producto .....	9
3.2. Segmentación de mercado.....	9



3.3. Resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Salcedo .....	12
3.4. Estudio de la demanda.....	23
3.4.1. Estudio de la Demanda en personas .....	23
3.4.2. Estudio de la demanda en productos .....	24
3.4.3. Proyección de la demanda en productos.....	25
3.5. Estudio de la oferta.....	26
3.5.1. Estudio de la oferta en personas .....	26
3.5.2. Estudio de la oferta en productos .....	27
3.6. Mercado potencial para el proyecto .....	29
3.7. Precios .....	30
3.8. Canales de comercialización .....	31
3.9. Canales de distribución .....	32
3.10. Estrategias de comercialización .....	32
3.10.1. Producto.....	33
3.10.2. Estrategias promocionales .....	33
3.10.3. Estrategias de precio .....	34
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>35</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>35</b>
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	35
4.2. Localización .....	37
4.3. Ingeniería del Proyecto.....	38
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>46</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>46</b>
5.1. Aspectos generales .....	46
5.2. Diseño Organizacional .....	47
5.2.1. Visión.....	47
5.2.2. Misión.....	47
5.2.3. Valores.....	48
5.3. Estructura Organizativa.....	49
5.4. Estructura Funcional .....	49
5.5. Manual de Funciones .....	50
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>57</b>
<b>ESTUDIOS FINANCIERO.....</b>	<b>57</b>
6.1. Inversión de activos fijos tangibles .....	57
6.2. Inversión de activos diferidos o intangibles .....	60

6.3 Inversión de activos circulantes o capital de trabajo.....	62
6.3.1 Activo Circulante.....	62
6.3.2 Pasivo Corriente.....	63
6.3.3 Capital de Trabajo.....	64
6.4. Financiamiento.....	65
6.5. Plan de inversiones.....	66
6.6 Presupuesto de gastos e ingresos.....	67
6.6.1. Situación financiera actual.....	73
6.6.2. Situación financiera proyectada.....	74
6.6.3. Presupuesto de ingresos.....	76
6.6.4. Estado de resultados proyectado.....	77
6.6.5. Flujo de caja.....	78
6.7. Punto de equilibrio.....	79
6.7.1 Punto de Equilibrio (Unidades Monetarias).....	79
6.7.2 Punto de equilibrio en Unidades de Producción.....	80
6.7.3. Gráfico del Punto de Equilibrio.....	80
6.8. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.....	81
6.8.1. Cálculo Tmar 1 sin financiamiento.....	81
6.8.2. Cálculo Tmar2 sin financiamiento.....	81
6.8.3. Cálculo de la Tmar1 global mixto.....	82
6.8.4. Cálculo Tmar2 Global Mixto.....	82
6.9. Valor presente neto o valor actual neto (VAN).....	83
6.9.1. Calculo VAN1.....	83
6.9.2. Valor Actual Neto VAN2.....	84
6.10. Indicadores financieros.....	85
6.10.1 Índice de Solvencia.....	85
6.10.2 Índice de Liquidez.....	86
6.10.3 Índice de Endeudamiento.....	86
6.10.4 Índice de Apalancamiento.....	87
6.11. Tasa beneficio – costo.....	88
6.12. Periodo de recuperación de la inversión.....	89
6.13. Tasa interna de retorno.....	89
6.14. Análisis de sensibilidad.....	90
6.14.1 Escenario Optimista +20%.....	91
6.14.2. VAN OPTIMISTA +20%.....	92

6.14.3. VAN2 Optimista +20%.....	92
6.14.4. Cuadro de Sensibilidad .....	96
<b>CAPITULO VII .....</b>	<b>97</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>97</b>
7.1. Conclusiones .....	97
7.2 Recomendaciones.....	98
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>106</b>
ANEXOS 1. Encuesta .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de involucrados .....	2
Tabla 2. Segmentación de mercado .....	10
Tabla 3. Tasa de crecimiento poblacional.....	11
Tabla 4. Género.....	12
Tabla 5. Edad .....	13
Tabla 6. Consume de carne de conejo .....	14
Tabla 7. Consumo de carne de conejo empacado al vacío .....	15
Tabla 8. Beneficios .....	16
Tabla 10. kg de consumo .....	17
Tabla 11. Precio .....	18
Tabla 12. Lugar para adquirí el producto.....	19
Tabla 13. Promociones.....	20
Tabla 14. Publicidad .....	21
Tabla 15. Planta procesadora de conejo.....	22
Tabla 16. Demanda en personas .....	23
Tabla 17. Crecimiento de demanda en personas.....	23
Tabla 18. Demanda en productos.....	25
Tabla 19 Proyección demanda en productos .....	25
Tabla 20. Oferta en personas .....	26
Tabla 21. Crecimiento de oferta en personas.....	26
Tabla 22. Oferta en productos.....	27
<i>Tabla 23. Crecimiento de oferta en productos .....</i>	<i>28</i>
Tabla 24. Demanda potencial insatisfecha.....	29
Tabla 25. Precio .....	30
Tabla 26. Tamaño del emprendimiento .....	35
Tabla 27 Tamaño óptimo .....	36
Tabla 28. Producto-proceso .....	39
Tabla 29. Materia Prima .....	42
Tabla 30. Insumo .....	42
Tabla 31. Materiales Indirectos.....	42
Tabla 32 Capacidad de Producción.....	43

Tabla 33. Maquinaria .....	43
Tabla 34. Equipo.....	44
Tabla 35. Mano de obra directa e indirecta.....	44
Tabla 36. Cuadro de Valores .....	48
Tabla 37. Terreno.....	57
Tabla 38. Edificio.....	58
Tabla 39. Vehículo.....	58
Tabla 40. Maquinaria .....	58
Tabla 41. Equipos .....	58
Tabla 42. Equipo de cómputo .....	59
Tabla 43. Muebles y enseres .....	59
Tabla 44. Herramientas .....	59
Tabla 45. Total Activos fijos .....	59
Tabla 46. Constitución de la empresa .....	60
Tabla 47. Publicidad .....	61
Tabla 48. Permisos de funcionamiento.....	61
Tabla 49 total activos diferidos.....	61
Tabla 50. Activo circulante.....	63
Tabla 51 Resumen de inversión.....	65
Tabla 52 Financiamiento.....	65
Tabla 53 Plan de inversiones .....	66
Tabla 54. Materia prima.....	67
Tabla 55. Insumos.....	67
Tabla 56. Materiales indirectos.....	68
Tabla 57. Depreciación y amortización .....	68
Tabla 58. Mantenimiento equipo y maquinaria .....	69
Tabla 59. Mano de obra indirecta .....	69
Tabla 60. Costos totales .....	69
Tabla 61 Costos Administrativos.....	70
Tabla 62. Servicios Básicos .....	70
Tabla 63. Sueldos y salarios.....	70
Tabla 64. Costos Administrativos .....	71
Tabla 65. Costos financieros.....	71
Tabla 66. Sueldos y salarios.....	71

Tabla 67. Transporte .....	72
Tabla 68. Total costo de ventas.....	72
Tabla 69. Total de costos .....	72
Tabla 70. Balance General.....	73
Tabla 71. Balance General Proyectada .....	75
Tabla 72. Demanda en productos.....	76
Tabla 73. Estado de Resultados Proyectado .....	77
Tabla 74 Flujo de Caja .....	78
Tabla 75 Costos fijos Costos Variables .....	79
Tabla 76. Tmar1 global mixto .....	82
Tabla 77. Tmar2 global mixto .....	82
Tabla 78. Flujo de caja optimista.....	91
Tabla 79. Flujo de caja pesimista.....	94
Tabla 80. Cuadro de sensibilidad.....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de Problemas .....	3
Gráfico 2. Árbol de Objetivo .....	4
Gráfico 3 Consumo de carne de conejo .....	14
Gráfico 4 Consumo de carne de conejo empacado al vacío .....	15
Gráfico 5. Beneficios .....	16
Gráfico 7. kg de consumo .....	17
Gráfico 11 Precio .....	18
Gráfico 9. Lugar para adquirir el producto .....	19
Gráfico 10. Promociones .....	20
Gráfico 11. Publicidad .....	21
Gráfico 12. Planta procesadora de carne de conejo .....	22
Gráfico 13. Demanda en personas .....	24
Gráfico 14. Demanda en productos .....	25
Gráfico 15. Oferta en personas .....	27
Gráfico 16. Oferta en productos.....	28
Gráfico 17. DPI.....	29
Gráfico 18. Precio .....	31
Gráfico 19. DPI conejos.....	36
Gráfico 20. Demanda en productos .....	76
Gráfico 21. Punto de equilibrio.....	80

## ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Muestra.....	11
Ecuación 2. Lote económico.....	62
Ecuación 3. Pasivo Corriente.....	63
Ecuación 4. Capital de trabajo.....	64
Ecuación 5 Inversión inicial.....	64
Ecuación 6. Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	79
Ecuación 7. Punto de equilibrio en unidades de producción.....	80
Ecuación 8. Tamar1.....	81
Ecuación 10 Tmar2.....	81
Ecuación 10. VAN1.....	83
Ecuación 11. VAN2.....	84
Ecuación 12. Solvencia.....	85
Ecuación 14 Liquidez.....	86
Ecuación 14. Endeudamiento.....	87
Ecuación 15. Apalancamiento.....	87
Ecuación 16. Relación Beneficio Costo.....	88
Ecuación 17. Periodo de recuperación de la inversión.....	89
Ecuación 18. Tasa Interna de Retorno.....	90
Ecuación 19. VAN1 optimista.....	92
Ecuación 20. VAN2 optimista.....	92
Ecuación 21. Relación beneficio costos optimista.....	92
Ecuación 22. PRI optimista.....	93
Ecuación 23. TIR optimista.....	93
Ecuación 24. VAN1 pesimista.....	95
Ecuación 25. VAN2 pesimista.....	95
Ecuación 26. Relación beneficio coto pesimista.....	95
Ecuación 27. PRI pesimista.....	95
Ecuación 28. TIR pesimista.....	96



## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora de carne de conejo empacado al vacío en el Sector Zona El canal del Cantón Salcedo, además impulsaremos a los pequeños emprendedores tanto como a los productores de conejos así también a quienes requieran este producto procesado como son los restaurantes, ferias gastronómicas, etc.

Para realizar este proyecto se ha recopilado información en los diferentes ámbitos como: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero a fin de desarrollar un proyecto sustentable sobre el consumo de la carne de conejo.

El instrumento de que hemos desarrollado, es decir una encuesta nos da a conocer que el consumo de la carne de conejo es aceptable dentro de los habitantes del Cantón Salcedo, por lo tanto realizar este emprendimiento es factible. Y además con los resultados obtenidos en el estudio financiero nos indica que la inversión inicial se recuperara en tres años, cinco meses y quince días, siendo menor al tiempo de estimación del proyecto que corresponde a 5 años.

De esta manera se podido demostrar la factibilidad de este proyecto que es un aporte muy importante dentro de la economía local del cantón y provincia y la generación de fuentes de trabajo de manera directa e indirecta para los habitantes del Sector.

**PALABRAS CLAVE:** CONEJO, PROYECTO, PRODUCCION, COMERCIALIZACIÓN

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to determine the feasibility of creating a vacuum-packed rabbit meat production company in the Sector Sector The Canal del Cantón Salcedo, in addition we will promote small entrepreneurs as well as rabbit producers as well as who require this processed product such as restaurants, food fairs, etc.

To carry out this project, information has been collected in different areas such as: market research, technical study, organizational study and financial study in order to develop a sustainable project on rabbit meat consumption.

The instrument that we have developed, that is to say a survey, shows us that the consumption of rabbit meat is acceptable among the inhabitants of the Salcedo Canton, therefore carrying out this venture is feasible. And also with the results obtained in the financial study, it indicates that the initial investment will be recovered in three years, five months and fifteen days, being less than the estimated time of the project corresponding to 5 years.

In this way, it was possible to demonstrate the feasibility of this project, which is a very important contribution within the local economy of the canton and province and the generation of sources of work directly and indirectly for the inhabitants of the Sector.

**KEY WORDS:** RABBIT, PROJECT, PRODUCTION, MARKETING

The purpose of this project is to determine the feasibility of creating a vacuum-packed rabbit meat production company in the Sector Sector The Canal del Cantón Salcedo, in addition we will promote small entrepreneurs as well as rabbit producers as well as who require this processed product such as restaurants, food fairs, etc.

To carry out this project, information has been collected in different areas such as: market research, technical study, organizational study and financial study in order to develop a sustainable project on rabbit meat consumption.

The instrument that we have developed, that is to say a survey, shows us that the consumption of rabbit meat is acceptable among the inhabitants of the Salcedo Canton, therefore carrying out this venture is feasible. And also with the results obtained in the financial study, it indicates that the initial investment will be recovered in three years, five months and fifteen days, being less than the estimated time of the project corresponding to 5 years.

In this way, it was possible to demonstrate the feasibility of this project, which is a very important contribution within the local economy of the canton and province and the generation of sources of work directly and indirectly for the inhabitants of the Sector.

**KEY WORDS:** RABBIT, PROJECT, PRODUCTION, MARKETING



# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Para los autores Padrón y Chacín (2014), el problema de investigación es una proposición principal que enuncia algo que puede ser hecho, demostrado o encontrado. A criterio de (Bauce, 2017), es una pregunta u oración interrogativa que inquiere algo acerca de las relaciones entre fenómenos o variables. El autor (Paredes, 2018) considera que es la etapa que pueda ser sometida a observación y análisis, con el fin de comprobarla. En tal sentido, se alude que el problema de investigación es hecho o situación que requiere ser comprobada o demostrada para encontrar una solución.

### **1. Definición del problema de la investigación**

#### **1.1. Contextualización**

De acuerdo a (Moya, 2014) el consumo de la carne de conejo en la ciudad de Salcedo, se ha consolidado como uno de los más solicitados en restaurantes, paraderos, así como en zonas turísticas del cantón. Donde, los habitantes de las comunidades de la Zona El Canal que practican actividades de agricultura y crianza de animales de corral como los conejos, les permite lograr un ingreso para sus familias.

Actualmente, las autoridades no han brindado apoyo alguno en relación a capacitaciones y programas para impulsar la crianza de estas especies; sin embargo, la producción de estas especies es de buena calidad. Además, existe otro problema para quienes se dedican a esta actividad de crianza de conejos, pues generalmente muchas de las veces no los vende en un precio que les represente una ganancia ya que para la mantener a los conejos también hay que considerar gastos como alimentación y cuidados para que estos sean comercializables.

Por tal motivo se pretende realizar un estudio paulatino para obtener un producto (carne de conejo) de mejor calidad y a la vez a la vez dar solución para contar con un centro de acopio y procesamiento de faenamiento de carne de conejo apto para el consumo humano.

a) Explicar las insuficiencias que existen en la práctica empresarial que fundamentan el desarrollo de una nueva empresa, producto o proceso.

b) Argumentar la necesidad social de la creación del emprendimiento.

Tabla 1. Matriz de involucrados

<b>GRUPOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>RECURSOS Y MANDATOS</b>
Productores de conejo de sector Zona El Canal	➤ Mejorar el proceso de faenamiento del conejo para un consumo sano	➤ Bajos precios en la comercialización de conejos	➤ Ley de Economía Popular y Solidaria
GAD Salcedo	➤ Formar establecimientos que garanticen Productos saludables	➤ Congestión y saturación en la feria de animales	➤ Ley organiza de Salud
MAGAP	➤ Impulsar el emprendimiento agropecuario en el área rural	➤ Bajo nivel de salubridad en la carne de conejo	➤ Plan de Desarrollo del Buen Vivir
COMERCIANTES	➤ Adquirir carne de conejo de buena calidad	➤ Falta de control de calidad	➤ Ley Orgánica de la defensa del consumidor: ➤ Artículo 92
INVESTIGACION DE CAMPO	➤ Crear un centro de acopio de la carne de conejo	➤ Aceptación de la población	

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de Campo

Gráfico 1. Árbol de Problemas

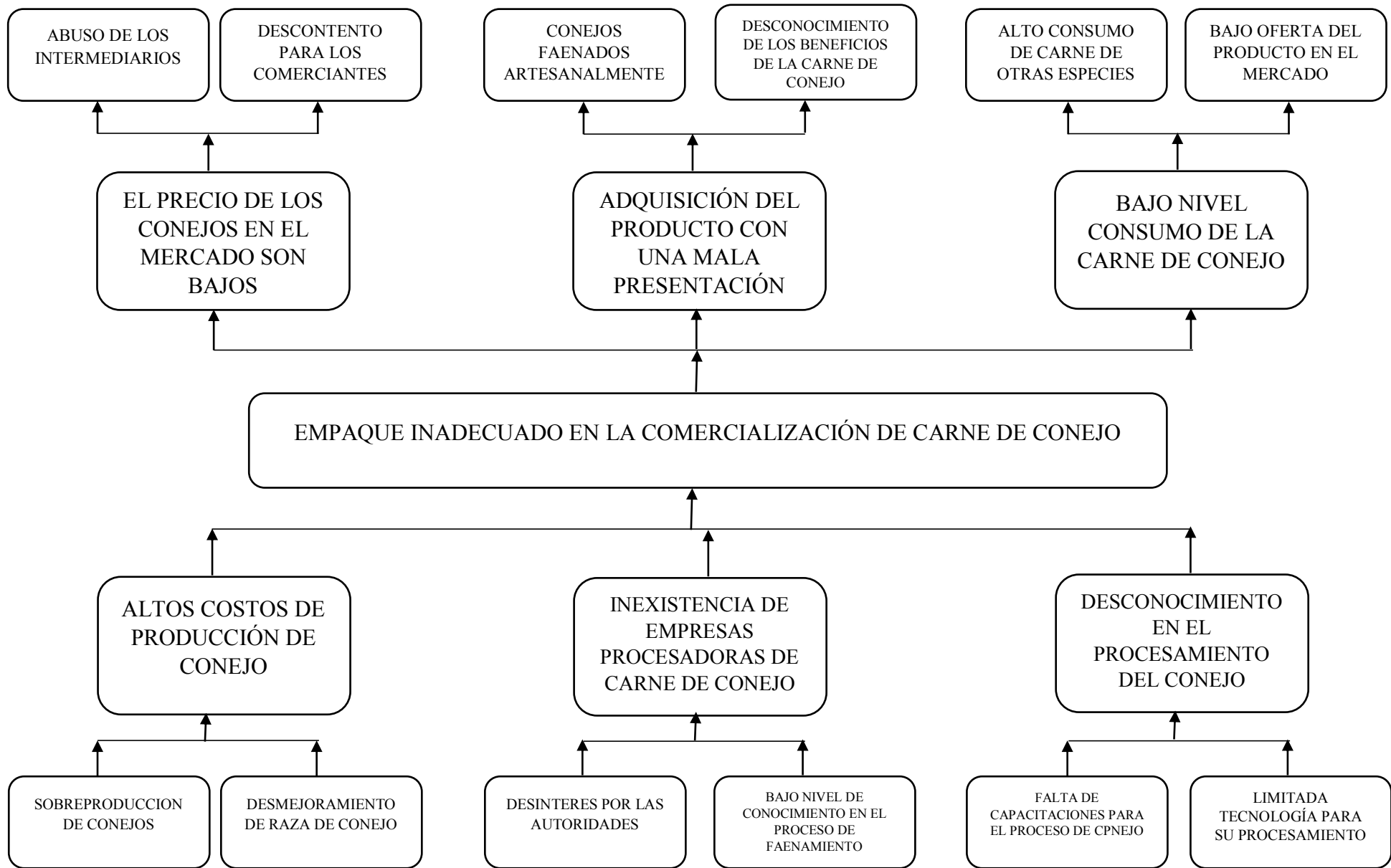
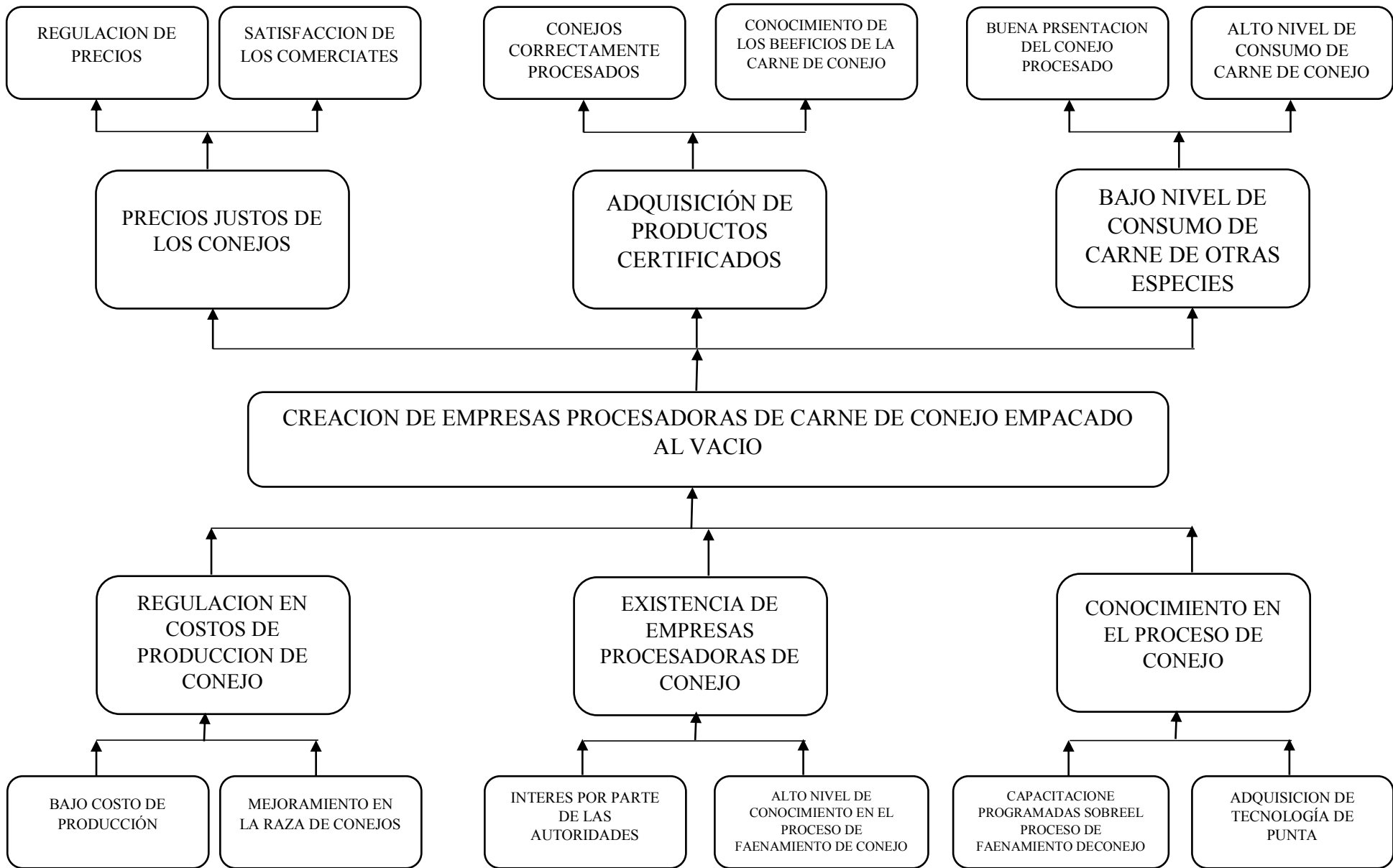


Gráfico 2. Árbol de Objetivo



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano  
 Fuente: Investigación de Campo



## **CAPITULO II.**

### **DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

El autor (Formichella, 2011) manifiesta que emprendimiento es el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, puesto que posee ciertas características con un grado de incertidumbre e innovación. Para los autores Marulanda, Correa, y Mejía (2014), es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos en una región o país, siendo el ser humano el principal pilar. Para (Velásquez, 2017) es la actividad idónea que el individuo (emprendedor) puede realizar en una economía que busca crecer de forma permanente y progresiva. Por tanto, se alude que emprendimiento es una actividad o característica que abarca innovación ante un mercado que está en constante cambio debido a las necesidades.

#### **2.1. Nombre del emprendimiento**

**“CONEJO EMPACADO PABLYTO”**

#### **2.2. Localización geográfica**

Para el autor (Vallejo, 2014), la localización geográfica es la ubicación que un objeto o persona tiene en un determinado espacio. A criterio de (Pérez, 2015), es un sistema de posicionamiento que indica o establece la ubicación de una empresa, institución u organización presente en el mercado. La localización geográfica es la determinación del lugar en el cual se halla una persona o una cosa (Ucha, 2016; Mazurek, 2018). De esta forma, en base al aporte de los autores la localización geográfica es la ubicación que permite conocer donde se encuentra una empresa, entidad u organización.

La localización geográfica del proyecto es la siguiente:

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Salcedo

Sector: Zona de Canal

*Ilustración 1. Localización geográfica*



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Google Maps (2019)

### **2.3. Justificación**

Por medio de este proyecto se busca promover los emprendimientos en el área rural de la zona motivo de estudio, misma que presenta deficiencias en el manejo de los productos que se pueden obtener de la crianza de animales para el consumo humano específicamente del conejo, este producto al pasar los años ha venido siendo un plato favorito de las personas al momento de alimentarse. Los agricultores asentados en esta Zona El Canal durante años se han dedicado a la crianza de animales de corral, particularmente de conejos, para comercializarlos en el mercado de animales del Cantón Salcedo, pero los precios de venta son bajos y no representan todos los gastos del proceso, por lo cual en algunos casos no permite cubrir el costo que implica criar a los conejos.

El problema que se identifica en el sector Zona El Canal del Cantón Salcedo es la carencia de una empresa para el faenamamiento y comercialización de los conejos donde los productores puedan ofrecer su producto; y este, a su vez sea correctamente procesado para la adecuada comercialización de su carne y apta para el consumo humano, cumpliendo con normas de higiene que se puede alcanzar cuando el producto se encuentre empacado al vacío. Por esta razón se pretende crear una empresa procesadora y comercializadora de carne de conejo al vacío, para mejorar el producto y poder regular el precio del producto para los agricultores que se dedican esta actividad. Para lo cual se realizará un amplio estudio de investigación que permita

mejorar el empaque y presentación del producto y a la vez exista en el cantón Salcedo una forma adecuado de comercio y faenamamiento de este producto.

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1. Objetivo general**

- Determinar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de carne de conejo empacado al vacío en el Sector Zona El Canal del Cantón Salcedo.

### **2.4.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para conocer la factibilidad de crear una empresa de empacado de conejo.
- Desarrollar un estudio técnico administrativo para establecer la empresa de empacado de conejo.
- Determinar la factibilidad económica y financiera en dicha creación para demostrar si es rentable.

## **2.5. Beneficiarios**

Según (León, 2016), los beneficiarios del emprendimiento pueden ser directos (personas que se benefician de la implementación del negocio siendo participe activo del mismo) e indirectos (persona que aprovecha de la implementación del negocio, pero no ejerce ninguna influencia en la elaboración del producto y/o servicio). Para el autor Ferna (2017), son las personas que obtendrán algún tipo de beneficio por la consumación del mismo. Los beneficiarios de un emprendimiento son aquellos que necesitan del bien o servicio para satisfacer la necesidad identificada cómo problema (García, 2018); (Ojeda, 2019). Por tanto, los beneficiarios son las personas que directa o indirectamente permiten que el emprendimiento se expanda en un mercado tan cambiante.

La empresa se establecerá de forma legal con documentos pertinentes por lo que la empresa “CONEJO EMPACADO PABLYTO” realizará con eficiencia los pagos de los impuestos.

- Esta empresa será fuente de trabajo dentro de la Zona El Canal con beneficios de la ley establecidos dentro del código de trabajo.
- Los principales beneficiarios serán las personas dedicadas a la producción de conejos ya que en la actualidad el precio obtenido en los mercados no cumple con las expectativas del vendedor.

### **2.5.1 Resultados a alcanzar**

- Las personas que se dediquen a la crianza y comercialización pueden sentirse conformes por la paga recibida.
- Desarrollar nuevas formas de presentaciones del conejo que garanticen el sabor y la calidad de la carne.
- Incrementar el consumo de conejo empacado en el mercado local.

## **CAPITULO III.**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Para los autores (Pesántez, 2012; Peñalver, 2013), es la recopilación y análisis de los antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un producto o servicio para atender una necesidad, además de tener una noción amplia del entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, competidores, proveedores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social. El estudio de mercado es la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para tomar decisiones dentro del campo del marketing (Villena, 2015). Según (Sapag, 2017); (Walker, 2018), es una herramienta que facilita la obtención de datos para ser analizados y procesados estadísticamente con la finalidad de obtener resultados de aceptación o complicaciones de un producto y/o servicio.

De esta forma, se alude que es un proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información que la empresa necesita para tomar decisiones de marketing.

#### **3.1. Descripción del producto**

Un producto, se define como un conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisfacen el deseo o necesidad del consumidor a cambio de dinero u alguna otra unidad de valor (Stanton, 2010). Para Thompson (2012), es el punto central de la oferta que realiza toda empresa al mercado meta para satisfacer las necesidades o deseos, y con ello alcanzar los objetivos empresariales. Los autores (Arteaga, 2015); (Wijesena, 2016), definen el término producto, como el conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le otorgan la capacidad para ser intercambiado o usado.

En tal sentido, se recalca que el producto es la oferta con que una compañía satisface una necesidad o deseo.

#### **3.2. Segmentación de mercado**

Para (Thompson, 2012), la segmentación de mercado es la forma en que una empresa decide agrupar a los clientes según las necesidades o preferencias, con la finalidad de

lograr una ventaja competitiva. Es la división de un mercado en grupos distintos de compradores con necesidades, características y conductas heterogéneas que requieren de mezclas separadas de productos o de mercadotecnia (Rodríguez, 2015). Los aportes de (Alles, 2017; Fernández, 2019), mencionan que es el proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, en lo relativo a los deseos, actitudes y hábitos de vida que busquen en el producto el mismo conjunto de atributos o ventajas, con la finalidad de satisfacer de manera efectiva las necesidades del cliente y los objetivos comerciales de la empresa, entidad u organización.

En base a los aportes, puede definirse la segmentación de mercado como la división del universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea.

Tabla 2. Segmentación de mercado

<b>Variable de Segmentación</b>	<b>Variable</b>	<b>Dato</b>	<b>Fuente</b>	<b>Año</b>
Geográfica	Zona 3	1'677.761	INEC	2010
Geográfica	Cotopaxi	409.205	INEC	2010
Geográfica	Salcedo	58.216	INEC	2010
Demográfica	Población mayor a 5 años	52.173	INEC	2010
Demográfica	Población económicamente activa (Salcedo)	31.786	INEC	2010

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** INEC 2010, Censo poblacional 2010

Así, el mercado objetivo en el año 2010 es 31.786.

Para realizar este proyecto de emprendimiento de carne de conejo al vacío se ha tomado en cuenta los habitantes de la provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo los cuales fueron 31,786 habitantes, estos datos fueron proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. Para calcular la proyección del mercado meta del año 2010 al año 2019 utilizamos la tasa de crecimiento poblacional, siendo este 1.4% que fue obtenida de las tasa de natalidad – tasa de mortalidad.

$$\text{Tasa de Crecimiento Poblacional} = 1.4\%$$

Tabla 3. Tasa de crecimiento poblacional

Año	Mercado Objetivo	Tasa de Crecimiento Poblacional (TCP)	Incremento
2010	31.786	1,40%	445
2011	32.231	1,40%	451
2012	32.682	1,40%	458
2013	33.140	1,40%	464
2014	33.604	1,40%	470
2015	34.074	1,40%	477
2016	34.551	1,40%	484
2017	35.035	1,40%	490
2018	35.525	1,40%	497
2019	36.023		

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: INEC Censo del 2010 de población y vivienda

**Análisis:** el mercado meta para el emprendimiento de carne de conejo al vacío es de 36.023 habitantes, que es la población actual del cantón Salcedo.

### Muestra

*Ecuación 1 Muestra*

$$n = \frac{z^2 PQN}{z^2 PQ + N e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(36023)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (36023)(0,05)^2}$$

$$n = 380$$

### Donde:

n= Tamaño de muestra a estimar

N= Población de universo

Z= Nivel de confianza de la muestra (1,96)

P= Proporción de aceptación (0,50)

Q= Proporción de rechazo (0,50)

e= Error (5%)

### 3.3. Resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Salcedo

#### Pregunta #1 Género

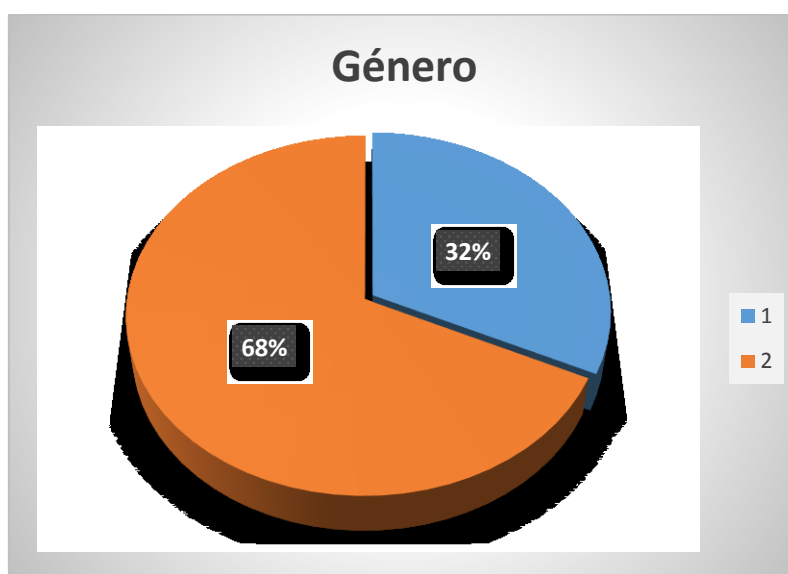
Tabla 4. Género

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Masculino	122	11.528	32%
Femenino	258	24.495	68%
TOTAL	380	36.023	100%

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 1. Género



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

#### Análisis

El mercado objetivo al que está enfocado este proyecto de emprendimiento es de 36.023 personas siendo este el 100%, de los cual el 32% que son 11.528 personas son de género masculino y el 68% que son 24.495 personas son de género femenino.

#### Interpretación

Por ello, se evidencia que la mayor parte de los encuestados son mujeres ya que poseen aspectos específicos de gustos del producto de esta investigación.



## Pregunta #2 Edad

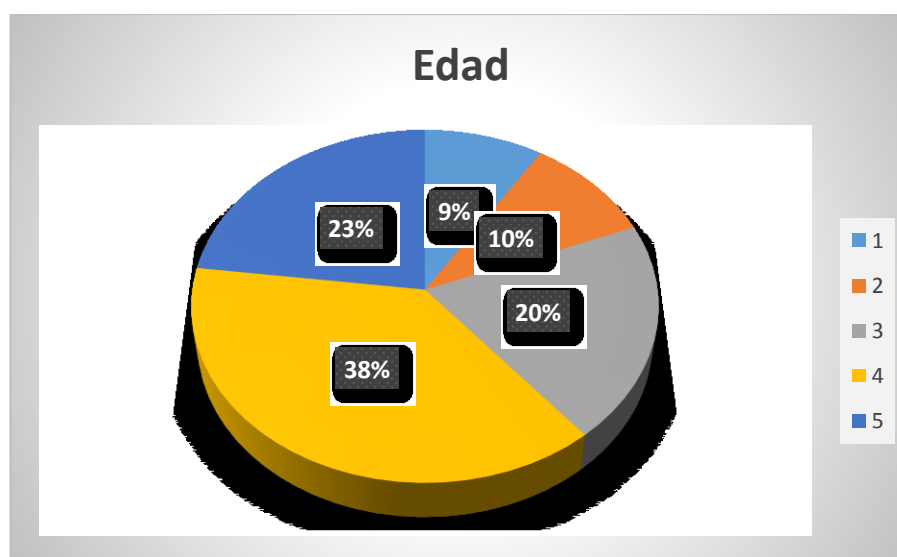
Tabla 5. Edad

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
De 15 a 20 años	35	3.242	9%
De 21 a 30 años	39	3.602	10%
De 31 a 40 años	74	7.205	20%
De 41 a 50 años	145	13.689	38%
De 51 años en adelante	87	8.285	23%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>36.023</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 2. Edad



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis

El 9% que son 3.242 personas tienen de entre 15 a 20 años de edad, el 10% que son 3.602 personas tienen 21 a 30 años de edad, el 20% que son 7.205 personas tienen de 31 a 40 años de edad, el 38% que son 13.689 personas tienen entre 41 a 50 años de edad y el 23% que son 8.285 personas tienen más de 51 años, es lo que podemos evidenciar en las encuestas realizadas.

### Interpretación

Por tanto, se muestra que la mayor parte de personas tienen entre 41 a 50 años de edad, lo cual se va a enfocar el producto de esta investigación, siendo el mercado más idóneo para tener acogida en el mismo.

## Pregunta #2.1 ¿Consume usted carne de conejo?

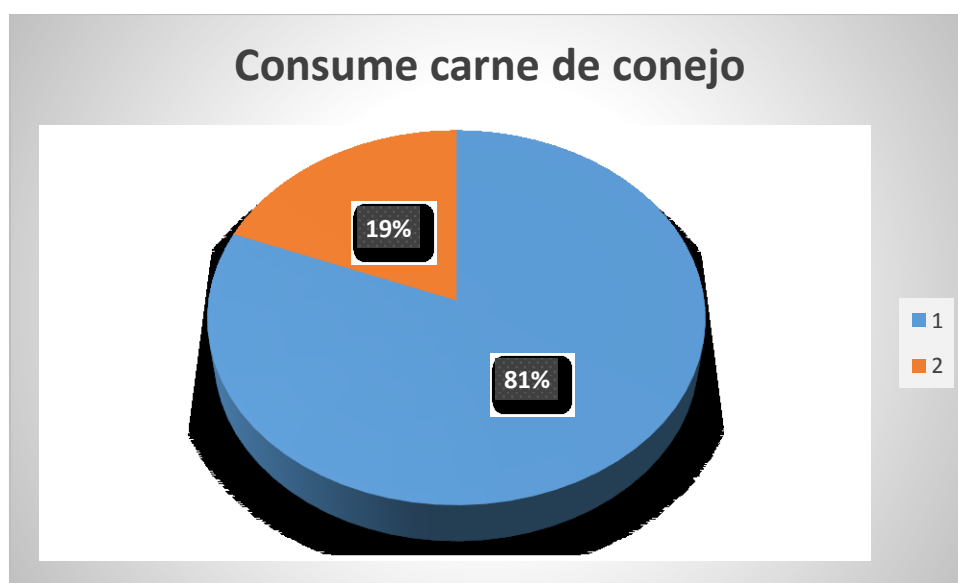
Tabla 6. Consume de carne de conejo

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Si	308	29.179	81%
No	72	6.844	19%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>36.023</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 3 Consumo de carne de conejo



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis

De las personas encuestadas el 81% que son 29.198 personas consumen la carne de conejo y el 19% que son 6.825 personas no consumen la carne de conejo, lo que nos permite evidenciar la aceptación que tiene este producto para el consumo humano.

### Interpretación

Así se evidencia que el consumo de carne de conejo es alto, puesto que la mayoría de las personas encuestas sí lo consume; siendo vital para el desarrollo de esta investigación.

## Pregunta #2.2 ¿Si se ofertara en el mercado del cantón Salcedo carne de conejo empacado al vacío lo consumiría?

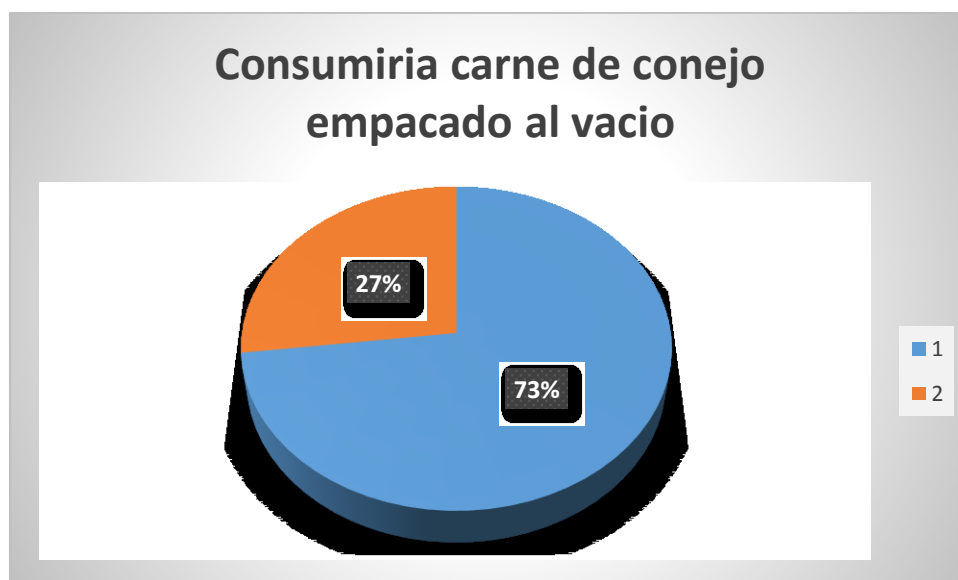
Tabla 7. Consumo de carne de conejo empacado al vacío

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Si	225	21.330	73%
No	83	7.868	27%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 4 Consumo de carne de conejo empacado al vacío



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis

En esta pregunta vamos a tomar en cuenta a las personas que en la pregunta anterior respondieron que si consumen la carne de conejo que son 29.198 personas que representan el 100%. Por lo tanto, el 73% que son 21.330 personas consumirían carne de conejo empacado al vacío y el 27% que son 7.868 personas no consumiría la carne de conejo empacado al vacío.

### Interpretación

Así se evidencia que la carne de conejo sí lo consumiría puesto que contiene vitaminas y beneficios que aportan a la salud de las personas que lo ingieren. Siendo un factor determinante para el desarrollo de esta investigación.

### Pregunta #2.3 ¿Conoce los beneficios de consumir la carne de conejo?

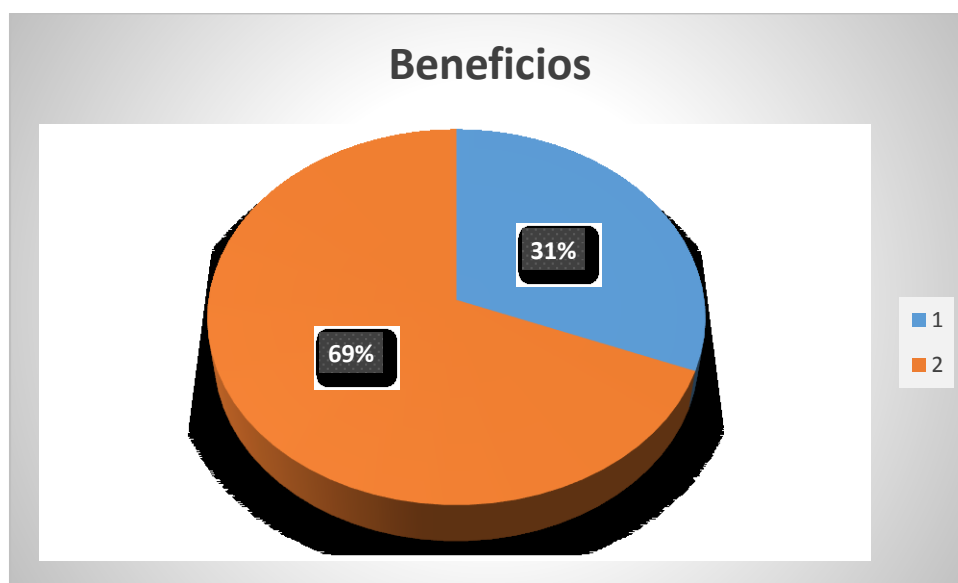
Tabla 8. Beneficios

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Si	95	9.006	31%
No	213	20.192	69%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 5. Beneficios



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis

Podemos observar que el 31% que son 9.006 personas conocen los beneficios nutricionales por el consumo de la carne de conejo; y el 69% que son 20.192 personas no conocen estos beneficios nutricionales.

### Interpretación

Así se evidencia que, en su mayoría, las personas encuestadas no conocen los beneficios específicamente sobre el consumo de la carne de conejo, pero se lo puede dar a conocer gracias a campañas promocionales.

**Pregunta #2.4 ¿En relación a la pregunta anterior cuantos kilogramos de carne de conejo consumiría mensualmente?**

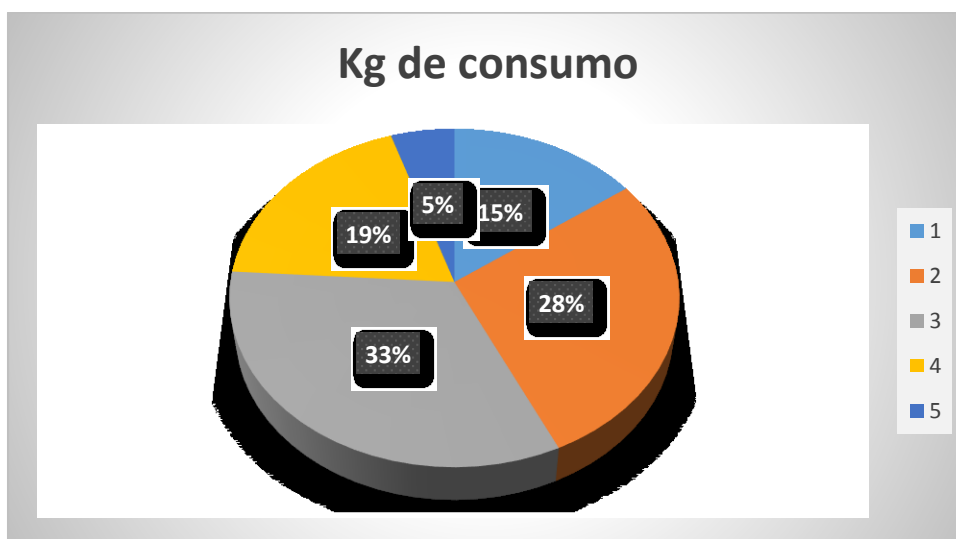
Tabla 9. kg de consumo

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
De 1,00 kg a 1,50 kg	46	4.361	15%
De 1,60 kg a 2,00 kg	86	8.153	28%
De 2,10 kg a 2,50 kg	101	9.575	33%
De 2,60 kg a 3,00 kg	59	5.593	19%
De 3,10 kg a mas	16	1.517	5%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 6. kg de consumo



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

**Análisis**

En esta pregunta nos indica que el 15% que son 4.361 personas consumirían de 1,00 kg a 1,50 kg, el 28% que son 8.153 personas consumirían de 1,60 kg a 2,00 kg, el 33% que son 9.575 personas consumirían de 2,10 kg a 2,50 kg, el 19% que son 5.593 personas consumirían de 2,60 kg a 3,00kg, y el 5% que son 1.801 personas consumirían más de 3,10 kg de carne de conejo.

**Interpretación**

Así se muestra que el consumo sería alto, considerándose un factor determinante para el desarrollo de este proyecto, puesto que el producto sí tendría acogida en el mercado actual.

**Pregunta #2.5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kilogramo de Carne de conejo empacado al vacío?**

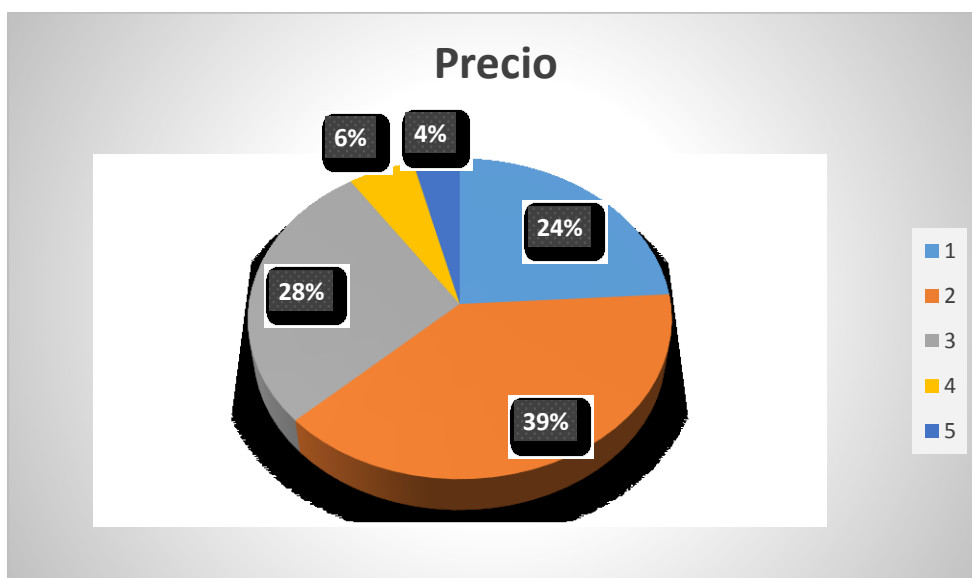
Tabla 10. Precio

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
De 4,00 a 4,50 dólares	120	11.376	39%
De 4,60 a 5,00 dólares	85	8.058	28%
De 5,10 a 5,50 dólares	74	7.015	24%
De 5,60 a 6,00 dólares	17	1.612	6%
De 6,10 dólares o mas	12	1.138	4%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 7 Precio



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

**Análisis**

El 24% que son 7.015 personas pagarías de \$3,50 a \$4,00 dólares, el 39% que son 11.376 personas pagarían de \$4,10 a \$4,50 dólares, el 28% que son 8.058 personas pagarían de \$4,60 a \$5,00 dólares, el 6% que son 1.612 personas pagarían de \$5,10 a \$5,50 dólares y el 4% que son 1.138 personas pagarían más de \$5,50 dólares.

**Interpretación**

Así se evidencia que las personas en su mayoría estarían dispuestas a pagar entre de \$4,10 a \$4,50 dólares, siendo un precio accesible al consumidor y que sí representa ganancia para el propietario.

## Pregunta #2.6 ¿Dónde le gustaría adquirir la carne de conejo empacado al vacío?

Tabla 11. Lugar para adquirir el producto

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Tiendas de barrio	77	7.300	25%
Micro mercados	134	12.703	44%
Súper mercados	58	5.498	19%
Frigoríficos	8	758	3%
Bodegas de distribución	31	2.939	10%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 8. Lugar para adquirir el producto



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis

A las personas encuestadas nos indican que el 25% que son 7.300 personas le gustaría adquirir el producto en tiendas del barrio; el 44% que son 12.703 personas le gustaría adquirir en los micro mercados; el 19% que son 5.498 le gustaría encontrarlos en los supermercados; el 3% que son 758 personas le gustaría encontrar en frigoríficos y el 10% que son 2.939 personas les gustaría encontrar en las bodegas de distribución.

### Interpretación

Así se evidencia que en su mayoría las personas encuestadas están dispuestas a adquirir el producto en tiendas de barrio, por lo que se debe establecer canales de comercialización apropiados para ello.

## Pregunta #2.7 ¿Qué tipo de promociones desearía por la compra de este producto?

Tabla 12. Promociones

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Premios	58	5.498	19%
Descuentos por volumen de compra	154	14.599	50%
Boletos de rifa	44	4.171	14%
Raspa y gana	35	3.318	11%
Otros	17	1.612	6%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 9. Promociones



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis

En esta pregunta observamos que el 19% que son 5.498 personas les gustaría premios, el 50% que son 14.599 personas les gustaría descuentos por volumen de compras, el 14% que son 4.171 personas es gustaría boletos de rifas, el 11% que son 3.318 personas les gustaría un raspa y gana y el 6% que son 1.612 personas les gustaría otro tipo de promociones.

### Interpretación

Así se evidencia que los descuentos por volúmenes de compra son esenciales que se brinden al momento de adquirir varios productos, pues el consumidor prefiere este tipo de promociones.



**Pregunta #2.8 ¿Qué medios cree usted que serían los adecuados para dar a conocer este producto?**

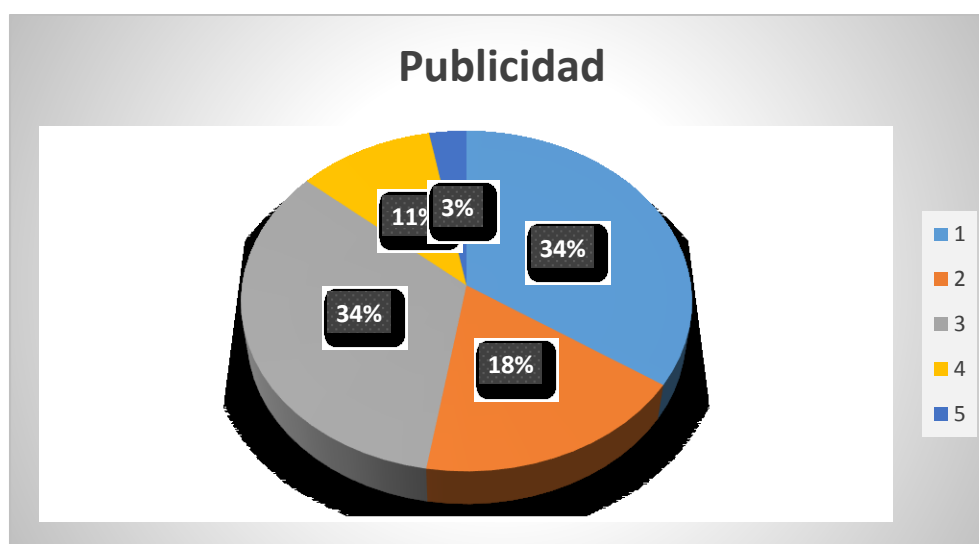
Tabla 13. Publicidad

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Redes Sociales	106	10.049	34%
Prensa escrita	56	5.309	18%
Radio	104	9.859	34%
Televisión	33	3.128	11%
Otros	9	853	3%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo – INEC 2010

Gráfico 10. Publicidad



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

**Análisis**

Con respecto para esta pregunta el 34% que son 10.049 personas les gustaría la publicidad por redes sociales y una de ella es Facebook, el 18% que son 5.309 personas les gustaría por la prensa escrita como es en Salcedo La Vanguardia, el 34% que son 9.859 personas les gustaría por radio que es radio San Miguel, el 11% que son 3.128 personas les gustaría por televisión como es TV color y el 3% que son 853 personas les gustaría ver en otros medios la publicidad como hojas volantes.

**Interpretación**

Así se evidencia que el medio preferido de las personas encuestadas son las redes sociales como Facebook, pero también prefieren la radio pues es un medio tradicional y de fácil acceso.

**Pregunta #2.9 ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Salcedo en el Sector Zona El Canal se instalara una empresa procesadora de carne de conejo empacada al vacío?**

Tabla 14. Planta procesadora de conejo

Respuesta	Frecuencia de muestra	Frecuencia de Mercado Objetivo	%
Si	277	26.259	90%
No	31	2.939	10%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>29.198</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 11. Planta procesadora de carne de conejo



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación**

Podemos observar que el 90% que son 26.259 personas les gustaría que se cree una empresa procesadora y comercializadora de carne de conejo al vacío y el 10% que son 2.939 personas no consumirían el producto.

**Interpretación**

Así se evidencia que en su mayoría las personas encuestadas sí les gustaría que se cree una empresa procesadora y comercializadora de carne de conejo al vacío, pues comentan que sería de fácil acceso cuando realizan las compras diarias.

### 3.4. Estudio de la demanda

El autor (Martínez, 2016) menciona que es el proceso que permite determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un producto o servicio, así como establecer la participación del producto en la satisfacción de dicha demanda. Para Intriago (2017), es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área geográfica concreta, en un entorno definido y bajo un específico programa de marketing. Según (Vera, 2017), son las fuerzas que determinan el atractivo intrínseco a largo plazo de un mercado o de un segmento del mercado.

Por tal razón, se recalca que el estudio de la demanda es fundamental para conocer la permanencia de un producto en el mercado.

La demanda en personas se obtiene de la proyección del mercado meta para el año 2019, que se calculó anteriormente, esto es:

Tabla 15. Demanda en personas

<b>Año</b>	<b>Población Objetivo Total</b>	<b>Población Objetivo de Carne de Conejo</b>	<b>Porcentaje de Aceptación</b>	<b>Demanda en Personas</b>
<b>2019</b>	36.023	350.376	73%	255,774

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

Esta información se obtiene de la tabulación de la encuesta de la pregunta #2.4 en la que de 29.198 personas que consumen carne de conejo mensualmente, lo que al año da un resultado de 350.376 personas, el 73% esto es son 255.774 personas dijeron que si consumirían la carne de conejo empacado al vacío.

#### 3.4.1. Estudio de la Demanda en personas

En la siguiente tabla realizamos la proyección para 5 años a partir del 2019 con tal Tasa de Crecimiento Poblacional del Cantón Salcedo que es 1,40% y tomamos en cuenta 21.330 personas que dijeron que si consumirían la carne de conejo al vacío.

Tabla 16. Crecimiento de demanda en personas

<b>Año</b>	<b>Demanda En Habitantes</b>	<b>Tasa De Crecimiento Poblacional (TCP)</b>	<b>Incremento</b>
<b>2019</b>	255.774	1,40%	3.581

<b>2020</b>	259.355	1,40%	3.631
<b>2021</b>	262.986	1,40%	3.682
<b>2022</b>	266.668	1,40%	3.733
<b>2023</b>	270.401	1,40%	3.786
<b>2024</b>	274.187	1,40%	3.839

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

Gráfico 12. Demanda en personas



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### Análisis e interpretación

En el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi se ha determinado que la demanda en personas para el año 2019 de 255.774 personas que consumen carne de conejo, 255.774 tienen aceptación de la carne de conejo empacado al vacío y se espera que para el año 2024 sea 274.187 personas.

#### 3.4.2. Estudio de la demanda en productos

La demanda en productos es proyectada utilizando la Tasa de Crecimiento Poblacional (TCP) 1.40%.

Esta información se obtiene de la tabulación de la encuesta en la pregunta #2.2 de esta manera en la siguiente tabla realizamos la proyección para los siguientes 5 años a partir del año 2019.

Tabla 17. Demanda en productos

Demanda	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad Promedio	Cantidad de Compra Kg
<b>255.774</b>	De 1,00 kg a 1,50 kg	15%	38.366	1,25	47.958
	De 1,60 kg a 2,00 kg	28%	71.617	1,8	128.910
	De 2,10 kg a 2,50 kg	33%	84.406	2,3	194.133
	De 2,60 kg a 3,00 kg	19%	48.597	2,8	136.072
	De 3,10 kg a mas	5%	12.789	3,1	39.645
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>255.774</b>		546.718

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### 3.4.3. Proyección de la demanda en productos

La demanda en productos es proyectada utilizando la tasa de crecimiento poblacional (TCP) correspondiente al cantón Salcedo que es 1,4%.

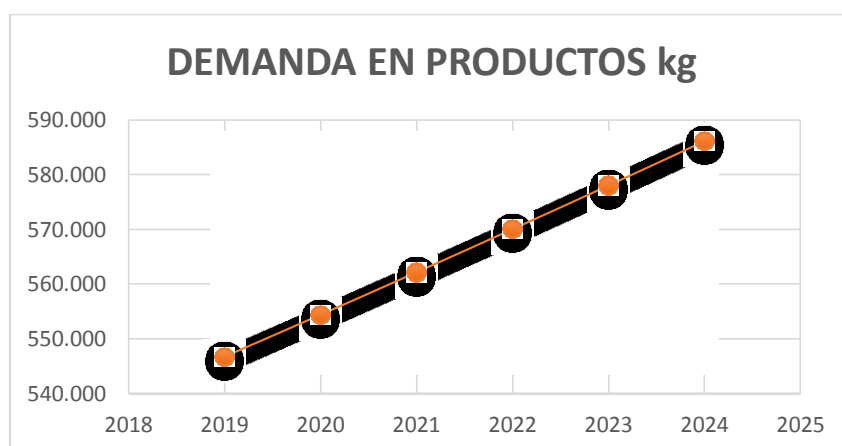
Tabla 18 Proyección demanda en productos

Año	Demanda En Productos Kg	TCP	Incremento En Productos
<b>2019</b>	546.718	1,40%	7.654
<b>2020</b>	554.372	1,40%	7.761
<b>2021</b>	562.133	1,40%	7.870
<b>2022</b>	570.003	1,40%	7.980
<b>2023</b>	577.983	1,40%	8.092
<b>2024</b>	586.075	1,40%	8.205

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 13. Demanda en productos



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis e interpretación

En el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi se ha podido determinar que la demanda en productos de la carne de conejo en kg al año 2019 sea 546.718 kg y se espera que para el año 2024 sea de 586.075 kg.

### 3.5. Estudio de la oferta

A criterio del autor Vera (2017), el estudio de la oferta es la relación directa que existe entre el precio y la cantidad ofrecida, por ende, al aumentar el precio, se incrementa la cantidad ofertada. Para (Corvo, 2018), es un proceso de evaluación de fortalezas y debilidades que permitan implementar estrategias comerciales con la finalidad de mejorar la ventaja competitiva. Según el auto (Castro, 2018), es el análisis de los distintos productos (competencia) en el ámbito geográfico, así como la cantidad producida.

En tal sentido, se alude que el estudio de la oferta es necesario debido a que permite mejorar la ventaja competitiva puesto que los clientes están en constante búsqueda de nuevos productos o servicios.

#### 3.5.1. Estudio de la oferta en personas

Para el cálculo de la oferta en personas se toma en cuenta el porcentaje de NO aceptación del producto, porque esta cantidad está siendo cubierta por productos similares o sustitutos.

Tabla 19. Oferta en personas

<b>Año</b>	<b>Población Objetivo Total</b>	<b>Población objetivo de carne de conejo</b>	<b>% de no Aceptación</b>	<b>Oferta en personas</b>
2019	36.023	29.198	27%	7.868

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

Tabla 20. Crecimiento de oferta en personas

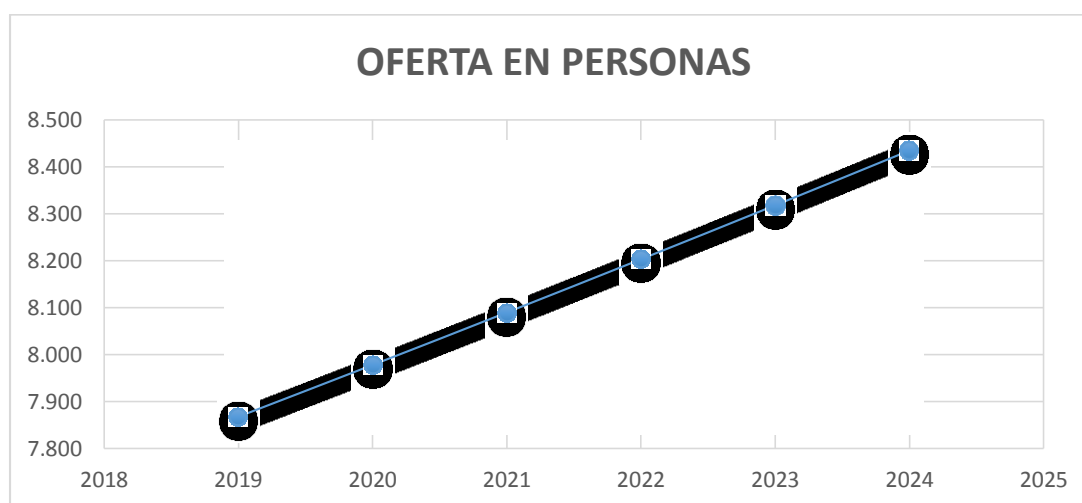
<b>Año</b>	<b>Oferta En Personas</b>	<b>Tasa De Crecimiento Poblacional (TCP)</b>	<b>Incremento</b>
<b>2019</b>	7.868	1,40%	110
<b>2020</b>	7.978	1,40%	112
<b>2021</b>	8.090	1,40%	112
<b>2022</b>	8.203	1,40%	115
<b>2023</b>	8.318	1,40%	116

<b>2024</b>	8.434	1,40%	118
-------------	-------	-------	-----

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

Gráfico 14. Oferta en personas



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### Análisis e interpretación

En el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi se ha podido determinar que para el año 2019 la oferta en personas es de 7.868 personas y se espera que para el año 2024 sea de 8.434 personas.

### 3.5.2. Estudio de la oferta en productos

La oferta en productos se calcula en base a la Tasa de Crecimiento Poblacional (TCP) 1.40%.

Esta información se obtiene de la tabulación de la encuesta en la pregunta #7, de esta manera en la siguiente tabla realizamos la proyección para los siguientes 5 años a partir del año 2019.

Tabla 21. Oferta en productos

Oferta	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad Promedio	Cantidad de Compra Kg
<b>7.868</b>	De 1,00 kg a 1,50 kg	15%	1.180	1,25	1.475
	De 1,60 kg a 2,00 kg	28%	2.203	1,8	3.965
	De 2,10 kg a 2,50 kg	33%	2.596	2,3	5.972
	De 2,60 kg a 3,00 kg	19%	1.495	2,8	4.186

	De 3,10 kg a mas	5%	393	3,1	1.220
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>7.868</b>	<b>2,25</b>	<b>16.818</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

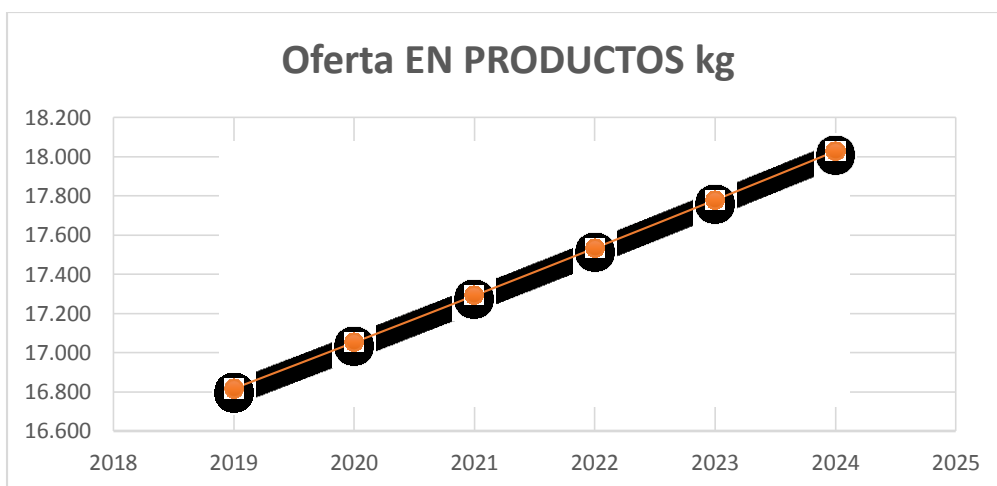
Tabla 22. Crecimiento de oferta en productos

<b>Año</b>	<b>Oferta En Productos Kg</b>	<b>TCP</b>	<b>Incremento En Productos</b>
<b>2019</b>	16.818	1,40%	235
<b>2020</b>	17.053	1,40%	239
<b>2021</b>	17.292	1,40%	242
<b>2022</b>	17.534	1,40%	245
<b>2023</b>	17.780	1,40%	249
<b>2024</b>	18.029	1,40%	252

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

Gráfico 15. Oferta en productos



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### **Análisis e interpretación**

En el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi se ha podido determinar que la oferta en productos de la carne de conejo en kg al año 2019 sea 16.818 kg y se espera que para el año 2024 sea de 18.029 kg.



### 3.6. Mercado potencial para el proyecto

Para el autor (Muller, 2013), el mercado potencial es el conjunto de consumidores que podrían necesitar el bien o servicio. Por su parte Monferrer (2013), lo define como el conjunto de consumidores que muestra interés por el producto o servicio. El autor (Belloso, 2015), manifiesta que es el número máximo de compradores que se puede dirigir la oferta comercial de la empresa. De acuerdo con lo señalado anteriormente, se manifiesta que en el mercado potencial es límite al cual puede aproximarse la demanda a medida que se incrementa los esfuerzos de marketing con relación a los competidores.

#### Demanda Potencial Insatisfecha DPI

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se calcula mediante la resta de la demanda productos y la oferta en productos:

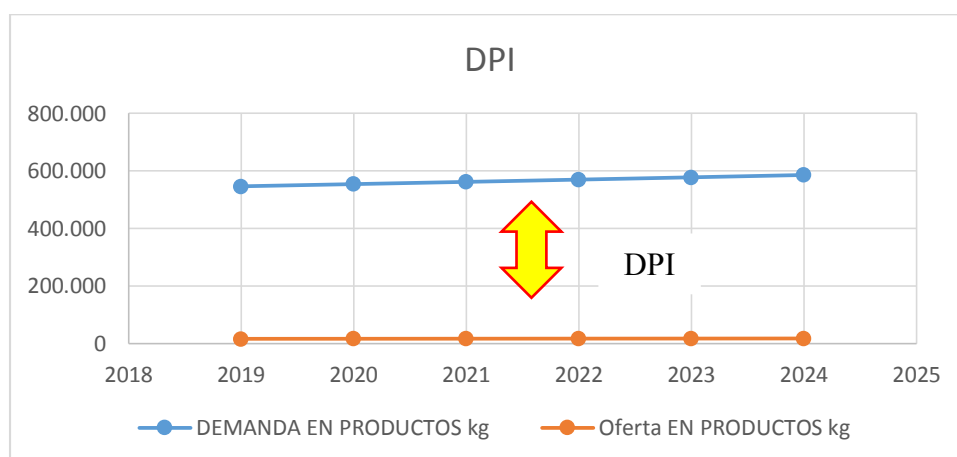
Tabla 23. Demanda potencial insatisfecha

Años	Demanda en Productos	Oferta en Productos	DPI	DPI en Conejos	Mercado Objetivo	Producción Mensual	Producción diaria
	Kg	Kg	Kg	2,5	10%		Unidades
2019	546,718	16.818	529,900	1324750	127,176	10598	353
2020	554,372	17.053	537,319	1343298	128,957	10746	358
2021	562,133	17.292	544,841	1362103	130,762	10897	363
2022	570,003	17.534	552,469	1382423	132,593	11049	368
2023	577,983	17.780	560,203	1400508	134,449	11204	373
2024	586,075	18.029	568,046	1420115	136,331	11361	379

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 16. DPI



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### **Análisis e interpretación**

En el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi se ha podido determinar que la demanda potencial insatisfecha (DPI) para el año 2019 es 529.900 kg de carne de conejo empacado al vacío siendo 211.960 unidades de conejos al año y la proyección para el año 2024 es de 568.046 kg siendo 227.218 unidades de conejo.

### **3.7. Precios**

El autor Monferrer (2013), define al precio como la cantidad monetaria que se cobra por un bien o servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de los productos ofertados en el mercado. Para (Goñi, 2015); (Rubio, 2017) es el valor monetario tanto en cantidad como en calidad que forma parte del proceso de compra-venta de un producto y/o servicio. Según (Arcosilla, 2018), el término precio, proviene del latín *pretium* que significa recompensa, es decir es la cantidad de recursos financieros que el cliente está dispuesto a pagar por un bien o servicio, siempre y cuando este satisfaga las necesidades. De esta forma, el precio refleja la relación de intercambio (cliente - empresa) y estima el costo del producto o servicio.

El valor obtenido en el año 2019 es de \$4,25 dólares, este valor a su vez se multiplica x 2,5 kg que es lo que pesa el conejo lo que nos da un precio de 10,63 el cual se procederá a proyectarlos hasta el año 2024 utilizando la inflación acumulada correspondiente a 0,52% de octubre 2019 (Banco Central del Ecuador, 2019)

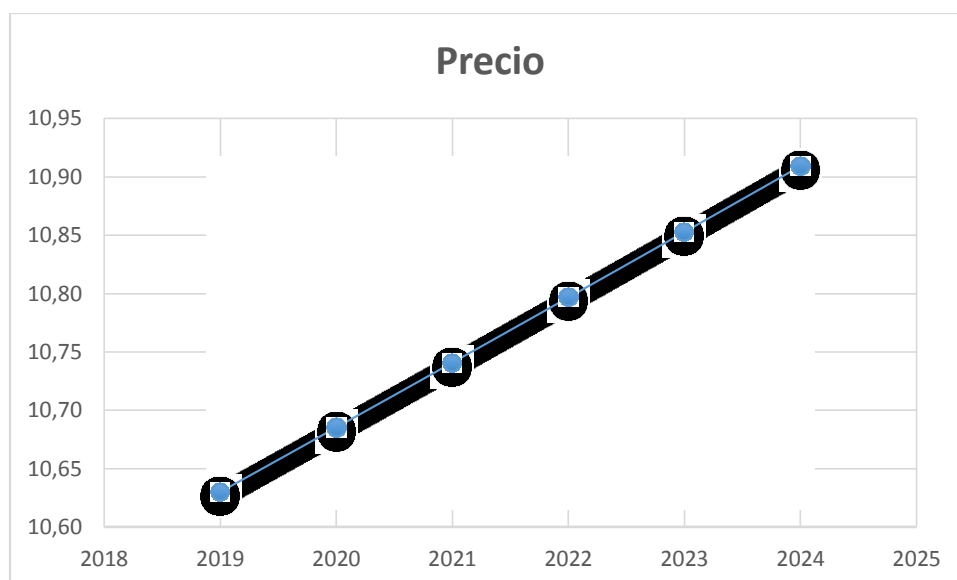
Tabla 24. Precio

<b>Año</b>	<b>Precio</b>	<b>Inflación</b>	<b>Incremento</b>
<b>2019</b>	10,63	0,52%	0,06
<b>2020</b>	10,69	0,52%	0,06
<b>2021</b>	10,74	0,52%	0,06
<b>2022</b>	10,80	0,52%	0,06
<b>2023</b>	10,85	0,52%	0,06
<b>2024</b>	10,91	0,52%	0,06

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo – BCE 2019

Gráfico 17. Precio



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo – BCE 2019

### **Análisis del precio**

El precio en el 2019 para el producto de carne de conejo empacado al vacío es de \$4,25 dólares un kg de carne de conejo empacado al vacío, utilizando la referencia de la inflación acumulada de 0,52% en octubre del 2019, proyectándola hasta el 2024 tenemos que el precio incrementara a \$10.91 dólares un kg de carne de conejo empacado al vacío.

### **3.8 Canales de comercialización**

Para (Coello, 2018), los canales de comercialización son las vías que una empresa utiliza para informar a los clientes del producto o servicio, siendo este económico, eficiente y efectivo. A criterio de Souza (2018), son los medios utilizados para dar a conocer un bien o servicio, es decir sitios web, plataformas, mensajería instantánea, entre otros que permite que el cliente tenga contacto con el negocio. Según (Ramírez, 2019), es el conjunto de medios a través de los cuales se establece la relación entre producción y consumo, lo cual permite presentar al mercado la variedad de productos y servicios que cumplirán con las necesidades o deseos de los clientes.

Por tanto, el canal de comercialización es un medio que acerca al cliente a la empresa con la finalidad de satisfacer las necesidades, mismas que generan una ganancia o utilidad.

El canal de comercialización que la empresa utilizara será el micro mercado ya que en la pregunta #2.6 de la encuesta realizada los encuestados prefirieron esta opción con el 44% que son 12.703 personas para adquirir este producto, seguido de las tiendas de barrio y los supermercados.

### 3.9 Canales de distribución

Para el autor (Córdova, 2014), son los recursos que las empresas seleccionan para llevar los productos al consumidor de un forma completa, económica y eficiente. Según Cárdenas (2015), son los procesos de desplazamiento del producto, es decir desde el punto de partida (fábrica, empresa, entidad, otros) hasta el punto final (consumidor o cliente final). A criterio de (Sánchez, 2016); (Banda, 2017), son los medios que el fabricante utiliza para que el productos llegue al consumidor final, lo cual sea lo más rentable y eficiente posible. En tal sentido, los canales de distribución ponen en contacto el sistema de producción con el de consumo.

Los canales de distribución que la empresa Conejo Empacado Pablyto será los siguientes:

*Ilustración 2. Canales de distribución*



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### 3.10 Estrategias de comercialización

Según el autor (Rizo, 2017), las estrategias de comercialización también llamadas estrategias de mercadeo, son acciones estructuradas y planeadas que permiten alcanzar objetivos de mercadotecnia, tales como aumentar las ventas, mayor participación en el mercado, informar de un nuevo producto, otros. Para González (2018), son acciones relacionadas con métodos o estrategias de mercadeo ya que permiten lograr objetivos como: lanzar un nuevo producto, aumentar participación en el mercado, incrementar las ventas, otros. A criterio de (Ocampo, 2019), es el conjunto de técnicas o procedimientos encaminados a comercializar los bienes o

servicios que satisfagan las necesidades. De esta manera, las estrategias de comercialización se convierten en acciones para mantener al producto o servicio en el mercado.

Las estrategias de comercialización facilitan a la empresa como hacer llegar el producto hacia el consumidor.

- Producto innovador
- Buena atención al cliente
- Publicidad en medios de comunicación
- Promociones por la compra del producto

### **3.10.1 Producto**

La empresa de **CONEJO EMPACADO PABLYTO** contará con una maquinaria y equipo de primera tecnología que nos permitirá obtener la carne del conejo apto para el consumo de los clientes, cumpliendo los estándares de higiene y normativa legal vigente.

### **3.10.2 Estrategias promocionales**

Para (Rojas, 2011), son comunicaciones que realizan los mercadólogos para informar y persuadir a los consumidores potenciales sobre un producto o servicio. A criterio (Vega, 2014), son acciones de marketing que tienen como objetivo específico el informar, persuadir y recordar al *target* (público objetivo) sobre los productos que oferta la empresa. Según Jiménez (2016), son tareas que las empresas utilizan para dar a conocer, informar y recordar el producto y/o servicio a los clientes. En tal sentido, las estrategias de promoción se encargan de maximizar las ventas, extender el conocimiento del producto o servicio y posicionar la marca.

Las campañas promocionales para dar a conocer nuestros productos serán las siguientes:

- Realizar comerciales en las radios y televisión locales, que permitan a los habitantes conocer el producto.
- Realizar promociones por la compra del producto que están adquiriendo, como son los descuentos por volumen de compra, rifas, descuentos, etc.
- Realizar afiches y repartirlos en puntos estratégicos de concurrencia de personas para que conozcan el producto.

### 3.10.3 Estrategias de precio

A criterio de Riquelme (2015), son aquellos lineamientos que las empresas utilizan al momento de establecer los precios de los productos o servicios. Para (Lamb, 2017), son direcciones propuestas para los movimientos de precios según el ciclo de vida del producto. El autor (Berkowitz, 2019), menciona que son principios y directrices fundamentales para alcanzar los objetivos comerciales, lo cual genere el posicionamiento adecuado. De esta forma, una estrategia de precio permite generar un volumen sustancial de ventas, lograr una alta participación en el mercado y penetrar de inmediato en el mercado masivo.

Son procesos que se siguen para determinar el precio a un producto.

- Habrá descuentos de temporada, cada vez que haya oportunidad de para que aumente la fidelidad de los consumidores.
- Para llamar a atención de los consumidores se estará ofreciendo a un precio módico en la apertura de la empresa.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

Para el autor (Baca, 2010), es la determinación del tamaño y localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. Según (Wester, 2014); (Cortés, 2016), son los recursos (ubicación, equipos e instalaciones) empleados para la producción de un bien o servicio. A criterio de (López, 2017), el estudio técnico es la segunda fase de los proyectos de inversión, la cual abarca los aspectos técnicos operativos (tamaño, localización, e instalaciones) esenciales en el uso de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio. Por tanto, este estudio es importante ya que permite llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto.

#### 4.1 Tamaño del emprendimiento

El autor (Cortés, 2016), manifiesta que es nivel de inversiones y costos fundamentales para poner en marcha el proceso de producción. Para (Cervantes, 2017) técnicamente, es el máximo de unidades (productos o servicios) que se pueden obtener de las instalaciones productivas en la unidad de tiempo. Según (Alva, 2018), es indispensable para fijar el monto de inversión y de operación que cuantifica los costos de funcionamiento e ingresos proyectados. En este caso, el tamaño del emprendimiento se convierte en un proceso técnico que va desde la inversión hasta la producción del bien o servicio.

##### a. Factores determinantes del tamaño

Tabla 25. Tamaño del emprendimiento

	<b>FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO</b>
<b>Demanda</b>	La demanda permitirá establecer la capacidad de producción de la empresa.
<b>Insumos</b>	Son todos los elementos que intervendrán para la obtención del conejo empacado al vacío.
<b>Financiamiento</b>	Para iniciar el funcionamiento de la empresa será necesario contar con un crédito financiero en una institución financiera que apoye el emprendimiento.

<b>Organización</b>	La empresa reclutara y seleccionara al personal idóneo para establecer la empresa y lograr los objetivos propuestos por la misma.
---------------------	---

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### **b. Tamaño óptimo**

Para determinar la estimación de producción de la carne de conejo en unidades y en kilogramos partimos de Demanda Potencial Insatisfecha DPI que es 28.775 kg es decir 11.510 conejos, que es el 100% de demanda. La empresa Conejo Empacado Pablyto cubrirá la demanda de un 40% y esto nos da 6.906 conejos al año lo que equivale a 576 conejos mensuales y 19 conejos diarios.

*Tabla 26 Tamaño óptimo*

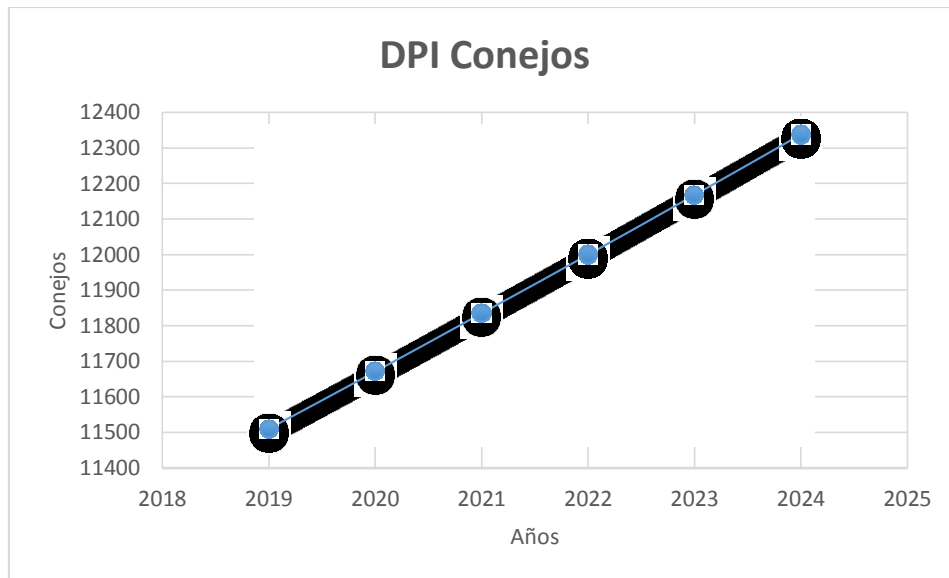
<b>Años</b>	<b>DPI</b>	<b>DPI en Conejos</b>	<b>Mercado Objetivo</b>	<b>Producción Mensual</b>	<b>Producción diaria</b>
	Kg	2,5	10%	Unidades	Unidades
<b>2019</b>	529,900	1324750	127.176	10598	353
<b>2020</b>	537,319	1343298	128.957	10746	358
<b>2021</b>	544,841	1362103	130.762	10897	363
<b>2022</b>	552,469	1382423	132.593	11049	368
<b>2023</b>	560,203	1400508	134.449	11204	373
<b>2024</b>	568,046	1420115	136.331	11361	379

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

*Gráfico 18. DPI conejos*





**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

#### 4.2. Localización

Para (Bayona, 2011), es la descripción del área física necesaria para la producción del producto o servicio. A criterio (Cortés, 2016), es la dispersión geográfica con la que cuenta una empresa para la fabricación y comercialización de un bien y/o servicio. Según Corrillo y Gutiérrez (2017), es la etapa que considera dos aspectos lo micro (punto exacto donde se construirá la empresa y en esta se hará la distribución de las instalaciones) y macro (evalúa la ubicación del negocio, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región) fundamental para plasmar la idea de negocio (emprendimiento). De esta forma, la localización se convierte en un aspecto relevante tanto para la producción como para la comercialización de un producto.

Para el proyecto la localización es la siguiente:

a. Macro localización

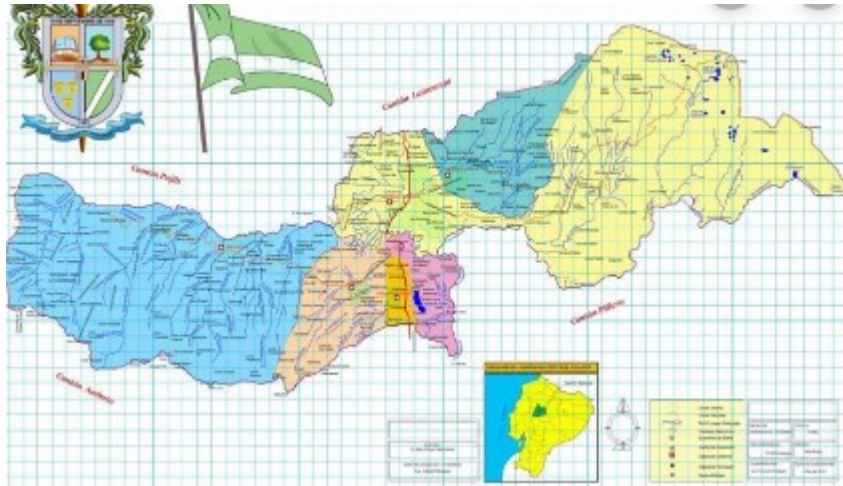
**País:** Ecuador

**Zona:** 3

**Provincia:** Cotopaxi

**Cantón:** Salcedo

Ilustración 3. Macro localización



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano  
**Fuente:** Investigación de campo

b. Micro localización

**Provincia:** Cotopaxi

**Cantón:** Salcedo

**Barrio:** Sigchocalle

Ilustración 4. Micro localización



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano  
**Fuente:** Investigación de campo

### 4.3. Ingeniería del Proyecto

Según (Tarradelles, 2012), es la etapa donde se define los recursos (máquinas, suministros, personal, ubicación, otros) para la ejecución de planes según la actividad del negocio. Para el autor López (2017), es la parte analítica y técnica de las actividades que conforman el proceso productivo. El aporte de (Talledos, 2018); (Salinas, 2019) se

basa en que la ingeniería del proyecto es el conjunto de procedimientos (secuencia de operaciones) y medios (elementos físicos y humanos) utilizados para producir un bien o servicio. En tal sentido, esta ingeniería comprende aspectos técnicos y analíticos que permiten el proceso de fabricación de un producto o la prestación del servicio.

“Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta” (Urbina, 2013).

**a. Producto – proceso**

“El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo” (Urbina, 2013)

*Tabla 27. Producto-proceso*

<b>Nro.</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo en Minutos</b>	<b>Recursos</b>
<b>1</b>	Recepción de materia prima	Preparación de todos los materiales y equipos para el procesamiento del producto	1	Materiales y equipos
<b>2</b>	Selección del conejo	El conejo debe tener buena textura y pelaje	1	Conejo
<b>3</b>	Pesar el conejo 1	Se procede a pesar el conejo en una balanza, su peso debe ser de 2,25 kg a 2,50 kg.	1	Balanza Conejo
<b>4</b>	Atado de patas	Se procede a colgar al conejo atando las extremidades, de manera que la cabeza quede colgada	1	Conejo
<b>5</b>	Degollado	En esta parte se procede a cortar la cabeza del conejo	1	Bisturí industrial
<b>6</b>	Desangrado	Se espera que se desangre totalmente para que no afecte la carne	3	Conejo Recipiente
<b>7</b>	Agua hervida	Se introduce el conejo en agua hervida	1	Conejo Agua Hervida
<b>8</b>	Pelado	Se procede a poner en la peladora	3	Peladora de conejo
<b>9</b>	Lavado	Se procede a lavar el conejo	2	Agua
<b>10</b>	Eviscerado	Se procede a eviscerar el conejo para que quede solo la carne sin vísceras	2	Recipiente Conejo
<b>11</b>	Lavado 2	Lavado normal del conejo	1	Agua Conejo

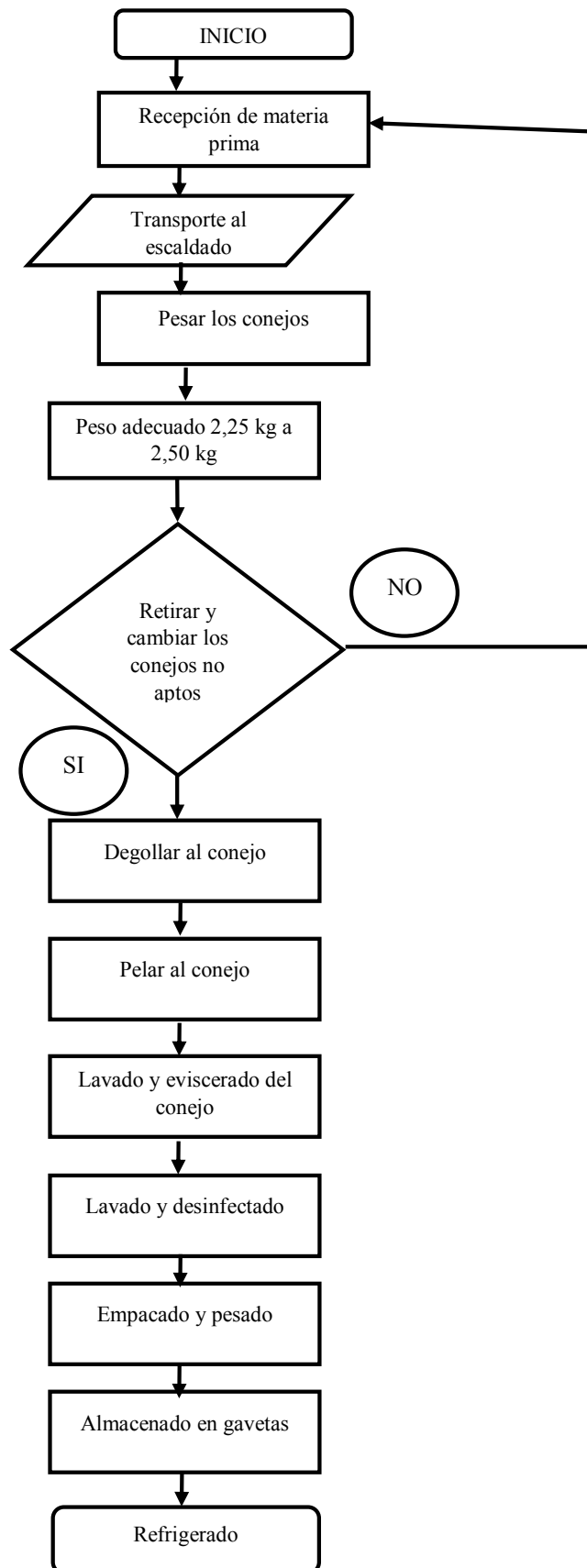
12	Enfriado y desinfección	Se prepara una solución de agua, sal en grano y hielo, para limpiar el conejo de las impurezas	20	Conejo Sal en Grano Agua Hielo
13	Oreo	En esta etapa el conejo es secado en una bandeja de manera natural	3	Carcasa del conejo
14	Empacado	Se procede a empacar el conejo y cubierto por una funda plástica.	1	Conejo Empaque
15	Pesado 2	Se procede a pesar ya el producto que debe ser de 2,5 kg	1	Balanza Conejo
16	Almacenamiento	Se procede a poner los empaques en una gaveta de 20 unidades	2	Gavetas Empaque de conejo
17	Refrigeración	Se procede a ponerlos en el cuarto refrigerado para que se mantenga congelado y posterior envío	60	Conejo empacado Cuarto Frio

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Diagrama de flujo

Ilustración 5. Diagrama de flujo



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

## b. Balance de materiales (Características de materiales e insumos)

### Materia prima

Tabla 28. Materia Prima

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Conejo	6.906	Unidades

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Insumos

Tabla 29. Insumo

DESCRIPCIÓN	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
Bolsas plásticas transparentes Polietilenos (paq. 100 u. 30x50cm.)	48 unidades	6.906 unidades
Etiquetas	48 unidades	6.906 unidades
Hielo	48 kg	6.906 kg.
Sal en grano (Saquillo)	20 kg	6.906 kg

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Materiales Indirectos de Fabricación

Tabla 30. Materiales Indirectos

Descripción	Cantidad de Consumo anual	Unidad de Medida	Precio Unitario	Precio Total
Mandiles Industriales	5	Unidades	\$ 15,00	\$ 75,00
Botas Industriales	3	Pares	\$ 9,00	\$ 27,00
Guantes Industriales	6	Pares	\$ 4,00	\$ 24,00
Mascarillas 100 u	2	Unidades	\$ 2,00	\$ 4,00
Funda de Basura	2	Unidades	\$ 1,00	\$ 2,00
<b>Total</b>				<b>\$ 132,00</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### c. Periodo operacional estimado de la planta

Para que la empresa inicie su operación es necesario considerar que el periodo operacional será de 5 años según los datos obtenidos de la proyección es decir a partir del 2019 hasta el 2024.

### d. Capacidad de producción

El tamaño óptimo del proyecto es la capacidad de producción de la empresa CONEJO EMPACADO PABLYTO esto es el 25% del mercado total es decir 127.176 conejos anuales, por lo tanto, son 10.598 conejos mensuales y 353 conejos diarios.

Tabla 31 Capacidad de Producción

Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual	DPI Real
353	10.598	127.176	25%

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### e. Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

“Determinar el layout o acomodo en una planta básicamente es determinar en qué sitios se van a ubicar los departamentos o equipos dentro de las instalaciones” (Landeta, 2017).

Determina la ubicación adecuada de la maquinaria y equipo con el fin de ocupen un lugar adecuado dentro de la empresa.

### Maquinaria

Tabla 32. Maquinaria

Descripción	Cantidad de consumo anual
Maquina peladora de conejo acero inoxidable	1
Empacador Flow Pask acero inoxidable	1

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

## Equipo

Tabla 33. Equipo

Descripción	Consumo anual
Aturdidor para conejos, dimensiones 35x50x20 cm, 400 Voltios, transmisión eléctrica.	1
Cocina Inducción Fredgidaire 220w.	1
Mesas de acero inoxidable, dimensiones de 200x90cm.	2
Lavado de acero inoxidable.	2
Balanza Digital, Capacidad Máximo 60 kg, interfaz de datos	3

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Mano de obra directa e indirecta

Tabla 34. Mano de obra directa e indirecta

Descripción		Consumo anual
Operarios	Mano de Obra directa	2
Ing. Alimentos	Mano de Obra indirecta	1

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

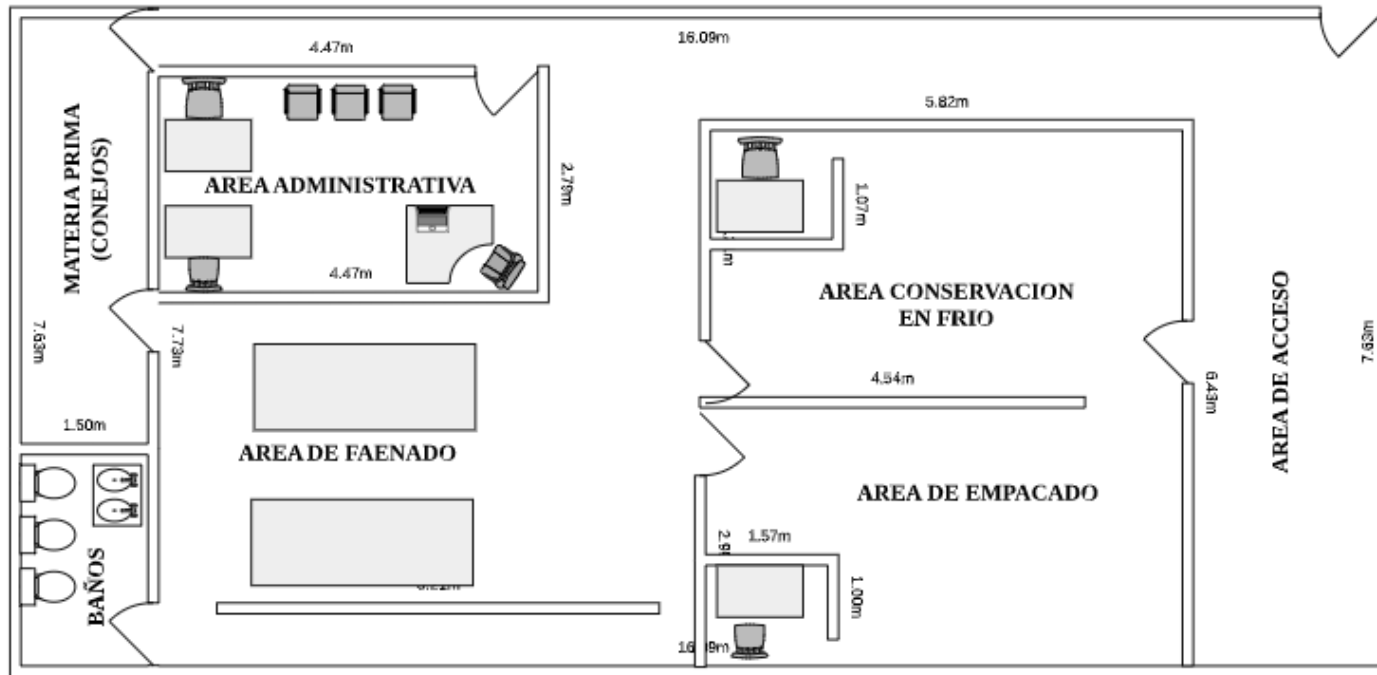
## Distribución de la planta

Ilustración 6. Distribución de la planta



## DISTRIBUCION DE LA PLANTA "PABLYTO"

Pablo | March 9, 2020



### Simbología

	Pared
	Puerta
	Mesa
	Silla
	Baño

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano  
**Fuente:** Investigación de campo

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Para (Méndez, 2014), es la etapa que permite evaluar las fortalezas y debilidades y definir la estructura empresarial, para el manejo de inversión, operación y mantenimiento. A criterio de (Ferreira y Torrado, 2016; Morales, 2018), es la fase que permite conocer los procedimientos administrativos internos y externos de la empresa. Según (Juárez, 2019), es la etapa que enlista las actividades administrativas necesarias para alcanzar los objetivos. Por tal razón, el estudio organizacional identifica las funciones específicas de cada subsistema.

#### 5.1 Aspectos generales

**CONEJO PROCESADO PABLYTO** es una empresa de responsabilidad limitada ya que estará a cargo de una sola persona como representante legal, quien velará por el cumplimiento de las leyes y requisitos para el buen funcionamiento de la empresa.

*Ilustración 7. Logotipo de la empresa Conejo Procesado Pablyto*



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Empresa:** Conejo Procesado Pablyto

**Actividad:** Producción y comercialización de carne de conejo empacado al vacío

**RUC:** Se obtendrá del SRI

**Representante Legal:** Sr. Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Dirección:** Barrio Sigchocalle – Sector Zona El Canal – Salcedo

**Teléfono:** 0983367513

**Vida Útil:** 5 años

**Razón Social:** Conejo Procesado Pablyto

**Slogan:** “Ideal para tus comidas”

## **5.2. Diseño Organizacional**

### **5.2.1. Visión**

El autor (Dávalos, 2015), manifiesta que es una descripción breve de lo que la empresa busca y cree alcanzar de manera exitosa en un periodo definido. A criterio de Proaño (2017), es una idea orientadora que proporciona detalles específicos sobre el enfoque al cliente, la tecnología, el mercado, las capacidades humanas, físicas y económicas y el tipo de empresa en que desea convertirse en un tiempo determinado. Para (Bengt, 2018), es una concepción del futuro sobre aquello que la organización desea alcanzar según las metas propuestas de acuerdo con las aspiraciones de los propietarios o líderes. De esta forma, la visión tiende a ser una especie de imagen ante el mercado o público objetivo (*target*).

La empresa Conejo Procesado Pablyto para el año 2024 será líder en la provincia de Cotopaxi, en la producción y comercialización de carne de conejo empacado al vacío, cumpliendo con todos los estándares de higiene.

### **5.2.2. Misión**

Para (Ortega, 2013), es un enunciado que comunica tanto a los agentes internos como a los externos, los objetivos y filosofía de la empresa. En base al aporte de (Proaño, 2017), la misión

es la razón de ser o actividad particular de la entidad, es decir los fines últimos e intermedios para los cuales fue creada y que otorga sentido a la actividad comercial. El autor Vales (2018), lo define como la identidad de la empresa, la cual especifica el área en que se mueve, los clientes que pretende atender, las estrategias a seguir, entre otras. Por tal razón, la misión deberá ser específica, pero al mismo tiempo motivadora al resaltar las fortalezas de la empresa dentro del mercado.

Para la empresa Conejo Procesado Pablyto la misión es ofrecer a los clientes la mejor carne de conejo empacada al vacío, a través de un adecuado proceso de faenamiento, que permita obtener un producto de calidad.

### 5.2.3. Valores

A criterio de (Ordenes, 2012), son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de empresarial, la cual permite crear pautas de comportamiento. Para (Varela, 2016), son los principios esenciales que orientan el desarrollo estratégico de la empresa. Los autores Valbuena, Morillo, & Salas (2017), definen los valores como la palabra que posee un especial potencial para dar sentido y encauzar los esfuerzos humanos a nivel organizacional. De esta forma, los valores dan soporte a una sociedad y por ende a una organización, pues son los que rigen al ser humano, tales como: valores individuales profesionales y sociales.

Para este proyecto los valores son:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Compromiso
- Puntualidad
- Respeto

Tabla 35. Cuadro de Valores

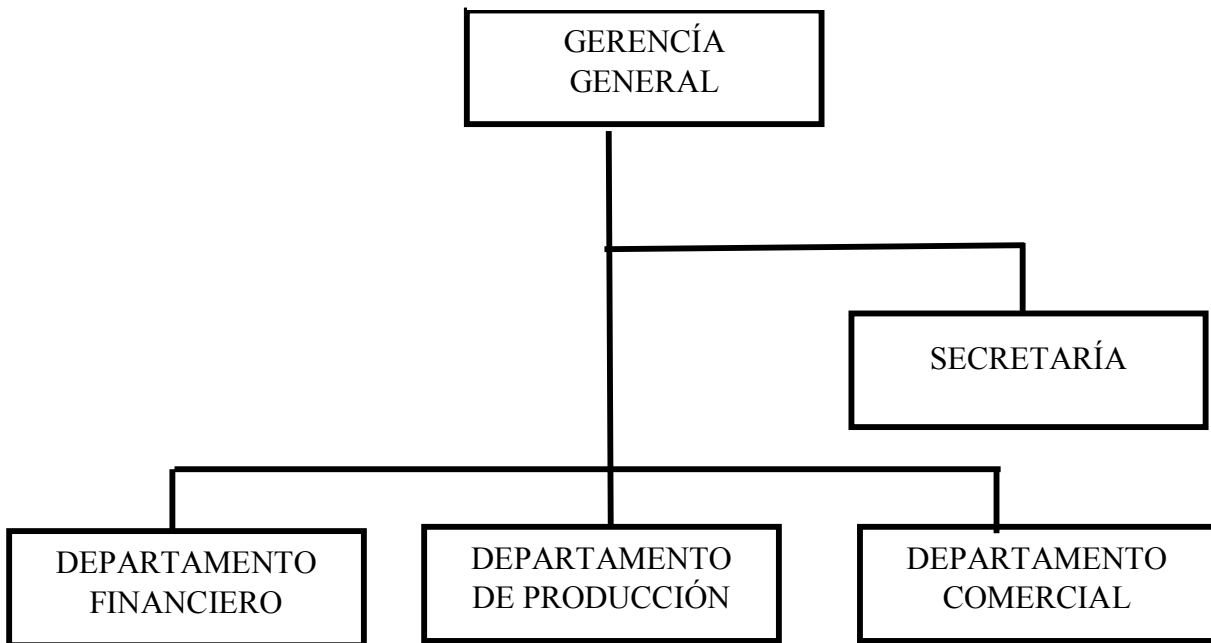
<b>Grupos</b>	<b>Clientes</b>	<b>Directivos</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Empleados</b>	<b>Sociedad</b>
<b>Valores</b>					
Responsabilidad		X		X	X
Honestidad	X		X		X
Compromiso	X	X	X	X	
Puntualidad	X		X	X	

Respeto	X	X		X	X
---------	---	---	--	---	---

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano  
**Fuente:** Investigación de campo

### 5.3. Estructura Organizativa

*Ilustración 8. Estructura Organizativa*

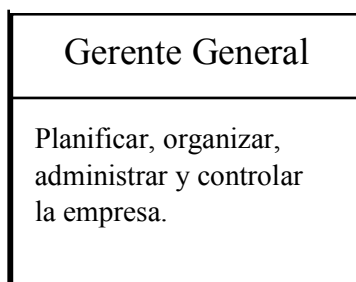


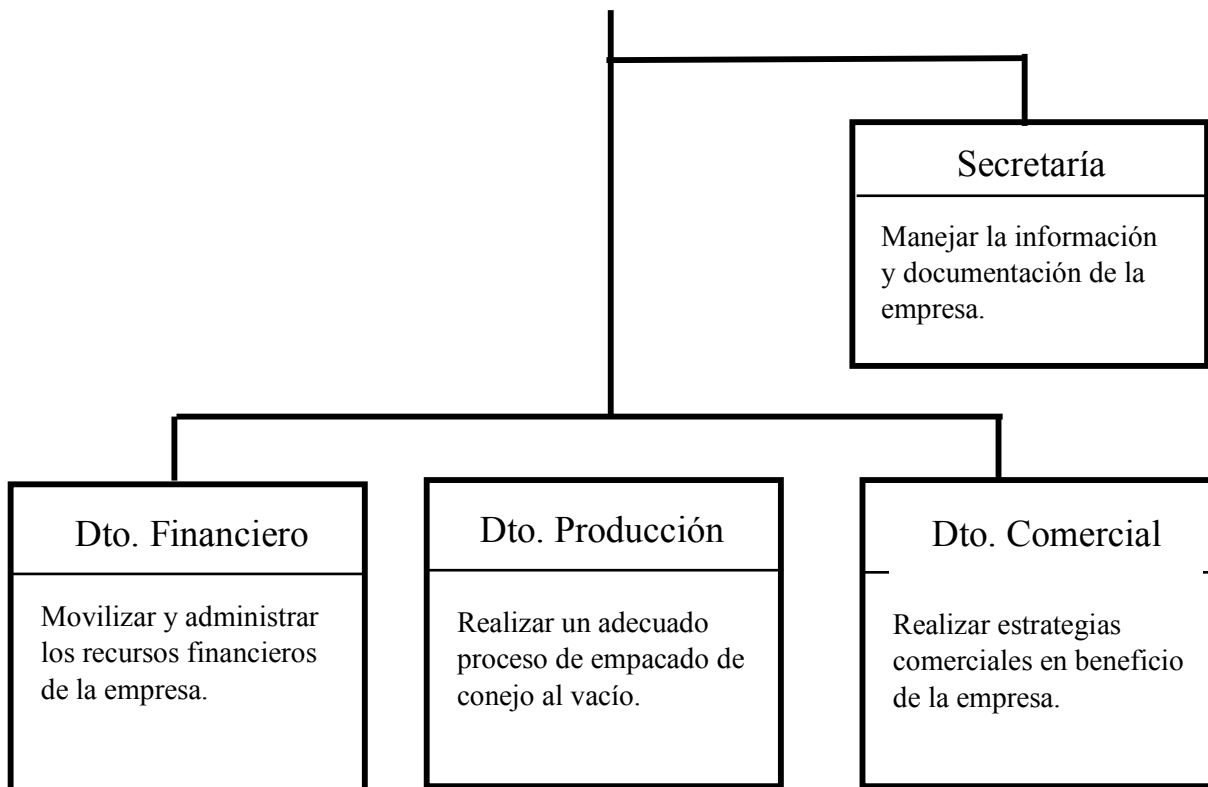
REFERENCIAS	ELABORADO	APROBADO	FECHA
 Línea de autoridad	Juan Pablo Chimba	Dr. Walter Jiménez	02/01/2020
 Auxiliar			



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano  
**Fuente:** Investigación de campo

### 5.4. Estructura Funcional

*Ilustración 9. Estructura Funcional*





REFERENCIAS	ELABORADO	APROBADO	FECHA
 Línea de autoridad	Juan Pablo Chimba	Dr. MBA Walter Jiménez	02/01/2020
 Auxiliar			

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano  
**Fuente:** Investigación de campo

### 5.5. Manual de Funciones

Para (Velasco, 2012), es un instrumento de trabajo que contiene las normas y tareas que desarrolla cada funcionario en las actividades empresariales.

El autor (Vargas, 2015) manifiesta que es una herramienta de administración de personal, que refleja las funciones, competencias y perfiles establecidos para los cargos de la empresa y la base que sustenta la capacitación y evaluación del desempeño.

Según (Liverman, 2017); (Yobamba, 2019), es un documento técnico normativo donde se describe los requisitos o funciones específicas de los cargos o puestos de trabajo.

De esta forma, el manual de funciones sirve como guía para todo el personal puesto que la empresa desea alcanzar los objetivos funcionales propuestos.

Por ello a continuación, se detalla el manual de funciones para la empresa Conejo Procesado Pablyto:

	<b>CONEJOS PROCESADOS PABLYTO</b>	<b>Fecha</b> <b>02/01/2020</b>
		<b>Pagina</b> <b>1</b> <b>De</b> <b>5</b>
	<b>Manual de Funciones General</b>	<b>Sustituye a</b>
		<b>Pagina</b> <b>De</b>
<b>De fecha</b>		
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
Nombre del puesto: Gerente General Ubicación: Nivel Ejecutivo Clave: GG Ámbito de operaciones: Administrativo		
<b>RELACÓN</b>		
<b>Jefe Inmediato:</b> Ninguno <b>Subordinados directos:</b> Jefe de Financiero, Jefe de Producción, Jefe Comercial. <b>Dependencia Funcional:</b> Gerencia General <b>Propósito del puesto:</b> Planificar, organizar, administrar y controlar la empresa CONEJO EMPACADO PABLYTO, a fin de cumplir con las metas propuestas. <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar jurídica y legalmente a la empresa CONEJO EMPACADO PABLYTO.</li> <li>• Planificar, organizar, gestionar, ejecutar y supervisar las actividades técnicas, administrativas, operativas y financieras de las empresas.</li> <li>• Autorizar las compras y ventas que la empresa realice.</li> <li>• Realizar estrategias para el cumplimiento de las metas.</li> <li>• Seleccionar al personal idóneo para el puesto requerido en la empresa.</li> </ul> <b>Especificaciones:</b> Conocimientos: Administración de Empresas, Finanzas, Recursos Humanos. Experiencia: Experiencia de 1 año en puestos afines. Personalidad: Liderazgo, Innovador, Emprendedor, Creativo.		
<b>Elaborado por:</b> Juan Pablo Chimba	<b>Revisado por:</b> Dr. MBA. Walter Jiménez	<b>Autorizado:</b> Dr. MBA. Walter Jiménez

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano


**Fuente:** Investigación de campo



	<b>CONEJOS PROCESADOS PABLYTO</b>	<b>Fecha</b>	<b>02/01/2020</b>		
		<b>Pagina</b>	<b>2</b>	<b>De</b>	<b>5</b>
	<b>Manual de Funciones General</b>	<b>Sustituye a</b>			
		<b>Pagina</b>		<b>De</b>	
		<b>De fecha</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>					
<b>IDENTIFICACIÓN</b>					
Nombre del puesto: Jefe de producción Ubicación: Nivel Administrativo Clave: JP Ámbito de operaciones: Operativo – Producción					
<b>RELACÓN</b>					
<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente General <b>Subordinados directos:</b> Operarios <b>Dependencia Funcional:</b> departamento de Producción <b>Propósito del puesto:</b> Realizar un adecuado proceso de empacado de conejo al vacío en la empresa CONEJO EMPACADO PABLYTO. <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar y controlar periódicamente el cumplimiento de los objetivos y metas consignadas en los planes y programas de la empresa.</li> <li>• Mantener una comunicación efectiva acerca de los procedimientos necesarios a sus subordinados.</li> <li>• Elaborar informes mensuales y presentar al Gerente General para su respectivo análisis.</li> <li>• Abastecer de materiales e insumos a fin de no paralizar la producción.</li> <li>• Realizar evaluaciones sobre el cumplimiento de sus subordinados.</li> </ul> <b>Especificaciones:</b> Conocimientos: Gestión Empresarial. Experiencia: 1 año en puestos similares. Personalidad: Trabajo en equipo, responsabilidad.					
<b>Elaborado por:</b>		<b>Revisado por:</b>		<b>Autorizado:</b>	
Juan Pablo Chimba		Dr. MBA. Walter Jiménez		Dr. MBA. Walter Jiménez	


**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

	<b>CONEJOS PROCESADOS PABLYTO</b>	<b>Fecha</b> 02/01/2020
		<b>Pagina</b> 3 De 5
	<b>Manual de Funciones General</b>	<b>Sustituye a</b>
		<b>Pagina</b> De
		<b>De fecha</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
Nombre del puesto: Jefe Comercial Ubicación: Nivel ejecutivo Clave: JC Ámbito de operaciones: Dirección Comercial		
<b>RELACIÓN</b>		
<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente General <b>Subordinados directos:</b> Ninguno <b>Dependencia Funcional:</b> Dirección Comercial <b>Propósito del puesto:</b> Realizar estrategias comerciales en beneficio de la empresa. <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estudios continuos de mercado para fortalecer las ventas de la empresa.</li> <li>• Monitorear métodos y canales adecuados de comercialización de conejo empacado al vacío.</li> <li>• Establecer relaciones con los clientes potenciales, para conservar su fidelidad.</li> <li>• Elaborar un informe mensual de ventas planificadas y proyectadas.</li> <li>• Evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa.</li> </ul> <b>Especificaciones:</b> Conocimientos: Ventas, Marketing y Gestión de Negocios, Publicidad. Experiencia: 2 años de experiencia en asesor en ventas. Personalidad: Innovador, Creativo, Trabajo en Equipo		
<b>Elaborado por:</b> Juan Pablo Chimba	<b>Revisado por:</b> Dr. MBA. Walter Jiménez	<b>Autorizado:</b> Dr. MBA. Walter Jiménez

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

	<b>CONEJOS PROCESADOS PABLYTO</b>	<b>Fecha</b>	<b>02/01/2020</b>		
		<b>Pagina</b>	<b>4</b>	<b>De</b>	<b>5</b>
	<b>Manual de Funciones General</b>	<b>Sustituye a</b>			
		<b>Pagina</b>		<b>De</b>	
<b>De fecha</b>					

## DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

### IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto: Jefe Financiero

Ubicación: Nivel Ejecutivo

Clave: JF

Ámbito de operaciones: Financiero

### RELACÓN

**Jefe Inmediato:** Gerente General

**Subordinados directos:** Ninguno

**Dependencia Funcional:** Financiero

**Propósito del puesto:** Movilizar y administrar los recursos financieros de la empresa.

#### Funciones:

- Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (Cheques, Cuentas por pagar, cuentas por cobrar y otros).
- Preparar estados financieros
- Realizar pagos de impuestos y mantener la documentación
- Analizar los diversos movimientos de los registros contables.
- Elabora informes periódicos de la situación financiera de la empresa.

#### Especificaciones:

Conocimientos: Contabilidad y Auditoría

Experiencia: 1 año en puestos similares

Personalidad: Trabajo en equipo, responsabilidad, honestidad.

#### Elaborado por:

Juan Pablo Chimba

#### Revisado por:

Dr. MBA. Walter Jiménez

#### Autorizado:

Dr. MBA. Walter Jiménez

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

	<b>CONEJOS PROCESADOS PABLYTO</b>	<b>Fecha</b> 02/01/2020
		<b>Pagina</b> 5 De 5
	<b>Manual de Funciones General</b>	<b>Sustituye a</b>
		<b>Pagina</b> De
<b>De fecha</b>		
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
Nombre del puesto: Secretaría Ubicación: Auxiliar Clave: SR Ámbito de operaciones: Secretaría		
<b>RELACÓN</b>		
<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente General <b>Subordinados directos:</b> Ninguno <b>Dependencia Funcional:</b> Secretaría <b>Propósito del puesto:</b> Manejar la información y documentación de la empresa. <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir, clasificar y archivarlos documentos de la empresa.</li> <li>• Atender a los clientes y llevar un registro</li> <li>• Llevar la agenda del Gerente General y ser de apoyo.</li> <li>• Redactar oficios correspondientes de la empresa.</li> </ul> <b>Especificaciones:</b> Conocimientos: Secretariado, Manejo de Excel y Word Experiencia: Experiencias laboral de 1 año en puestos afines. Personalidad: Habilidad en la computadora, actitud positiva, amabilidad.		
<b>Elaborado por:</b> Juan Pablo Chimba	<b>Revisado por:</b> Dr. MBA. Walter Jiménez	<b>Autorizado:</b> Dr. MBA. Walter Jiménez

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## CAPÍTULO VI

### ESTUDIOS FINANCIERO

Los autores (Manjares, 2012); (Tarradelles, 2012), lo definen como el análisis de la capacidad de una organización para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. A criterio de Lara (2015) (2015), el estudio financiero es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Para (Celaya, 2016), es la tercera etapa de los proyectos de inversión en la que interviene la información de carácter monetario, como resultado a la investigación y análisis efectuado en el estudio técnico, que será de utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

De esta forma, el estudio financiero comprende el monto de los recursos económicos para la realización del proyecto previo a la puesta en marcha.

#### 6.1. Inversión de activos fijos tangibles

El autor (Parra, 2013) señala que son propiedades (terreno, edificios, maquinaria, vehículos, entre otros) físicamente tangibles que se emplean en las operaciones regulares de la empresa. A criterio de Poma (2016), son aquellos que físicamente ocupan un espacio, por ello la empresa adquiere estos bienes con la finalidad de incrementar el precio para obtener un beneficio futuro. Para (Banda, 2017), son las propiedades o bienes susceptibles de ser observados, tales como los edificios, la maquinaria, los terrenos, otros.

En tal sentido, los activos fijos tangibles corresponden a las inversiones de capital para el progreso habitual de las empresas.

#### Activos Fijos

##### Terreno

Tabla 36. Terreno

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terrenos 100 m2	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 16.000,00</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

## Edificio

Tabla 37. Edificio

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Construcción de la planta	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20.000,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Vehículo

Tabla 38. Vehículo

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Chevrolet	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 15.000,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Maquinaria

Tabla 39. Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina peladora de conejos	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Maquina Empacadora al vacío	1	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.300,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Equipos

Tabla 40. Equipos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina de inducción	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Mesa de acero inoxidable	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Lavabo inoxidable	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Balanza digital	2	\$ 50,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.500,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Equipo de cómputo

Tabla 41. Equipo de cómputo

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de mesa	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 520,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Muebles y enseres

Tabla 42. Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	5	\$ 120,00	\$ 600,00
Archivador	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillas	7	\$ 25,00	\$ 175,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.075,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Herramientas

Tabla 43. Herramientas

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuchillos industriales	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Rotulador electrónico	1	\$ 30,00	\$ 30,00
desarmadores	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Gavetas	12	\$ 8,00	\$ 96,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 157,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Total Activos Fijos

Tabla 44. Total Activos fijos

ACTIVO FIJO	VALOR
TERRENO	\$ 16.000,00
EDIFICIO	\$ 20.000,00
VEHÍCULO	\$ 15.000,00
MAQUINARIA	\$ 4.300,00
EQUIPO	\$ 3.500,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 520,00

MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.075,00
HERRAMIENTAS	\$ 157,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 60.552,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### **Análisis e Interpretación**

La inversión en Activos Tangibles que realizara la empresa “CONEJO EMPACADO PABLYTO” será de la siguiente manera: Un terreno de 100 m2 para establecer la planta de producción tendrá un costo de \$16.000,00 a su vez la construcción de la plata tendrá un valor de \$20.000,00, un vehículos para transportar los productos con un valor de \$15.000,00, la maquinaria con un costo de \$4.300,00, los equipos \$3.500,00, se adquirirá un equipo de cómputo en un valor de \$520,00, los muebles y enseres un valor de \$1.075,00 y además unas herramientas a un costo de \$157,00.

### **6.2. Inversión de activos diferidos o intangibles**

El autor (Parra, 2013), manifiesta que son los derechos conferidos como resultado de la titularidad y propiedad, tales como: marcas, patentes, programas de informática, entre otros. Según (Poma, 2016), son aquellos que no tienen forma material como los activos tangibles o propiedad, planta y equipo, debido a que se trata de cosas inmateriales. Para el autor (Barrán, 2018), son activos no circulantes utilizados para la producción o abastecimiento de bienes, prestación de servicios o para propósitos administrativos, lo cual genera beneficios económicos que serán controladas por la empresa.

De esta manera, los activos fijos intangibles representan derechos exclusivos para la producción y venta del producto.

### **Constitución de la empresa**

*Tabla 45. Constitución de la empresa*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Constitución de la empresa	1	\$ 400,00	\$ 400,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 400,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo



## Publicidad

Tabla 46. Publicidad

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Radio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Televisión	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Afiches	100	\$ 0,25	\$ 25,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 475,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Permisos legales de Funcionamiento

Tabla 47. Permisos de funcionamiento

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Permisos de funcionamiento	1	\$ 300,00	\$ 300,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Total Activos Diferidos

Tabla 48 total activos diferidos

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	\$ 400,00
PUBLICIDAD	\$ 475,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 300,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.175,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Análisis e Interpretación

Los activos diferidos de la empresa “CONEJOS PROCESADOS PABLYTO”, designara \$400,00 para la constitución de la empresa, destinara \$475,00 para publicidad en radio, televisión y afiches y asignara \$300,00 para los permisos de funcionamiento en el Municipio del GAD Salcedo.

## 6.3 Inversión de activos circulantes o capital de trabajo

### 6.3.1 Activo Circulante

Para (Arrieta, 2014), son aquellos bienes y derechos que una empresa adquiere y posee por un corto periodo de tiempo. Según (Tobar, 2017), son los que la empresa espera vender o consumir en un periodo inferior a doce meses. A criterio de Gallardo (2019), son lo que pueden ser vendidos con la finalidad de generar capital para el movimiento de la empresa, en un plazo menor a un año.

Por tanto, este activo evalúa la liquidez de la empresa, debido a que es un recurso que puede convertirse en efectivo rápidamente y a la vez intervenir en la toma de decisiones a corto plazo.

#### a. Caja-Bancos

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO” dispondrá de \$2.500,00 para Caja-Bancos, que será destinado para gastos administrativos.

#### b. Inventario

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO” utilizara el modelo del Lote Económico en la siguiente formula:

*Ecuación 2. Lote económico*

$$LE = \sqrt{\frac{2 \cdot F \cdot U}{C \cdot P}}$$

Donde:

LE: Cantidad óptima que requiere de materia prima

2: Constante

F: Costo de colocar y recibir una orden de compra

U: Consumo anual de materia prima

C: Tasa pasiva referencial (0,0617 Banco Central del Ecuador 2019)

P= Precio Unitario de Compra

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 60 * 576}{0.06 * 6}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{69.120}{0,36}}$$

$$LE = \sqrt{192.000}$$

LE= 438 cantidad optima que se requiere de materia prima

## Total Activo Circulante

Tabla 49. Activo circulante

ACTIVO CIRCULANTE	
Caja Bancos	\$ 2.500,00
Inventario	\$ 438,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.938,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

Los activos circulantes de la empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO”: Caja-Bancos con un valor de \$2.500,00 y el inventario de \$438,00 disponible en almacenamiento.

### 6.3.2 Pasivo Corriente

A criterio del autor (Pérez, 2015), son aquellas deudas que deben ser canceladas en un plazo inferior a los doce meses. Para (Tobar, 2017), son las obligaciones o deudas que se deben pagar en un plazo inferior a un año, las cuales generan la negociación empresarial. Según (Torrente, 2018), el pasivo circulante es el que contiene obligaciones a corto plazo.

En tal sentido, el pasivo circulante debe ser controlado puesto que puede afectar la actividad económica de la empresa.

Ecuación 3. Pasivo Corriente

$$TC = \frac{AC}{PC} \Rightarrow PC = \frac{AC}{TC}$$

Donde:

TC: Tasa Circulante (2,5)

AC: Activo Circulante

PC: Pasivo Circulante

$$PC = \frac{2.938}{2,5}$$

$$PC = \$1.175,20$$

## **Análisis e Interpretación**

El pasivo circulante de la empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO” es de \$1.175,20; este valor se obtiene de la división entre el Activo Circulante (2.938) y Tasa Circulante (2,5) que es un valor constante, es decir que mide la capacidad de una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo.

### **6.3.3 Capital de Trabajo**

El autor (Erazo, 2012), lo define como los recursos financieros empleados para seguir con las actividades empresariales. A criterio de (Paz, 2015), es la capacidad de una entidad para adquirir maquinaria o elementos que sirven para el desarrollo del emprendimiento o proyecto. Para (Riquelme, 2015), es un elemento que proporciona un balance empresarial entre obligaciones y activos relacionados con la actividad del negocio.

De esta manera, el capital de trabajo se basa en la capacidad que tiene una empresa para operar, luego de cumplir con las obligaciones.

*Ecuación 4. Capital de trabajo*

$$CT = Total\ Activo\ Circulante - Total\ Pasivo\ Circulante$$

$$CT = AC - PC$$

$$CT = 2.938 - 1.175,20$$

$$CT = 1.762,80$$

### **Análisis e interpretación**

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO”, cuenta con un capital de trabajo de \$1.762,80 lo que nos permitirá operar las actividades de una manera adecuada en la producción de carne de conejo empacado al vacío.

#### **6.1 Resumen de inversiones**

*Ecuación 5 Inversión inicial*

$$Inversion\ Inicial = AF + AD + CT$$

$$Inversion\ Inicial = 50.552 + 1.175 + 1.762,80$$

Tabla 50 Resumen de inversión

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
Activo Fijo	\$ 60.552,00
Activo Diferido	\$ 1.175,00
Capital de Trabajo	\$ 1.762,80
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.489,80</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO”, necesita de \$53.489,80 para iniciar su operación esto está distribuido de la siguiente manera: Activos fijos \$50.552,00 Activos diferidos \$1.175,00 y el Capital de Trabajo \$1.762,00.

#### **6.4. Financiamiento**

Para (Romo, 2011), es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto mediano o largo plazo, indispensables para la actividad normal de la empresa. El autor Toledo (2014), lo define como el conjunto de recursos financieros para llevar a cabo una actividad económica. Según (Ortíz, 2018), es el mecanismo que aporta dinero a una empresa u organización con el objetivo de mantener la actividad comercial en el mercado. En base a los aportes, el financiamiento permite mantener una economía estable y eficiente.

El financiamiento para la empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO”, tendrá un aporte de capital propio y a través de un crédito en una institución financiera.

Tabla 51 Financiamiento

<b>PROYECTO CON FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>% APORTACIÓN</b>
Capital Propio	\$ 13.489,80	21%
Institución Financiera	\$ 50.000,00	79%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## **Análisis e interpretación**

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO” necesita de \$63.489,80 que es el 100 de capital, por lo que el capital propio es de \$13.489,80 que es el 21% del capital total y el aporte de un crédito de una institución financiera es de \$50.000,00 que es el 79% del capital total.

### **6.5. Plan de inversiones**

Según (Garzón, 2010); (Cando, 2014), es la expresión técnica y financiera para el inicio y desarrollo de una actividad empresarial. A criterio de (Pereira, 2015); (Viscaya, 2016), es un documento integral, organizado, detallado y personalizado que garantiza los objetivos financieros, así como los plazos, costes y recursos necesarios para que sea factible. Para (Samaniego, 2018), es aquel que agrupa los recursos de acuerdo con los objetivos, lo cual facilita la atención de los diferentes tipos de necesidades.

En tal sentido, el plan de inversiones abarca una serie de recursos para el funcionamiento de un negocio, proyecto e idea.

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO” tiene el siguiente plan de inversión.

*Tabla 52 Plan de inversiones*

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR \$</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Activos Fijos	\$ 50.552,00	80%
Activo Diferido	\$ 11.175,00	18%
Capital de Trabajo	\$ 1.762,80	3%
Total de inversión	\$ 63.489,80	100%
Financiamiento dinero propio	\$ 13.489,80	21%
Financiamiento Institución financiera	\$ 50.000,00	79%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## **Análisis e interpretación**

La empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO”, presenta una inversión en activos fijos de \$50.552,00 que representa el 80%, los activos diferidos son \$11.175,00 que representa el 18% y el capital de trabajo de \$1.762,00 que es 3% de la inversión total.

## 6.6 Presupuesto de gastos e ingresos

Para (Corvo, 2018), es un cálculo que estima los ingresos y gastos en un periodo de tiempo determinado. A criterio de (Escanta, 2019), es una herramienta de gestión que permite planificar, controlar y coordinar las operaciones claves de la empresa. Según Burbano y Río (2019), es una cifra proyectada que se ha destinado a financiar la función administrativa y operativa de una entidad durante el año presupuestado.

En base a los aportes, el presupuesto de gastos e ingresos detalla la cantidad monetaria a emplear y obtener en el ámbito empresarial.

### a. Costos de Producción

Los costos de producción son los costos que se aplican para llevar a cabo la operación de la empresa “CONEJOS EMPACADOS PABLYTO”, para producir la carne de conejo empacado al vacío.

#### Materia Prima

Tabla 53. Materia prima

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Conejo	10.598	conejos	\$ 6,00	\$ 63.588,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.588,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

#### Insumos

Tabla 54. Insumos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Bolsas Plásticas transparente de polietileno (100 u 30x50)	353	Unidades	\$ 0,15	\$ 52,95
Etiquetas	353	Unidades	\$ 0,20	\$ 70,60
Hielo	48	kg	\$ 0,05	\$ 2,40
Sal en grano (Saquillo)	20	kg	\$ 0,15	\$ 3,00
		<b>TOTAL</b>		<b>\$ 128,95</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Materiales Indirectos

Tabla 55. Materiales indirectos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mandiles Industriales	5	Unidades	\$ 15,00	\$ 75,00
Botas Industriales	3	Pares	\$ 9,00	\$ 27,00
Guantes Industriales	6	Pares	\$ 4,00	\$ 24,00
Mascarillas 100u	2	Unidades	\$ 2,00	\$ 4,00
Fundas de basura	2	Unidades	\$ 1,00	\$ 2,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 132,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Cargos de Depreciación y Amortización

Para realizar la depreciación y amortización se utilizara el método de línea recta, es decir que el valor del bien se dividirá para la vida útil del proyecto que es 5 años.

Tabla 56. Depreciación y amortización

<b>DEPRECIACIÓN</b>		
Detalle	Valor	Valor depreciado
Terreno	\$ 16.000,00	\$ -
Edificio	\$ 20.000,00	\$ 4.000,00
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00
Maquinaria	\$ 4.300,00	\$ 860,00
Equipos	\$ 3.500,00	\$ 700,00
Equipo de Computo	\$ 520,00	\$ 104,00
Muebles y enseres	\$ 1.075,00	\$ 215,00
Herramientas	\$ 157,00	\$ 31,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 60.552,00</b>	<b>\$ 8.910,40</b>
<b>AMORTIZACIÓN</b>		
Gastos de constitución de la empresa	\$ 400,00	\$ 80,00
Publicidad	\$ 475,00	\$ 95,00
Permisos de funcionamiento	\$ 300,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.175,00</b>	<b>\$ 235,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo



## Mantenimiento Maquinaria y Equipo

Para calcular el valor del mantenimiento de maquinaria y equipo, el valor del bien multiplicamos por el 5%.

Tabla 57. Mantenimiento equipo y maquinaria

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina Peladora de conejos	1	\$ 1.500,00	\$ 75,00
Máquina empacadora al vacío	1	\$ 2.800,00	\$ 140,00
Cocina de inducción	1	\$ 2.000,00	\$ 100,00
Mesa de acero inoxidable	2	\$ 300,00	\$ 15,00
Lavabo inoxidable	2	\$ 400,00	\$ 20,00
Balanza digital	2	\$ 50,00	\$ 2,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 352,50</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Mano de Obra Indirecta

Tabla 58. Mano de obra indirecta

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ingeniero en alimentos	1	\$ 480,00	\$ 5.750,00
Operarios	2	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.560,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Total costos de producción

Tabla 59. Costos totales

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia Prima	\$ 63,588.00
Insumos	\$ 128.95
Materiales Indirectos	\$ 132.00
Depreciación y Amortización	\$ 9,145.40
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	\$ 352.50
Sueldos y Salarios	\$ 10,560.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 83,905.95</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## b. Costos Administrativos

Tabla 60 Costos Administrativos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Esferos	10	\$ 0,40	\$ 4,00
carpetas archivadoras	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Perforadora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Grapadora	1	\$ 2,00	\$ 2,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 47,50</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

## Servicios Básicos

Tabla 61. Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Luz	1080	kw	\$ 0,07	\$ 75,60
Agua potable	24000	m3	\$ 0,11	\$ 2.640,00
Internet	60	Mb	\$ 2,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.835,60</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

## Sueldos y Salarios

Tabla 62. Sueldos y salarios

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gerente General	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Secretaria	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 16.800,00</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

## Total Costos Administrativos

Tabla 63. Costos Administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Suministros de Oficina	\$ 47,00
Servicios Básicos	\$ 2.835,60
Sueldos y Salarios	\$ 16.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18.432,60</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### c. Costos Financieros

Los costos financieros corresponden a los pagos que se realizarán por el crédito a una institución financiera el monto de \$50.000,00 para 3 años.

Tabla 64. Costos financieros

DESCRIPCIÓN	VALOR
Intereses por préstamo bancario tasa activa 11,23%	\$ 5.615,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.615,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### d. Costo de Ventas

#### Sueldos y Salarios

Tabla 65. Sueldos y salarios

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vendedor	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.800,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Transporte

Tabla 66. Transporte

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Transporte del producto	12	\$ 25,00	\$ 300,00
Flete y estibaje	12	\$ 7,00	\$ 84,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 384,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Total Costo de Ventas

Tabla 67. Total costo de ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos y Salario	\$ 4.800,00
Transporte	\$ 384,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.084,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## Total de Costos

Tabla 68. Total de costos

COSTO DE PRODUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN	VALOR	COSTO TOTAL
Materia Prima	\$ 63,588.00	
Insumos	\$ 128.95	
Materiales Indirectos	\$ 132.00	
Depreciación y Amortización	\$ 9,145.40	
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	\$ 352.50	
Sueldos y Salarios	\$ 10,560.00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 83,905.95</b>	<b>\$ 83,905.95</b>
COSTOS ADMINISTRATIVO		
DESCRIPCIÓN	VALOR	
Suministros de Oficina	\$ 47,00	
Servicios Básicos	\$ 2.835,60	
Sueldos y Salarios	\$ 16.800,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 18.432,60</b>
COSTO FINANCIERO		
DESCRIPCIÓN	VALOR	
Intereses por préstamo bancario tasa activa 11,23%	\$ 1.847,52	

<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.847,52</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	
Sueldos y Salario	\$ 4.800,00	
Transporte	\$ 384,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 5.084,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>		<b>\$ 90.969,47</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### 6.6.1. Situación financiera actual

Según (Marquez, 2013), es la posibilidad o capacidad que tiene una empresa para generar capital, lo cual permita cumplir con las obligaciones hacia terceros. Para (Yáñez, 2016), es el reflejo de liquidez que tiene una empresa en base a los activos, pasivos y patrimonio. El autor (Hatzacorsian, 2018), lo define como una herramienta que permite a la empresa tener una visión concreta acerca de la rentabilidad y posición financiera del negocio.

Por tanto, la situación financiera actual describe los resultados de operación de la entidad.

Esta es la situación financiera actual de la empresa “CONEJO EMPACADO PABLYTO”

Tabla 69. Balance General

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Caja-Bancos	\$ 2.500,00	Corto Plazo	
Inventario	\$ 438,00	Pasivo Corriente	\$ 5.586,93
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 2.938,00</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 5.586,93</b>
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
<b>Activos Fijo</b>		<b>Largo Plazo</b>	
Terreno	\$ 6.000,00	Préstamo Bancario	\$ 50.000,00
Edificio	\$ 20.000,00	<b>TOTAL PASIVO LARGO</b>	<b>\$ 50.000,00</b>
Maquinaria y Equipo	\$ 19.300,00	<b>PLAZO</b>	
Equipo de computo	\$ 520,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 55.586,93</b>
Herramientas	\$ 157,00		
Muebles y enseres	\$ 1.075,00		
Vehículo	\$ 15.000,00		

<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 62.052,00</b>		
<b>Activo Diferido</b>			
Gasto de Constitución	\$ 400,00		
Publicidad	\$ 475,00		
Permiso de Funcionamiento	\$ 300,00	Capital	\$ 10.578,07
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 1.175,00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 10.578,07</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 66.165,00</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 66.165,00</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### 6.6.2. Situación financiera proyectada

El autor (Gurrola, 2011), menciona que es el producto final del proceso de planeación financiera de una empresa. A criterio de (Peñaloza, 2013); (Fornero, 2015), es el pronóstico de ventas para las necesidades de la empresa. Para (Llerena, 2016), es un análisis de proyección multiperiódica acerca de la economía de la empresa.

En tal sentido, la situación financiera proyectada como técnica de análisis evalúa la parte económica de la empresa para futuras decisiones empresariales.

Tabla 70. Balance General Proyectada

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADA</b>					
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>ACTIVO</b>					
Caja-Bancos	\$ 2.500,00	\$ 2.535,00	\$ 2.570,49	\$ 2.606,48	\$ 2.642,97
Inventario	\$ 438,00	\$ 444,13	\$ 450,35	\$ 456,65	\$ 463,05
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 2.938,00</b>	<b>\$ 2.979,13</b>	<b>\$ 3.020,84</b>	<b>\$ 3.063,13</b>	<b>\$ 3.106,02</b>
<b>Activos Fijo</b>					
Terreno	\$ 6.000,00	\$ 6.084,00	\$ 6.169,18	\$ 6.255,54	\$ 6.343,12
Edificio	\$ 20.000,00	\$ 20.280,00	\$ 20.563,92	\$ 20.851,81	\$ 21.143,74
Maquinaria y Equipo	\$ 19.300,00	\$ 19.570,20	\$ 19.844,18	\$ 20.122,00	\$ 20.403,71
Equipo de computo	\$ 520,00	\$ 527,28	\$ 534,66	\$ 542,15	\$ 549,74
Herramientas	\$ 157,00	\$ 159,20	\$ 161,43	\$ 163,69	\$ 165,98
Muebles y enseres	\$ 1.075,00	\$ 1.090,05	\$ 1.105,31	\$ 1.120,79	\$ 1.136,48
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.210,00	\$ 15.422,94	\$ 15.638,86	\$ 15.857,81
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 62.052,00</b>	<b>\$ 62.920,73</b>	<b>\$ 63.801,62</b>	<b>\$ 64.694,84</b>	<b>\$ 65.600,57</b>
<b>Activo Diferido</b>					
Gasto de Constitución	\$ 400,00	\$ 405,60	\$ 411,28	\$ 417,04	\$ 422,87
Publicidad	\$ 475,00	\$ 481,65	\$ 488,39	\$ 495,23	\$ 502,16
Permiso de Funcionamiento	\$ 300,00	\$ 304,20	\$ 308,46	\$ 312,78	\$ 317,16
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 1.175,00</b>	<b>\$ 1.191,45</b>	<b>\$ 1.208,13</b>	<b>\$ 1.225,04</b>	<b>\$ 1.242,19</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 66.165,00</b>	<b>\$ 67.091,31</b>	<b>\$ 68.030,59</b>	<b>\$ 68.983,02</b>	<b>\$ 69.948,78</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Corto Plazo</b>					
<b>Pasivo Corriente</b>	\$ 5.586,93	\$ 5.665,15	\$ 5.744,46	\$ 5.824,88	\$ 5.906,43
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 5.586,93</b>	<b>\$ 5.665,15</b>	<b>\$ 5.744,46</b>	<b>\$ 5.824,88</b>	<b>\$ 5.906,43</b>
<b>Largo Plazo</b>					
Préstamo Bancario	\$ 50.000,00	\$ 40.000,00	\$ 30.000,00	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 40.000,00</b>	<b>\$ 30.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 10.000,00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 55.586,93</b>	<b>\$ 56.365,15</b>	<b>\$ 57.154,26</b>	<b>\$ 57.954,42</b>	<b>\$ 58.765,78</b>
<b>Capital</b>	\$ 10.578,07	\$ 10.726,16	\$ 10.876,33	\$ 11.028,60	\$ 11.183,00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 10.578,07</b>	<b>\$ 10.726,16</b>	<b>\$ 10.876,33</b>	<b>\$ 11.028,60</b>	<b>\$ 11.183,00</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 66.165,00</b>	<b>\$ 67.091,31</b>	<b>\$ 68.030,59</b>	<b>\$ 68.983,02</b>	<b>\$ 69.948,78</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### 6.6.3. Presupuesto de ingresos

Para los autores (Pérez, 2015); (Corvo, 2018), es la cantidad de dinero asignada para el mantenimiento y crecimiento de la empresa. A criterio de (Salazar, 2018), representa el soporte del programa de producción y constituye el cimiento de los estimativos acerca del compra de los clientes. Según (Napoles, 2019), es aquel que ahorra tiempo y esfuerzo mediante una asignación adecuada de los recursos empresariales. Por tal razón, el presupuesto de ingreso se compara con la cantidad de gastos presupuestada para determinar si los ingresos son los adecuados.

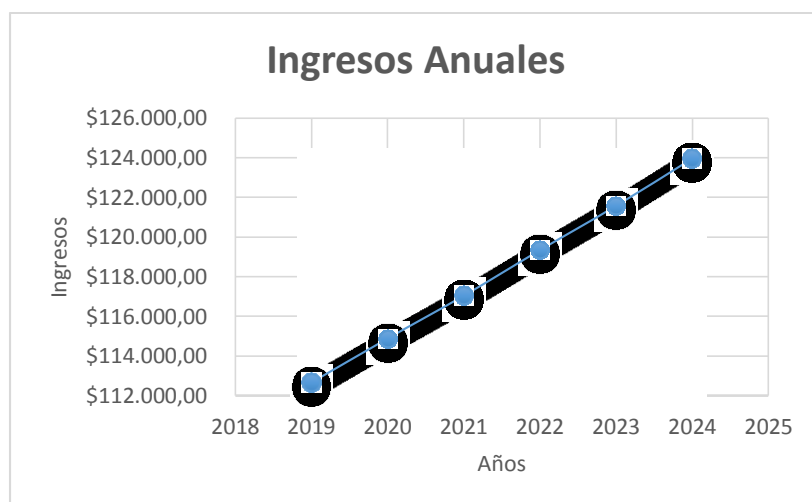
Tabla 71. Demanda en productos

AÑO	DPI REAL	PRECIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
2019	10.598	\$ 10,63	\$ 9.388,06	\$ 112.656,74
2020	10.746	\$ 10,69	\$ 9.572,90	\$ 114.874,74
2021	10.897	\$ 10,74	\$ 9.752,82	\$ 117.033,78
2022	11.049	\$ 10,80	\$ 9.944,10	\$ 119.329,20
2023	11.204	\$ 10,85	\$ 10.130,28	\$ 121.563,40
2024	11.361	\$ 10,91	\$ 10.329,04	\$ 123.948,51

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 19. Demanda en productos



Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis e interpretación

La empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO tendrá un ingreso inicial de \$45.062.69 y este a su vez ira creciendo en los 5 años de vida útil que está proyectado.



## 6.6.4. Estado de resultados proyectado

Tabla 72. Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO							
AÑO (0)	2020	2021	2022	2023	2024		
<b>Ingresos</b>	-	\$ 114.874,74	\$ 117.033,78	\$ 119.329,20	\$ 121.563,40	\$	123.948,51
(-) Costos de Producción	-	\$ 83.905,95	\$ 83.905,95	\$ 83.905,95	\$ 83.905,95	\$	83.905,95
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	-	<b>\$ 30.968,79</b>	<b>\$ 33.127,83</b>	<b>\$ 35.423,25</b>	<b>\$ 37.657,45</b>	<b>\$</b>	<b>40.042,56</b>
(-) Costos Administrativos	-	\$ 4.432,00	\$ 4.432,00	\$ 4.432,00	\$ 4.432,00	\$	4.432,00
(-) Costos Financieros	-	\$ 1.847,52	\$ 1.847,52	\$ 1.847,52	\$ 1.847,52	\$	1.847,52
(-) Costos de Ventas	-	\$ 784,00	\$ 784,00	\$ 784,00	\$ 784,00	\$	784,00
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	-	<b>\$ 23.905,27</b>	<b>\$ 26.064,31</b>	<b>\$ 28.359,73</b>	<b>\$ 30.593,93</b>	<b>\$</b>	<b>32.979,04</b>
(-) Impuesto a la Renta 25%	-	\$ 5.976,32	\$ 6.516,08	\$ 7.089,93	\$ 7.648,48	\$	8.244,76
<b>(=) Utilidad después de Impuestos</b>	-	<b>\$ 17.928,95</b>	<b>\$ 19.548,23</b>	<b>\$ 21.269,80</b>	<b>\$ 22.945,45</b>	<b>\$</b>	<b>24.734,28</b>
(-) Reparto de Utilidades 15%	-	\$ 2.689,34	\$ 2.932,23	\$ 3.190,47	\$ 3.441,82	\$	3.710,14
<b>(=) Utilidad Neta</b>	-	<b>\$ 15.239,61</b>	<b>\$ 16.616,00</b>	<b>\$ 18.079,33</b>	<b>\$ 19.503,63</b>	<b>\$</b>	<b>21.024,14</b>
(+) Cargo Depreciación y Amortización	-	\$ 9.145,40	\$ 9.145,40	\$ 9.145,40	\$ 9.145,40	\$	9.145,40
(-) Pago Principales	-	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$	10.000,00
<b>(=) Flujo Neto de Efectivo</b>	-	<b>\$ 14.385,01</b>	<b>\$ 15.761,40</b>	<b>\$ 17.224,73</b>	<b>\$ 18.649,03</b>	<b>\$</b>	<b>20.169,54</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### 6.6.5. Flujo de caja

Para (Pereira, 2015), es un informe financiero que contiene el detalle pormenorizado de los flujos de ingreso y egreso de dinero en un determinado periodo. El autor (Kang, 2017), menciona que el flujo de caja es conocido como *cash flow*, flujo de liquidez o flujo de efectivo, el cual como documento financiero detalla el flujo de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido la empresa durante un tiempo determinado. A criterio de Suárez (2019), es una herramienta en la administración financiera de una empresa ya que determina las necesidades futuras de los fondos (ingreso y egresos), mismas que prevén la posibilidad de invertir los excedentes de tesorería y ejercen un control sobre la liquidez de la empresa. En tal sentido, el flujo de caja permite analizar la viabilidad de un proyecto de inversión.

Tabla 73 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
Descripción	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Ingresos Operacionales	\$ 63.489,80	\$ 114.874,74	\$ 117.033,78	\$ 119.329,20	\$ 121.563,40	\$ 123.948,51
(+) Recursos Propios	\$ 13.489,80					
(+) Recursos Ajenos	\$ 50.000,00					
(+) Ingresos por Ventas	\$ -	\$ 114.874,74	\$ 117.033,78	\$ 119.329,20	\$ 121.563,40	\$ 123.948,51
(-) Egresos Operacionales		\$ 74.760,55	\$ 75.807,20	\$ 76.868,50	\$ 77.944,66	\$ 79.035,88
(+) Costos Operacionales		\$ 5.427,50	\$ 5.503,49	\$ 5.580,53	\$ 5.658,66	\$ 5.737,88
(+)Costo de Ventas		\$ 784,00	\$ 794,98	\$ 806,11	\$ 817,39	\$ 828,83
(+) Costos Administrativos		\$ 4.432,60	\$ 4.494,66	\$ 4.557,58	\$ 4.621,39	\$ 4.686,09
(=) Flujo Operacional	\$ 63.489,80	\$ 40.114,19	\$ 40.675,79	\$ 41.245,25	\$ 41.822,68	\$ 42.408,20
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo						
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
(+) Interés de Pago a largo Plazo		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
Otros Egresos						
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$ 63.489,80	\$ 38.266,67	\$ 38.802,40	\$ 39.345,64	\$ 39.896,48	\$ 40.455,03

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## 6.7. Punto de equilibrio

Para el autor (Cortés, 2016), es aquel donde los ingresos totales de producción son iguales a los costos totales de operación, es decir no existe utilidad y tampoco pérdida. Los autores Mazón, Villao, Núñez, y Serrano (2017), lo definen como una herramienta útil para conocer la interacción entre costos y volúmenes de venta. Según (Higuerey, 2018), es la situación en la que se produce y vende un volumen de unidades que permite cubrir la totalidad de los costos, sin obtener ganancia ni pérdida.

De esta manera, el análisis del punto de equilibrio permite planificar las ventas y los costos a corto, mediano y largo plazo en sectores como la manufactura, comercio y servicio.

Tabla 74 Costos fijos Costos Variables

DETALLE	COSTOS FIJOS	VALOR	COSTO VARIABLE	VALOR
<b>Costos de Producción</b>	Cargo Depreciación y Amortización	\$ 9.145,40	Materia Prima	\$ 63.588,00
	Mantenimiento de Maquinaria	\$ 352,50	Materiales Indirectos	\$ 132,00
	Mano de Obra directa e indirecta	\$ 10.560,00	Insumos	\$ 128,95
<b>Costos Administrativos</b>	Servicios Básicos	\$ 2.835,60	Suministros de oficina	\$ 47,00
	Sueldos y Salarios	\$ 16.800,00		
<b>Costos de Venta</b>	Sueldo Vendedor	\$ 4.800,00	Transporte	\$ 384,00
	<b>Costo Financiero</b>	\$ 1.847,52		
	<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 46.341,02</b>	<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 64.358,00</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### 6.7.1 Punto de Equilibrio (Unidades Monetarias)

Ecuación 6. Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos variables

V: Ventas

$$PE = \frac{46.341,02}{1 - \frac{64.358,00}{114.874,74}}$$
$$PE = \$18.102,54$$

### 6.7.2 Punto de equilibrio en Unidades de Producción

*Ecuación 7. Punto de equilibrio en unidades de producción*

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

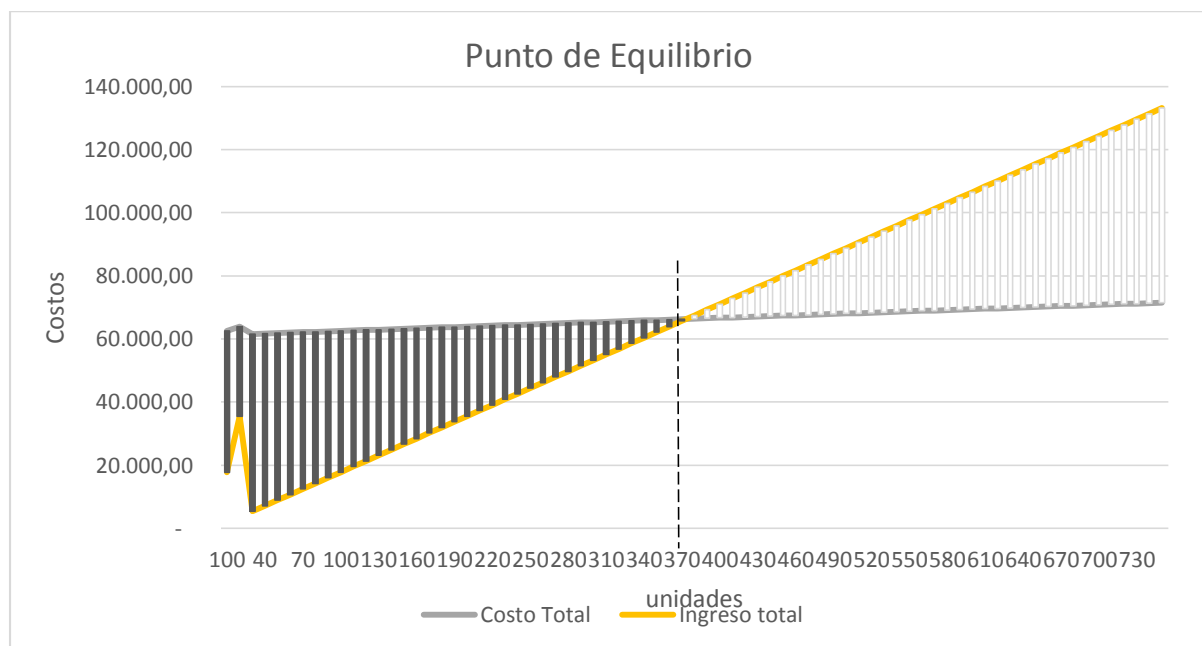
CVU: Costos Variables Unitarios

PVU: Precio de Venta Unitario

$$PE = \frac{17.411,02}{10,63 - 5,75}$$
$$PE = 1.632,16$$

### 6.7.3. Gráfico del Punto de Equilibrio

*Gráfico 20. Punto de equilibrio*



**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## 6.8. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

### Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR

Según (Miranda, 2010), la tasa mínima aceptable de rendimiento también conocida como TIMA (Tasa de interés mínimo aceptable) TREMA (Tasa de rendimiento mínima aceptable), es la cantidad compuesta por la prima de riesgo y la inflación, lo cual permite demostrar la rentabilidad económica del proyecto. Para (Escalante, 2011), es la mínima cantidad de rendimiento que el inversionista está dispuesto a recibir por arriesgarse a colocar en un proyecto dado su dinero. Los autores (Estrada, 2014); (Jill, 2016); (Corvo, 2018) coinciden que es porcentaje mínimo de rendimiento de una inversión.

En tal sentido, la tasa mínima aceptable de rendimiento asegura que el capital invertido no perderá el valor adquisitivo, ya que se considera como un premio al riesgo por invertir en un proyecto.

#### 6.8.1. Cálculo Tmar 1 sin financiamiento

*Ecuación 8. Tamar1*

$$Tmar1 = i + f$$

Donde:

**Tmar:** Tasa mínima aceptable de rendimiento

**i:** Riesgo país 663 (6,63%) Septiembre 2019

**f:** Inflación 1,40% (Banco Central del Ecuador)

$$Tmar1 = 0,066 + 0,014$$

$$Tmar1 = 0,08$$

$$Tmar1 = 8\%$$

#### 6.8.2. Cálculo Tmar2 sin financiamiento

*Ecuación 9 Tmar2*

$$Tmar2 = i + f(2)$$

$$Tmar2 = 0,66 + 0,014(2)$$

$$Tmar2 = 0,066 + 0,028$$

$$Tmar2 = 0,094$$

$$Tmar2 = 9,4$$

### Análisis e interpretación

La tasa de rendimiento de la empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO es de 8% y 9,4%, demostrando que la propuesta de este proyecto es rentable.

#### 6.8.3. Cálculo de la Tmar1 global mixto

Tabla 75. Tmar1 global mixto

Proyecto con Financiamiento	Monto	% Aportación	Tmar (i+f)	Ponderación
Capital Propio	\$ 13.489,80	0,21	0,08	0,0168
Institución Financiera	\$ 50.000,00	0,79	0,1123	0,0887
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>1,000</b>	<b>0,1923</b>	<b>0,1055</b>
				10,55%

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis e interpretación

El cálculo de la Tmar1 global mixto nos indica que para el financiamiento de la empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO es de 10,55.

#### 6.8.4. Cálculo Tmar2 Global Mixto

Tabla 76. Tmar2 global mixto

Proyecto con Financiamiento	Monto	% Aportación	Tmar (i+f)	Ponderación
Capital Propio	\$ 13.489,80	0,21	0,094	0,01974
Institución Financiera	\$ 50.000,00	0,79	0,1123	0,08872
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>1,000</b>	<b>0,2063</b>	<b>0,108457</b>
				10,85%

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### Análisis e interpretación

El cálculo de la Tmar2 global mixto nos indica que para el financiamiento de la empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO es de 10,85.

## 6.9. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

A criterio de (Puga, 2014), es un indicador financiero que mide los flujos de ingreso y egresos futuros que contendrá un proyecto, para con ello determina si después de la inversión queda alguna ganancia. Para (Carillo, 2016), procede de la expresión inglesa *net present value*, que significa procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujo de caja, originado por una inversión. A criterio del autor (Altuve, 2018), es un modelo o método de actualización de los flujos netos de fondos determinado sobre la base de los recursos financieros programados con anticipación en el transcurso de la actividad empresarial.

De esta forma, el VAN (Valor actual neto) permite determinar cuál proyecto es rentable entre varias opciones de inversión

### 6.9.1. Calculo VAN1

Ecuación 10. VAN1

$$VAN1 = -I_o + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

Io: Inversión Inicial

FNE: Flujo Neto de Efectivo

1: Constante

i: Tmar1 Global Mixta

$$VAN1 = -63.489,80 + \frac{38.266,67}{(1+0,1055)^1} + \frac{38.802,40}{(1+0,1055)^2} + \frac{39.345,64}{(1+0,1055)^3} + \frac{39.896,48}{(1+0,1055)^4} + \frac{40.455,03}{(1+0,1055)^5}$$

$$VAN1 = -63.489,80 + \frac{38.266,67}{1,1055} + \frac{38.802,40}{1,2221} + \frac{39.345,64}{1,3510} + \frac{39.896,48}{1,4936} + \frac{40.455,03}{1,6511}$$

$$VAN1 = -63.489,80 + 30.248,39 + 27.744,79 + 25.448,41 + 23.342,10 + 21.410,12$$

$$VAN1 = 64.704,01$$

### Análisis e interpretación

El VAN1 obtenido 64.704,01 en esta operación nos indica que es mayor a cero es decir este proyecto sigue siendo rentable.

## 6.9.2. Valor Actual Neto VAN2

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

Io: Inversión Inicial

FNE: Flujo Neto de Efectivo

l: Constante

i: Tmar2 Global Mixta

*Ecuación 11. VAN2*

$$VAN2 = -I_o + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + \frac{38.266,67}{(1+0,1085)^1} + \frac{38.802,40}{(1+0,1085)^2} + \frac{39.345,64}{(1+0,1085)^3} + \frac{39.896,48}{(1+0,1085)^4} + \frac{40.455,03}{(1+0,1085)^5}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + \frac{38.266,67}{1,1085} + \frac{38.802,40}{1,2287} + \frac{39.345,64}{1,3620} + \frac{39.896,48}{1,5098} + \frac{40.455,03}{1,6737}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + 30.166,53 + 27.594,82 + 25.242,35 + 23.090,43 + 21121,97$$

$$VAN2 = 63.726,30$$

### Análisis e interpretación

El VAN2 obtenido 63.726,30 en esta operación nos indica que es mayor a cero es decir este proyecto sigue siendo rentable.



## 6.10. Indicadores financieros

A criterio de (Alcántara, 2014), es la unidad de resultado que indica la liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una empresa. Según (Ohlin, 2017), es el valor que permite analizar el grado de eficiencia de la cartera de clientes de una empresa. Para el autor (Guerra, 2018), son datos que permiten evaluar la estabilidad, rendimiento, capacidad de endeudamiento y utilidades de la empresa.

En tal sentido, los indicadores financieros permiten interpretar las cifras, resultados e información del negocio, lo cual es fundamental en la toma de decisiones.

### 6.10.1 Índice de Solvencia

El autor Ulloa y Espinoza (2013), lo definen como el grado en el que los derechos de los acreedores a corto plazo se encuentran respaldados por activos que se convertirán en efectivo y al mismo tiempo de vencimiento de las obligaciones. Para (Nava, 2015), es el enfoque de mantener bienes y servicios para resguardar las deudas contraídas, aun cuando estos bienes no estén referidos a efectivo. Según (Escobar, 2017), es la capacidad financiera de una entidad para cumplir con las obligaciones.

Por tanto, el índice de solvencia demuestra la capacidad inmediata de pago de la empresa hacia los acreedores.

*Ecuación 12. Solvencia*

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{66.165,00}{55.586,93}$$

$$\text{Solvencia} = 1,19$$

### Análisis e interpretación

La empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO nos indica que por cada dólar invertido se recupera \$1,19 dólar a largo plazo calculado a través de realizar la división entre el activo total sobre el pasivo total.

### 6.10.2 Índice de Liquidez

Para (Rueda, 2015), son razones financieras que establecen el grado de liquidez de una empresa y por ende la capacidad de generar efectivo para responder de forma oportuna el pago de las obligaciones. Según (Tituana, 2017), es una herramienta de gestión e información en cuanto a la liquidez de la empresa, misma que permite cumplir con las obligaciones a corto y largo plazo. En base a los aportes de (Nava, 2015), es el porcentaje que indica cuan necesario es el efectivo para cumplir o pagar los compromisos contraídos con anterioridad.

De esta manera, el índice de liquidez se traduce en la facilidad que tiene la empresa para pagar sus deudas.

*Ecuación 13 Liquidez*

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{2.938,00}{5.586,93}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = 1,33$$

#### **Análisis e interpretación**

El índice de liquidez nos indica que en la empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO, tendrá una liquidez de \$1,33 esto permitirá cubrir las obligaciones que la empresa tendría a corto plazo.

### 6.10.3 Índice de Endeudamiento

El autor (Rueda, 2015) manifiesta que es el valor porcentual que indica la participación de tercero sobre activos de la empresa. Para Ulloa y Espinoza (2013), expresa en qué medida las deudas están financiando la inversión de los activos empresariales. A criterio de (Nava, 2015), indica el monto de dinero que terceros aportan para generar beneficios en una actividad productiva.

Por tanto, el índice de endeudamiento esta expresado por el importe de dinero que realizan personas externas a la empresa, cuyo uso esta destinados a la obtención de utilidades.

*Ecuación 14. Endeudamiento*

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{55.586,93}{66.165,00} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 84,01\%$$

### **Análisis e interpretación**

La empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO tiene como porcentaje a sus acreedores un total de 84%.

### **6.10.4 Índice de Apalancamiento**

A criterio de (Mejía, 2011), este índice señala la participación de terceros en el capital de la empresa, es decir compara el financiamiento de terceros con el de accionistas o dueños, para establecer cuál de las dos partes corre mayor riesgo. Para (Lozada, 2012), mide en qué grado y forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Según (Zurita, 2016), el índice de apalancamiento o indicador de Leverage, analiza la participación de terceros en el capital de la empresa.

En tal sentido, este índice establece el riesgo que corre tanto el acreedor como el dueño de la empresa, mismo que debe ser analizado para futuras decisiones empresariales.

*Ecuación 15. Apalancamiento*

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{55.586,93}{10.578,07}$$

$$\text{Apalancamiento} = 3,26 \text{ veces}$$

### **Análisis e interpretación**

La empresa CONEJO PROCESADO PABLYTO posee 3,26 en el índice de apalancamiento, lo que permite evidenciar lo factible de este proyecto.

### 6.11. Tasa beneficio – costo

Para (Kang, 2017), es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios de un proyecto de inversión con el fin de conocer la rentabilidad. Según (Pungil, 2018), es un índice neto que se obtiene de dividir el valor actual de los ingresos totales netos entre el valor actual de los costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto. El autor (Aguilera, 2019), lo define como la relación entre los beneficios y costos o egresos de un proyecto.

En tal sentido, la tasa de beneficio-costo permite conocer la rentabilidad de la empresa.

*Ecuación 16. Relación Beneficio Costo*

$$Relacion^{B/C} = \frac{\Sigma Ingresos Brutos}{\Sigma Costos Totales del Proyecto}$$

Donde:

$\Sigma$  Ingresos Brutos

$\Sigma$  Costos Totales del Proyecto

Relación B/C: Relación Beneficio/Costo

$$Relacion^{B/C} = \frac{\Sigma Ingresos Brutos}{\Sigma Costos Totales del Proyecto}$$

$$Relacion^{B/C} = \frac{596.749,63}{90.969,47}$$

$$Relacion^{B/C} = 6.6$$

#### **Análisis e interpretación**

La relación beneficio costo nos indica que tiene un valor mayor a 1, esto quiere decir que la empresa generara ganancia.

## 6.12. Periodo de recuperación de la inversión

Para (Didier, 2011), es uno de los métodos que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo de los eventos a corto plazo. Según (Trujillo, 2014), es el tiempo requerido para que una empresa recupere la inversión inicial de un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo. A criterio de (Larrea, 2016), es el que necesita el empresario para recuperar el dinero que invirtió inicialmente en un negocio o proyecto.

De esta forma, el periodo de recuperación de la inversión permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

*Ecuación 17. Periodo de recuperación de la inversión*

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Años}}}$$

$$PRI = \frac{63.489,80}{\frac{196.766,21}{5}}$$

$$PRI = 1.613$$

PRI= 1 año, 5 meses, 8 días

### **Análisis e interpretación**

Nos permite determinar que la inversión realizada será en 1 año, 5 meses, 8 días, lo que nos demuestra la factibilidad de este proyecto.

## 6.13. Tasa interna de retorno

Los autores (Torres, 2016); (Chiogna, 2017), lo definen como el porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa. Para (Ulareta, 2017), es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir. Según (Girón, 2018), es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero.

Por tanto, la tasa de interés de retorno representa la rentabilidad mínima para un proyecto de manera que pueda cubrir los siguientes aspectos: 1) Totalidad de la inversión inicial, 2) Egresos de operación, 3) los impuestos.

$$\begin{aligned}TIR &= T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \\TIR &= 0,1055 + (0,1085 - 0,1055) \frac{64.704,01}{64.704,01 - 63.726,30} \\TIR &= 0,1055 + 0,003 * 66.17 \\TIR &= 0,3040 \\TIR &= 30.40\%\end{aligned}$$

### **Análisis e interpretación**

El porcentaje de rendimiento futuro de la empresa es de 30.40% esto es aceptable para determinar la factibilidad del proyecto.

### **6.14. Análisis de sensibilidad**

Los autores (Lledó, 2010); (Molina, 2013), lo definen como el proceso de mejora de calidad de información para que el inversor decida si invierte o no en el proyecto. Según (Gava, 2015), es una herramienta de gestión que permite a las empresas predecir los resultados del proyecto, al comprender las limitaciones y los alcances de un modelo de decisión. Para el autor (Mora, 2018), es el estudio de la viabilidad de un proyecto con base en los flujos de efectivo de una empresa.

Por ello, el análisis de sensibilidad da como resultados pronósticos respaldados por datos.

### 6.14.1 Escenario Optimista +20%

Tabla 77. Flujo de caja optimista

<b>FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA</b>						
<b>Descripción</b>	<b>AÑO (0)</b>	<b>AÑO (1)</b>	<b>AÑO (2)</b>	<b>AÑO (3)</b>	<b>AÑO (4)</b>	<b>AÑO (5)</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>\$ 137.849,69</b>	<b>\$ 140.440,54</b>	<b>\$ 143.195,04</b>	<b>\$ 145.876,08</b>	<b>\$ 148.738,21</b>
<b>(+) Recursos Propios</b>	\$ 13.489,80					
<b>(+) Recurso Ajenos</b>	\$ 50.000,00					
<b>(+) Ingresos por Ventas</b>	\$ -	<b>\$ 137.849,69</b>	<b>\$ 140.440,54</b>	<b>\$ 143.195,04</b>	<b>\$ 145.876,08</b>	<b>\$ 148.738,21</b>
<b>(-) Egresos Operacionales</b>		\$ 74.760,55	\$ 75.807,20	\$ 76.868,50	\$ 77.944,66	\$ 79.035,88
<b>(+) Costos Operacionales</b>		\$ 5.427,50	\$ 5.503,49	\$ 5.580,53	\$ 5.658,66	\$ 5.737,88
<b>(+)Costo de Ventas</b>		\$ 784,00	\$ 794,98	\$ 806,11	\$ 817,39	\$ 828,83
<b>(+) Costos Administrativos</b>		\$ 4.432,60	\$ 4.494,66	\$ 4.557,58	\$ 4.621,39	\$ 4.686,09
<b>(=) Flujo Operacional</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>\$ 63.089,14</b>	<b>\$ 63.972,39</b>	<b>\$ 64.868,00</b>	<b>\$ 65.776,15</b>	<b>\$ 66.697,02</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
<b>(+) Créditos a contratarse a corto plazo</b>						
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
<b>(+) Interés de Pago a largo Plazo</b>		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
<b>Otros Egresos</b>						
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 1.847,52</b>	<b>\$ 1.873,39</b>	<b>\$ 1.899,61</b>	<b>\$ 1.926,21</b>	<b>\$ 1.953,17</b>
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>\$ 61.241,62</b>	<b>\$ 62.099,00</b>	<b>\$ 62.968,39</b>	<b>\$ 63.849,94</b>	<b>\$ 64.743,84</b>

Elaborado por: Juan Pablo Chimba Chisaguano

Fuente: Investigación de campo

### 6.14.2. VAN OPTIMISTA +20%

#### VAN1 Optimista +20%

*Ecuación 19. VAN1 optimista*

$$VAN1 = -I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

$$VAN1 = -I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

$$VAN1 = -63.489,80 + \frac{61.241,62}{1,1055} + \frac{62.099,00}{1,2221} + \frac{62.968,39}{1,3511} + \frac{63.849,94}{1,4936} + \frac{64.743,84}{1,6512}$$

$$VAN1 = -63.489,80 + 36.298,07 + 33.293,75 + 30.538,09 + 28.010,52 + 25.692,14$$

$$VAN1 = 90.342,77$$

### 6.14.3. VAN2 Optimista +20%

*Ecuación 20. VAN2 optimista*

$$VAN2 = -I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + \frac{61.241,62}{1,1085} + \frac{62.099,00}{1,2288} + \frac{62.968,39}{1,3621} + \frac{63.849,94}{1,5099} + \frac{64.743,84}{1,637}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + 24.198,71 + 22.195,83 + 20.358,73 + 18.673,68 + 17.128,10$$

$$VAN2 = 89.169,52$$

#### Relación B/C Optimista +20%

*Ecuación 21. Relación beneficio costos optimista*

$$Relacion\ B/C = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$Relacion\ B/C = \frac{716.099,56}{384.416,79}$$

$$Relacion\ B/C = 13.11$$



## **PRI Optimista +20%**

*Ecuación 22. PRI optimista*

$$PRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Años}}}$$

$$PRI = \frac{63.489,80}{\frac{314.902,79}{5}}$$

$$PRI = 1,045$$

PRI= 1 año 0 meses, 5 días

## **TIR OPTIMISTA 20%**

*Ecuación 23. TIR optimista*

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 0,1055 + (0,1085 - 0,1055) \frac{90.342,77}{90.342,77 - 89.169,52}$$

$$TIR = 0,1055 + 0,003 * 77$$

$$TIR = 38.35$$

## ESCENARIO PESIMISTA -20%

Tabla 78. Flujo de caja pesimista

<b>FLUJO DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA</b>						
<b>Descripción</b>	<b>AÑO (0)</b>	<b>AÑO (1)</b>	<b>AÑO (2)</b>	<b>AÑO (3)</b>	<b>AÑO (4)</b>	<b>AÑO (5)</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>\$ 91.899,79</b>	<b>\$ 93.627,02</b>	<b>\$ 95.463,36</b>	<b>\$ 97.250,72</b>	<b>\$ 99.158,81</b>
<b>(+) Recursos Propios</b>	\$ 13.489,80					
<b>(+) Recursos Ajenos</b>	\$ 50.000,00					
<b>(+) Ingresos por Ventas</b>	\$ -	<b>\$ 91.899,79</b>	<b>\$ 93.627,02</b>	<b>\$ 95.463,36</b>	<b>\$ 97.250,72</b>	<b>\$ 99.158,81</b>
<b>(-) Egresos Operacionales</b>		\$ 74.760,55	\$ 75.807,20	\$ 76.868,50	\$ 77.944,66	\$ 79.035,88
<b>(+) Costos Operacionales</b>		\$ 5.427,50	\$ 5.503,49	\$ 5.580,53	\$ 5.658,66	\$ 5.737,88
<b>(+) Costo de Ventas</b>		\$ 784,00	\$ 794,98	\$ 806,11	\$ 817,39	\$ 828,83
<b>(+) Costos Administrativos</b>		\$ 4.432,60	\$ 4.494,66	\$ 4.557,58	\$ 4.621,39	\$ 4.686,09
<b>(=) Flujo Operacional</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>\$ 17.139,24</b>	<b>\$ 17.379,19</b>	<b>\$ 17.622,50</b>	<b>\$ 17.869,22</b>	<b>\$ 18.119,38</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
<b>(+) Créditos a contratarse a corto plazo</b>						
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
<b>(+) Interés de Pago a largo Plazo</b>		\$ 1.847,52	\$ 1.873,39	\$ 1.899,61	\$ 1.926,21	\$ 1.953,17
<b>Otros Egresos</b>						
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 1.847,52</b>	<b>\$ 1.873,39</b>	<b>\$ 1.899,61</b>	<b>\$ 1.926,21</b>	<b>\$ 1.953,17</b>
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 63.489,80</b>	<b>\$ 15.291,72</b>	<b>\$ 15.505,81</b>	<b>\$ 15.722,89</b>	<b>\$ 15.943,01</b>	<b>\$ 16.166,21</b>

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

## VAN1 PESIMISTA 20%

*Ecuación 24. VAN1 pesimista*

$$VAN1 = -I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

$$VAN1 = -63.489,80 + \frac{15.291,72}{1,1055} + \frac{15.505,81}{1,2221} + \frac{15.722,89}{1,3511} + \frac{15.943,01}{1,4936} + \frac{16.166,21}{1,6512}$$

$$VAN1 = -63.489,80 + 24.198,71 + 22.195,83 + 20.358,73 + 18.673,68 + 17.128,10$$

$$VAN1 = 39.065,25$$

## VAN2 PESIMISTA -20%

*Ecuación 25. VAN2 pesimista*

$$VAN2 = -I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^4}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + \frac{15.291,72}{1,1085} + \frac{15.505,81}{1,2288} + \frac{15.722,89}{1,3621} + \frac{15.943,01}{1,5099} + \frac{16.166,21}{1,6737}$$

$$VAN2 = -63.489,80 + 24.133,22 + 22.075,86 + 20.193,88 + 18.472,35 + 16.897,57$$

$$VAN2 = 38.283,08$$

## R B/C PESIMISTA -20%

*Ecuación 26. Relación beneficio coto pesimista*

$$Relacion^{B/C} = \frac{\sum Ingresos Brutos}{\sum Costos Totales del Proyecto}$$

$$Relacion^{B/C} = \frac{477.399,70}{384.416,79}$$

$$Relacion^{B/C} = 5.1$$

## PRI (PESIMISTA) 20%

*Ecuación 27. PRI pesimista*

$$PRI = \frac{Inversion Inicial}{\frac{\sum FNE}{Años}}$$

$$PRI = \frac{63.489,80}{\frac{78.629,63}{5}}$$

$$PRI = 2,037$$

PRI= 2 años 1 mes, 3 días

### TIR PESIMISTA 20%

*Ecuación 28. TIR pesimista*

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 0,1055 + (0,1085 - 0,1055) \frac{39.065,25}{39.065,25 - 38.283,08}$$

$$TIR = 0,1055 + 0,003 * 49.95$$

$$TIR = 25.42$$

### 6.14.4. Cuadro de Sensibilidad

*Tabla 79. Cuadro de sensibilidad*

	<b>Escenario Optimista</b>	<b>Optimista</b>	<b>real</b>	<b>Escenario Pesimista</b>	<b>Pesimista</b>
VAN1	(+) 20%	90.342,77	176.331,49	(-) 20%	39.065,25
VAN2	(+) 20%	89.169,52	174.526,11	(-) 20%	38.283,08
TIR	(+) 20%	38.35	0,3040	(-) 20%	5.42
R B/C	(+) 20%	13.11	13.11	(-) 20%	13.11
PRI	(+) 20%	1 año 0 meses, 5 días	1 año 6 meses, 3 días	(-) 20%	2 años, 0 mes, 3 días

**Elaborado por:** Juan Pablo Chimba Chisaguano

**Fuente:** Investigación de campo

### Análisis

El cuadro de sensibilidad no permite determinar el escenario optimista (+20%) y el escenario pesimista (-20%), en lo que observamos que aun en el escenario pesimista el proyector de Carne de conejo empacado al vacío “PABLYTO”, sigue siendo rentable, ya que los indicadores del VAN, TIR, RB/C, PRI son cantidades favorables para la implementación del proyecto.

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1. Conclusiones

- A través de un estudio Económica-Financiera se ha determinado la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de conejo “CONEJO PROCESADO PABLYTO”, permitiendo que los productores de conejo del Sector Zona El Canal fortalezcan su producción y tengan mercado para su producción a través de una Asociación de productores de conejos.
- La creación de la empresa procesadora y comercializadora de carne de conejo “PABLYTO”, nos permite ofrecer al mercado un producto que cumple con los requerimientos necesarios siendo de beneficio nutricional para la colectividad.
- El estudio de mercado realizado nos permitió determinar la capacidad de oferta de la nueva empresa “CONEJO EMPACADO PABLYTO” y a su vez cuantas personas demandarían este producto dentro del cantón Salcedo realizando una encuesta en el que nos muestra que el 73% es decir 21.330 personas tienen la aceptación de este producto. Por lo que también se determinó el precio de este producto que será de 10,61, por este nuevo producto que se estaría ofertando en el cantón.
- El estudio técnico nos permitió determinar la ubicación factible de la empresa así también establecer que la empresa cubrirá con el 2% de la demanda potencial insatisfecha, lo que quiere decir que mensualmente se estará produciendo 576 conejos empacados al vacío mensuales y 6912 conejos al año, y esto demuestra que es factible la creación de la empresa.
- Los resultados obtenidos en la evaluación económica nos indican que el VAN1= 176.331,49 con una tasa de rendimiento de 10,55%, el VAN2= 174.526,11 con una tasa de rendimiento de 10,85% que demuestra que es rentable. A su vez se demostró que el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 3 años, 3 meses, 15 días, que es menor a la vida útil del proyecto demostrando así su factibilidad.

## 7.2 Recomendaciones

- Innovar constantemente el producto para poder ofrecer un producto mejorado a los clientes utilizando procesamientos adecuados para el faenamiento y empackado de la carne de conejo, siendo estos la nueva tecnología que permita realizar un mejor trabajo, ya que existen productos sustitutos que podrían afectar a la empresa.
- Mantener un adecuado control de la producción así también con la adquisición de la maquinaria y equipo que sean necesario para el adecuado funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de carne de conejo empackado al vacío “PABLYTO”, a fin de precautelar el recurso económico de la empresa.
- Desarrollar estrategias de comercialización a través de un estudio de mercado de manera constante a fin de captar un mayor porcentaje de clientes, esto nos permitirá mantener estable dentro del mercado y competir con otra empresa.
- Seleccionar al personal adecuado y mantener una adecuada estructura organizativa que permita un adecuado desempeño dentro de la empresa y lograr los objetivos trazados por la misma, a la vez realizar capacitaciones constantes al todo el personal de la empresa en cada una de las áreas en las que se encuetaran designadas a fin de brindar un mejor servicio a los clientes.
- Para poderse dar a conocer en el mercado la empresa “CONEJO EMPACADO PABLYTO” debería participar en ferias gastronómicas dando a conocer la carne de conejo empackado al vacío, con la finalidad de llegar a ser reconocidos y permita la expansión de la empresa para poder llegar a cubrir y posesionarnos en el mercado local y nacional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, A. (2019). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana*, 2-11.
- Altuve, J. (2018). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad contable faces*, 7-17.
- Alva, N. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Norma.
- Arcosilla, J. (2018). *El precio: variable*. México: Prentice Hall.
- Arrieta, E. (2014). *Activo, pasivo y capital*. España: Oporto.
- Arteaga, N. (2015). *El producto*. Perú: Limusa.
- Baca, A. (2010). *Estudio técnico*. España: Paraninfo.
- Banda, J. (2017). *Marketing: canal de distribución*. México: ESIC.
- Barrán, F. (2018). *Activos fijos tangibles e intangibles*. Estados Unidos: Standers.
- Bauce, G. (2017). El problema de investigación. *Facultad de Medicina*, 29-33.
- Bayona, P. (2011). *Estudio técnico del proyecto*. España: Academia.
- Belloso, R. (2015). *Investigación*. México: UP.
- Bengt, K. (2018). *Visión*. España: Planuba.
- Berkowitz, E. (2019). *Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Burbano, J., & Río, C. (2019). *Presupuestos Enfoque moderno de planeación y control de recursos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Cando, M. (2014). *Creación de empresas*. España: Aje.
- Cárdenas, L. (2015). *Canales de distribución*. España: Content.
- Carillo, B. (2016). *Análisis económico*. México: Duoc.
- Castro, J. (2018). *Estudio de Viabilidad*. Bolivia: CIQ.

- Celaya, R. (2016). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. España: Itson.
- Cervantes, C. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. España: ESIC.
- Chiogna, A. (2017). *Tasa interna de retorno*. Argentina: Technopat.
- Coello, L. (2018). *Canales de comercialización en la gestión de ventas*. España: UOC.
- Córdova, M. (2014). *¿Qué es un canal de distribución?* España: Gestio.
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (2017). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana Científica* , 29-33.
- Cortés, A. (2016). *Estudio técnico de un proyecto*. España: UVEG.
- Corvo, H. (2018). *Análisis de la oferta*. Liferder: España.
- Dávalos, L. (2015). *Planificación estratégica*. España: LabCalidad.
- Didier, J. (2011). *Periodo de recuperación de la inversión*. México: Pymes futuro.
- Erazo, M. (2012). *Capital de Trabajo: ¿Qué es y cómo puede calcularlo?* España: MyABCM.
- Escalante, C. (2011). *Evaluaciones del proyecto*. España: Paraninfo.
- Escanta, C. (2019). *¿Por qué hacer un presupuesto de gastos e ingresos?* República Dominicana: Dominicano S.A.
- Escobar, S. (2017). *Liquidez, solvencia y endeudamiento* . España: Rankia.
- Estrada, C. (2014). *Evaluación económica*. Ecuador: Udlap.
- Ferna, A. (2017). *Beneficiarios emprendimiento*. Lima: Grandell.
- Formichella, M. (2011). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: INTA.
- Fornero, R. (2015). *Formulación de proyecciones financieras*. España: Unsa.
- Gallardo, V. (2019). *¿Qué es un activo y un pasivo en un balance general?* México: Nubox.
- García, A. (2018). *Beneficiarios directos e indirectos*. España: ESIC.
- Garzón, M. (2010). *Plan de inversiones*. Ecuador: CFN.



- Gava, G. (2015). *Dirección financiera: decisiones de inversión*. México: Delta.
- González, A. (2018). *Estrategias de comercialización*. España: Emprende.
- Goñi, N. (2015). *El precio: variable clave en el marketing*. México: Pearson Educación.
- Gurrola, K. (2011). *Estados financieros proyectados*. México: Inpade.
- Hatzacorsian, V. (2018). *Fundamentos de contabilidad*. España: Salvat.
- Higuerey, Á. (2018). Planeamiento de la utilidad. *Ciencias económicas, administrativas y contables*, 1-7.
- Intriago, M. (2017). *Marketing y publicidad*. España: Vértice.
- Jill, D. (2016). *Tasa mínima aceptable de rendimiento*. España: Pearson Education.
- Jiménez, A. (2016). *Estrategias de promoción*. España: Gestio.
- Juárez, M. (2019). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: UNID.
- Kang, A. (2017). *Los objetivos de una empresa*. CN: España.
- Lamb, C. (2017). *Marketing*. México: International Thomson.
- Landeta, J. M. (2017). *Gestión y Evaluación de Proyectos*. Mexico : Cengage Learning Editores S.A.
- Lara, A. (2015). *Estudio económico y financiero*. México: UNAM.
- Larrea, C. (2016). *Fundamentos de negocio*. España: Pearson Education.
- León, C. (2016). *Beneficiarios directos e indirectos*. Brailly: España.
- Liverman, S. (2017). *Elaboración del manual de organización y funciones*. España: Minsa.
- Lledó, P. (2010). *Análisis de sensibilidad*. España: MasConsulting.
- Llerena, M. (2016). *Estados financieros proforma*. México: AIU.
- López, R. (2017). *Que es la ingeniería de proyectos*. España: Vilca.
- Lozada, M. (2012). *Indicadores financieros*. Colombia: US.
- Manjares, J. (2012). *Estudio financiero*. España: Zonaeconómica.
- Marquez, M. (2013). *Situación económica y Situación financiera*. México: Contador contado.

- Martínez, H. (2016). *Estudio de mercado y análisis de la demanda*. España: CED S.C.
- Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (2014). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Escuela de Administración de*, 153-168.
- Mazón, L., Villao, D., Núñez, W., & Serrano, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso. *Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 14-24.
- Mejía, J. (2011). *Índice de apalancamiento*. España: Scrib.
- Méndez, J. (2014). *Estudio organizacional*. México: Node.
- Miranda, E. (2010). *Consideraciones para determinar la tasa mínima aceptable de retorno*. Salvador: Economicas.
- Molina, A. (2013). *Análisis de sensibilidad: ¿qué es y cuál es su importancia en un proyecto?* Cartagena: Esan.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. España: UNE.
- Mora, E. (2018). *Administración financiera*. Perú: Pyme.
- Moya, E. (2014). Dinámicas socioeconómicas del cantón Salcedo –provincia de Cotopaxi período: 2007-2012. *Tesis de pregrado* . Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Muller, A. (2013). *Análisis de mercado*. Madrid: UCV.
- Napoles, R. (2019). *Presupuestos, teoría y práctica*. México: McGraw - Hill Interamericana.
- Nava, M. (2015). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Venezolana de gerencia*, 606-628.
- Ocampo, T. (2019). *Estrategias de Distribución, comercialización y promoción*. Bogotá: Pyme.
- Ojeda, M. (2019). *Emprendimiento*. Filigram: Colombia.
- Ordenes, C. (2012). *Misión, visión y valores de la empresa*. España: Sect.
- Ortega, A. (2013). *Misión y visión*. Argentina: FCA.
- Ortíz, A. (2018). *Financiamiento*. España: Norma.

- Padrón, J., & Chacín, M. (2014). *Investigación*. Argentina: USR.
- Paredes, I. (2018). *Plan de Inversiones*. España: Oas.
- Parra, M. (2013). *Conceptos y definiciones: activos*. México: Ircop.
- Paz, M. (2015). *¿Qué es el capital de trabajo?* Crece: México.
- Peñaloza, A. (2013). *Estados financieros presupuestados y análisis de la información*. México: Costos A.C.
- Pereira, J. (2015). *Plan anual de inversiones*. Ecuador: Finanzas.
- Pérez, J. (2015). *Definición de localización*. Colombia: Limusa.
- Poma, A. (2016). *Contabilidad*. España: Paraninfo.
- Proaño, M. (2017). *Misión, visión y valores organizacionales*. México: Uson.
- Puga, M. (2014). *Fundamentos de contabilidad*. Chile: Prat.
- Pungil, E. (2018). *Relación beneficio-costo*. Lima: Gestión.
- Ramírez, M. (2019). *Canales de comercialización*. México: McGraw-Hill.
- Riquelme, M. (2015). *Estrategias*. Argentina: Empresas.
- Rizo, M. (2017). *Estrategia de comercialización para mejorar la gestión de ventas*. Cuba: Creative Commons.
- Rodríguez, A. (2015). *Fundamentos de mercadotecnia*. España: Garcilaso.
- Rojas, K. (2011). *Estrategias promocionales*. México: Educación.
- Romo, A. (2011). *Fuentes de financiamiento para un plan de negocio*. Ginebra: Uson.
- Rubio, A. (2017). *Precio*. CD: España.
- Rueda, H. (2015). *Indicadores financieros*. España: Ula.
- Salazar, F. (2018). *Presupuestos y finanzas*. Ecuador: ESPE.
- Salinas, R. (2019). *Proyectos de inversión*. España: Corporation.
- Samaniego, G. (2018). *Investigación*. Colombia: Granada.
- Sánchez, J. (2016). *Canales de distribución*. España: Ecomipedia.

- Sapag, N. (2017). *Estudio de mercado*. Chile: McGraw - Hill.
- Souza, N. (2018). *¿Cuáles son los canales de venta más eficientes hoy en día?* Mart: España.
- Stanton, W. (2010). *Análisis de producto*. México: McGraw - Hill.
- Suárez, L. (2019). *Flujo de Caja*. Perú: Limusa.
- Talledos, R. (2018). *Ingeniería del proyecto*. México: Prentice Hall.
- Tarradelles, J. (2012). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. España: Isaca.
- Thompson, I. (2012). *Marketing y planeación estratégica de la teoría a la práctica*. México: Norma.
- Tituana, P. (2017). *El análisis financiero y la evaluación de los indicadores de la gestión, endeudamiento y liquidez y la toma de decisiones*. Ecuador: Utmach.
- Tobar, A. (2017). *Activo y pasivo circulante*. España: Cese.
- Toledo, A. (2014). *Fuentes de financiamiento*. Perú: Hillby.
- Torrente, J. (2018). *Pasivo circulante*. España: Economipedia.
- Torres, M. (2016). *Tasa interna de retorno*. Rankia: España.
- Trujillo, E. (2014). *Periodo de recuperación de la inversión y valor presente neto*. España: Inver.
- Ulareta, A. (2017). *Tasa interna de retorno*. México: Gold service.
- Ulloa, N., & Espinoza, X. (2013). *Planeación estratégica*. Cuenca: Space.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Valbuena, M., Morillo, R., & Salas, D. (2017). Sistema de valores en las organizaciones. *Omnia*, 60-78.
- Vales, J. (2018). La importancia de misión y visión para una microempresa a través del servicio de consultoría. *Departamento de contaduría y finanzas pública*, 1-36.
- Vallejo, M. (2014). *Localización*. España: Paraninfo.
- Varela, C. (2016). *Planificación estratégica*. España: MB.

- Vargas, M. (2015). *Manual de funciones y descripción de cargos*. Ecuador: Escuela de negocios.
- Vega, D. (2014). *La estrategia de promoción como herramienta de marketing*. España: Balance.
- Velasco, F. (2012). *Manual de funciones*. México: Norton.
- Velásquez, J. (2017). *El emprendimiento en la teoría económica*. Caracas: UM.
- Vera, F. (2017). *La oferta, la demanda y el mercado*. Portugal: Press.
- Villena, O. (2015). *El estudio del mercado*. España: ESIC.
- Viscaya, A. (2016). *Qué es un plan de inversión*. Argentina: BBVA.
- Walker, J. (2018). *Investigación integral del mercado*. Bogotá: Legis.
- Wester, T. (2014). *Estudio técnico*. México: McGraw-Hill.
- Wijesena, G. (2016). *Mejor su negocio*. Ginebra: Enterprises.
- Yáñez, L. (2016). *Diferencias entre situación económica y financiera*. México: Unnium.
- Yobamba, M. (2019). *Manual de organización y funciones*. México: Gestión.
- Zurita, M. (2016). *Indicadores financieros*. España: Inlpe.

## ANEXOS

### ANEXOS 1. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



**Objetivo:** Recopilar información para determinar la factibilidad de crear una empresa procesadora de carne de conejo empacado al vacío en el Barrio Sigchocalle - Zona El Canal – Salcedo.

**Instructivo:** Lea detenidamente cada una de las preguntas del siguiente cuestionario y marque con una **X** la opción que a usted le parezca adecuada. Sus respuestas son confidenciales y serán utilizadas con fines netamente académicas.

#### 1. Información General

##### 1.1. Genero

Masculino  
Femenino

##### 1.2. Edad

De 15 a 20 años  
De 21 a 30 años  
De 31 a 40 años  
De 41 a 50 años  
De 51 años en adelante

##### 1.3 Lugar de Residencia

.....

#### 2. Información específica

##### 2.1. ¿Consume usted carne de conejo?

Si  
No  
¿Por qué?.....

##### 2.2. ¿Si se ofertara en el mercado del cantón Salcedo carne de conejo empacado al vacío lo consumiría?

Si  
No

##### 2.3. ¿Conoce los beneficios de consumir la carne de conejo?

Si  
No

**2.4. ¿En relación con la pregunta anterior cuantos kilogramos de carne de conejo consumiría mensualmente?**

- De 1,00 kg a 1,50 kg
- De 1,60 kg a 2,00 kg
- De 2,10 kg a 2,50 kg
- De 2,60 kg a 3,00 kg
- De 3,10 kg a más

**2.5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kilogramo de Carne de conejo empacado al vacío?**

- De 3,50 a 4,00 dólares
- De 4,10 a 4,50 dólares
- De 4,60 a 5,00 dólares
- De 5,10 a 5,50 dólares
- De 5,60 dólares o más

**2.6. ¿Dónde le gustaría adquirir la carne de conejo empacado al vacío?**

- Tiendas de barrio
- Micro mercados
- Supermercados
- Frigoríficos
- Bodegas de distribución

**2.7. ¿Qué tipo de promociones desearía por la compra de este producto?**

- Premios
- Descuento por volumen de compras
- Boletos de rifa
- Raspa y gana
- Otros.....

**2.8. ¿Qué medios cree usted que serían los adecuados para dar a conocer este producto?**

- Redes Sociales.....
- Prensa escrita.....
- Radio.....
- Televisión.....
- Otros.....

**2.9. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Salcedo Parroquia Zona El Canal se instalara una empresa procesadora de carne de conejo empacada al vacío?**

- Si
- No

**Gracias por su colaboración**